



# Parques, atrações turísticas e entretenimento no Brasil

Panorama setorial  
e novos investimentos

Elaborado para o Sindepat e à Adibra | Março de 2023

## Apresentação

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

No mundo, apenas os 10 principais parques movimentam mais de 500 milhões de visitantes ao ano e o valor de mercado das principais empresas do setor ultrapassa US\$ 107 bilhões. A sua pujança econômica e o seu potencial de transformação social são incontestáveis. Além dos efeitos diretos na economia, o seu efeito multiplicador é imenso, com estímulos a hotéis, restaurantes, companhias de transporte, entre inúmeras outras atividades.

No Brasil, o setor de parques, atrações turísticas e entretenimento segue em crescimento. São mais de **89 milhões de visitantes** em todo o país e aproximadamente **R\$ 7,1 bilhões em faturamento**. E ainda estamos no início do potencial de desenvolvimento do setor, com **63 novos projetos** em estruturação, que totalizam **R\$ 9,6 bilhões em investimentos**.

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**

Managing Partner da Noctua  
pedro@somosnoctua.com.br

## Agradecimentos

O Sindepat, a Adibra e a Noctua agradecem a todos que contribuíram para a realização 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 a todas as empresas, às associações e aos profissionais que forneceram informação para o estudo, representados abaixo por meio de suas organizações:

- Acqua Lokos
- Acquamanía Múltiplo Lazer SA
- Aldeia das Águas Park Resort
- Aldeia do Papai Noel
- Amai Park Ltda
- APASG
- Arquitetura Mundo Oceano
- Augusto Higa Arquitetura Lúdica
- Aviva
- Bambolim Entretenimento
- Beach Park
- Beto Carrero World
- Big Jump USA
- Big Land Entretenimento e Gestão Ltda
- Blue Park
- Bondinhos Aéreos
- Carlos Mauad Arquitetura
- Centro de Diversões A R Nascimento Jr Ltda
- CK2 Gestão de Empreendimentos
- Connect Global Agência de Desenvolvimento
- Conref
- Curupy Hotéis e Resorts
- DCset e Blast Entretenimento
- Doppelmayr
- Eco Jordão
- Espaço Diversões
- ETM Brasil
- Família Peres
- Fantastic House
- Fun Now Group
- GBA Administradora de Hotel]
- GGA Entretenimento
- Global Waves
- GR Group
- Gramado Parks
- Grupo Cataguá
- Grupo Cataratas
- Grupo Curupy
- Grupo Ferrasa
- Grupo ICD
- Grupo Iter
- Grupo Oceanic
- Grupo Playcenter
- Grupo Tauá
- HapFun
- Hipermeios
- Hopi Hari S/A
- Interparques
- Interparques Holding S.A.
- Jurema Águas Quentes
- Limber
- Lismar
- Magic Games
- Marrecus Park
- Mazeparks
- Meka
- Metalumínio
- Millennium Park
- Mirage Group BrasilAperte Play Games
- Moreno's Park
- MultiClubes
- Nicolândia
- Palytoy
- Parks & Games
- Parks Brasil
- Parque de Diversões Marisa LTDA
- Parque Shanghai
- Parque Unipraias
- Paulo Mentone Consultoria
- Pophaus
- Porto Park
- Pperin Consultoria em Gestão de Projetos
- Qualex
- Rcf Empreendimentos Ltda
- Repro/Espaço Diversão
- Retro Engenharia
- Sacoa Playcard
- São José Receptivo Restaurante É Náutica
- SEMEIA
- Serra Azul Water Park S/A
- Sesi Multiparque
- Show Play
- Soul Parques
- SPBW
- Speak Kids
- Star Parks
- Super Carros
- Tenis Clube De Suzano
- Terra Mágica Florybal
- Thermas Da Mata Gestão De Empreendimentos Turísticos
- Thermas dos Laranjais
- Thermas Parks Empreendimentos E Participações Sa
- Tres16 Entretenimento
- Valparaíso Complexo Turístico Ltda
- Vila da Mônica
- Volare Empreendimentos Turísticos Ltda.

## As empresas responsáveis pelo estudo



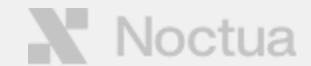
**Sindepat** | Associação sem fins lucrativos, que reúne os principais parques e atrações turísticas do Brasil.

- 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.



**Adibra** | Mais de 150 empresas filiadas que representam cerca de 500 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 a indústria.
- 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.



**Noctua** | Inteligência em hospitalidade e entretenimento. Quatro grupos de soluções de mercado:

- **Development:** Concepção, aceleração e implementação de novos negócios.
- **Research:** Inteligência de mercado para a identificação de tendências e oportunidades de negócios.
- **Management:** Aconselhamento e gestão estratégica para a melhoria de resultados.
- **Academy:** Conteúdo, treinamento e mentoria para ampliar a visão de negócios do seu time.

## 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.



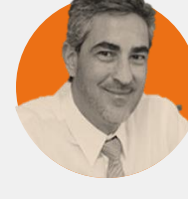
Vanessa Costa  
Presidente



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  
Managing Partner



Giovanna Cagni  
Management & Research

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

A pesquisa, realizada pelo Sindepat, pela Adibra e pela Noctua, teve como objetivo traçar um amplo panorama setorial e identificar os principais novos investimentos previstos. O estudo não reflete a totalidade do setor de parques, atrações turísticas e entretenimento no Brasil, porém uma amostra relevante. Abaixo, 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 2023 e 20 de março de 2023.

4

**Empresas participantes** | Dos mais de 500 empreendimentos atuais identificados ao longo da pesquisa, 281 participaram dos questionários de coleta de informação. Adicionalmente, 63 novos projetos foram mapeados. Do total de respondentes, 94% estavam em posição de liderança.

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, como TripAdvisor, Melhores Destinos, Panrotas, Turismo Compartilhado, Hotelier News, Globo, Uol, Abril, Trivago, Guia 4 rodas, HapFun e Review SP.
- 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** | Apesar de seguirmos boas práticas na condução das análises, a acuidade das informações depende da veracidade das respostas sinalizadas pelos pesquisados. Este estudo não consiste em um censo, mas sim um retrato do grupo de empresas do item 4 deste slide.

### O universo de empreendimentos deste estudo

São diversos os grupos de empresas que compõe 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.



**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, 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 eletrônicos.

## Variáveis analisadas

**Ao todo, 20 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



Capacidade de visitação



Dias abertos ao ano



Empregos diretos



Empregos terceirizados



Total de visitantes



Faixa etária da demanda



Classe social



Origem geográfica da demanda



Estágio de desenvolvimento dos investimentos



Periodicidade de investimento



Novos investimentos



Funding dos investimentos



Ticket médio



Margem EBITDA



Otimismo no setor



Perspectivas 2023



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

Como indicado no slide a seguir, a presente pesquisa foi estruturada em três grandes seções. Em um primeiro momento, são apresentados 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 e dados disponíveis no Brasil. 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.



## 2. Oferta atual

- Amostra e grandes números..... 22
- Perfil da demanda ..... 29
- Performance ..... 34
- Perspectivas e avaliação setorial .....42
- Principais *insights* ..... 45



## 1. Contextualização

- Grandes números globais ..... 12
- Indicadores nacionais..... 17



## 3. Novos investimentos

- Projetos identificados ..... 48
- Perfil da demanda ..... 56
- Estágio de desenvolvimento ..... 61
- Principais *insights* ..... 65



# Contextualização

Um setor de mais de US\$ 107 bilhões em valor no mundo

- Grandes números globais
- Visitantes nos parques
- Valor de mercado
- Grandes números Brasil
- Faturamento estimado



# Grandes números globais



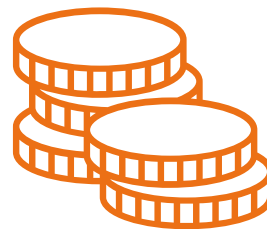
# Atividade econômica com grande relevância global

Principais KPI's globais:



