

Estudo

Parques, atrações turísticas e entretenimento no Brasil

20
25

3ª edição



Sistema Integrado de Parques e Atrações Turísticas

Representar e **Defender** 

os interesses do setor junto aos poderes legislativo e executivo, imprensa e mercado

Reforçar e **Solidificar** 

a expansão do setor de parques e atrações, ampliando a capacidade de geração de renda e empregos

Conectar e **Unir** 

os principais profissionais do mercado, promovendo *benchmarks* e *networking*

Parceirias e **Comunidade** 

Difundir as melhores práticas do setor, com destaque para a agenda ESG, além de conectar com outros atores do turismo

Sobre o Sindepat:

35+

fornecedores

70+

Parques e atrações turísticas

Associação Brasileira de **Parques e Atrações**



Parques e **Fornecedores**

Parques aquáticos, temáticos, naturais, itinerantes, FECs, atrações turísticas, entre outros



Representar e **Profissionalizar**

Profissionalização do setor de entretenimento no Brasil



Mapeamento de **Público**

Estimativa de número de visitantes, assim como, caracterização do público



Estratégia e **Desenvolvimento**

Conhecimento de novos produtos, tecnologia e experiências no setor



**Sobre a
Adibra:**

250+

associados

700+

empreendimentos



A Noctua

Ecossistema de soluções em gestão e estruturação de negócios



Estratégia e **Desenvolvimento**

Concepção e aceleração de novos negócios



Performance e **Gestão**

Gestão estratégica, distribuição e performance comercial



RM e **Analytics**

Inteligência de mercado e análise de tendências



Marketing e **Inovação**

Novos produtos, marcas, tecnologia e experiências

Experiência da equipe Noctua:

600+

projetos

250+

idades

13+

países

R\$ **35 bi+**

avaliados

80+

hotéis sob gestão

20+

anos de mercado

15

sistemas de RM e BI's

7

marcas implantadas

Apresentação

O Sindepat, a Adibra e a Noctua têm o prazer de apresentar a terceira 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 854 estabelecimentos, que receberam cerca de 138 milhões de visitantes e geraram um faturamento total de aproximadamente R\$ 8,4 bilhões. Adicionalmente, foram identificados 78 novos empreendimentos em desenvolvimento, que totalizam R\$ 9,4 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!

Equipe Sindepat, Adibra e Noctua



Carolina Negri

Presidente Executiva
Sindepat



Vanessa Costa

Presidente da
Adibra



Pedro Cypriano

Fundador & Managing
Director | Noctua

Agradecimentos

O Sindepat, a Adibra e a Noctua agradecem a todos que contribuíram para a realização da 3ª 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 ao lado por meio de suas organizações:



E nosso muito obrigado também aos profissionais que responderam o questionário anonimamente

- > 4Act Entretenimento
- > Acqua Lokos
- > Airy Hotels & Group
- > Aldeia das Águas Park
- > Alpen Park
- > Amai Park Ltda.
- > Amazon Fun Parks S.A.
- > Amazon Play Diversões
- > Aqua Slides
- > AquaMais
- > Arajara Park
- > Aviva
- > Beach Park
- > Beto Carrero
- > Big Land
- > Blue Beach Park
- > Cacau Show
- > Castelo Park Aquático
- > Cinco Elos
- > Connect Global
- > Corinto Center Park
- > Cristais de Gramado
- > Eco Jordão S.A.
- > Eco Park Campo Grande
- > Dreamland
- > F. M. R Delmiro Gouveia
- > Funpark
- > Game Station
- > Gr Group
- > Gramado Parks
- > Grupo Bambolim
- > Grupo Big Jump
- > Grupo Cataguá
- > Grupo Cataratas
- > Grupo Curupy
- > Grupo Dreams
- > Grupo Forma
- > Grupo Ita Center Park
- > Grupo Iter
- > Grupo J Andrade
- > Grupo Lagoa
- > Grupo Mabu
- > Grupo Mauá
- > Grupo Oceanic
- > Grupo Pophaus
- > Grupo Pratagy
- > Guapi Parque das Águas
- > Grupo Playcenter
- > HapFun
- > HiperMeios
- > Hopi Hari
- > Hot Beach
- > Ingeparks
- > Instituto Paleorrota
- > Interparques Holding
- > Jump Mania Brasil
- > Ksm Realty
- > Laguarda Empreendimentos
- > Lismar LTDA
- > Magic City
- > Magic Games
- > Maurício de Sousa Produções
- > Mundo a Vapor
- > Nascente Azul
- > Nascentes
- > Nicolândia Center Park
- > Parks & Games
- > Parks Brasil
- > Parque das Aves
- > Parque de Diversões Guanabara
- > Parque do Juninho
- > Parque Três Pescadores
- > Parque Unipraias
- > Parquetur
- > Paulo Mentone
- > Play Park
- > Playtoy Park
- > Prefeitura de Sorocaba
- > Rcf Empreendimentos Ltda
- > Serra Azul Water Park S.A.
- > Soul Vila Velha S.A.
- > Star Parks
- > Surf Park Resort
- > Tarundu
- > Trem do Corcovado
- > Turismo Itaipu
- > Urbia Catararas S.A.
- > Unipraias
- > Vila Trampolim
- > Volare Empreendimentos.
- > WAM Experience
- > YupStar

Nosso time técnico



Carolina Negri
Presidente
Executiva Sindepat



Maria Izabel Reigada
Comunicação



Mary Guerra
Administrativo
Financeiro



Magaly Vieira
Novos
Negócios



Pablo Morbis
Presidente do
Conselho Sindepat



Vanessa Costa
Presidente Adibra



Marcelo Beraldo
Vice-presidente



Carol Ayako
Diretora
Executiva



Henry Hila
Diretor de
Marketing



Filipe Defacio
Gerente
Administrativo



Bete Nicastro
Assessora de
Imprensa



Pedro Cypriano
Founder &
CEO Noctua



Giovanna Cagni
Managing &
Research Noctua



Júlia Vaz
Managing &
Research Noctua

Considerações metodológicas

1. Metodologia

3 instrumentos de coleta de informação:

- > *Desktop research*;
- > Questionários de caracterização da oferta atual no Brasil e identificação dos novos investimentos;
- > Entrevistas em profundidade com gestores.

2. Objeto de análise

Critérios de seleção de empresas:

- > Associados Sindepat, Adibra, mais *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

Levantamento e análise dos dados entre 02 de janeiro de 2025 e 07 de maio de 2025.

4. Empresas participantes

854 empreendimentos identificados na pesquisa, dos quais 316 participaram dos questionários de coleta de informação. Adicionalmente, 78 novos projetos foram mapeados. Do total de respondentes, 89% estavam em posição de liderança. Inclusão de novas empresas de menor porte.

5. Fontes de informação

Ao lado, as principais fontes de consulta utilizadas durante o estudo:

- 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 do estudo compreende 854 empreendimentos



72

parques
aquáticos



455

FECs



65

parques temáticos
e de diversão



137

atrações
turísticas



53

parques
naturais



72

parques
itinerantes

Ao todo,
25 variáveis
foram
analisadas



Região do
empreendimento



Tipologia
de oferta



Capacidade de
visitação



Vinculação à
hospitalidade



Ticket
médio



Ano de
inauguração



Faixa etária
dos visitantes



Empregos
tercerizados



Empregos
diretos



Estrutura
de custos



Total de
visitantes



Demanda
estrangeira



Share de
distribuição



Perfil do
visitante



Margem
EBITDA



Classe
social



Origem geográfica
da demanda



Perfil dos
ingressos



Estágio de
desenvolvimento



Otimismo
no setor



Periodicidade de
investimento



Novos
investimentos



Funding dos
investimentos



Política
tarifária



Perspectivas
2025

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



Pablo Morbis

Presidente do Conselho de Administração do Sindepat

Dados relevantes e confiáveis são fundamentais na tomada de decisão de empresários de qualquer setor. O Panorama Setorial de Parques, Atrações e Entretenimento no Brasil diagnostica nosso setor, podendo indicar gargalos, oportunidades e mapeando os investimentos em curso. Em sua terceira edição, o estudo permite o início de uma série comparativa, apontado o grau de desenvolvimento do nosso setor, em franca expansão. Somos cada vez mais parques e atrações, representando mais investimentos, mais empregos, mais renda e estimulando cada vez mais viagens pelo Brasil.



Vanessa Costa

Presidente da Adibra

Mais do que números, este estudo traduz o valor do nosso setor: sua capacidade de emocionar, gerar empregos, impulsionar o turismo e transformar territórios. É uma ferramenta estratégica que revela a força dos parques e atrações no Brasil — não apenas como negócios, mas como experiências que impactam vidas e constroem memórias. Que este retrato inspire ainda mais investimentos e parcerias, para seguirmos crescendo com propósito e encantamento.

Os capítulos do estudo



1

Contextualização

Grandes números
globais



2

Panorama atual

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



3

Novos investimentos

Projetos identificados
Perfil da demanda
Estágio de desenvolvimento
Principais insights



Contextualização

Grandes números globais

América Latina

Visitantes internacionais

Valor de mercado

Grandes números globais

sindepat 

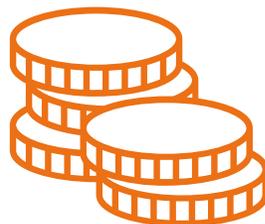
 **Adibra**

 **Noctua**

Principais KPI's globais:



bilhões
de visitantes no mundo¹



US\$ 102,7
bilhões
em valor de mercado
global do setor²

**Estima-se que
bilhões de
visitantes passem
por parques
anualmente**



Grandes grupos como a Universal seguem em expansão, com o Epic Universe, que abre em maio de 2025 em Orlando, e o Universal Studios UK, previsto para 2031. Juntos, somam investimentos de bilhões de dólares e reforçam a tendência de crescimento global dos parques temáticos.

Visitantes internacionais

sindepat 

 **Adibra**

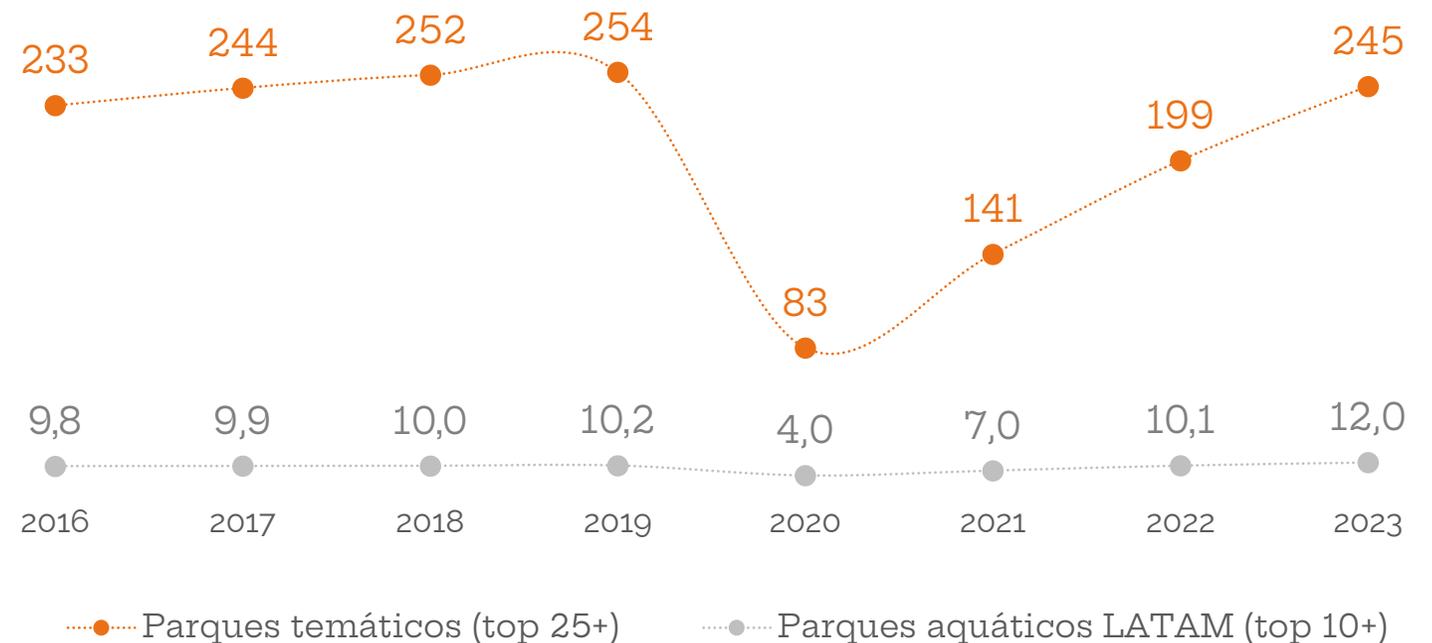
 **Noctua**

O setor apresenta aceleração no desempenho em escala global



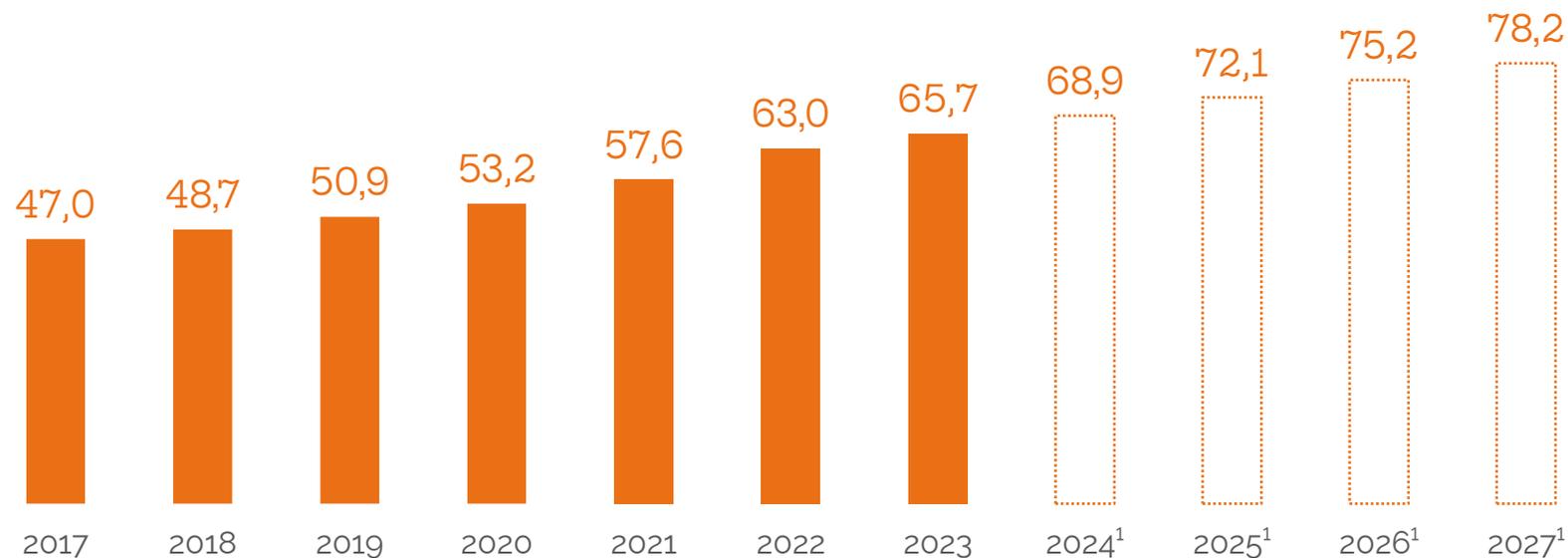
Em 2023, os parques aquáticos da América Latina ultrapassaram os níveis de desempenho observados antes da pandemia. No cenário global, os parques temáticos se aproximaram do pico histórico.

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



GASTOS DOS VISITANTES NOS PARQUES

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



Gastos cresceram 5,8% a.a. entre 2017 e 2023

“

Em 2023, o gasto per capita dos visitantes em parques temáticos chegou a US\$ 65,7, representando um aumento de 12,2% em relação à estimativa do relatório anterior da IAAPA (US\$ 58,8). Esse avanço resulta em um impacto financeiro significativo para o setor e acelera o crescimento das receitas globais.

¹Estimativa feita pelo Wilkofsky Gruen Associates | IAAPA Global Theme and Amusement Park Outlook (2023-2027)

América Latina

sindepat 

 **Adibra**

 **Noctua**

Na América Latina, o setor de parques gera um impacto direto e indireto de receita estimado em US\$ 30,1 bilhões



US\$ 30 bi

impacto de receita

US\$ 15,3 bi direto

US\$ 14,8 bi indireto



828.400

empregos

528.100 diretos

300.300 indiretos

—
O setor de parques e atrações movimentou a economia em escala global, gerando receitas e empregos





Panorama atual

+138 milhões de visitantes e
+R\$ 8,4 bi em faturamento

Amostra e grandes números

Perspectivas e avaliação setorial

Perfil da demanda

Indicadores por perfil

Performance setorial

Principais *insights*

Escopo ampliado para mais 99 empreendimentos



755

empreendimentos
mapeados



R\$ 7,6 bi

faturamento
no setor¹



127 mi

visitantes¹



R\$ 5,9 bi

em reinvestimento

2024¹

854

empreendimentos
mapeados

R\$ 8,4 bi

faturamento
no setor

138 mi

visitantes

R\$ 2,6 bi

em reinvestimento

2025

Neste ano, o estudo está mais completo, com mais 36 parques inaugurados em 2024 e o mapeamento de outros empreendimentos de pequeno porte. Isso proporciona uma visão abrangente e detalhada do setor de entretenimento no Brasil.

¹Os valores de faturamento e número de visitantes referentes a 2024 foram ajustados com base nas novas respostas obtidas nesta edição do estudo.