**521 milhões**

de visitantes apenas nos 10 maiores grupos do mundo<sup>1</sup>



**US\$ 107 bilhões**

em valor de mercado global do setor<sup>2</sup>

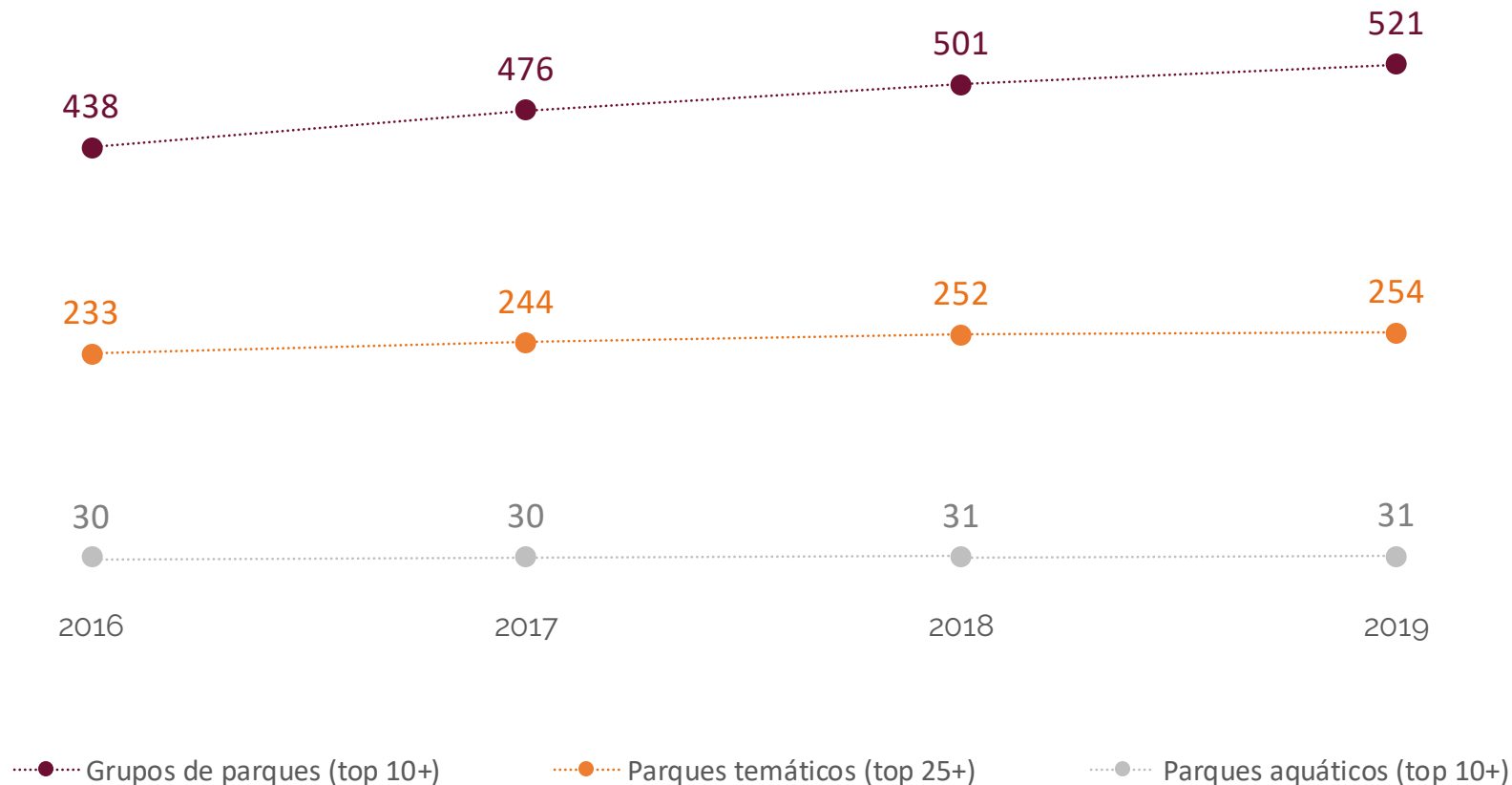
“

Entretenimento é um negócio bilionário e que movimenta centenas de milhões de visitantes em todo o mundo. Além dos grandes números do setor, seu efeito multiplicador na economia é altíssimo, capaz de induzir investimentos em hotéis, restaurantes, imóveis, entre inúmeras atividades econômicas. Somente a Disney investiu mais de US\$ 4,9 bilhões<sup>3</sup> ao longo de 2022. Para 2023, orçam US\$ 6.1 bilhões.

”

# Setor seguia em crescimento até o início da pandemia

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



“

Apesar da maturidade do setor de parques e entretenimento no mundo, o setor seguia em crescimento até o início da pandemia. Contínuos investimentos em atrações renovam a atratividade dos complexos e induzem nova demanda às empresas ano a ano.

”

# Valor de gigantes globais supera bilhões de dólares

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



US\$ 170,08 bi<sup>1</sup>



US\$ 151,31 bi<sup>2</sup>



US\$ 4,21 bi<sup>3</sup>



US\$ 3,61 bi



US\$ 2,32 bi



US\$ 2,08 bi



US\$ 1,16 bi<sup>3</sup>

“

Entre 2014 e 2019, o valor de mercado das principais empresas globais de entretenimento com capital aberto cresceu 63%. Países populosos, com classe média dinâmica e altos investimentos no setor, concentram os principais empreendimentos pelo mundo.

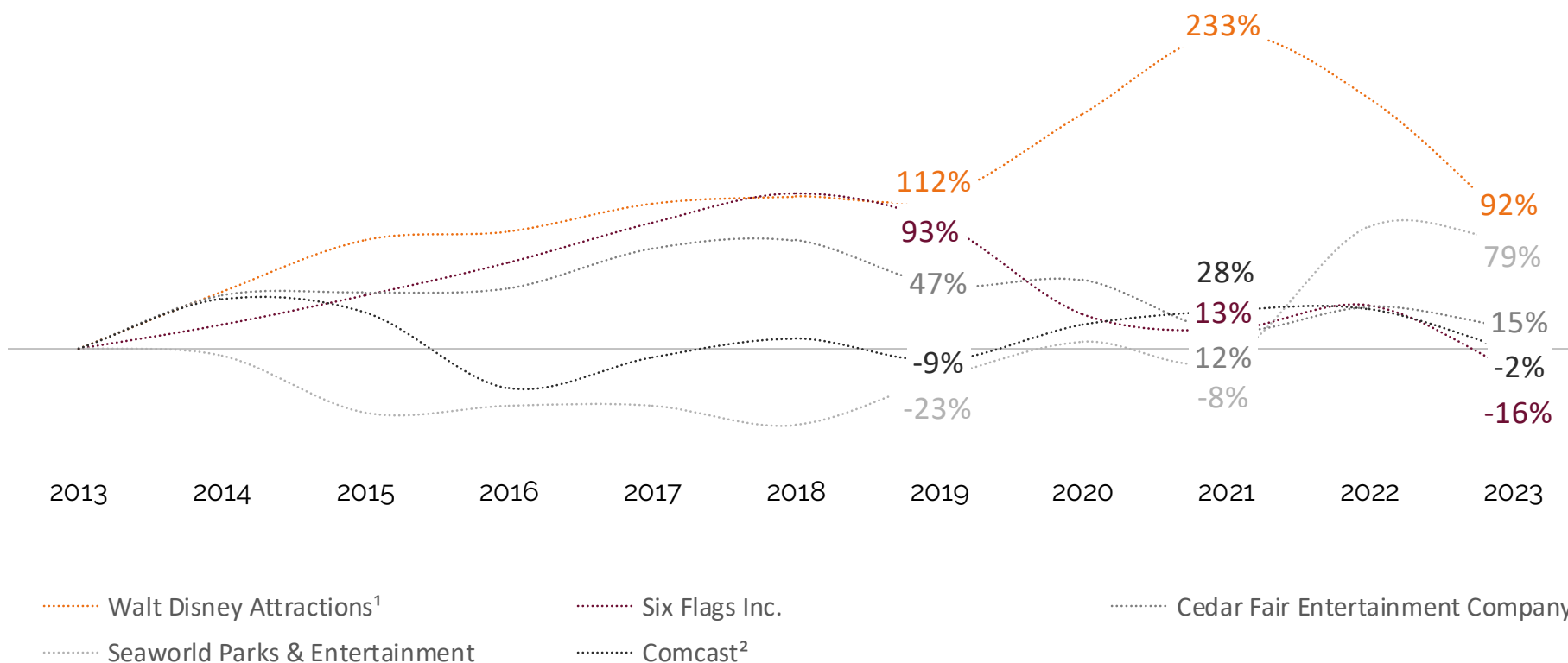
”

<sup>1</sup>Valor Walt Disney Company. Estima-se que o setor de parques represente 43% da receita do grupo. <sup>2</sup>Valor Comcast. Estima-se que o setor de parques represente 6% da receita do grupo. <sup>3</sup>Merlin e Parques Reunidos não possuem capital aberto desde 2019.  
Fonte: Companies Market Cap (2023).



# Ações globais em recuperação, mas ainda abaixo de 2019

Valor médio das ações (US\$) dos principais grupos de parques e entretenimento do mundo (base janeiro 2013):



“  
Até 2019, o valor das empresas de parques e entretenimento crescia pelo mundo. Com a pandemia, a desvalorização das ações foi até -53%. Das 5 gigantes globais, apenas uma recuperou o valor pré-Covid. O momento atual, com economia em baixo crescimento e pressão inflacionária, é ainda de ajuste, o que afetou o valor das empresas em curto prazo.”

<sup>1</sup>Valor Walt Disney Company, que inclui 13 grupos empresariais. Fonte: Infomoney | Valores das ações e cotas (fevereiro 2023).

<sup>2</sup>Comcast atua em mais de 4 segmentos de negócio.



# Indicadores nacionais



# Principais números do setor antes da atual pesquisa

Principais KPI's Brasil pré-estudo (2019):



**55 milhões**  
de visitantes



**R\$ 5 bilhões**  
em faturamento



**35 mil**  
empregos diretos no setor

“

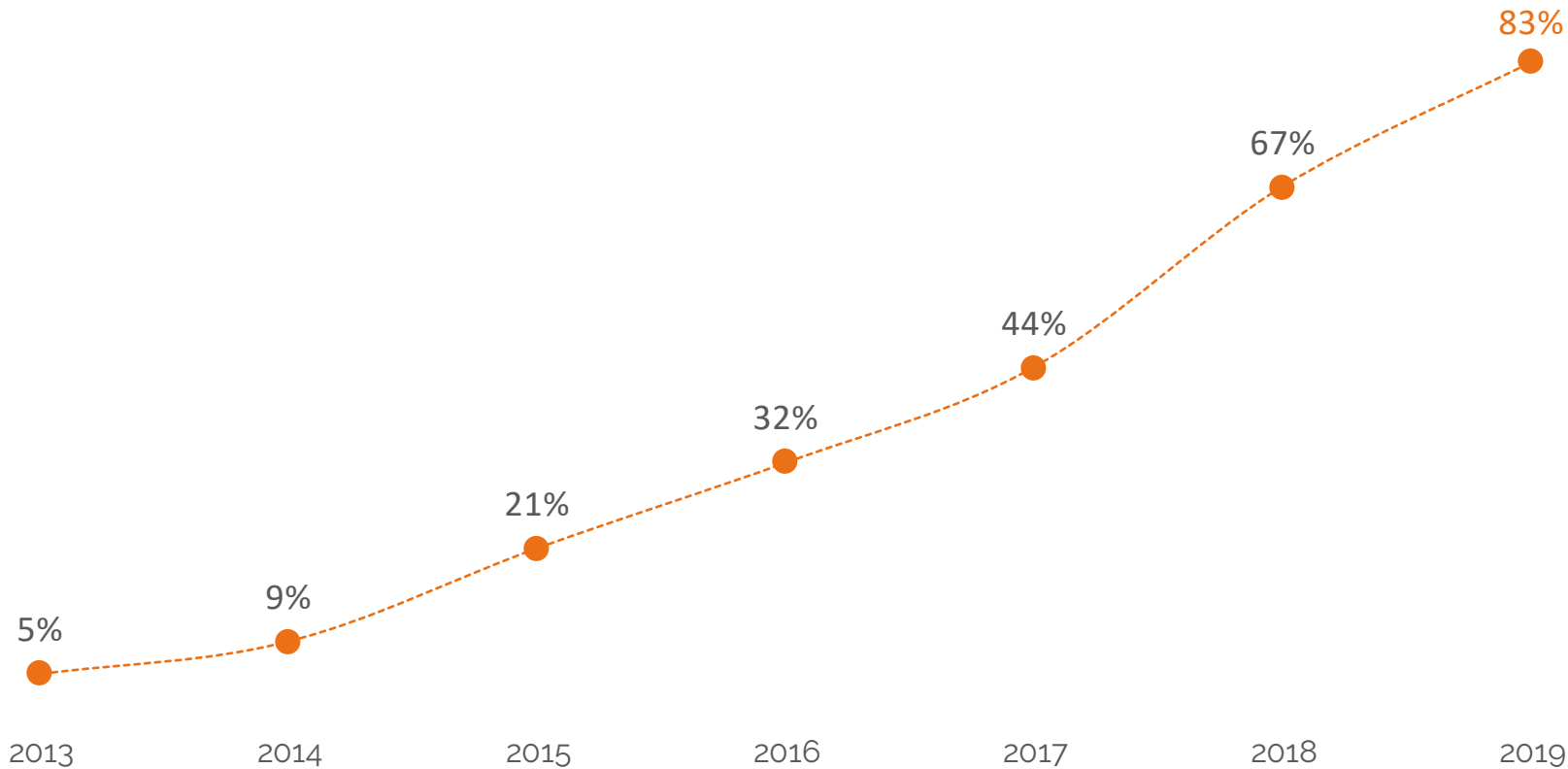
Ao lado, são apresentados alguns dos principais indicadores disponíveis no setor até 2019. Os dados são uma ordem de grandeza e **refletem as informações disponíveis até a realização do presente estudo.**