Amostra e grandes números

sindepat 

 **Adibra**

 **Noctua**

854 empreendimentos identificados. Respostas de 316



65

parques de diversão e temáticos identificados

38

responderam os questionários



72

parques aquáticos identificados

21

responderam os questionários



455

FECs¹ identificadas

204

responderam os questionários



72

parques itinerantes identificados

12

responderam os questionários



137

atrações turísticas identificadas²

23

responderam os questionários



53

parques naturais sob concessão³ identificados

18

responderam os questionários

Esse capítulo tem como foco os resultados da pesquisa primária conduzida pelo Sindepat, Adibra e Noctua. Dos 854 empreendimentos identificados, as respostas obtidas nos questionários do estudo compreendem 316 unidades.

¹Centro de entretenimento familiar. Parques de trampolim foram inclusos neste segmento.

²Atrações turísticas, rodas-gigantes, teleféricos, zoológicos, aquários, etc..

³Parques municipais,

estaduais e nacionais privados ou sob concessão à iniciativa privada, incluindo alguns localizados em centros urbanos.

Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2025.

Crescimento de parques em relação à edição anterior¹

edição atual

edição anterior



65

parques de diversão
e temáticos
identificados



72

parques
aquáticos
identificados



455

FECs²
identificadas



72

parques
itinerantes
Identificados³



137

atrações
turísticas
Identificadas²



53

parques naturais
sob concessão⁴
identificados

52

62

396

67

135

43

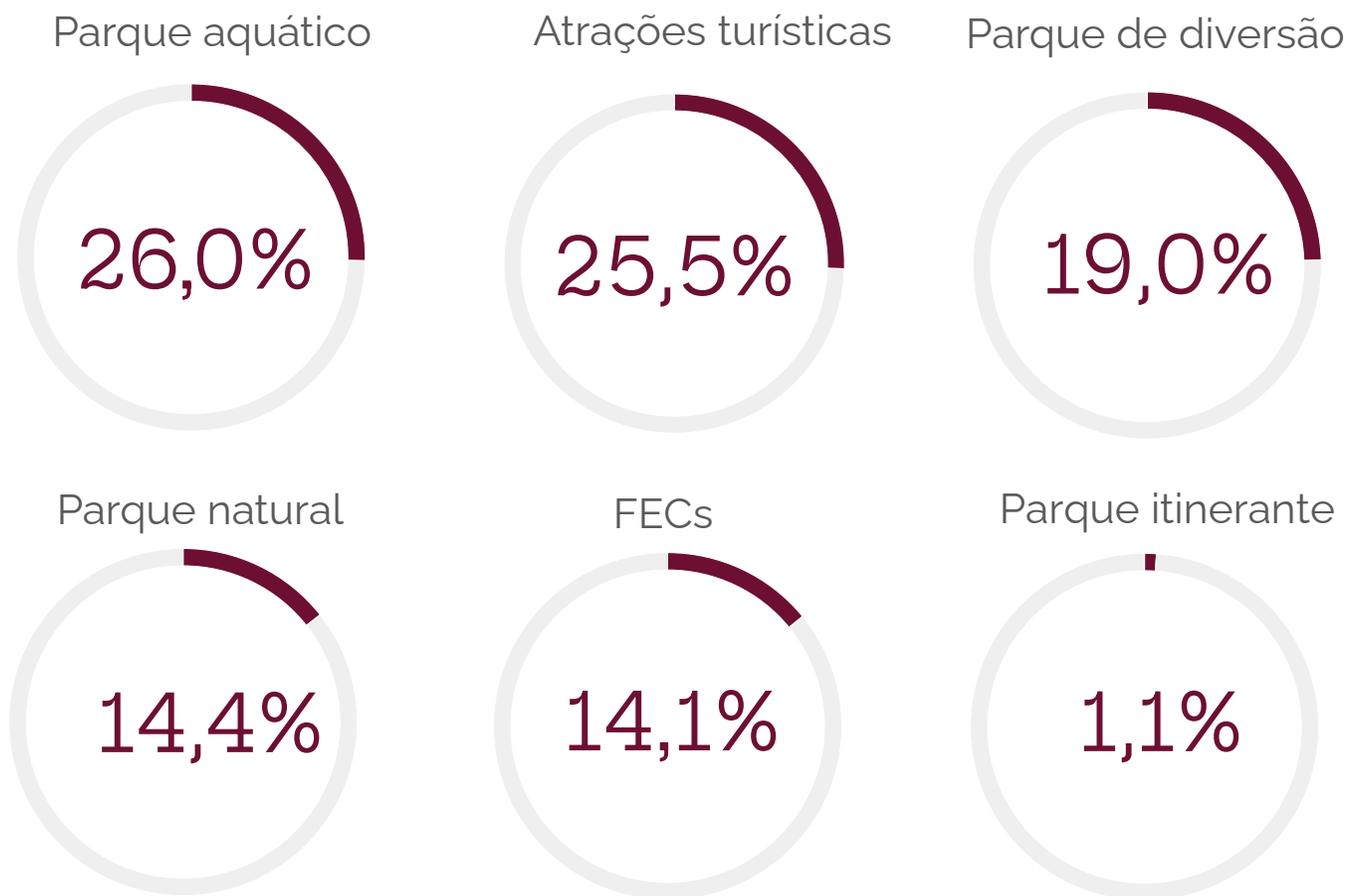
¹O crescimento pode incluir novos parques identificados ou aberturas previstas na edição anterior. ² Centro de entretenimento familiar. Parques de trampolim foram incluídos neste segmento.

³Atrações turísticas, rodas-gigantes, teleféricos, zoológicos, aquários, etc..

⁴Parques municipais, estaduais e nacionais privados ou sob concessão à iniciativa privada, incluindo alguns localizados em centros urbanos.

DISTRIBUIÇÃO DA OFERTA

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



Atrações turísticas e parques aquáticos se destacam



As atrações turísticas ganham destaque nesta edição pelo elevado volume de empreendimentos e pela diversidade de visitantes que conseguem atrair.

Projetos com hospitalidade passaram de 17,5% para 25,7% nesta edição do estudo



Entre parques de diversão ou aquáticos, 43% já possuem projetos hoteleiros, de *timeshare* e/ou multipropriedade, evidenciando o ganho de participação de outros negócios imobiliários no mundo do entretenimento.

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



GRANDES NÚMEROS DO SETOR NO PAÍS

Um setor de 138 milhões de visitantes ao ano

Principais indicadores referentes ao ano de 2024:



**+190
mil**

empregos, entre
diretos, terceiros e
indiretos¹



**+138
milhões**
de visitantes



**+R\$ 8,4
bilhões**
em faturamento



¹Dados Sindepat e Adibra. Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2025. Dados estimados para o universo de mais de 854 empreendimentos.

Perfil da demanda

sindepat 

 **Adibra**

 **Noctua**

Predominância de família com crianças por todo país

Parques e atrações turísticas¹

Renda familiar



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

Faixa etária



Crianças de até 10
anos a adultos de
até 59 anos

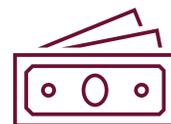
Residência



Local,
regional
e nacional

FECs² e parques itinerantes

Renda familiar



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

Faixa etária



Crianças de até 10
anos e
adolescentes de
11 a 17 anos

Residência



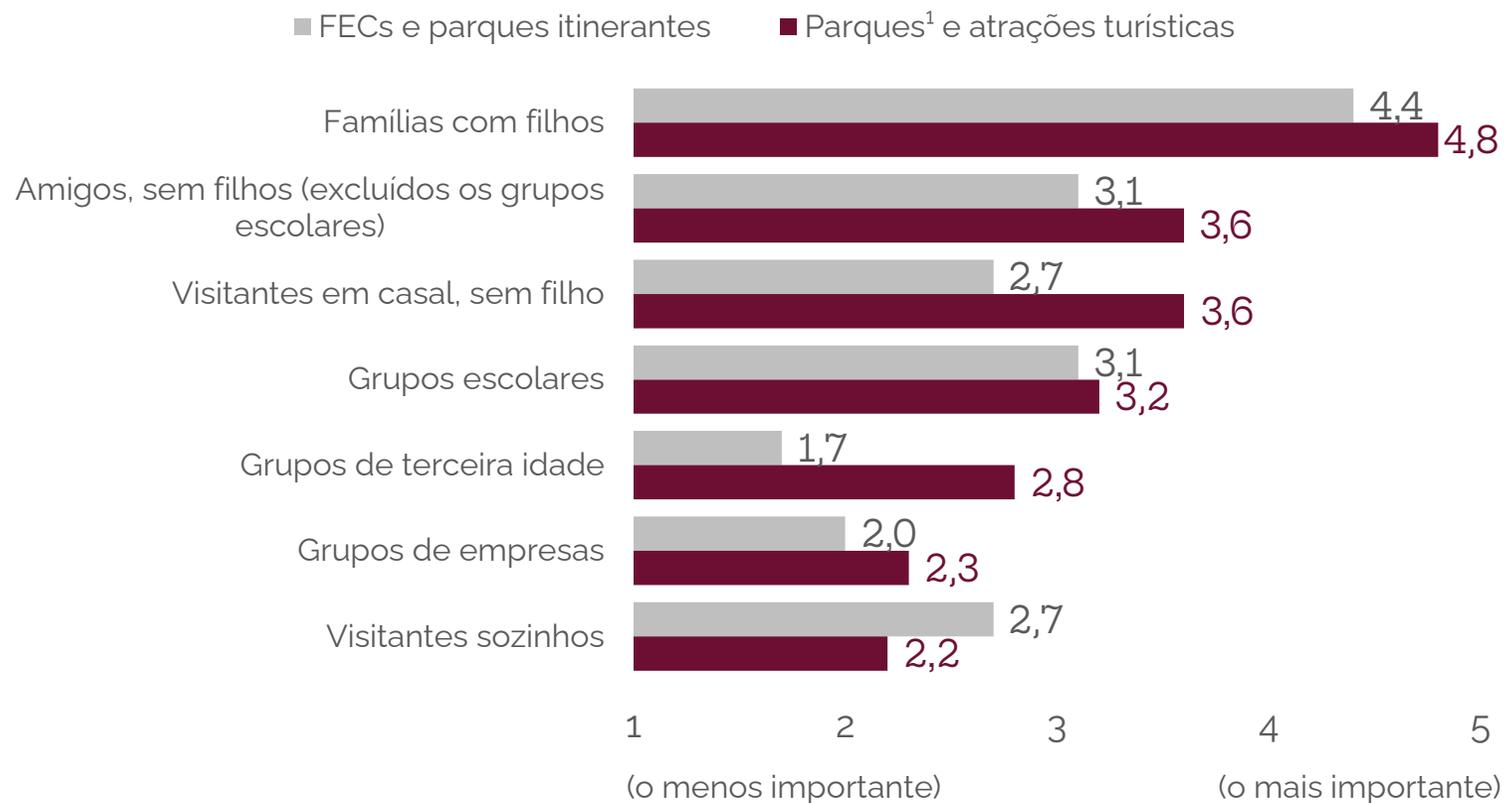
Local

Para parques e atrações turísticas, o público mais relevante é das classes B e C, com demanda local, regional e nacional. Nas FECs, a origem dos visitantes é majoritariamente local. Ambos os perfis de empreendimentos têm como público predominante as famílias com crianças da classe média.

¹Atrações turísticas, rodas-gigantes, teleféricos, zoológicos, aquários, etc..
Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2025.

²Centro de entretenimento familiar. Parques de trampolim foram inclusos neste segmento.

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



Famílias com filhos são o grupo mais relevante

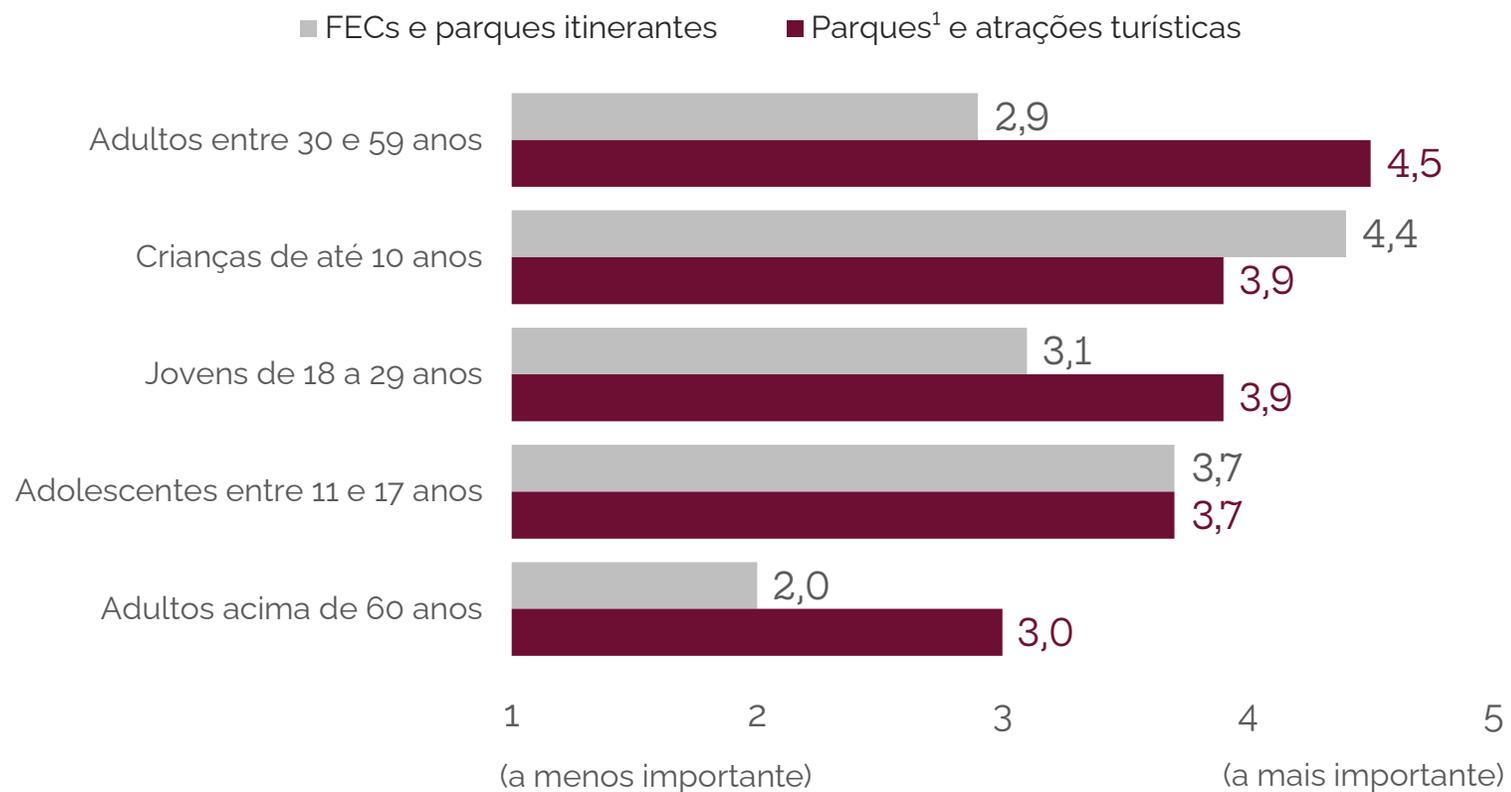
Famílias com filhos constituem o principal público de parques, atrações turísticas e FECs no Brasil. Secundariamente, casais e amigos sem filho também tem participação relevante, excetuando-se nas FECs.

Famílias entre 30 e 59 anos com crianças até 10 anos lideram o público



Nas FECs, o público predominante é composto por crianças de até 10 anos ou adolescentes, enquanto os adultos têm participação secundária.

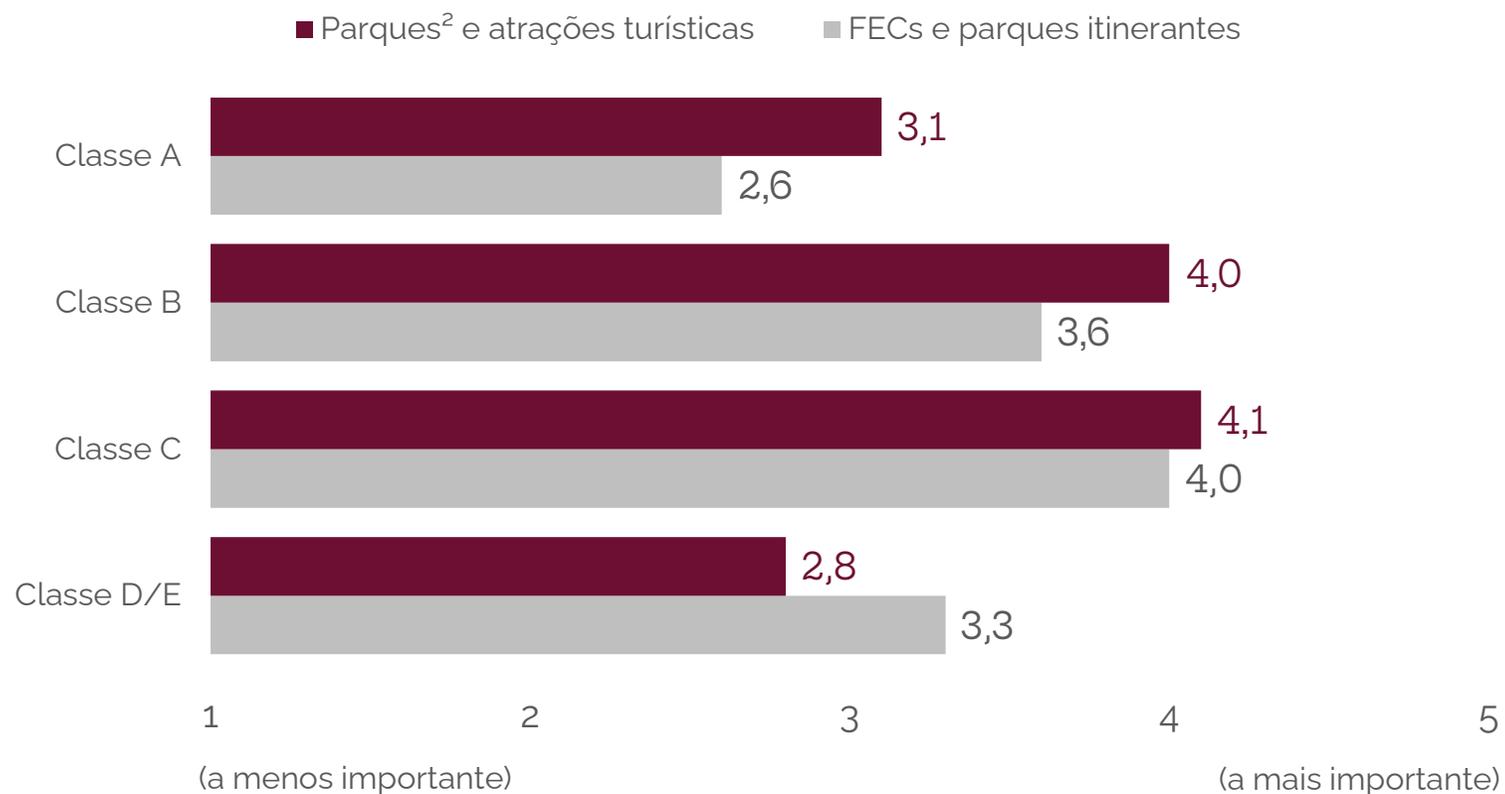
Relevância de cada **faixa etária** na demanda média anual do empreendimento:



¹Parques de diversão, naturais e atrações turísticas.
Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2025.