Na seção 2 do relatório, indicadores atuais da pesquisa serão apresentados. **Sugerimos cautela ao se comparar os números de 2019 com os atuais, pois o universo de empresas analisadas em ambos os momentos é distinto.**

”

# Faturamento cresceu em média 9% ao ano até 2019

Crescimento acumulado de faturamento dos associados à Adibra (ano base - 2012):



“

Até 2019, o faturamento das empresas associadas à Adibra cresceu em média 9% ao ano. Apesar do período de baixo crescimento econômico nacional, as empresas seguiram em evolução pelo país e, por consequência, os grandes números setoriais. **Em comparação com a média da economia nacional, é um setor que cresce de forma mais intensa e sólida.**

”

# Mercado global gigante e em crescimento no Brasil

**Destaques globais** | Setor bilionário e com centenas de milhões de visitantes ao ano



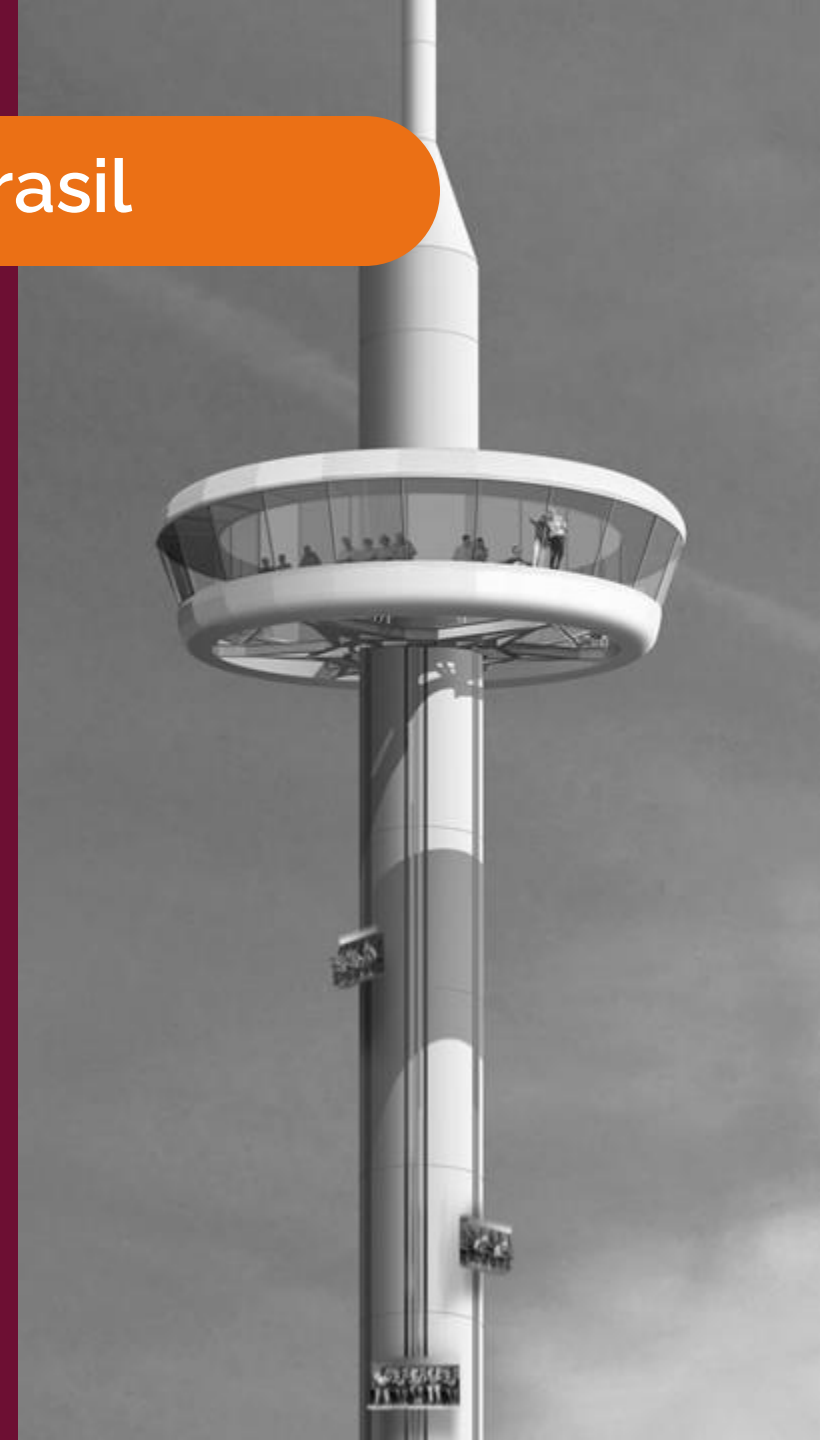
**U\$ 107 bilhões**  
valor de mercado  
das empresas



**521 milhões**  
visitantes anuais nos  
10 maiores grupos globais

**Destaques nacionais** | Números de 2019

- +55 milhões de visitantes
- R\$ 5 bilhões em faturamento



“

Um setor  
**bilionário pelo mundo,**  
com alto potencial de  
crescimento no Brasil.

”



# Oferta atual

+89 milhões de visitantes e  
+R\$ 7,1 bi em faturamento

- Oferta atual no Brasil
- Demandas atuais no setor
- Performance setorial
- Investimentos em melhorias
- Perspectivas e avaliação setorial
- Principais *insights*



## Amostra e grandes números

# 500+ empreendimentos e amostra de 281

Esse capítulo tem como foco os resultados da pesquisa primária conduzida pelo Sindepat, Adibra e Noctua. Dos mais de 500 empreendimentos identificados, as respostas obtidas nos questionários do estudo compreendem 281 unidades. Apesar de o estudo não ser censitário, ele compreende uma parte expressiva das principais empresas de entretenimento no país.



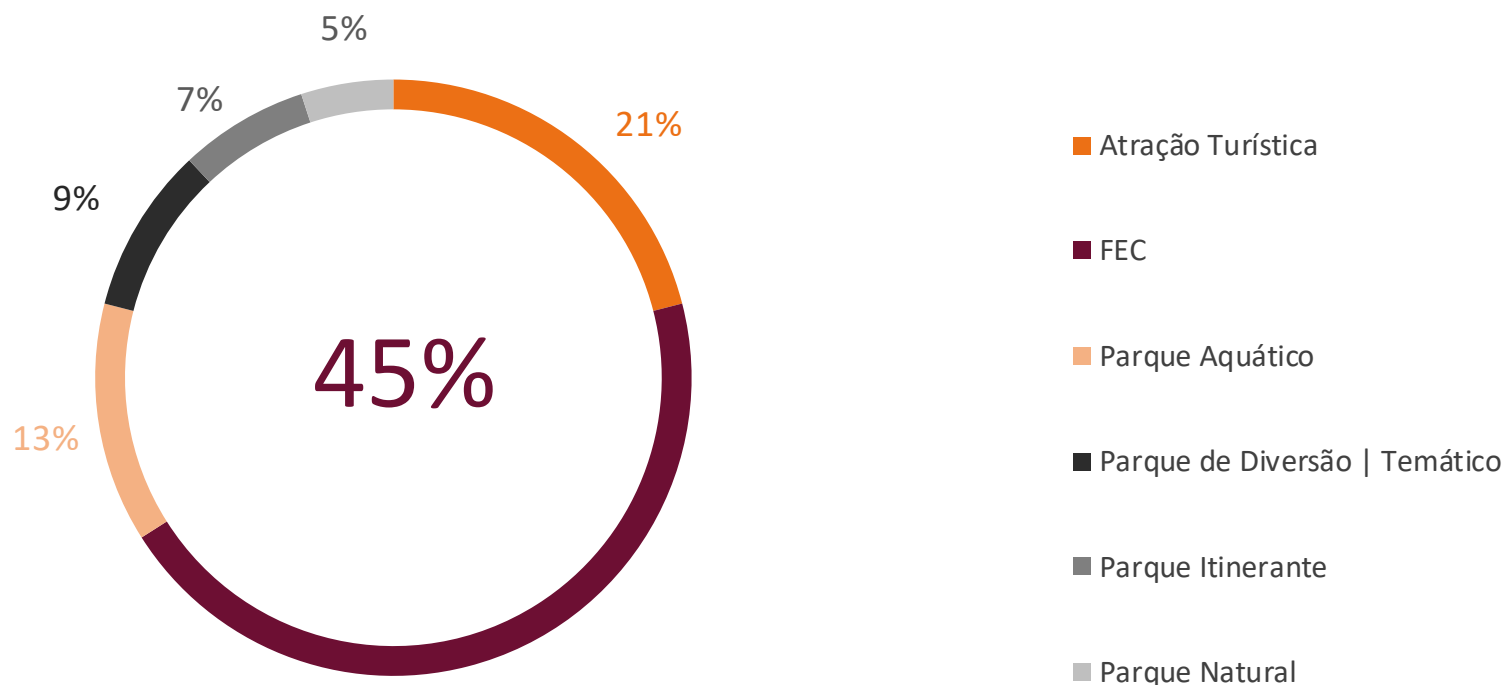
<sup>1</sup>Centro de entretenimento familiar. Parques de trampolim foram inclusos neste segmento.