CLASSE SOCIAL

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



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, 2025.

Prevalência do público se mantém nas classes B e C



No Brasil, a maior concentração está nas classes B e C, enquanto as camadas D/E, em geral, têm menor propensão a consumo, priorizando despesas essenciais. Em média, a classe A não é o público-alvo principal dos empreendimentos.

A relevância do público local é alta



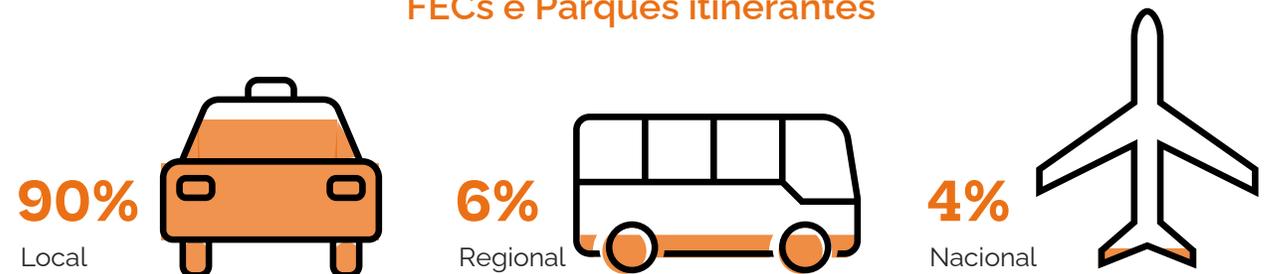
Parques e atrações turísticas, além de atenderem ao público local, possuem capacidade de atrair visitantes de outras regiões e estados, atuando como importantes vetores de turismo nos municípios. Já as FECs têm maior dependência dos residentes da própria cidade.

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

Parques e atrações turísticas



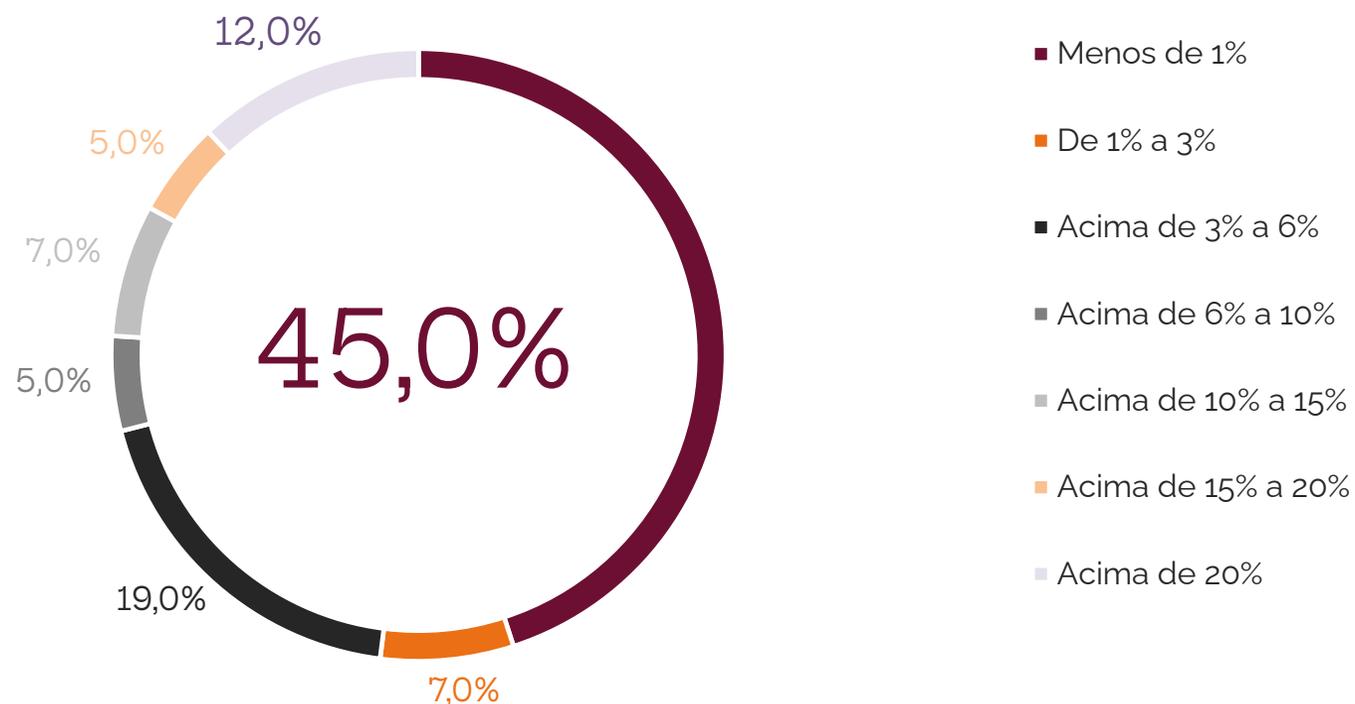
FECs e Parques itinerantes



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)..

ESTRANGEIROS

Representatividade de **estrangeiros** no total de visitantes¹ dos parques e atrações turísticas de 2024:



Participação de estrangeiros nos parques é secundária



Os parques com maior número de visitantes estrangeiros se concentram principalmente na Região Sul do país, que faz fronteira com Argentina, Uruguai e Paraguai, o que facilita o acesso, especialmente de carro ou em viagens curtas.

¹Não foram considerados FECs e parques itinerantes.
Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2025.

Performance setorial

sindepat 

 **Adibra**

 **Noctua**

Total de empregos¹ gerados pelo setor de entretenimento (2024):



Mais de 190 mil empregos gerados no país pelo setor



Dos 316 respondentes, 228 participaram do relatório nos últimos dois anos. Ao comparar os dados de empregos desses parques, observa-se um aumento de 2% no número de empregos diretos.

¹Para os parques não respondentes, foi adotado o parâmetro de extrapolação da edição anterior, mantendo-se inalterado o número de funcionários. ²Máximo de funcionários contratados em períodos de alta ocupação. ³O 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).

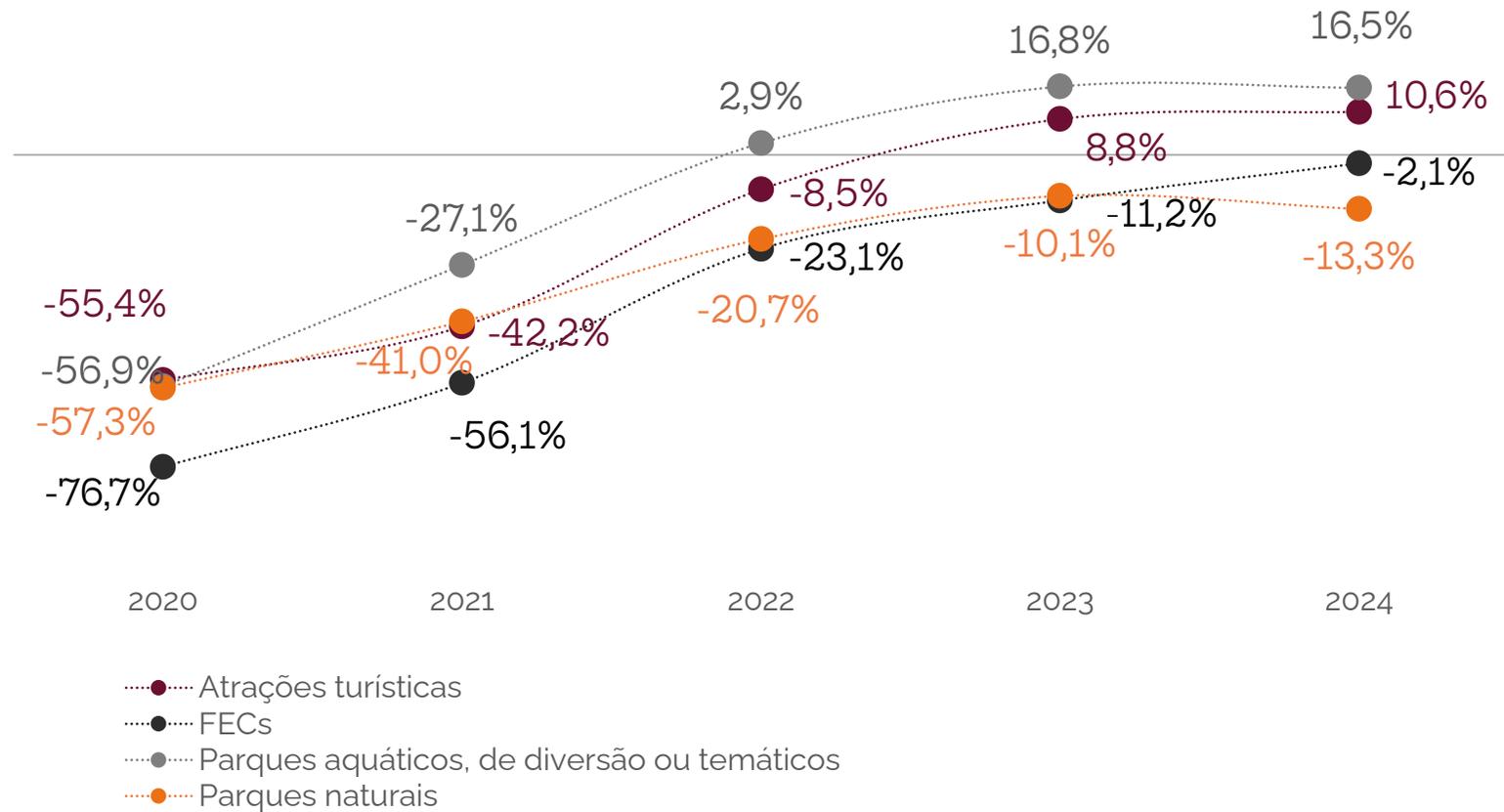
Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2025. Dados estimados para o universo de mais de 854 empreendimentos.

Em 2024, o setor cresceu 3,5% em visitantes em média



Com exceção dos parques do Rio Grande do Sul, que sofreram com os alagamentos, a maioria dos segmentos cresceram em número de visitantes em 2024 versus 2023, ainda que modestamente, de 1% a 5%.

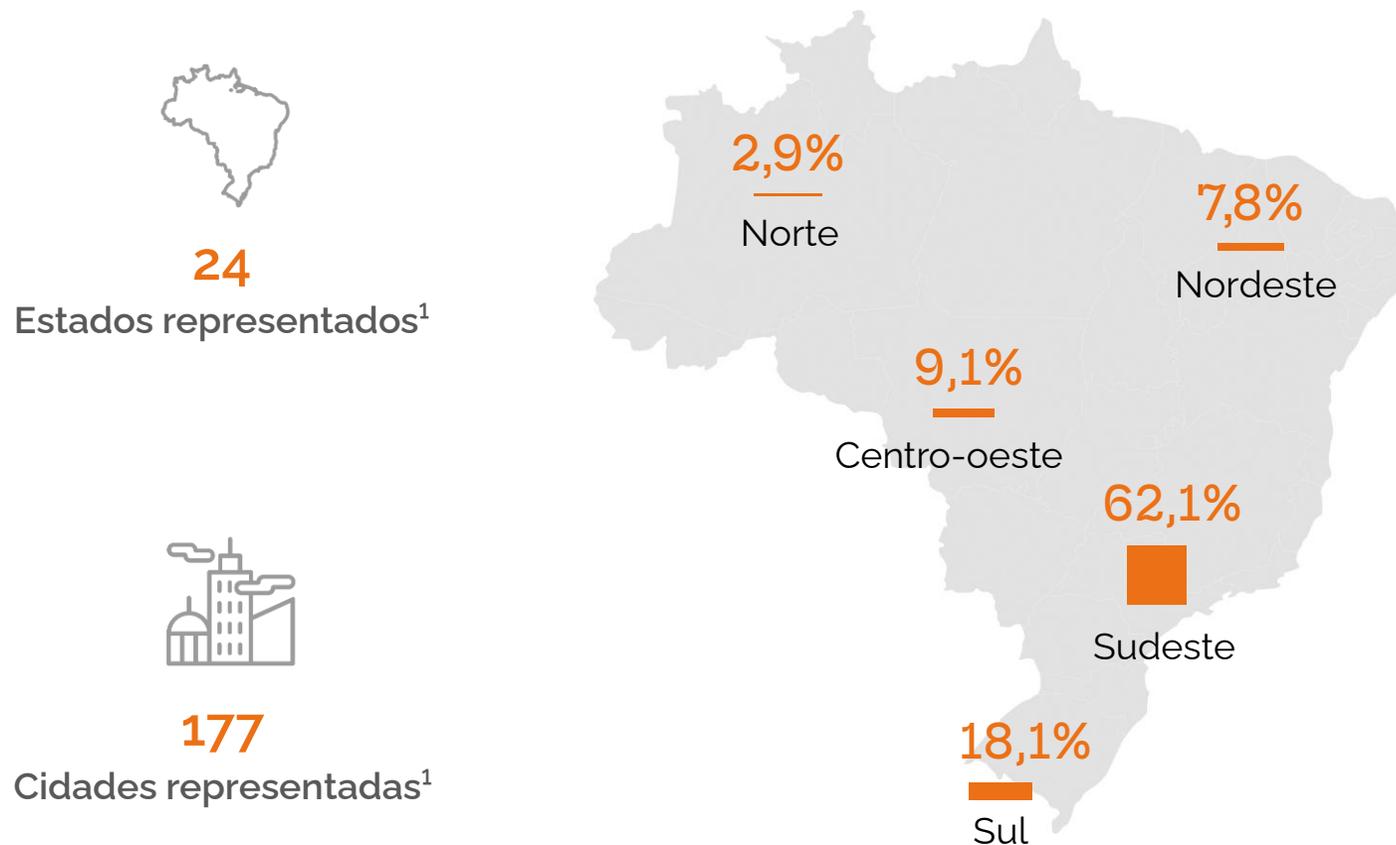
Evolução de visitantes no setor (ano base 2019)¹:



¹Apenas parques e atrações turísticas que já estavam em funcionamento em 2019.
Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2025.

REPRESENTATIVIDADE GEOGRÁFICA DO UNIVERSO ANALISADO

Oferta de parques e atrações turísticas por região¹:



Oferta distribuída entre 24 estados e 177 cidades

“

A concentração de 62,1% dos parques de diversão no Sudeste está diretamente ligada ao peso econômico da região, que reúne os maiores centros urbanos, maior renda disponível e infraestrutura favorável ao consumo de entretenimento e lazer.