<sup>2</sup>Parques nacionais e estaduais sob concessão à iniciativa privada, incluindo alguns localizados em centros urbanos.



# Há uma grande variedade de tipos de empreendimentos

Distribuição do universo setorial:



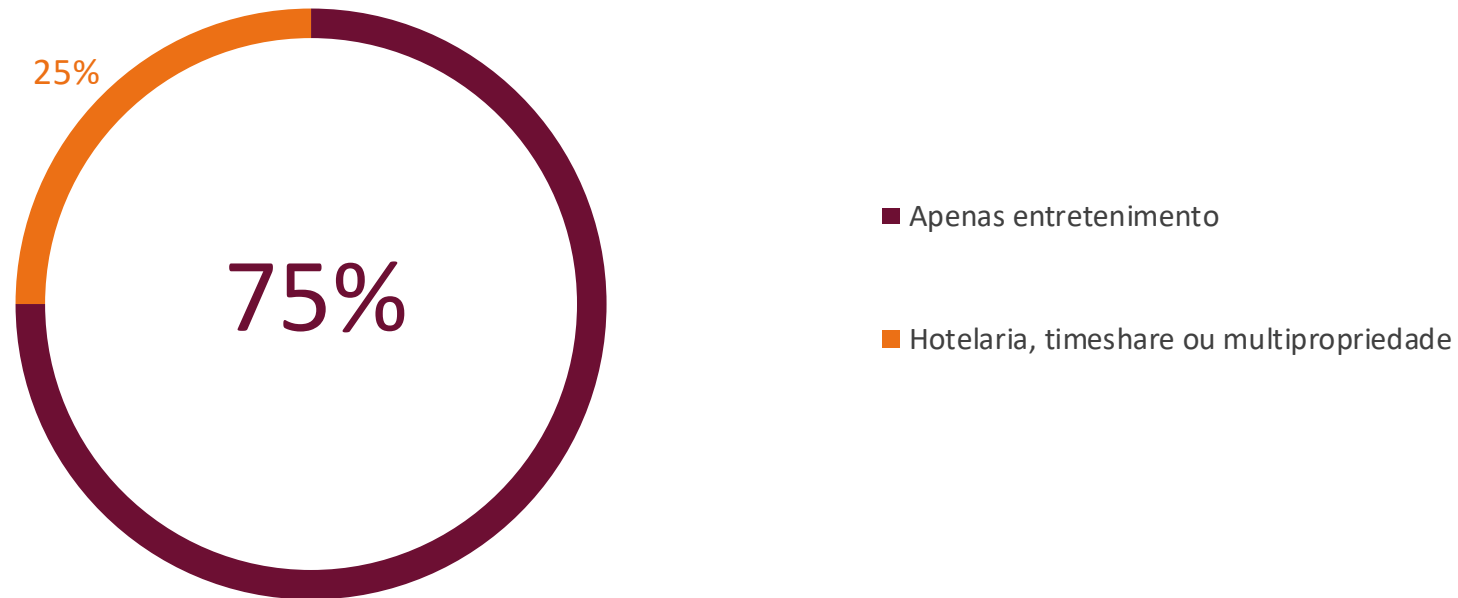
“

Por ser menos intensivo em capital em comparação com os demais tipos de empreendimentos, as FECs (Centros de Entretenimento Familiar) perfazem 45% do universo de unidades de entretenimento no país. Atrações turísticas totalizam 21% e os demais 34% correspondem a algum perfil de parque (aquático, temático/diversão, natural ou itinerante). Em parques naturais, considerou-se apenas aqueles sob concessão.

”

# Confluência de entretenimento com outros negócios

Negócios ofertados junto aos empreendimentos analisados (sem FEC e parques itinerantes):



“

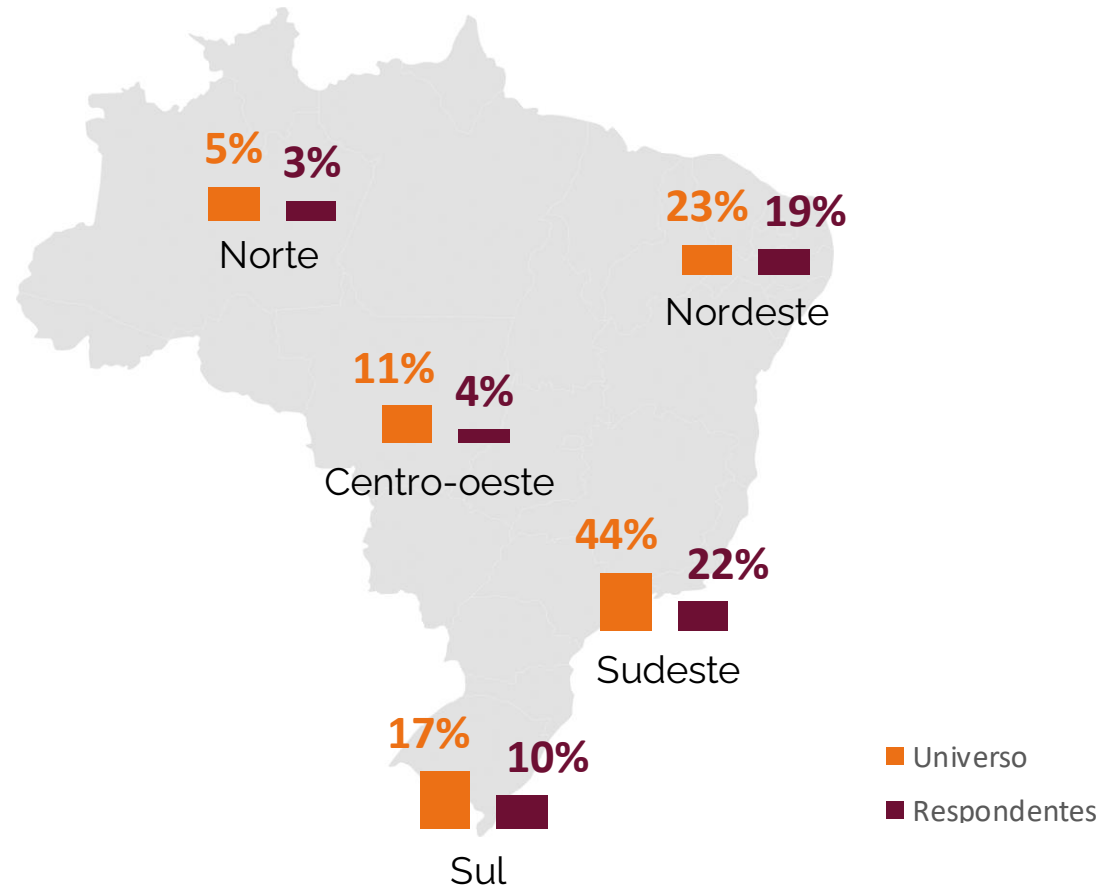
Da oferta de entretenimento existente no país (excluídas as FECs e os parques itinerantes), 25% está atrelada a algum negócio complementar, seja hoteleiro, de *timeshare* ou multipropriedade. A sinergia entre os diferentes modelos de negócio é notória e tem propulsado inúmeros investimentos no país, como será analisado mais adiante.

”

# Oferta distribuída entre +24 estados e +117 cidades



Oferta de empresas de entretenimento por região<sup>1</sup>:



“

Concentração de oferta nos principais eixos urbanos e turísticos do país: Sudeste, Sul e Nordeste. Alta representatividade da amostra em todas as regiões contempladas, nunca inferior a 35% do universo identificado. No total, foram contemplados 24 estados e 117 cidades, o que mostra a alta capilaridade do setor de parques, atrações turísticas e entretenimento no Brasil, de pequenos municípios a grandes metrópoles.

”

<sup>1</sup>Não foram considerados parques itinerantes na análise. Percentuais de respondentes calculados sobre o universo do estudo. Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2023.

# Um setor de +89 milhões de visitantes ao ano

Principais indicadores referentes ao ano de 2022:



**+178  
mil**

empregos, entre diretos  
e indiretos<sup>1</sup>



**+89  
milhões**  
de visitantes



**+R\$ 7,1  
bilhões**  
em faturamento



## Perfil da demanda



# Predominância de demanda familiar, com crianças

Perfil predominante dos respondentes<sup>1</sup>:



Faixa etária



Renda familiar



Origem geográfica do visitante

Parques fixos e atrações turísticas

**41%**

famílias com crianças ou jovens até 17 anos

**51%**

acima de R\$ 7 mil por mês

**62%**

regional e nacional (acima de 100km)

FECs e parques itinerantes

**52%**

famílias com crianças ou jovens até 17 anos

**58%**

até R\$ 7 mil por mês

**58%**

local (até 100km)

“

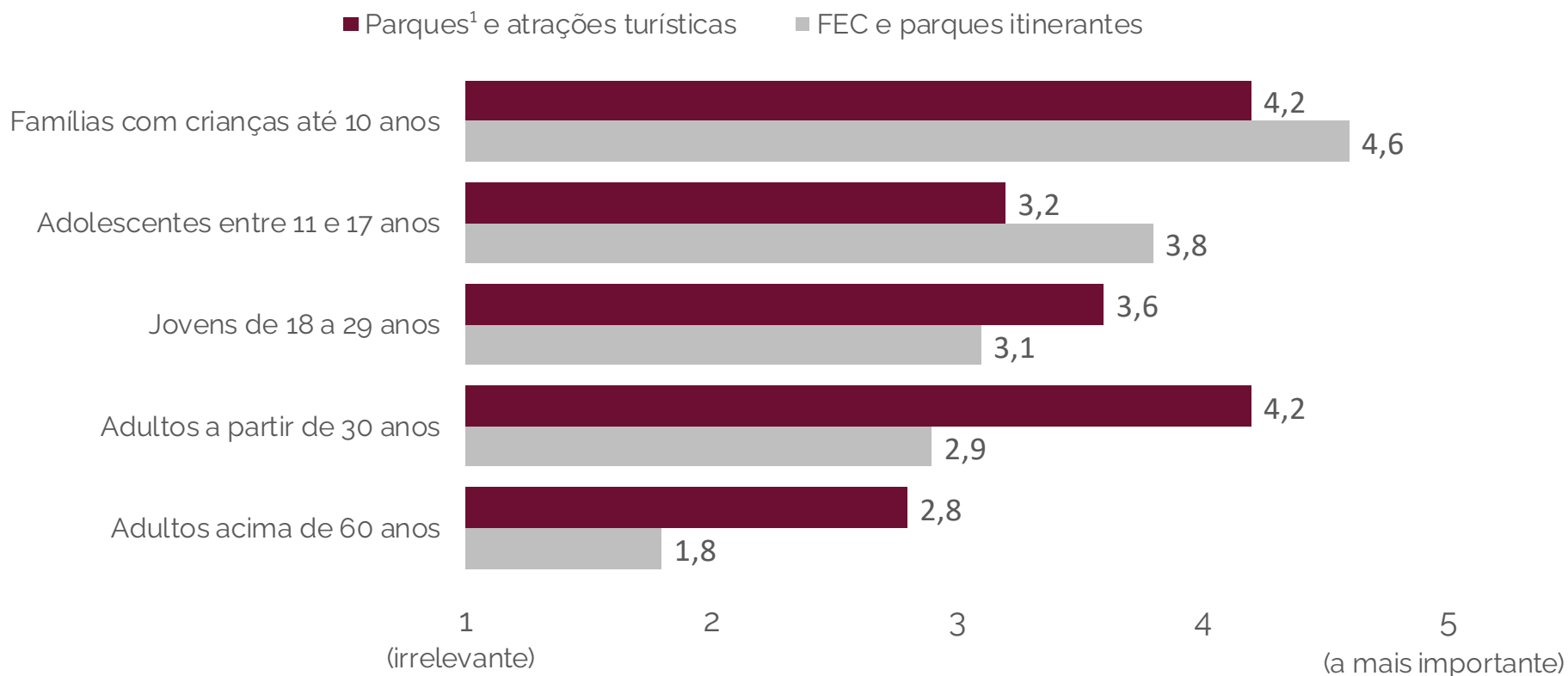
Para a demanda de FECs e parques itinerantes, nota-se uma concentração de público local com até 17 anos e renda familiar de no máximo R\$ 7 mil. Já nos parques e atrações turísticas, além do público infantil e jovem, adultos são mais comuns, com renda superior e predominância de demanda regional ou nacional.

”

<sup>1</sup>A amostra de respondentes desta pesquisa inclui parques temáticos, parques aquáticos, FECs, atrações turísticas, parques itinerantes e parques naturais. Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2023.

# Famílias com crianças de até 10 anos são o maior destaque

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



“

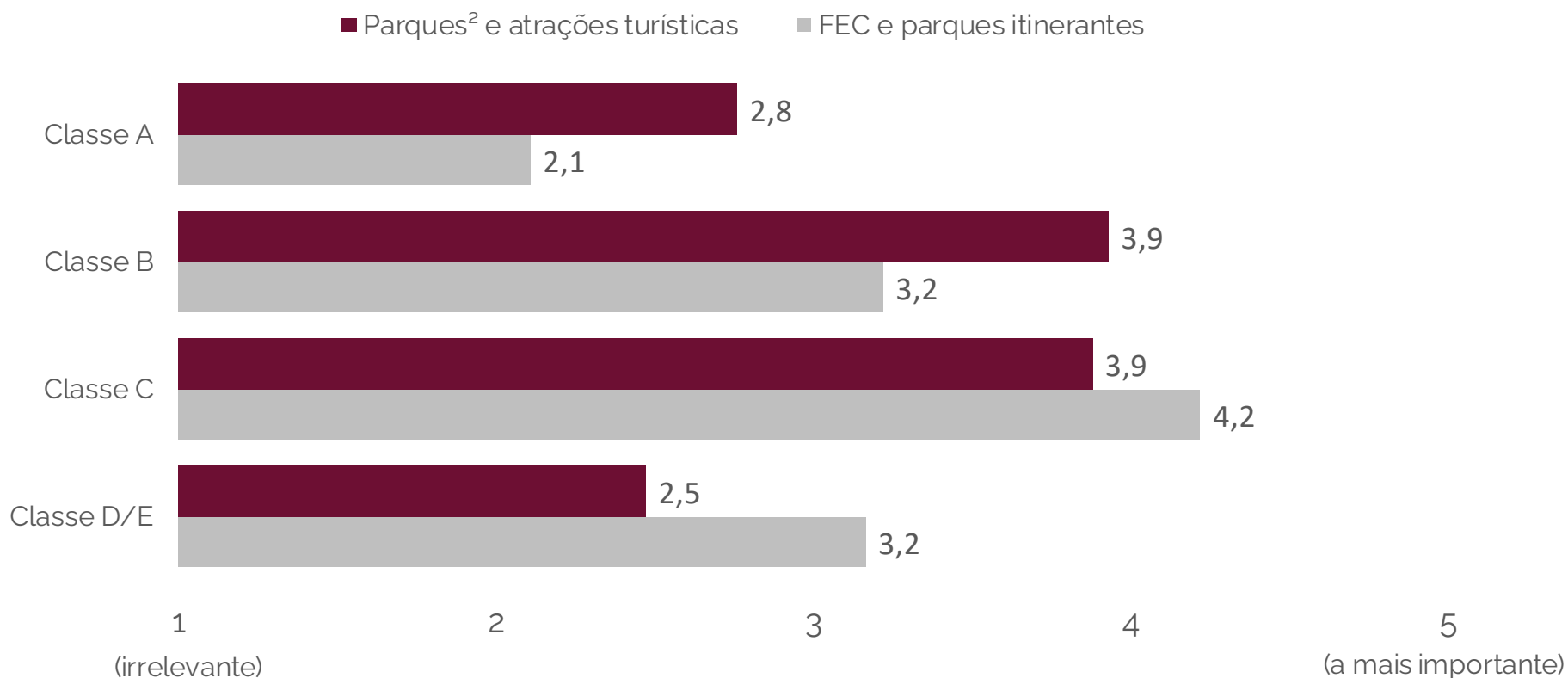
Sim, o perfil de demanda predominante é de famílias com crianças de até 10 anos, nos dois grupos de empreendimentos. Em um segundo grau de importância, aparecem os adolescentes e jovens de até 29 anos. Adultos com mais de 60 anos foram o perfil com menor relevância no perfil de visitantes dos empreendimentos pesquisados.

”

<sup>1</sup>Parques de diversão, temáticos, aquáticos e naturais.  
Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2023.

# Predominância das classes B e C

Relevância de cada **classe social**<sup>1</sup> na demanda média anual do empreendimento:



“

**Entretenimento é uma atividade democrática, acessível a diversas classes sociais.** Não necessariamente, quanto maior a renda maior a propensão a consumo no Brasil. Entre os respondentes da pesquisa, a concentração se deu para as classes C e B, com renda média familiar entre R\$ 2,9 mil e R\$ 22 mil). Entre a população de maior renda, a possibilidade de consumo no exterior diminui parte da sua propensão à visita de empreendimentos no país.

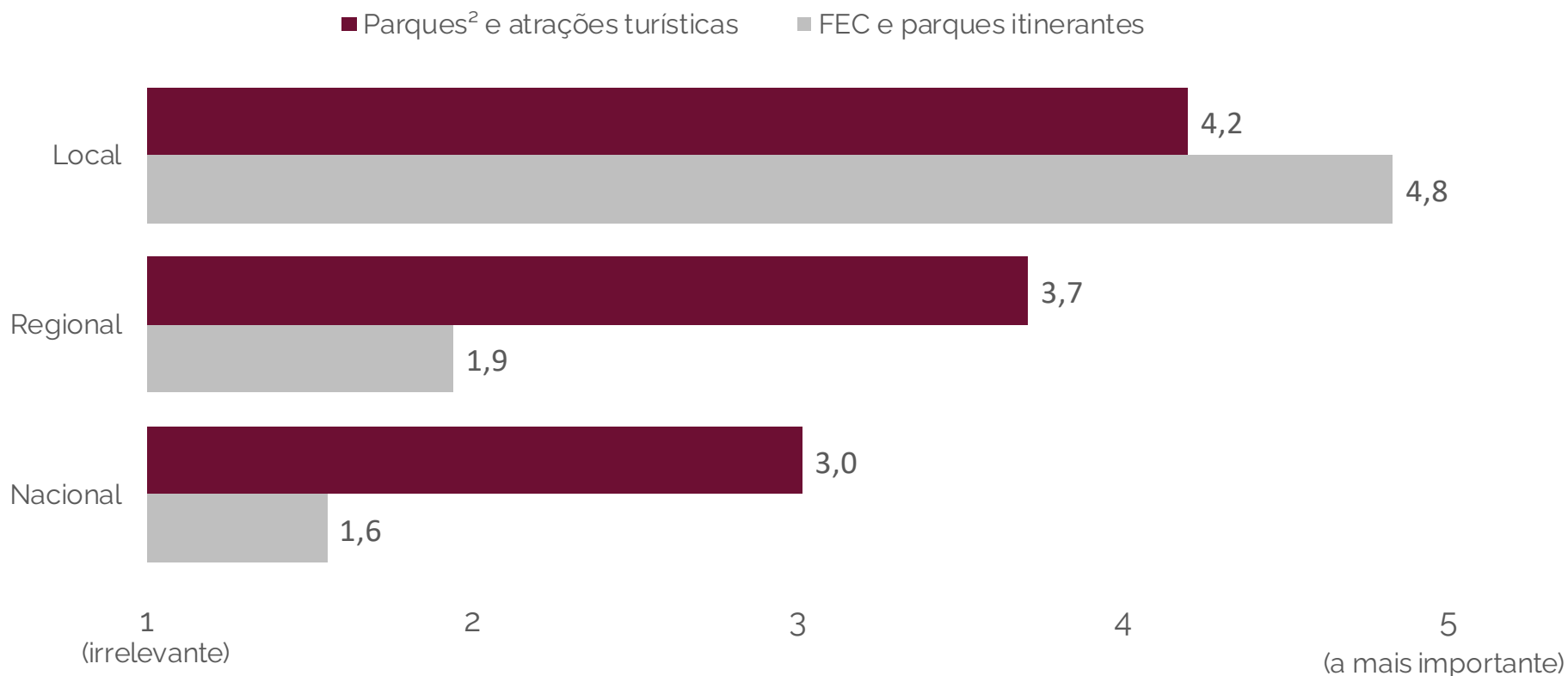
”

<sup>1</sup>Classe 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). <sup>2</sup>Parques de diversão, temáticos, aquáticos e naturais. Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2023.