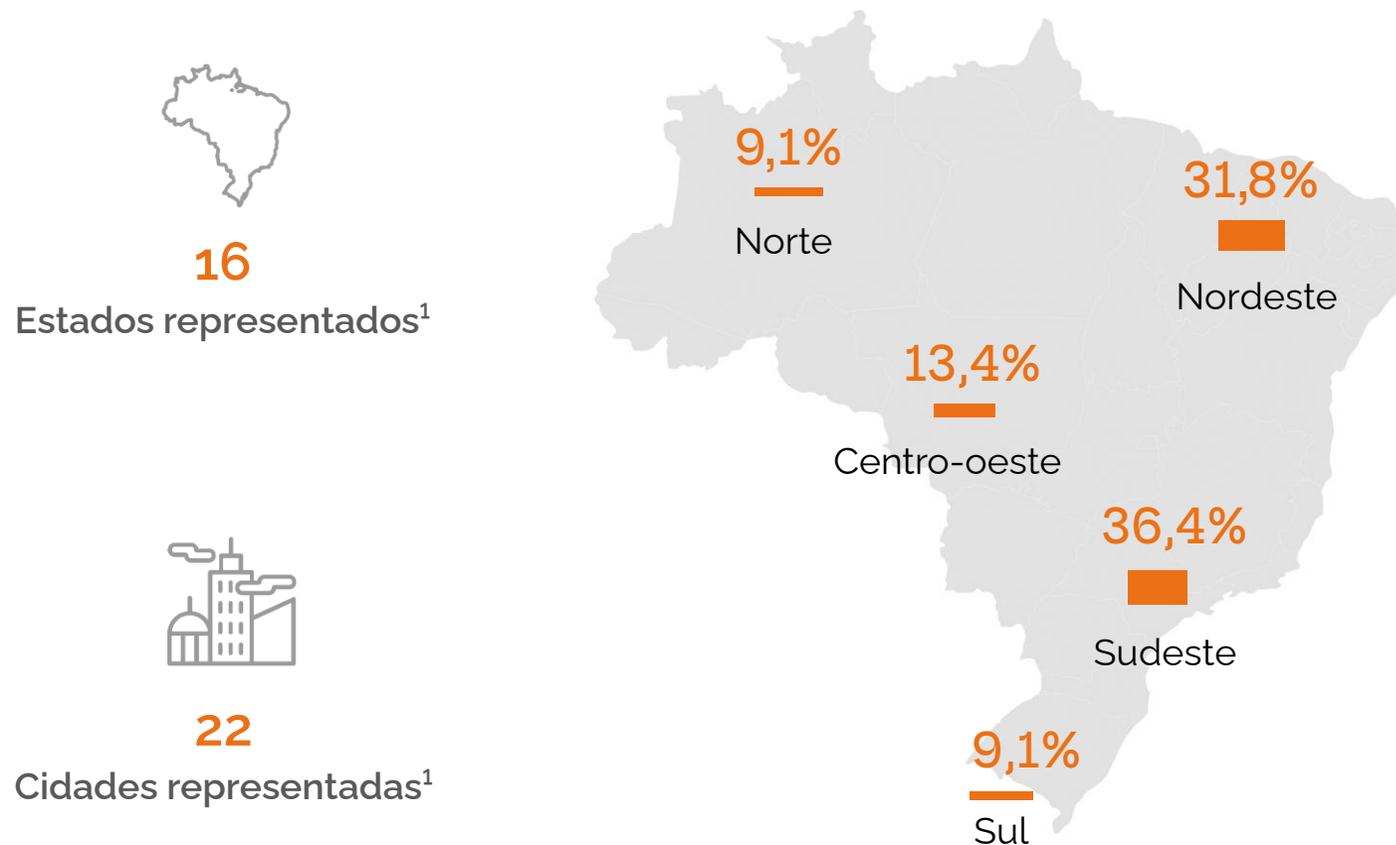
¹Não foram considerados parques itinerantes na análise. Percentuais de respondentes calculados sobre o universo do estudo.
Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2025.

25,3% dos Grupos pretendem expandir nos próximos anos



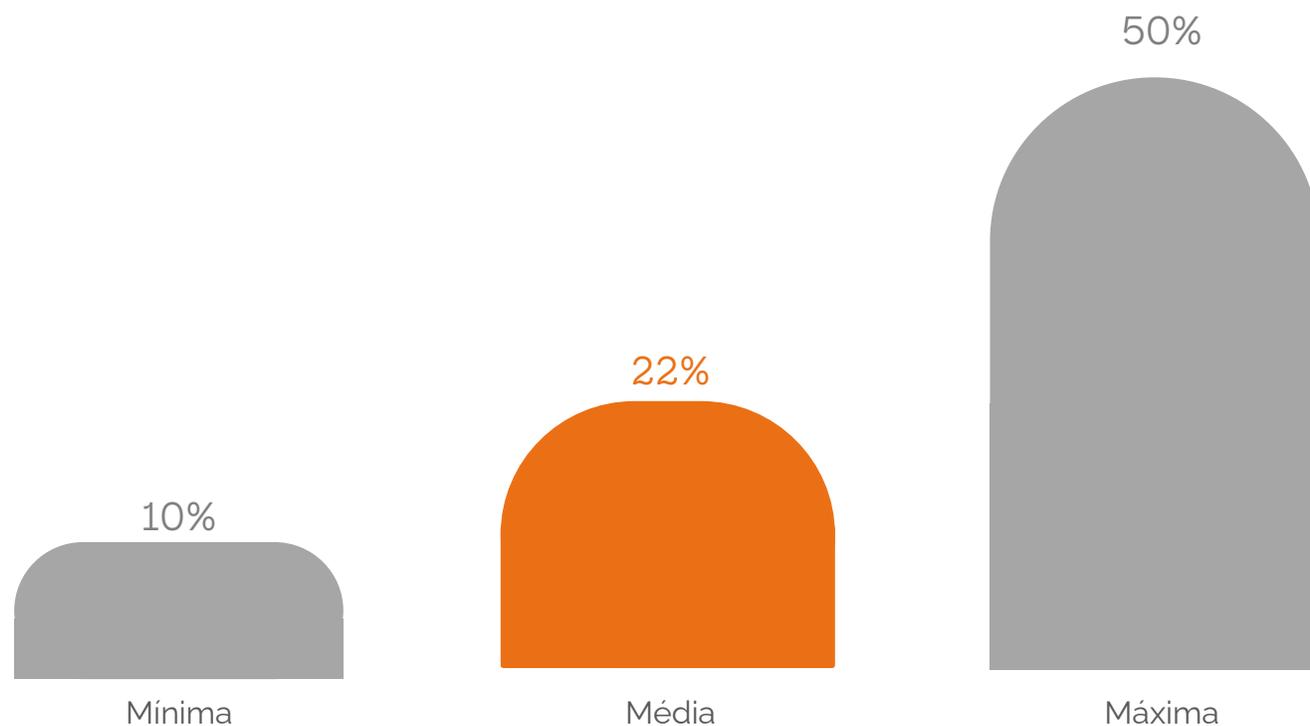
A expansão dos grupos de parques é impulsionada pela combinação de alta concentração populacional, apelo turístico e dinamismo econômico nas capitais e destinos turísticos consolidados, enquanto em cidades menores a estratégia mira o atendimento a demandas locais e regionais.

Expansão de parques e atrações turísticas por região¹:



¹Não foram considerados parques itinerantes na análise. Percentuais de respostas calculados sobre o universo de respondentes. Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2025.

Expectativa mínima de **ROI nominal**
em novos investimentos:



Investimentos em novos parques pedem 22% de retorno médio a.a.

“

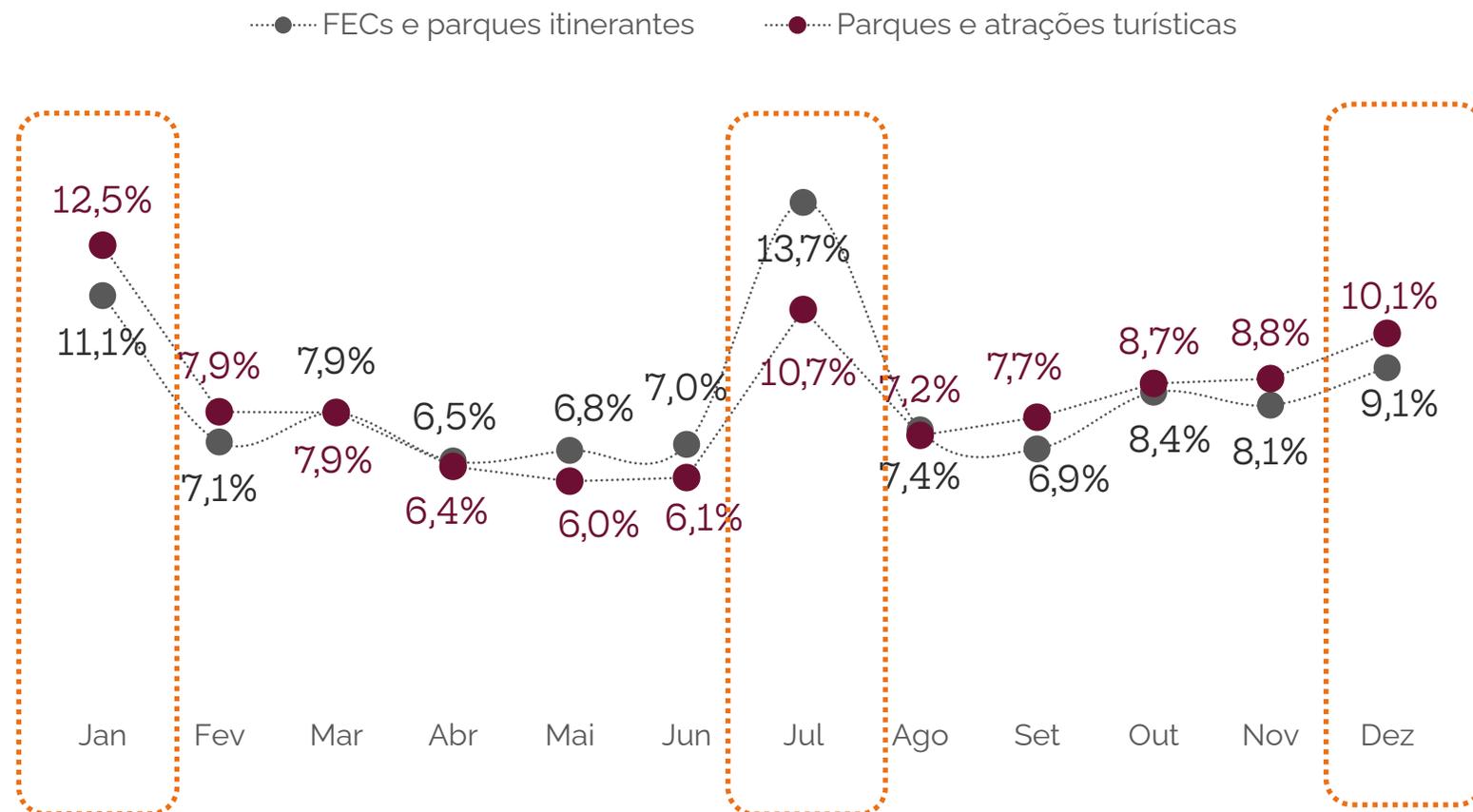
A aprovação de novos investimentos em entretenimento requer ROI médio superior a 20% podendo variar entre 10% e 50% conforme o nível de risco do projeto.

Janeiro e julho são os meses com maior demanda



A comparação entre esta edição e a anterior mostra que a sazonalidade segue concentrada em férias, feriados e finais de semana. Em outubro de 2023, houve pico de demanda nas FECs com 12,3 p.p. da ocupação anual, impulsionado pelo feriado do Dia das Crianças. Em 2024, o mês caiu para 8,7 p.p., aproximando-se dos demais e perdendo destaque.

Sazonalidade de visitantes no setor (2024):



¹Parques de diversão, naturais e atrações turísticas.
Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2025.

Reajuste dos ingressos impulsiona o ticket per capita

Ticket per capita (2024):



Ticket per capita total



Ingressos²



Alimentos e bebidas
(gestão própria)



Alimentos e bebidas
(gestão terceira)



Outros³

Parques¹ e
atrações
turísticas

R\$ 137

R\$ 79

R\$ 34

R\$ 24

R\$ 18

FECs e
parques
itinerantes⁴

R\$ 63

R\$ 43

R\$ 17

R\$ 0

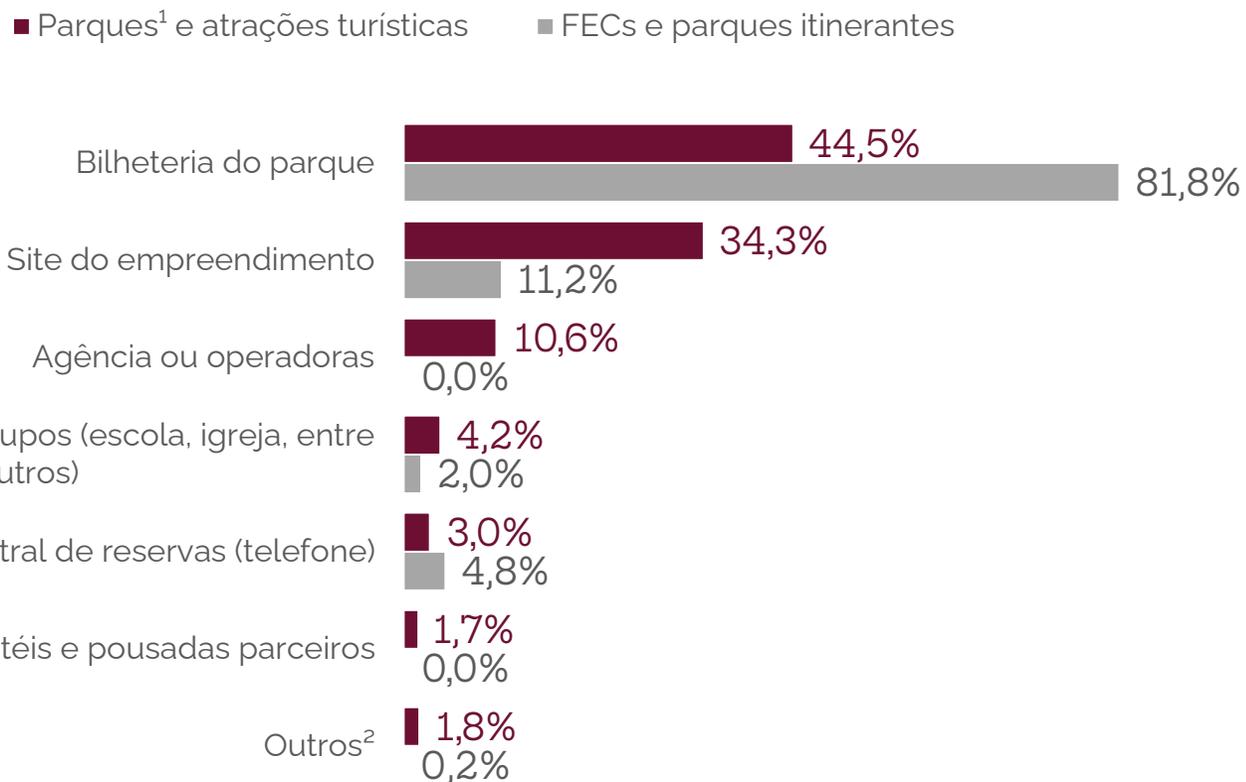
R\$ 3

¹Parques de diversão, temáticos, naturais e atrações turísticas. Total de parques na análise: 84 respondentes. ²Entrada ao empreendimento, *fast pass*, passaporte anual, etc. Para FECs foi considerado o valor médio por recarga. ³*Souvenirs*, estacionamento, alugueis de equipamentos, etc. ⁴Total de parques na análise: 210 respondentes. FECs e parques de trampolim não possuem uma grande oferta de alimentos e bebidas.

Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2025. Análise com base apenas no total de questionários respondidos.

CANAL DE VENDA

Representatividade de cada canal de venda (2024):



¹Parques de diversão, naturais e atrações turísticas.
Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2025.

²Outros canais como hotéis, pousadas e demais parceiros.

As vendas diretas seguem como o principal canal de compra

“

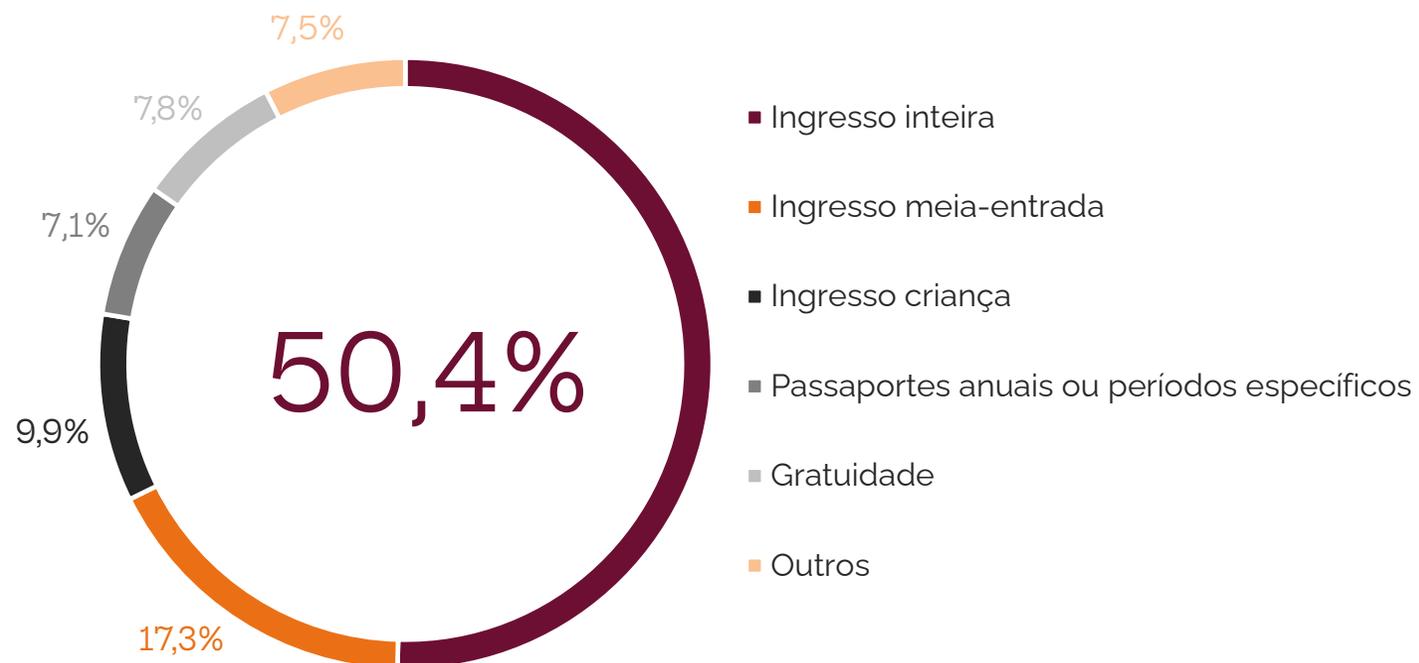
A venda por canais diretos é mais vantajosa por não envolver comissões. Parques e atrações turísticas têm avançado nesse sentido, ampliando a participação desses canais em relação a 2023 (+10 p.p.).