# Além do local, o entretenimento movimentava todo o país

Relevância de cada **origem geográfica**<sup>1</sup> na demanda média anual do empreendimento:



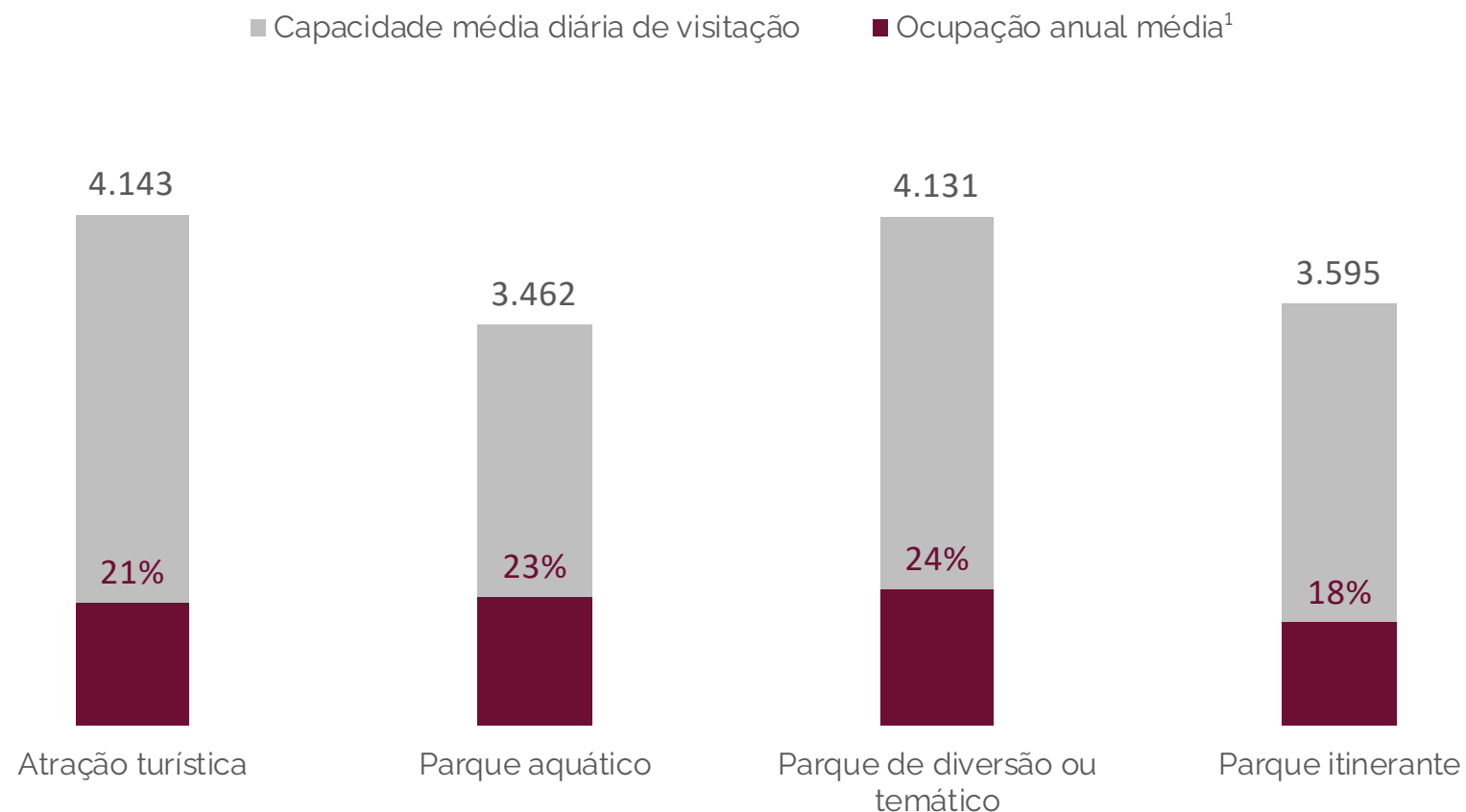
“ Por sua natureza, os parques itinerantes e as FECs têm uma vocação essencialmente local, para moradores de um raio de até 100 km do empreendimento, e com alta capilaridade em território nacional. Já parques<sup>2</sup> e atrações turísticas possuem um raio de influência mais amplo, capazes de atrair visitantes em âmbito regional ou até nacional. Por essa característica, movimentam a economia de todo o país e são atividades que induzem a distribuição de renda e o desenvolvimento social. ”

<sup>1</sup>Local (cidades até 100 km do empreendimento), Regional (cidades acima de 100km até 500 km do empreendimento), Nacional (cidades acima de 500 km do empreendimento). <sup>2</sup>Parques de diversão, temáticos, aquáticos e naturais. Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2023.

## Performance do empreendimento



# Volumes de ocupação anual próximos a 20% pelo país



“

Em média, o grupo de empreendimentos analisados possui capacidade diária de visitação entre 3,5 mil e 4,1 mil pessoas. Já a sua ocupação anual oscila entre 18% e 24%. Apesar do número aparentemente modesto, o resultado se dá em razão da sazonalidade do setor, concentrada principalmente nos finais de semana, feriados e período de férias escolares.

”

<sup>1</sup>Ocupação média foi ajustada para refletir os dias do ano que o empreendimento está aberto. Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2023.

<sup>2</sup>Não foram considerados parques naturais e FECs.

# +178 mil empregos, entre diretos e indiretos

Total de colaboradores do universo de empresas identificadas (2022):



“

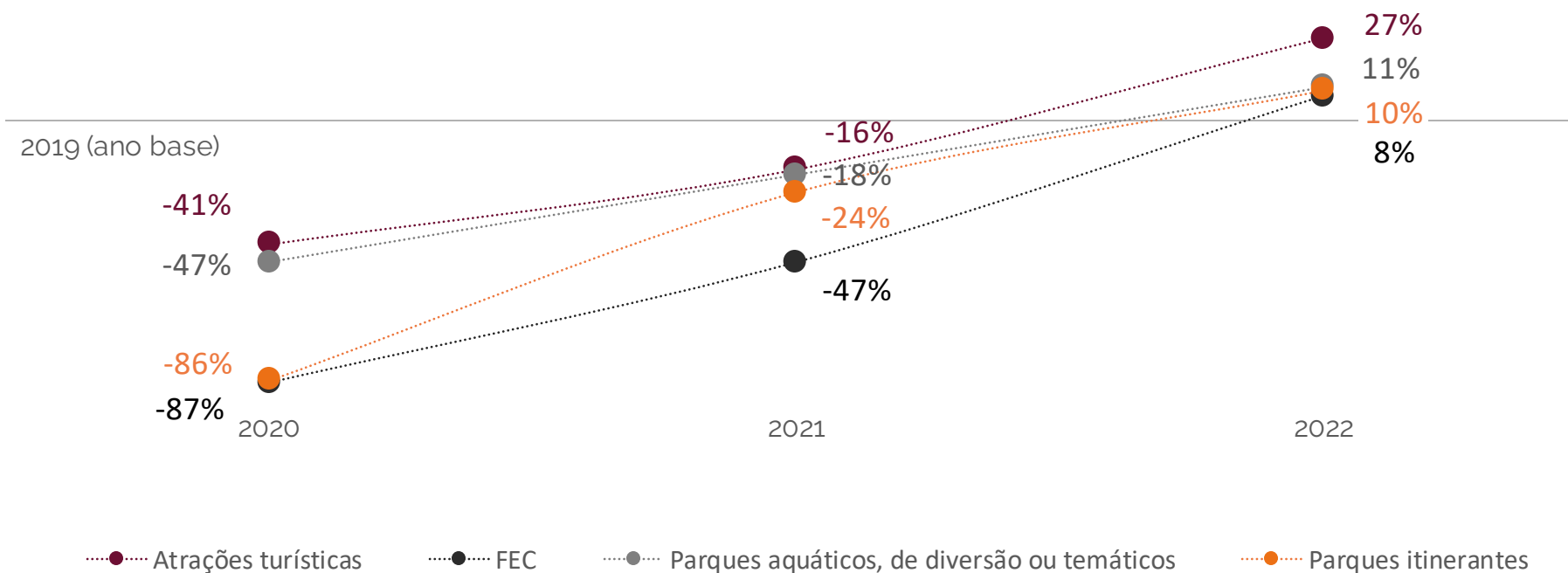
O volume de funcionários varia conforme o perfil de empresa do setor. Parques aquáticos e temáticos geralmente demandam maior volume de colaboradores, enquanto as atrações turísticas e as FECs são menos intensivas em trabalhadores. Em razão da sazonalidade inerente ao setor, é fundamental a contratação de funcionários temporários em períodos de pico, datas nas quais o quadro regular pode crescer até 40% em média.

”

<sup>1</sup>Máximo de funcionários contratados em períodos de alta ocupação. <sup>2</sup>O 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, 2023. Dados estimados para o universo de mais de 500 empreendimentos.

## 20% de aumento acumulado de visitantes (2022 vs 2019)

Evolução de visitantes no setor (ano base 2019)<sup>1</sup>:



“

2022 foi um ano de recuperação do setor de parques, atrações turísticas e entretenimento no Brasil. Todos os grupos de empreendimentos tiveram fluxo anual de visitantes superior ao pré-pandemia. A desvalorização do real e o crescimento do turismo doméstico contribuíram para o aumento de demanda no setor.

”

<sup>1</sup>Apenas parques e atrações turísticas que já estavam em funcionamento em 2019. Os parques naturais não foram incluídos em razão do número restrito de respostas obtidas. Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2023.

# Média de R\$ 123 para parques<sup>1</sup> e atrações turísticas

Ticket per capita (2022):



ticket per capita total



ingressos<sup>2</sup>



alimentos e bebidas



outros<sup>3</sup>

Parques<sup>1</sup> e atrações turísticas

R\$ 123

R\$ 73

R\$ 34

R\$ 16

FECs e parques itinerantes

R\$ 62

R\$ 37

R\$ 20

R\$ 5

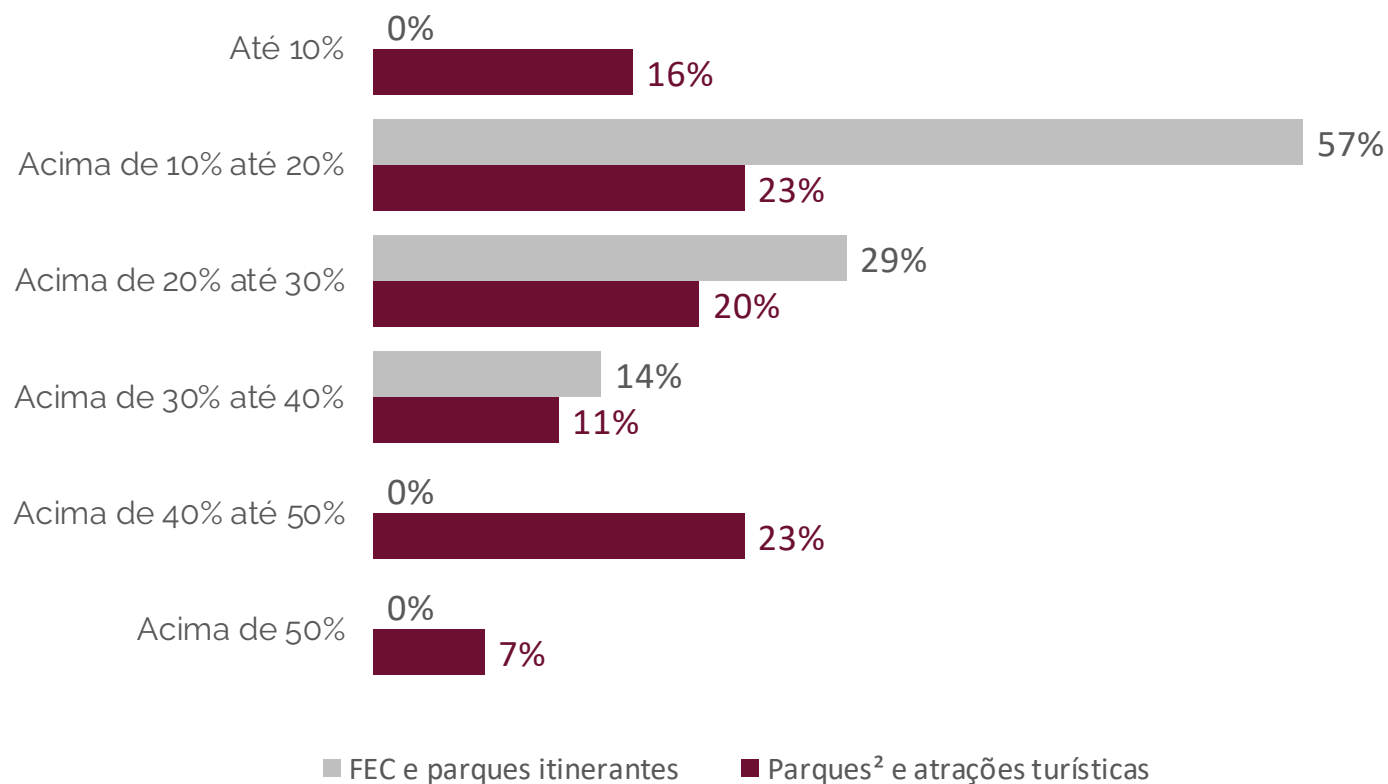
<sup>1</sup>Parques de diversão, temáticos, aquáticos e naturais. espaços, etc.

<sup>2</sup>Entrada ao empreendimento, *fast pass*, ingressos com atrações, etc.

<sup>3</sup>*Souvenirs*, estacionamento, aluguéis de equipamentos e

# EBITDA positivo, porém ainda abaixo do seu potencial

Margem EBITDA (2022)<sup>1</sup>:



“

Comumente, parques e atrações turísticas, quando bem administrados e em mercados aquecidos, possuem margens operacionais altas. Os resultados da pesquisa indicam valores positivos, porém ainda abaixo do potencial do setor. Sem pandemia e caso o ambiente econômico seja favorável, a tendência é de melhoria dos resultados para os próximos anos.

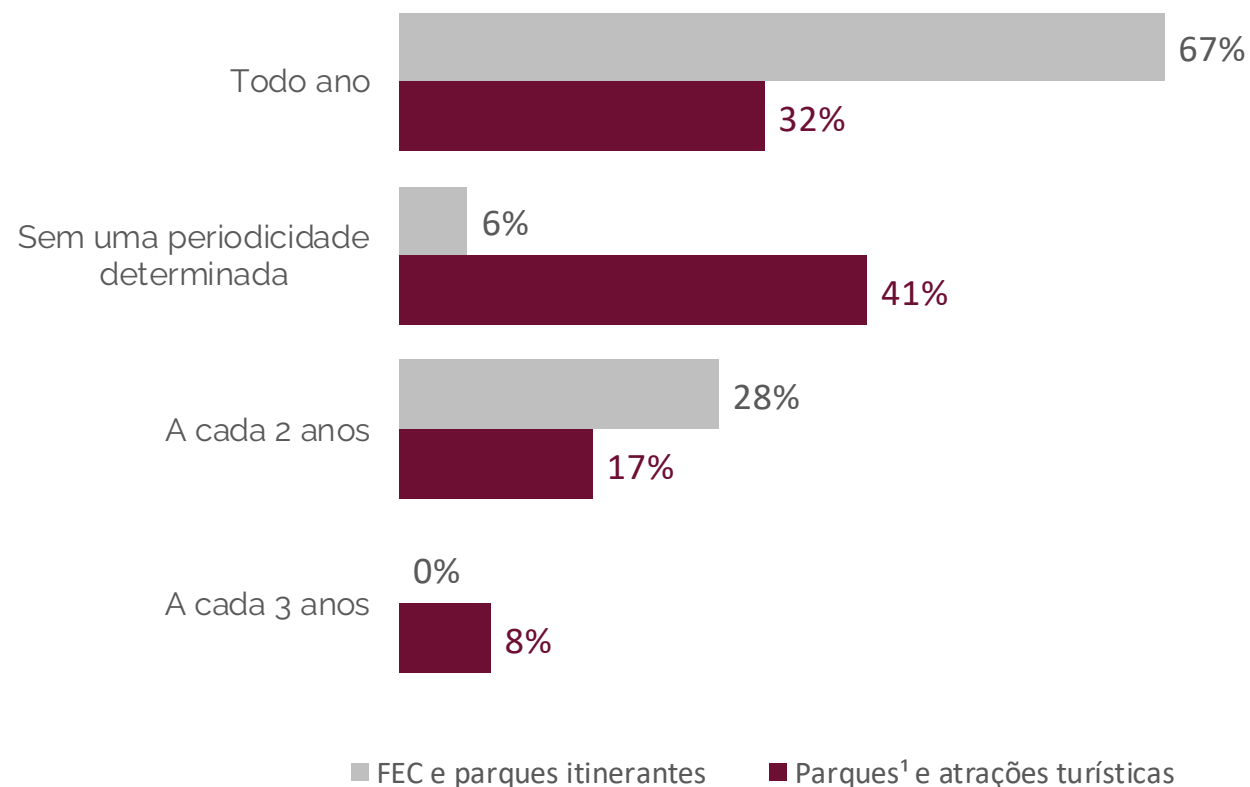
”

<sup>1</sup>EBITDA: lucros antes de juros, impostos, depreciação e amortização (também conhecida como Lajida). <sup>2</sup>Parques de diversão, temáticos, aquáticos e naturais.

Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2023.

# 99,3% têm novos investimentos aprovados internamente

Periodicidade de reinvestimento em novas atrações (% dos respondentes):



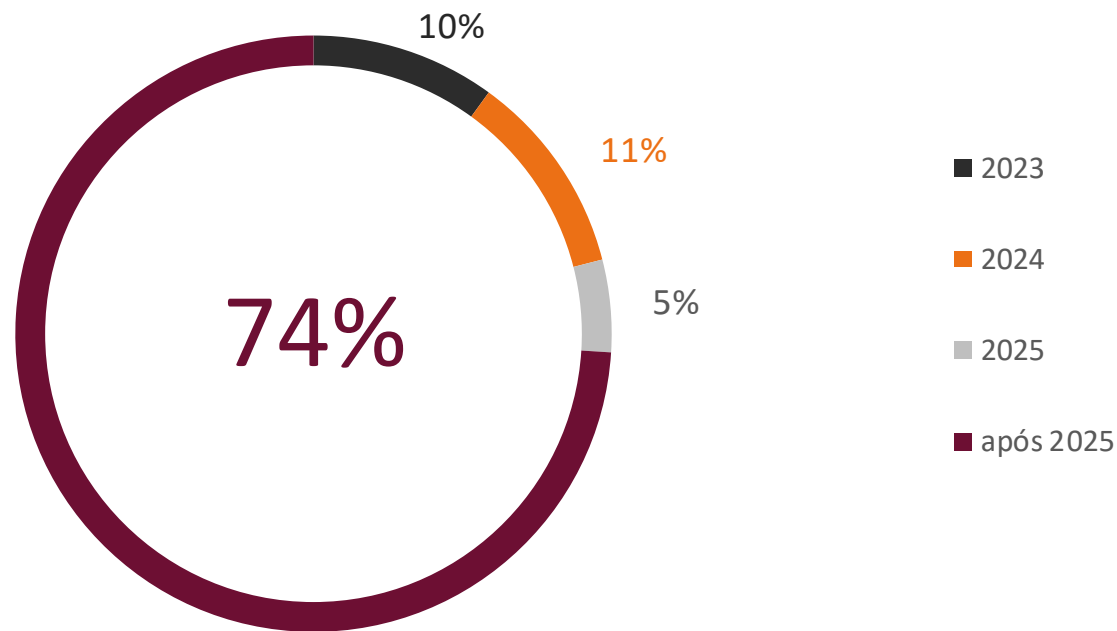
“A “alma” do entretenimento são as suas atrações. E sem reinvestimento em novidades, o total de visitantes e o ticket médio tendem a cair. Está na essência do setor investir em novos equipamentos para que o público final encontre novidades e siga se encantando com a experiência oferecida. Nas entrevistas em profundidade com os executivos do setor, foi unânime a menção da importância dos incentivos fiscais para que quase a totalidade das empresas reinvestisse no setor.