Compras de ingresso inteira chegam a meta das vendas

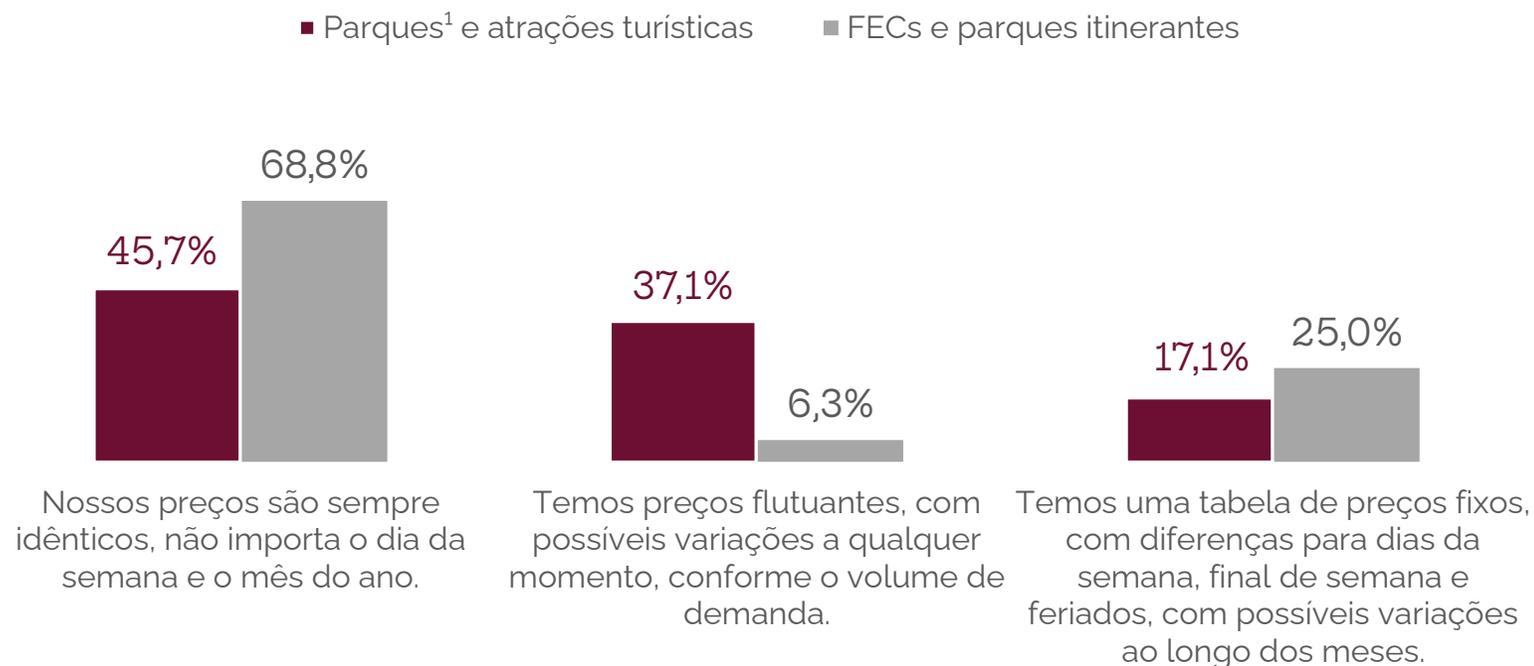


Apesar da introdução de passaportes familiares com preços reduzidos, a venda de ingressos inteiros ainda representa a maior parcela, respondendo por cerca de metade das vendas.

Representatividade por tipo de ingresso vendido em parques e atrações turísticas (2024):



Percentual do total de empreendimentos por tipo de política tarifária (2024):



¹Parques de diversão, naturais e atrações turísticas.
Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2025.

Há potencial para investir mais em gestão de receitas



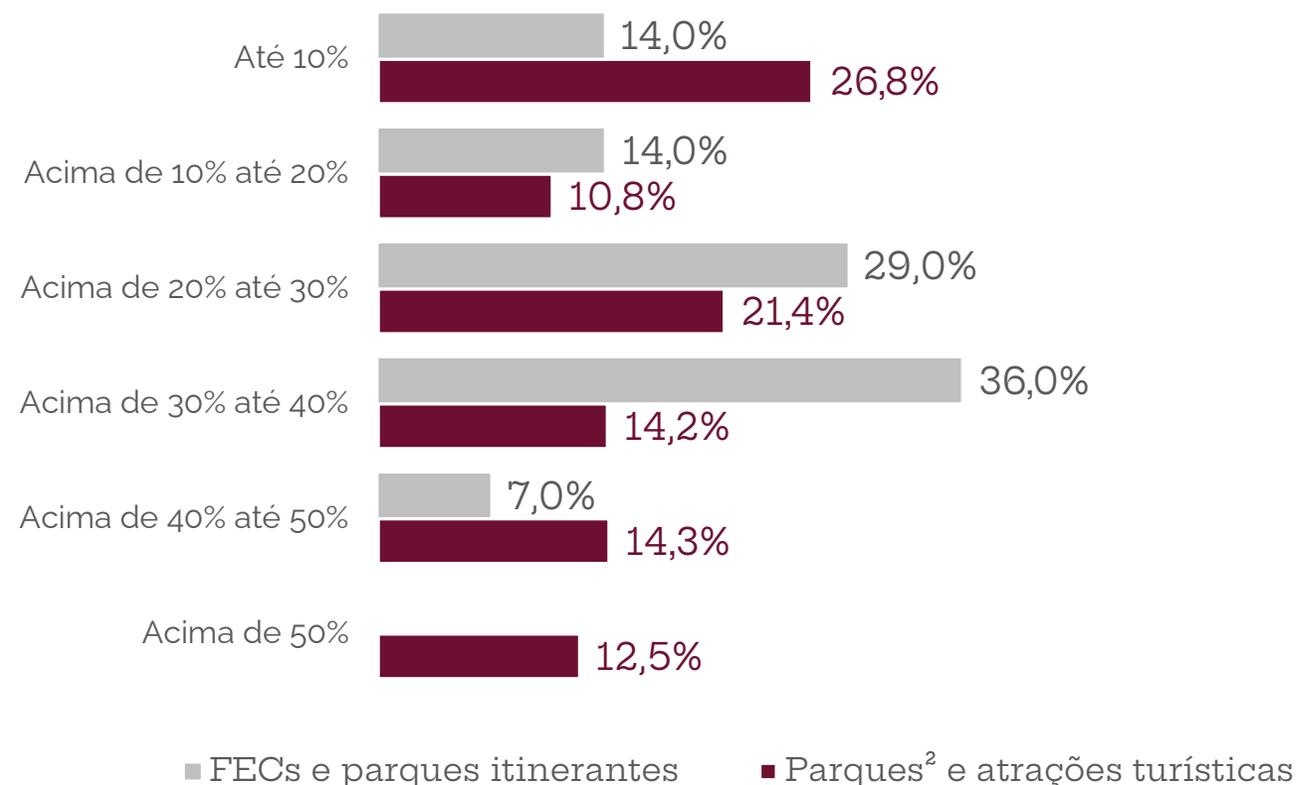
A adoção de preços dinâmicos e estratégias de gestão de receita é fundamental para otimizar o desempenho financeiro dos parques. Essa prática permite ajustar valores conforme a demanda prevista, contribuindo para maximizar a receita por visitante, reduzir ociosidade e melhorar a previsibilidade do fluxo de caixa.

Parques e atrações turísticas possuem maior margem EBITDA



Mais de 40% dos parques entregam ao menos entre 30% e 40% de EBITDA ao ano, faixa de rentabilidade que também concentra as respostas das FECs. Com o fim do PERSE, será fundamental adotar estratégias focadas em aumento de receita e controle de custos para não comprometer margens em 2025.

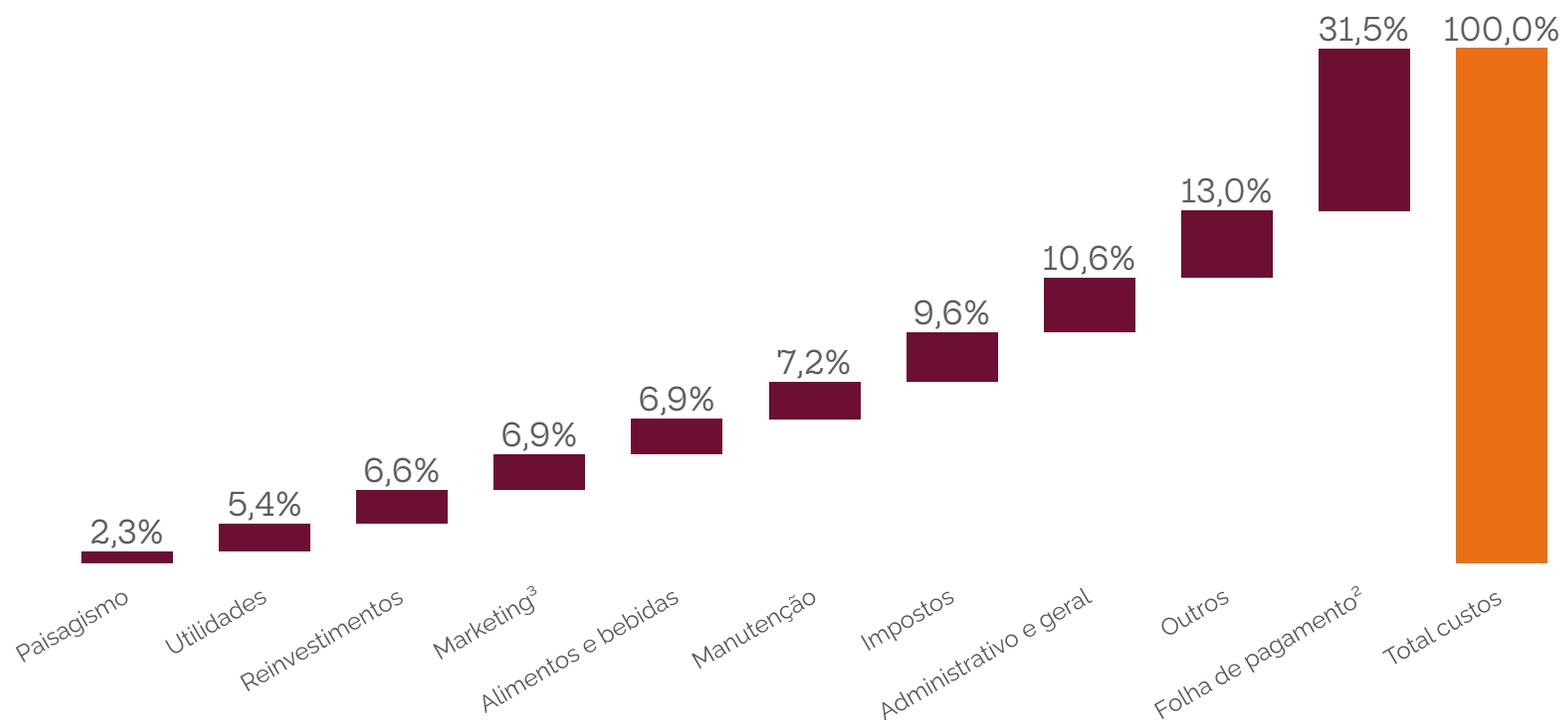
Margem EBITDA (2024)¹:



¹EBITDA: lucros antes de juros, impostos, depreciação e amortização (também conhecida como Lajida). ²Parques de diversão, temáticos, aquáticos e naturais.
Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2025.

CUSTOS E DESPESAS

Representatividade dos custos e despesas sobre a receita bruta de parques¹ e atrações turísticas:



¹Parques de diversão, naturais e atrações turísticas.

²Incluindo equipe fixa e terceiros. ³Com comissões, *royalties* e licenciamento de marca.

Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2025.

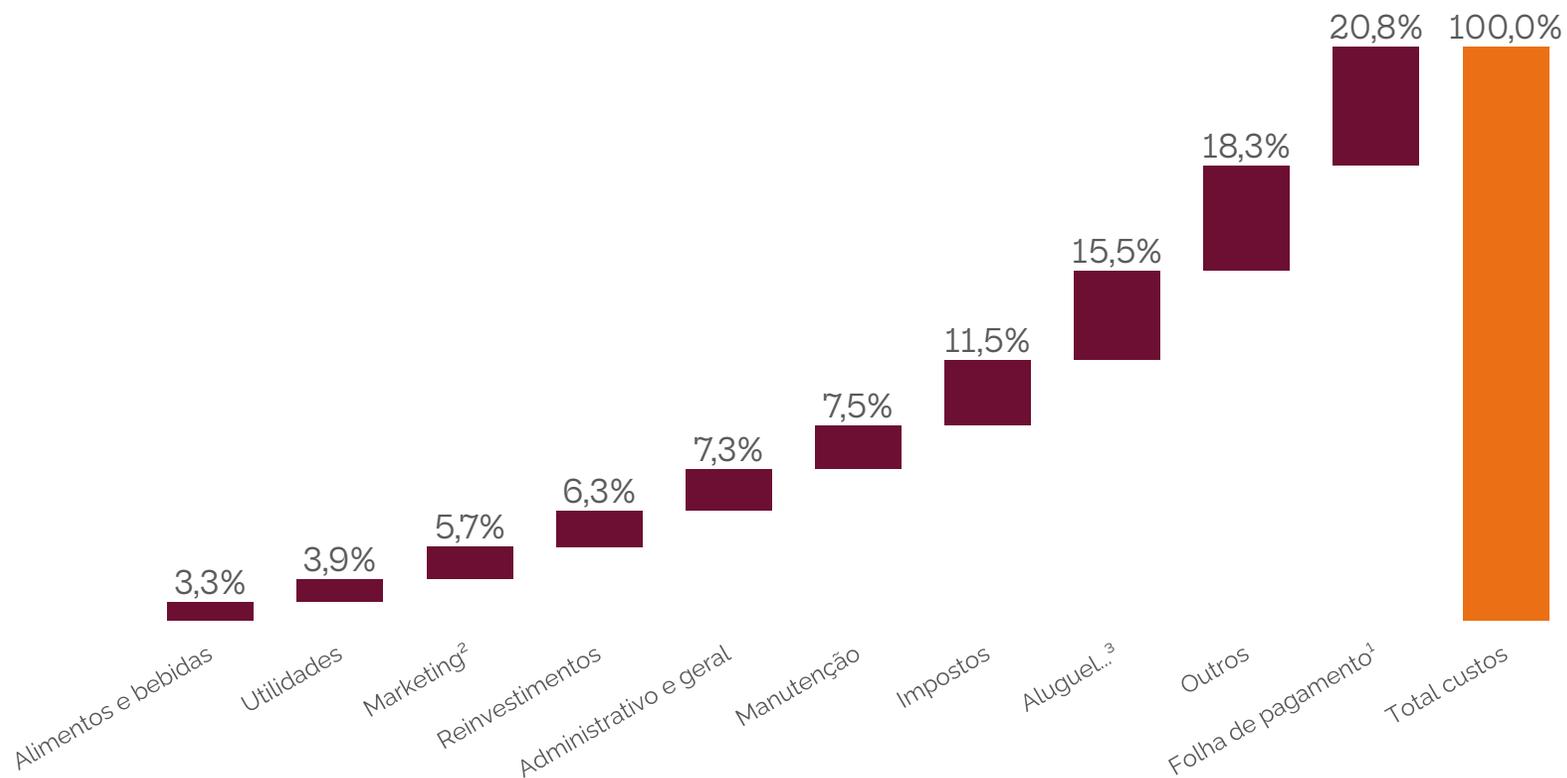
Folha de pagamento representa em média 31% dos custos



A folha de pagamento representa um custo significativo, equivalente a 31,5% do total. Já os impostos, que alcançam 9,6% dos custos, reforçam o impacto da carga tributária no setor. A manutenção também se destaca, essencial para a segurança e a preservação da qualidade das atrações.

CUSTOS E DESPESAS

Representatividade dos custos e despesas sobre a receita bruta de **FECs e parques itinerantes:**



¹Incluindo equipe fixa e terceiros. ²Com comissões, royalties e licenciamento de marca. ³Aluguel, condomínio e fundo de promoção
Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2025.

Aluguel, condomínio e fundo de promoção pesam nos custos



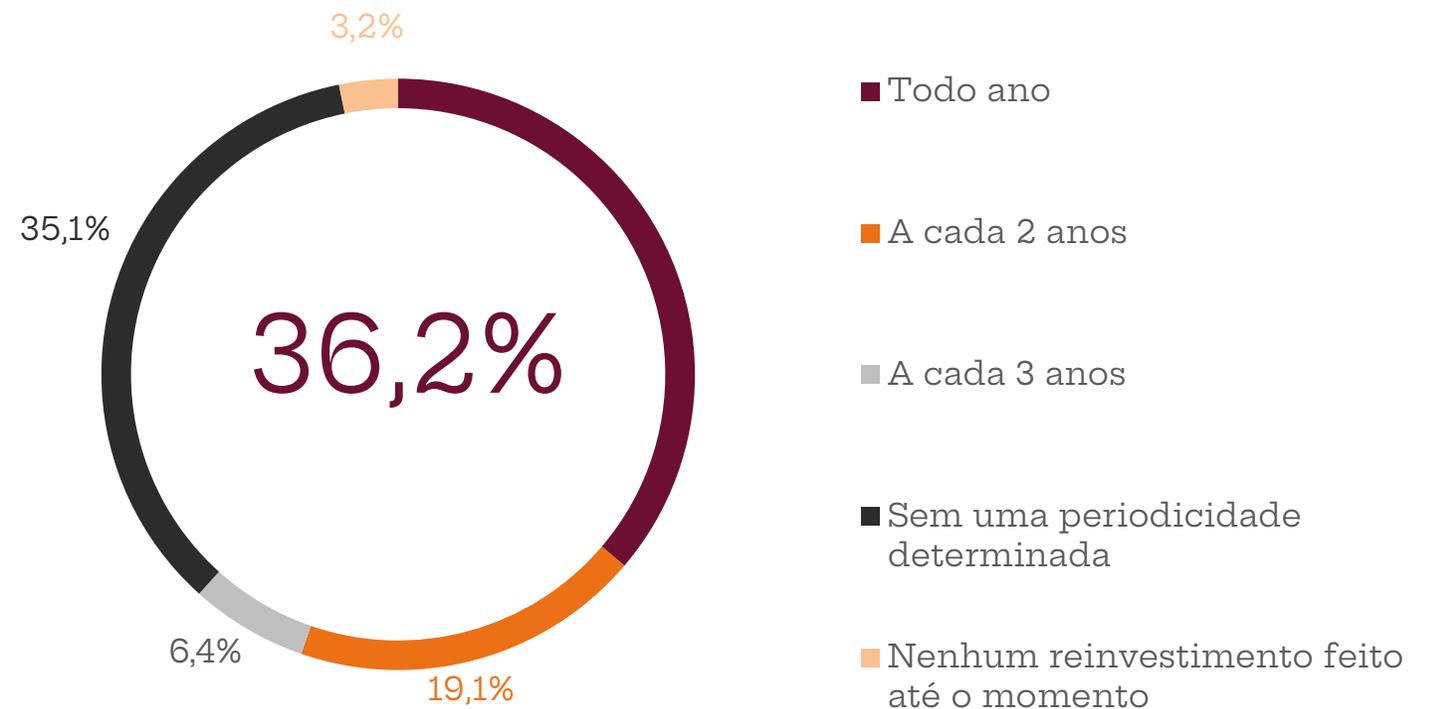
Nas FECs e parques itinerantes, o custo com folha de pagamento é menor, pois essas operações demandam menos funcionários. Em contrapartida, aluguel, condomínio e fundo de promoção, que somam 15,5% dos custos, refletem a forte dependência de shoppings, onde as despesas de ocupação e divulgação são mais elevadas.

Reinvestimentos são essenciais para se manter competitivo



Cerca de 36% dos Grupos respondentes realizam reinvestimentos anualmente. Número sobe para 55% considerando investimentos feitos a cada dois anos.

Periodicidade de reinvestimento:

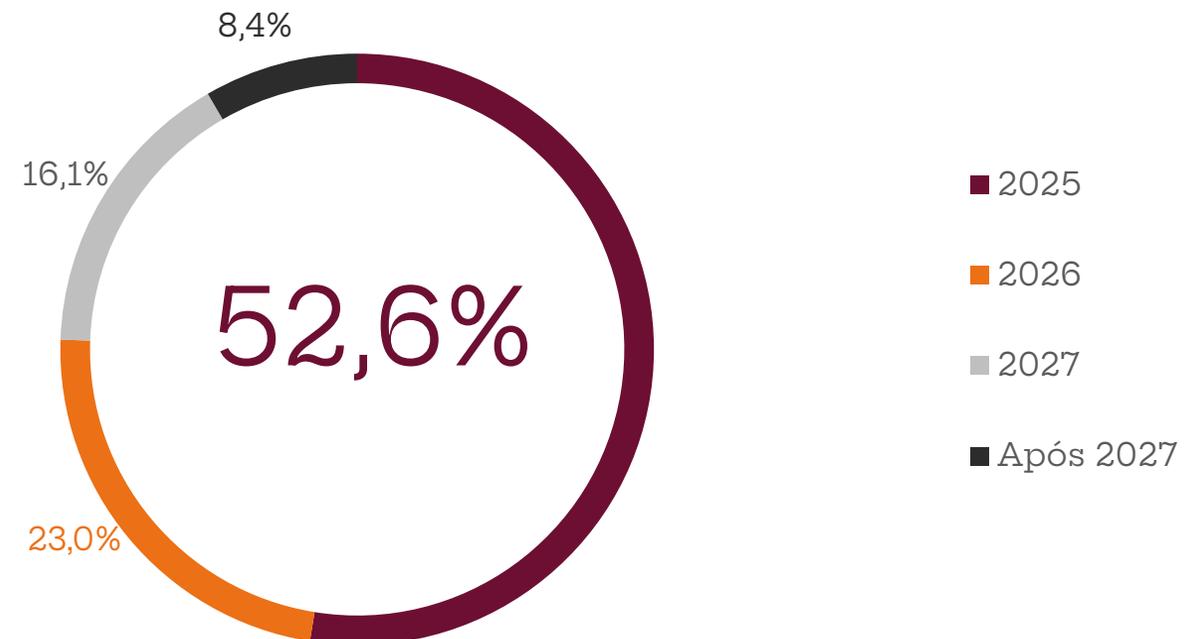


R\$ 2,6 bilhões de reinvestimentos em 218 empreendimentos



79% dos Grupos respondentes preveem reinvestimentos nos próximos anos. Apesar do alto percentual, o número absoluto caiu -55% em comparação com 2023 em razão do fim do PERSE em 2025.

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



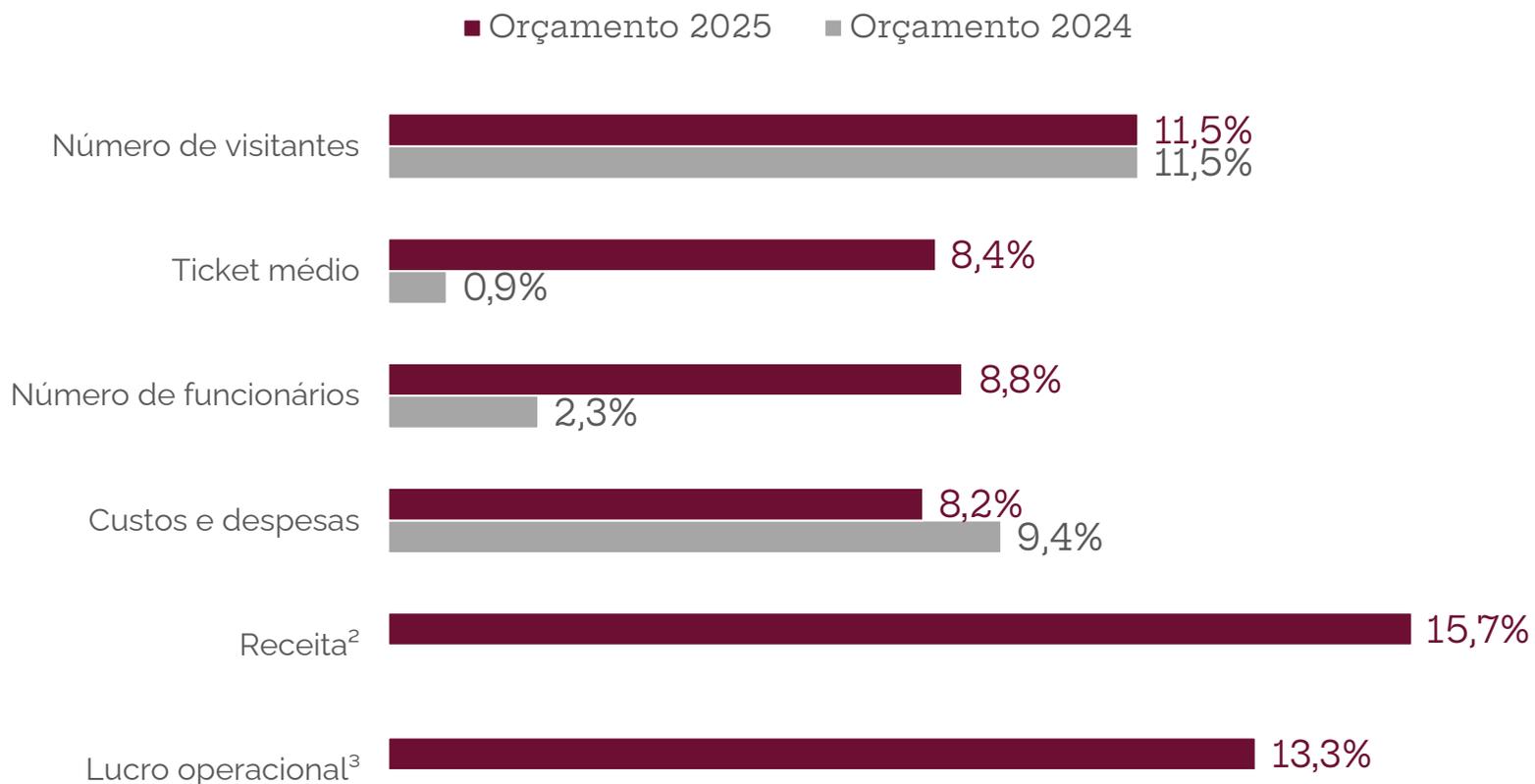
Perspectivas e avaliação do setor

sindepat 

 **Adibra**

 **Noctua**

Perspectiva de evolução percentual (%) no orçamento¹ *versus* o ano anterior:



¹Não foram considerados parques do RS e que tiveram abertura em 2024 na média do crescimento. | ² e ³ Variáveis incluídas a partir da 3ª edição do estudo; por esse motivo, não foi calculada a variação em relação a 2024.

Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2025.

A receita e o lucro operacional devem registrar crescimento de dois dígitos

“

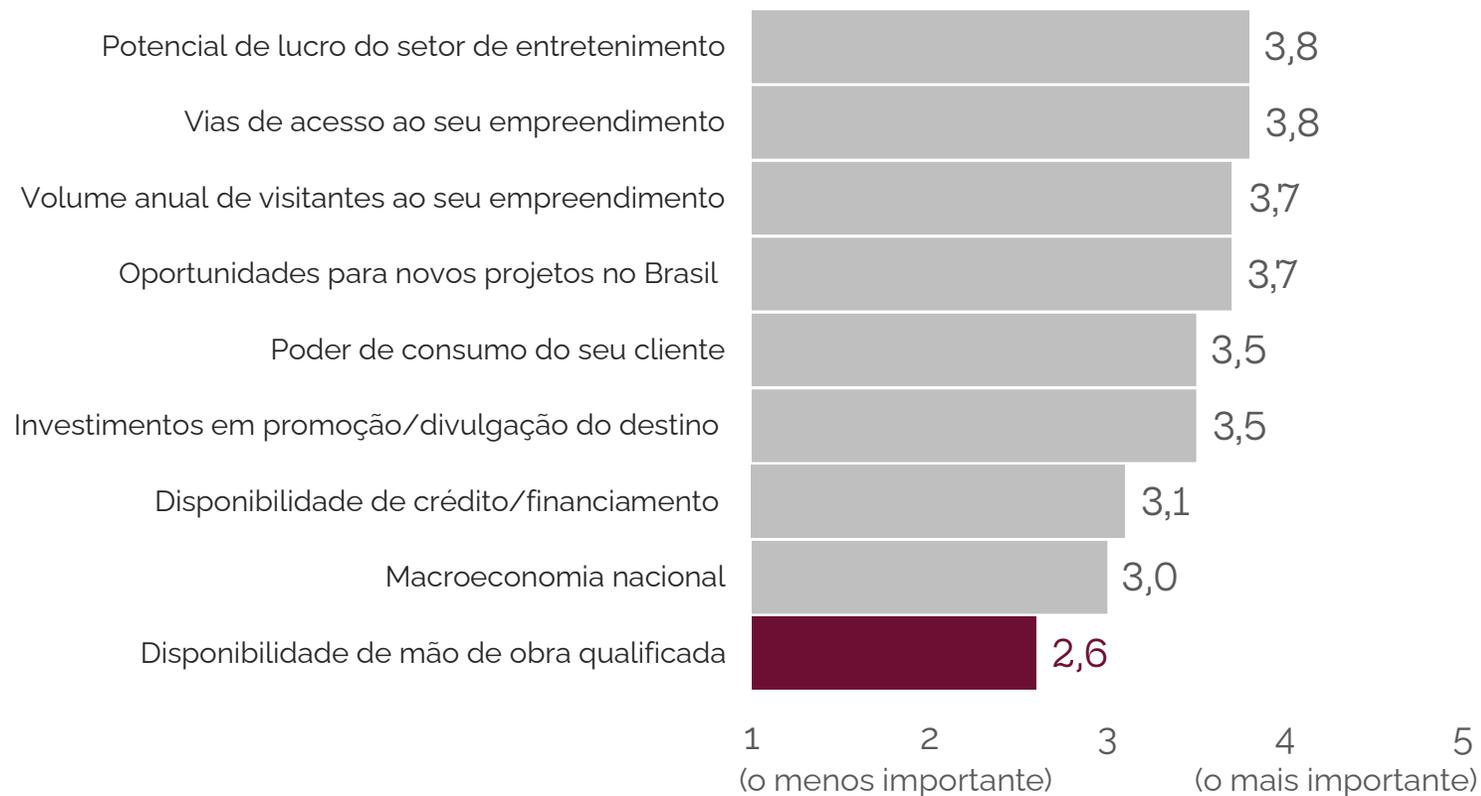
O crescimento da demanda reflete a maturação de novos projetos e os reinvestimentos da oferta atual. Projetos com investimentos significativos chegam a crescer dois dígitos em visitação e/ou ticket médio.

O setor mantém confiança para o crescimento de visitantes em 2025



Apesar da baixa confiança no cenário macroeconômico, o setor de entretenimento mantém uma postura otimista. Além disso, a busca por mão de obra qualificada e a carência de financiamento seguem como preocupações constantes para os empreendedores do setor.

Avaliação de pontos estratégicos de impacto no setor¹:



¹Média em uma escala de 1 (totalmente negativo) a 5 (totalmente positivo).
Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2025.

854 empreendimentos e +138 milhões de visitantes

Grandes números | Setor pujante e ainda em crescimento

- Mais de 40 mil empregos diretos fixos, incluindo os terceirizados. E 150 mil indiretos.
- Expectativa de crescimento de visitantes em 11,5% para 2025.
- Reinvestimentos previstos mais tímidos com o fim do PERSE



+138 milhões
visitantes



R\$ 8,4 bi
faturamento



R\$ 2,7 bi
em reinvestimentos
previstos



Setor segue em
crescimento.

Porém, reinvestimentos
caem em razão do fim do
PERSE.





Novos investimentos

78 projetos identificados.
+R\$ 9,4 bi em investimentos

Projetos identificados

Estágio de desenvolvimento

Perfil da demanda

Principais *insights*

78 novos empreendimentos em desenvolvimento no país



Na segunda edição do estudo, foram mapeados 97 projetos em desenvolvimento. Em 2024, foram inaugurados 36 projetos, enquanto 17 foram descontinuados. Na edição atual, outros novos 34 projetos foram anunciados, resultando em um saldo de 78 negócios em estruturação.

Novos projetos identificados

sindepat 

 **Adibra**

 **Noctua**

Total de 78 novos empreendimentos identificados

“

+R\$ 2,1 bilhões¹ em novos projetos mapeados nesta edição

NOVOS PROJETOS IDENTIFICADOS



78

total de novos projetos

36

responderam os questionários



15

parques de diversão/temáticos

6

responderam os questionários



23

parques aquáticos

11

responderam o questionário



6

FECs² e parques de trampolim

1

respondeu o questionário



31

atrações turísticas

15

responderam os questionários



3

parques naturais³

3

responderam os questionários

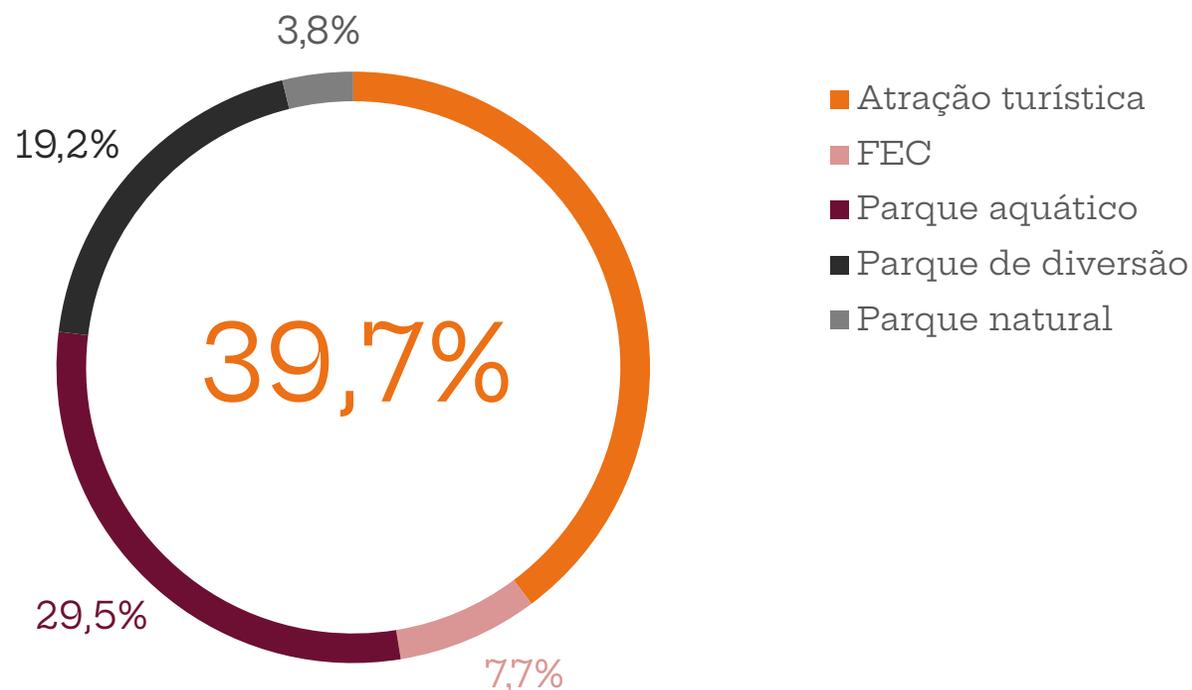
¹Para os grupos que não responderam à pesquisa, a Noctua complementou as informações com dados públicos disponíveis na internet e com dados históricos de edições anteriores.

²Centro de entretenimento familiar. ³Parques privados.

Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2025.

DISTRIBUIÇÃO DOS NOVOS PROJETOS

Distribuição dos novos investimentos por número de projetos:



Empreendimentos com apelo turístico estão entre os líderes



Entre as 36 inaugurações registradas no ano anterior, 42% correspondem a FECs, 28% a parques de diversão e aquáticos, 25% a atrações turísticas e 6% a parques sob concessão que entraram em operação. Já entre os novos empreendimentos mapeados, 50% são atrações turísticas e 41% correspondem a parques de diversão ou aquáticos.

Entretenimento ganha força como âncora de projetos imobiliários



Nas duas edições anteriores, 39% dos parques em construção previam projetos turístico-imobiliários. Neste ano, o percentual subiu para 47,4%, reforçando a tendência do entretenimento como âncora em projetos hoteleiros, com *timeshare* e/ou multipropriedade.

Negócios ofertados junto aos projetos (exceto FECs e parques itinerantes):

52,6%

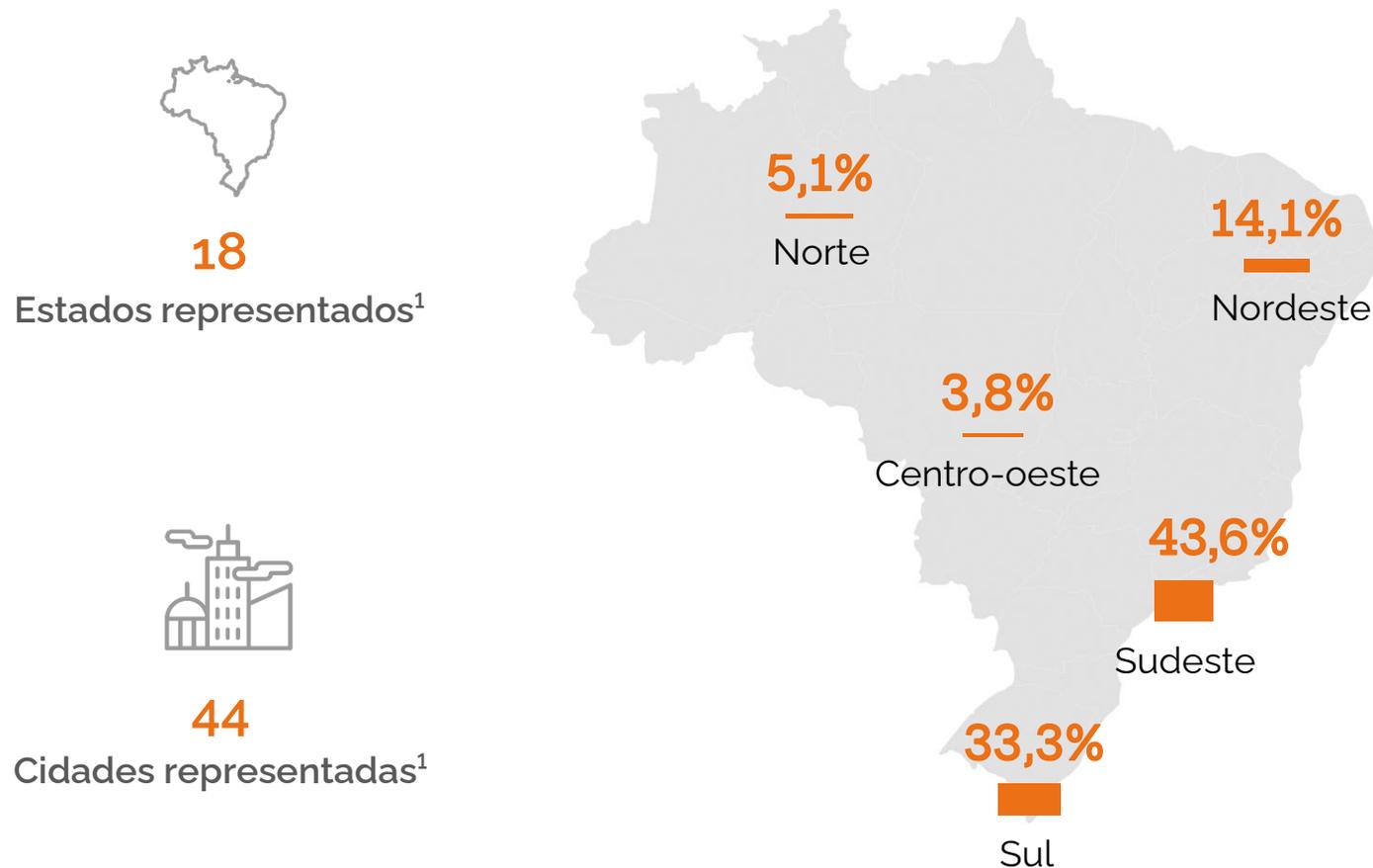
Apenas
entretenimento

47,4%

Entretenimento
com hotelaria,
timeshare ou
multipropriedade

DISTRIBUIÇÃO GEOGRÁFICA DOS NOVOS PROJETOS

Oferta de parques e atrações turísticas por região¹:



Dispersão por 18 estados e 44 cidades do país

“

Novos empreendimentos estão surgindo em diversas regiões do país. O Sul e o Sudeste, por concentrar os principais polos econômicos, lideram a expansão com parques maiores. Já no Norte, Nordeste e Centro-Oeste, ganham destaque os parques aquáticos e atrações turísticas, como rodas-gigantes.

¹Não foram consideradas FECs.
Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2025.

VOLUME DE INVESTIMENTO EM NOVOS PROJETOS

R\$ 9,4 bilhões serão investidos em 78 projetos

Estimativas previstas para os próximos anos:



R\$ 9,4 bilhões

em novos projetos
identificados



15 mil

empregos diretos fixos
estimados

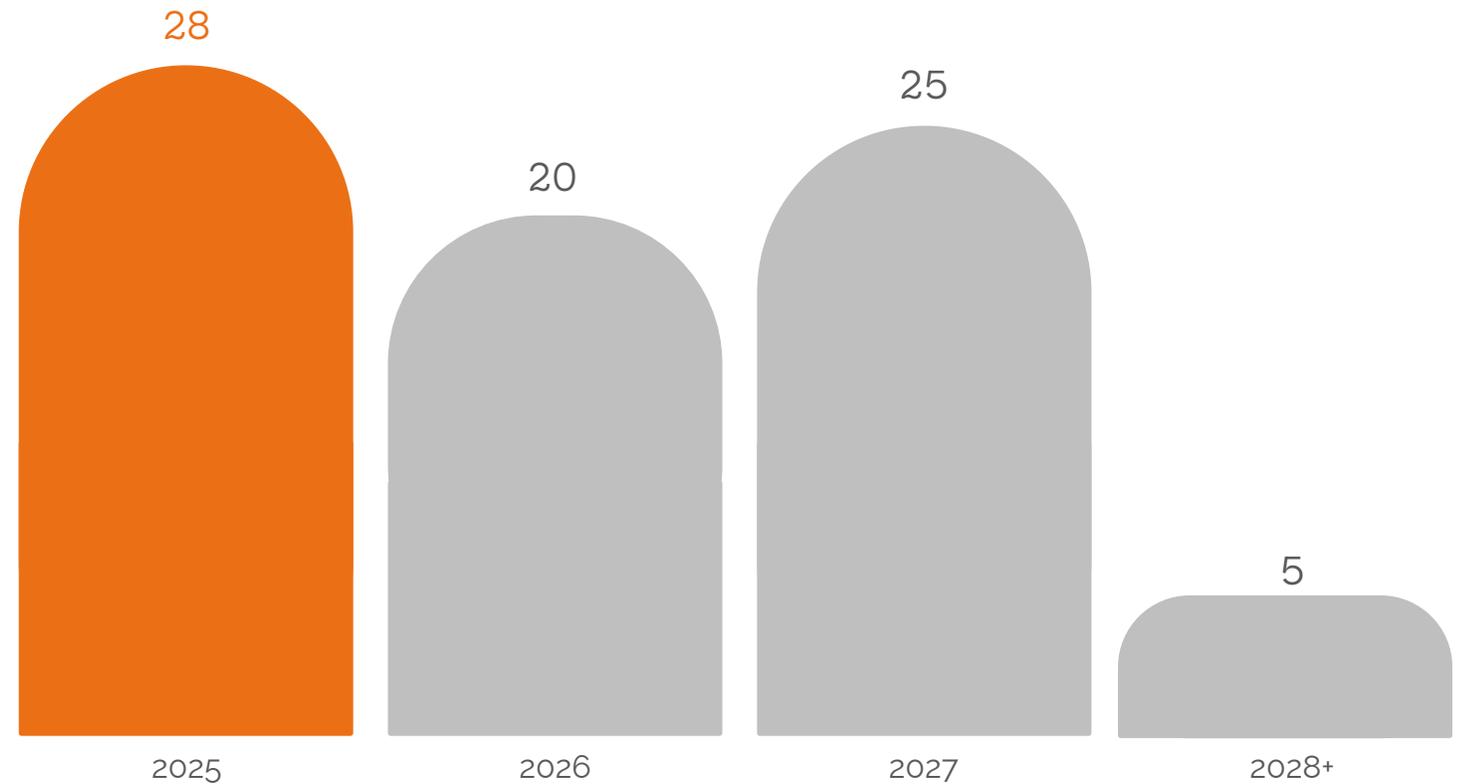


36% das aberturas concentram-se ainda em 2025

“

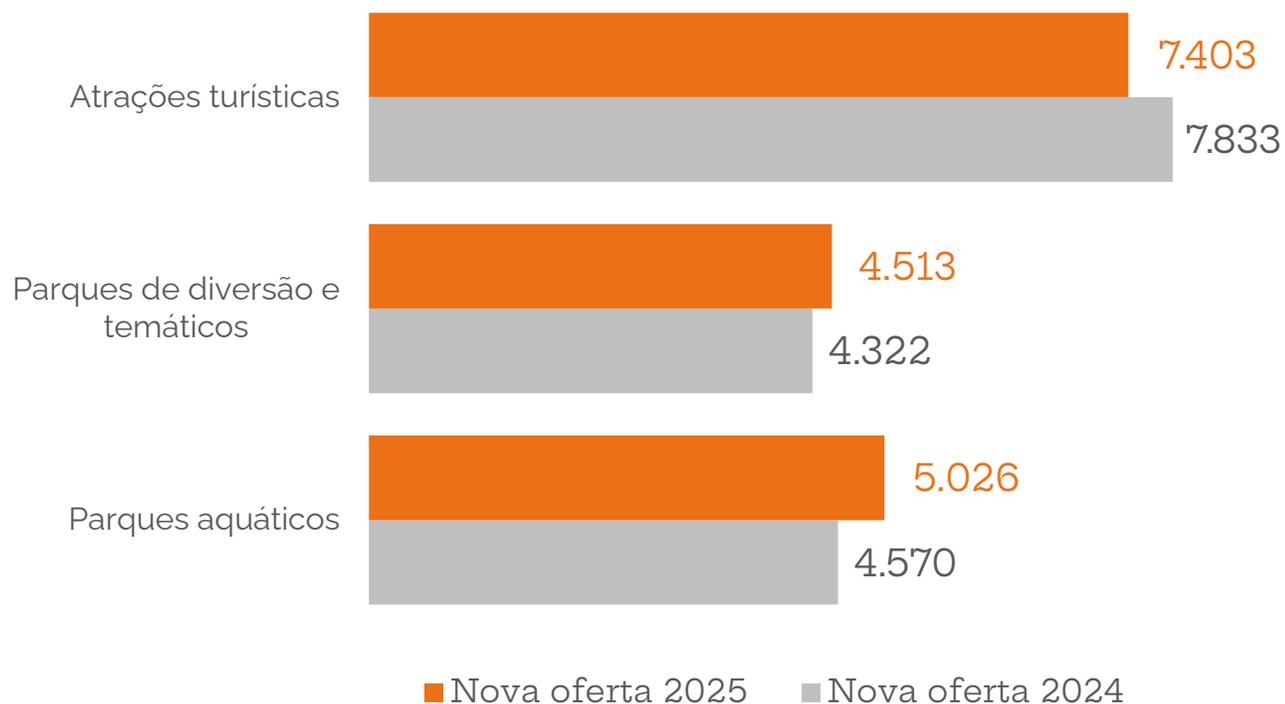
A maior parte dos projetos mapeados já possui parte do capital necessário para viabilizar a construção. Esse perfil explica a concentração de inaugurações previstas nos próximos 3 anos.

Aberturas previstas por ano em número de empreendimentos:



CAPACIDADE DIÁRIA DE VISITAÇÃO

Capacidade¹ média diária de visitação por empreendimento (em nº de pessoas):



¹Não foram considerados FECs e parques naturais.
Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2025.

Parques de maior porte demandam mais tempo para inauguração

“

Desde a edição anterior, foram inaugurados pelo menos 10 novos parques aquáticos e de diversão de pequeno e médio porte, enquanto os maiores seguem em desenvolvimento. Entre os novos, 33% supera a média de capacidade.

Perfil da demanda

sindepat 

 **Adibra**

 **Noctua**

Predominância de família com crianças por todo país

Perfil almejado predominante dos respondentes¹:

Renda familiar



Classe B, com renda domiciliar entre R\$ 7,1 mil e R\$ 22 mil

Faixa etária



Crianças de até 10 anos a adultos entre 30 e 59 anos

Residência



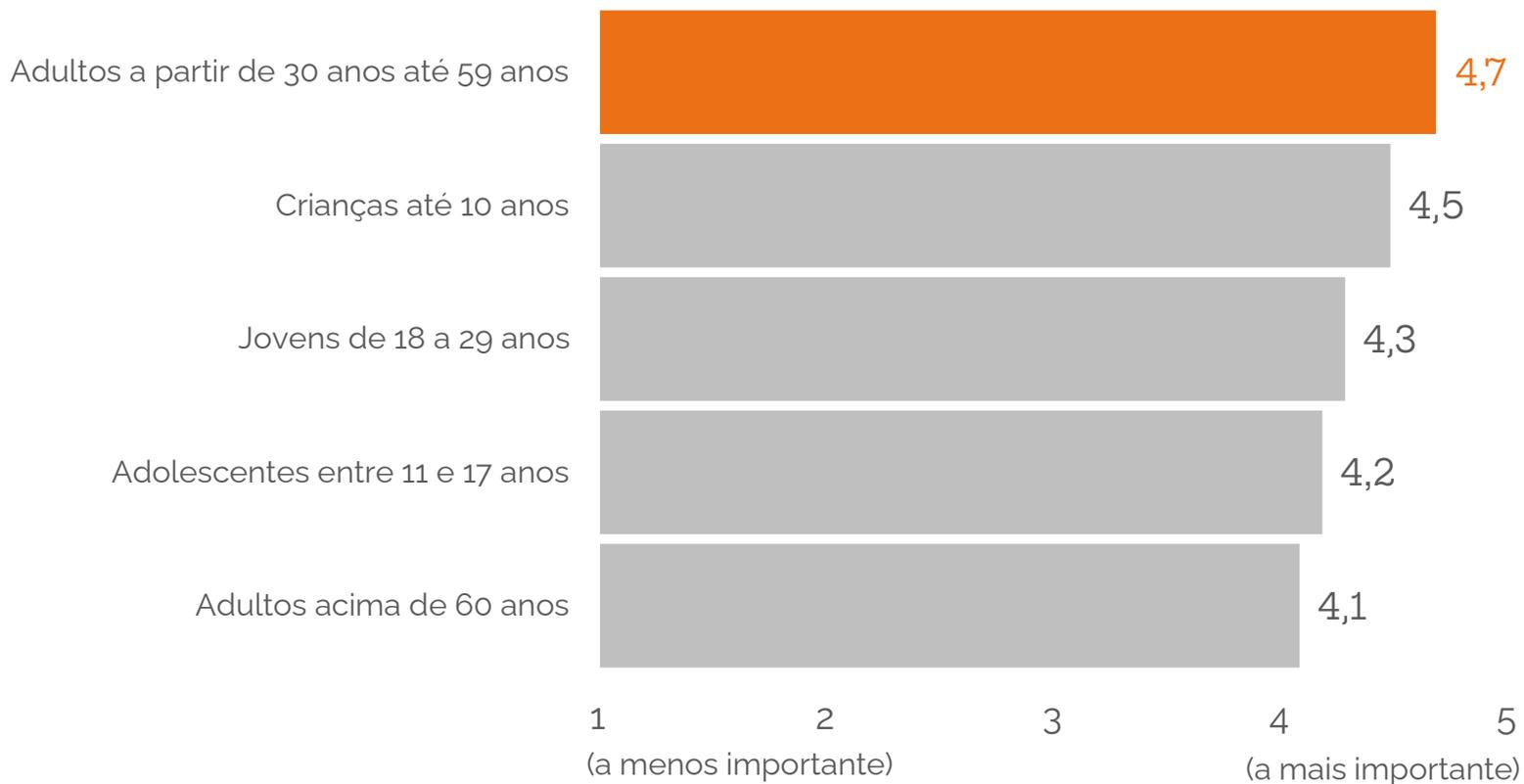
Local e regional

Para parques e atrações turísticas, o público mais relevante é da classe B, com a participação de demanda local e regional, em residência permanente até 500 km dos estabelecimentos. Nas FECs, a origem dos visitantes é majoritariamente local. 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 e parques naturais privados.
Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2025.

FAIXA ETÁRIA

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



Famílias com crianças continuam sendo o principal enfoque



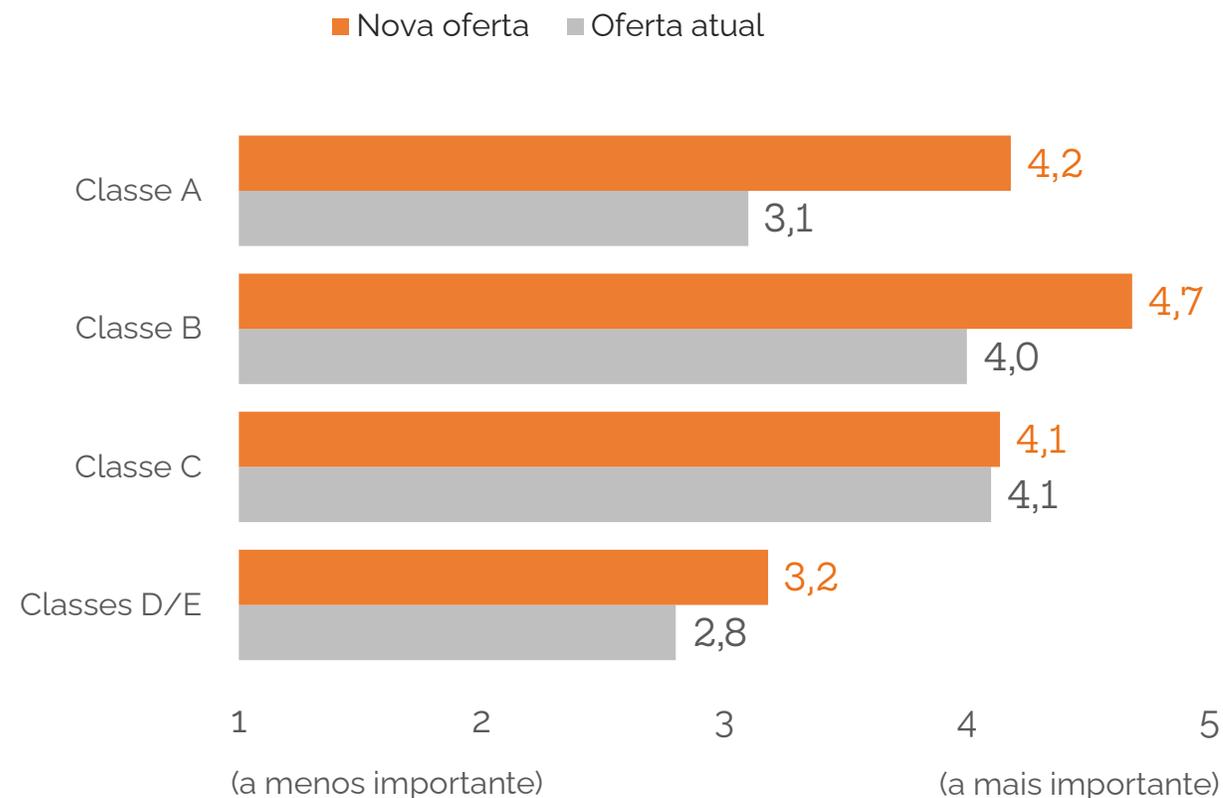
Embora voltados a diferentes públicos, muitos dos novos empreendimentos mantêm o foco principal em famílias com crianças de até 10 anos.

Os novos projetos buscam um público com maior nível de renda



Embora os empreendimentos existentes contem majoritariamente com as classes B e C, os projetos futuros demonstram uma estratégia clara de diversificação, incluindo o público de maior poder aquisitivo.

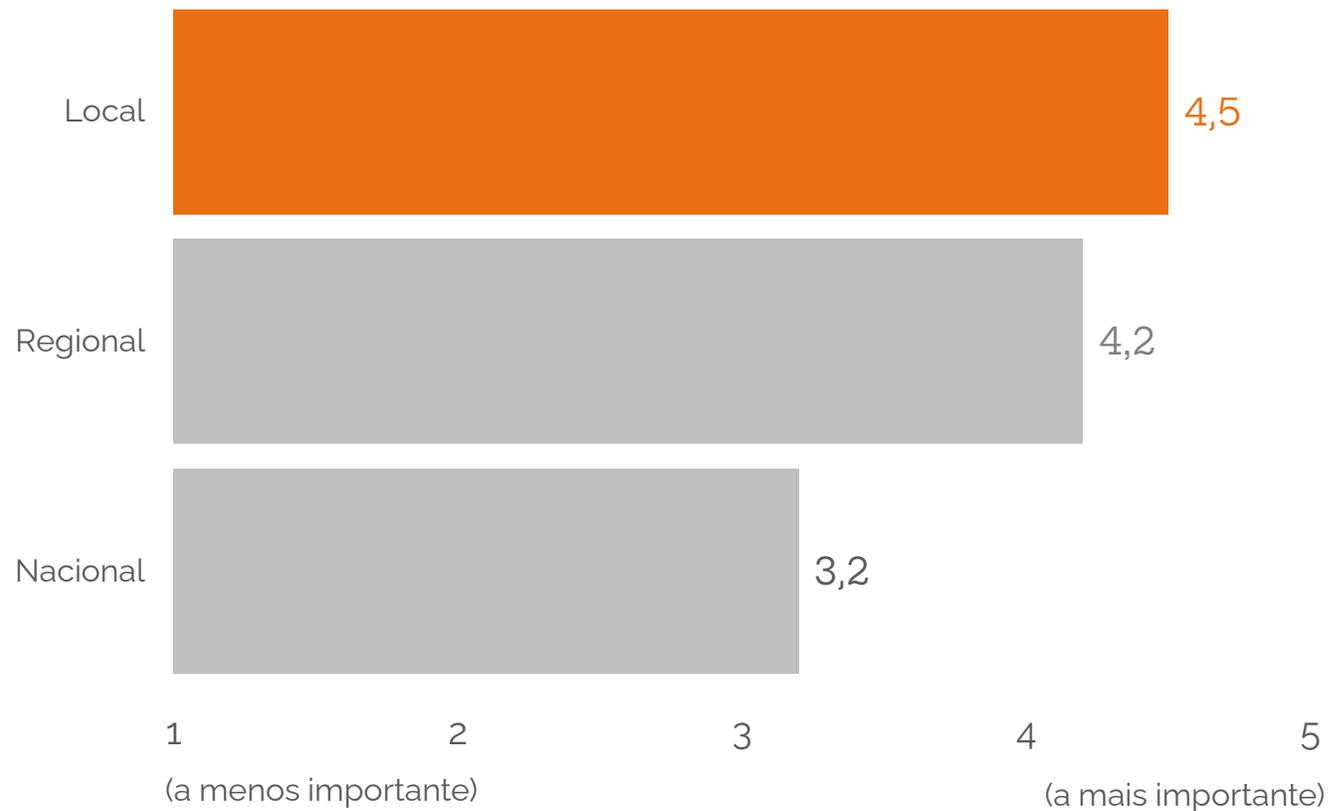
Relevância de cada **classe social** na demanda potencial do projeto¹:



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).

ORIGEM GEOGRÁFICA

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



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, 2025.

Público local é o mais relevante em projetos novos



A concentração no público local está relacionada ao perfil dos novos investimentos, dos quais 50% são atrações turísticas como rodas-gigantes e teleféricos, além de parques de menor porte. Já nos empreendimentos maiores, a demanda tende a ser mais ampla, com alcance regional e, em alguns casos, nacional.

Estágio de desenvolvimento

sindepat 

 **Adibra**

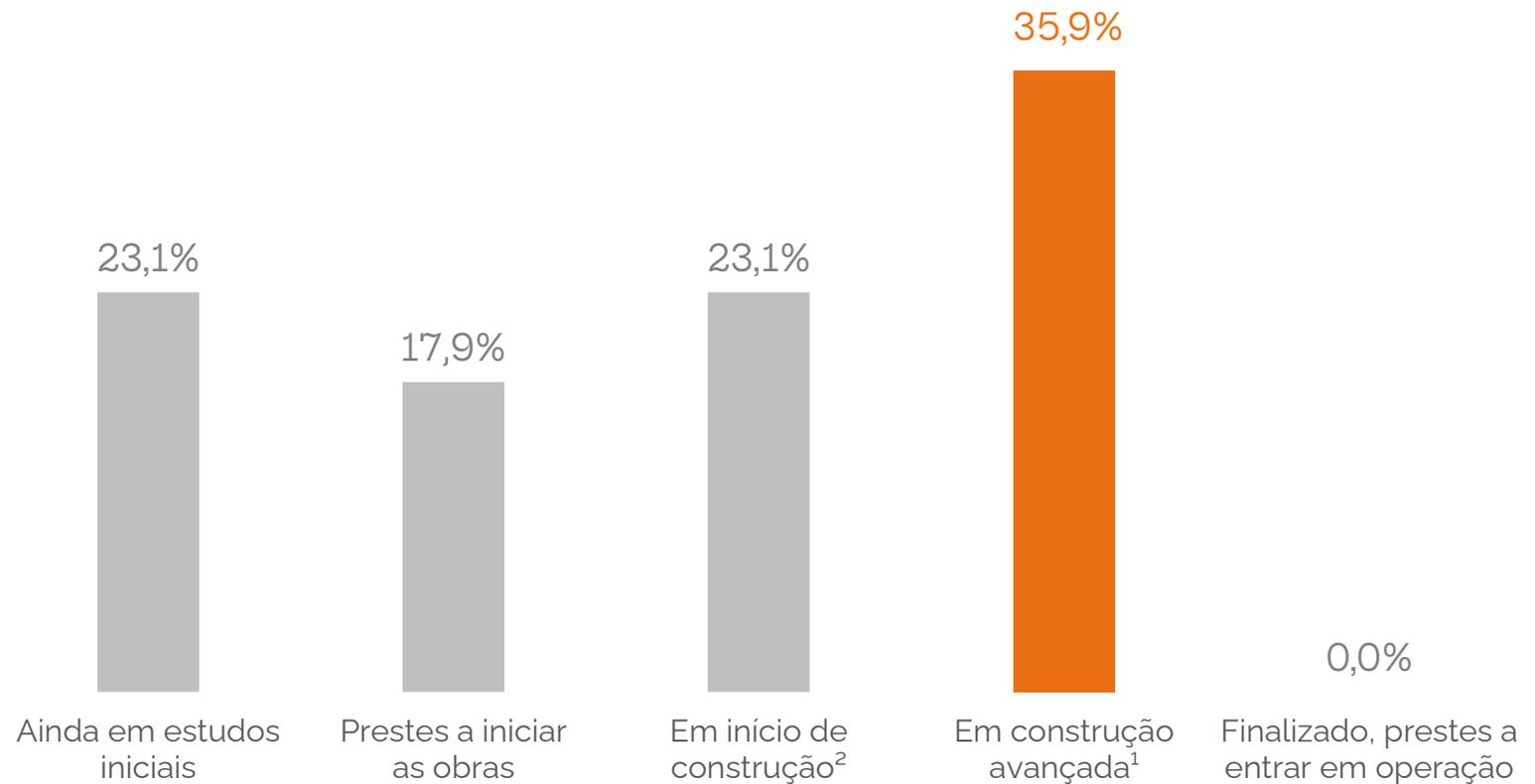
 **Noctua**

A maior parte dos projetos já está em construção avançada



Cerca de 59% dos projetos estão atualmente em início de construção ou em estágio avançado, enquanto a minoria, representando 23,1%, encontra-se na fase de estudo de viabilidade.

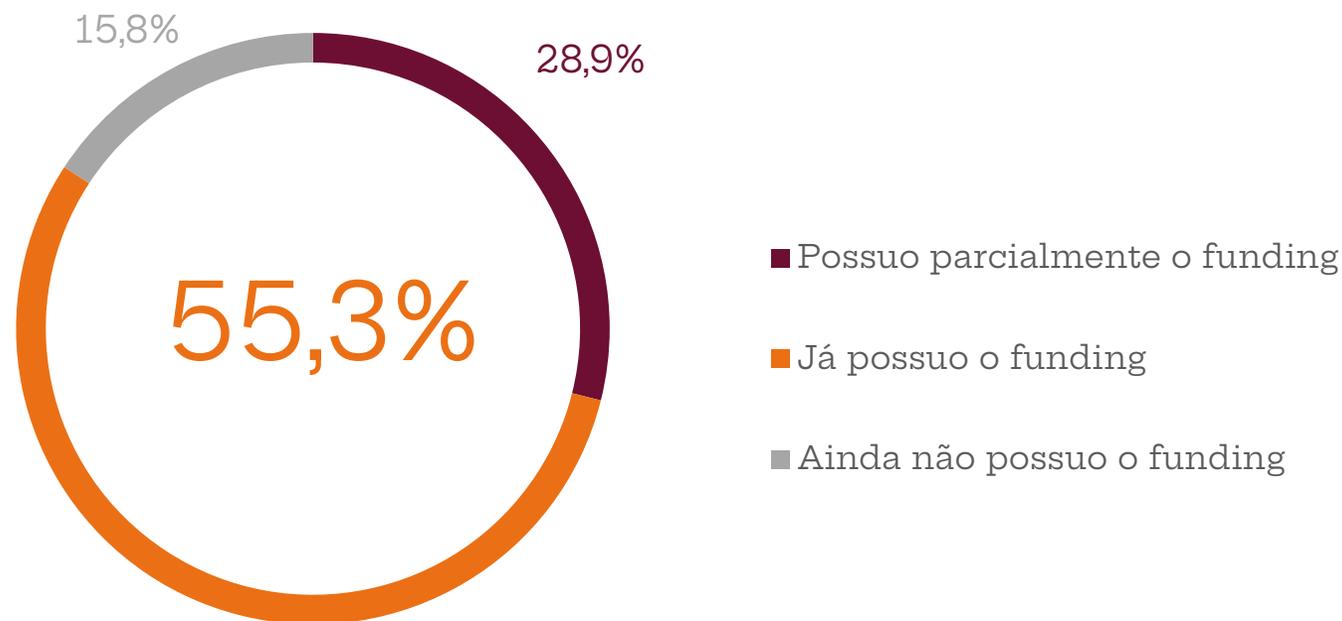
Estágio de desenvolvimento dos novos projetos:



¹Mais de 30% da obra concluída. ²Até 30% da obra concluída.

Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2025.

Situação do *funding* para a construção do projeto:



84,2% dos projetos possuem *funding* ao menos parcial



Apenas 15,8% dos projetos ainda não possuem ao menos parte do *funding* para a construção. Este cenário se explica, em parte, pelo perfil dos empreendedores: ao menos 47% dos empreendimentos mapeados estão sendo desenvolvidos por grupos que já operam outros projetos de entretenimento, o que contribui para a viabilidade financeira e reduz o risco de descontinuidade.

Empreendimentos avançam com capital próprio



A maioria dos empreendimentos mapeados (67,6%) não pretende utilizar linhas de financiamento para a construção. *Funding* é escasso no país e poderia viabilizar mais investimentos caso tivesse condições atrativas.

Linhas de financiamento para a construção o projeto:

67,7%

Não usará linhas de financiamento

33,3%

Usará linhas de financiamento para construção do projeto

Diante da Selic elevada e da falta de crédito competitivo no país, o setor tem recorrido principalmente ao capital próprio como fonte de *funding*.





Para os novos projetos de parques em construção, a expectativa de rentabilidade média (em ROI) **supera 20% a.a.**

Investimentos em entretenimento continuam crescendo

Novos investimentos | R\$ 9,4 bilhões de investimento estimados nos novos projetos

- Distribuição por 18 estados e 44 cidades, em centros urbanos e destinos turísticos.
- +84% com *funding* ao menos parcialmente equacionado, sobretudo via capital próprio.
- *Timeshare* e multipropriedade como propulsores de investimentos em 47% dos projetos.



78 projetos

novos
investimentos



+15 mil

empregos diretos
fixos estimados



R\$ 9,4 bi

de investimentos em
novos projetos



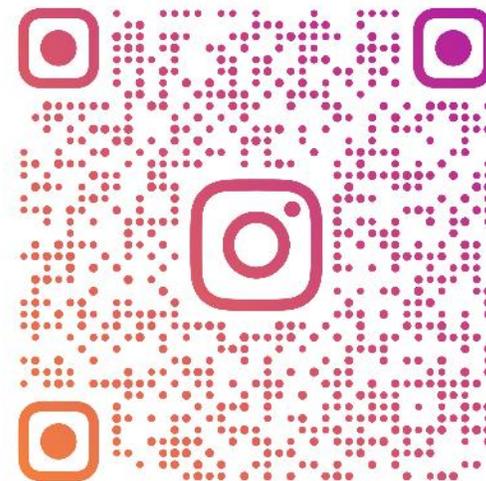
Os novos investimentos estimulam a economia local, ampliando a demanda, gerando empregos e fomentando o turismo nacional.



**QUER RECEBER
MAIS ANÁLISES?
SIGA A NOCTUA**



Clique na imagem ou escaneie



SOMOSNOCTUA