<sup>1</sup>Parques de diversão, temáticos, aquáticos e naturais.  
Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2023.



# R\$ 3,7 bilhões de investimento em 279 empreendimentos

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



“

Dos 281 empreendimentos com respostas ao questionário, 279 possuem planos de reinvestimento. No total, as renovações e ampliações previstas chegam a R\$ 3,7 bilhões, uma média de R\$ 13,1 milhões por empreendimento. Os investimentos identificados representam aproximadamente 7% do faturamento anual das empresas nos próximos 3 anos. O alto volume de reinvestimento foi impulsionado pela melhoria dos resultados operacionais e dos incentivos fiscais ao setor.

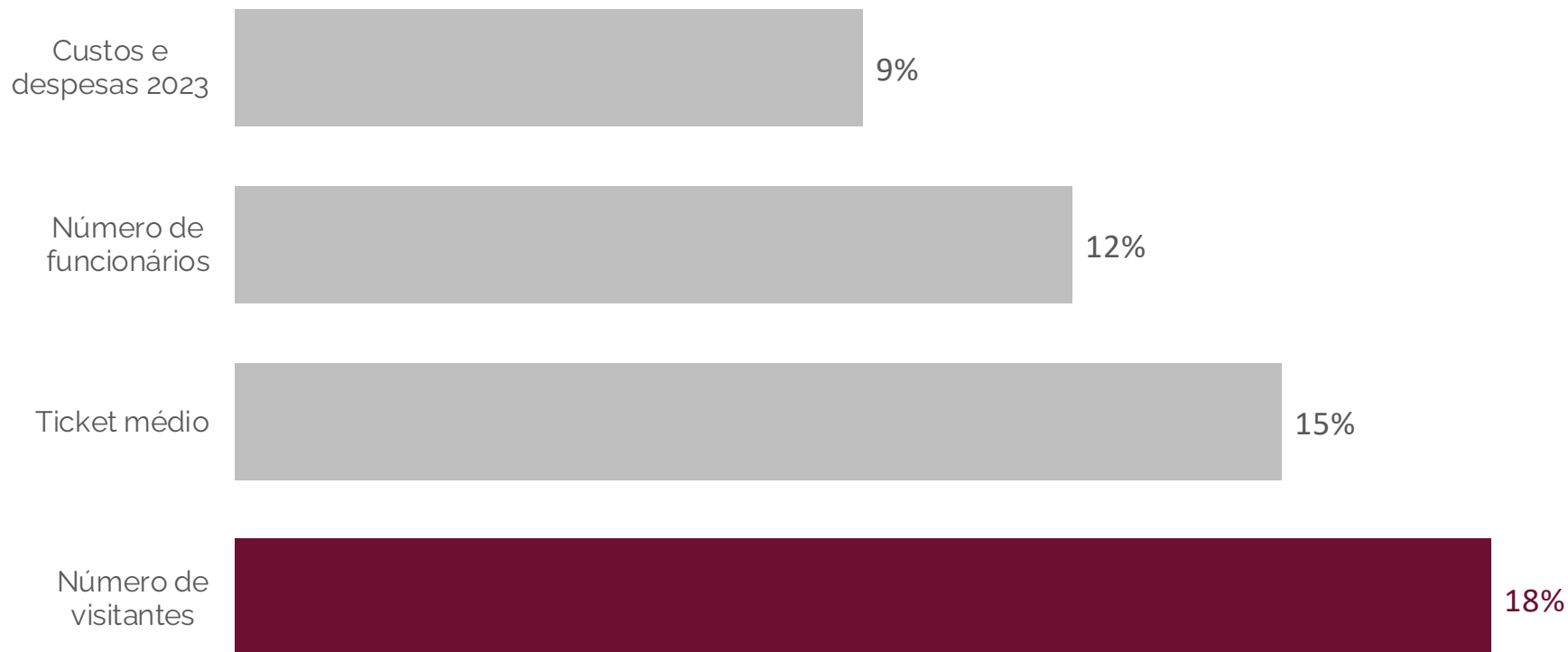
”

# Perspectivas e avaliação do setor



# Nº de visitantes será o principal *driver* de crescimento

Perspectiva de evolução percentual (%) no orçamento 2023 *versus* 2022:



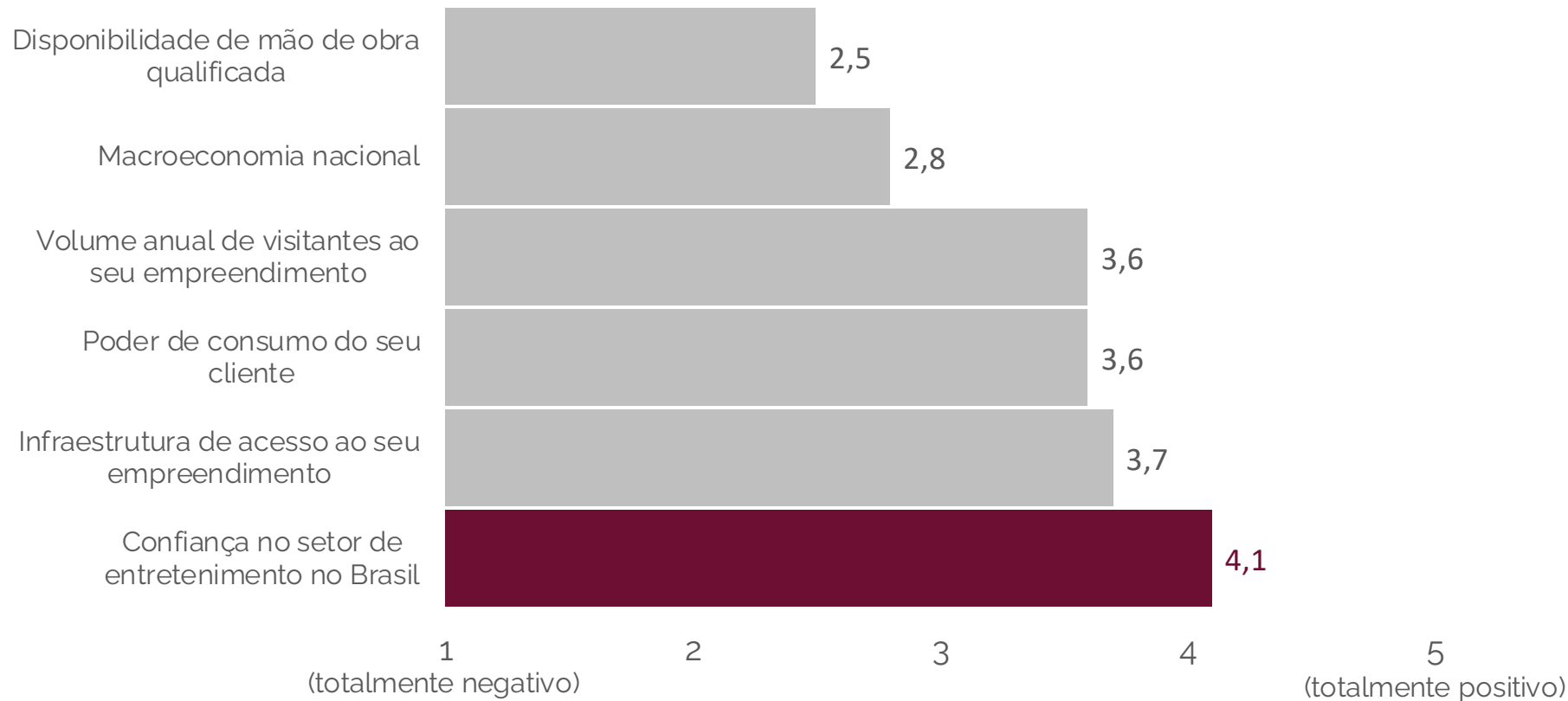
“

Com a pandemia controlada, 2023 será o primeiro ano após 2019 sem restrições sanitárias de viagens e possível distanciamento social. Logo, o número de visitantes tende a ser o principal *driver* de crescimento do setor. Com o dólar ainda alto, as viagens domésticas também estimularão um maior volume de consumo de entretenimento pelo país. Novos investimentos em atrações e o crescimento de visitantes em parques recém abertos também estimularão demanda adicional ao setor.

”

# Confiança do setor é alta, mas a economia é um risco

Avaliação de pontos estratégicos de impacto no setor<sup>1</sup>:



“

É alta a crença no potencial do setor de parques, atrações turísticas e entretenimento no Brasil. No entanto, alguns fatores também preocupam os empresários, com destaque à disponibilidade de mão de obra qualificada e às incertezas macroeconômicas. Volume de visitantes, poder de consumo e infraestrutura do país tiveram notas moderadas, com potencial de melhoria.

”

<sup>1</sup>Média em uma escala de 1 (totalmente negativo) a 5 (totalmente positivo).  
Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2023.

# +500 empreendimentos e +89 milhões de visitantes

Grandes números | Setor apenas no início de seu estágio de desenvolvimento no Brasil

- Mais de 35 mil empregos diretos fixos, incluindo os terceirizados. E +130 mil indiretos.
- Adicional de colaboradores temporários de até 40% em dias pico de visitação.
- Demanda concentrada nas classes C e B, de famílias com crianças.
- Expectativa de crescimento de visitantes em 18% para 2023.



**+89 milhões**

visitantes  
2022



**R\$ 7,1 bi**

faturamento  
2022



**R\$ 3,7 bi**

em reinvestimentos  
previstos



“

**Setor pujante  
e apenas no início  
do potencial de  
desenvolvimento  
no Brasil.**

”



# Novos investimentos

63 projetos identificados.  
+R\$ 9,6 bi em investimentos

- Investimentos previstos
- Estágio de desenvolvimento
- Perfil da demanda
- Principais *insights*



## Novos projetos identificados





# Total de 63 novos empreendimentos identificados

Abaixo, um resumo do perfil dos novos investimentos identificados durante o estudo. Não se tratam de renovações de empreendimentos atuais, mas sim de novos projetos, em diferentes fases de desenvolvimento. Do total de 63 projetos identificados, 39 responderam o questionário do estudo.

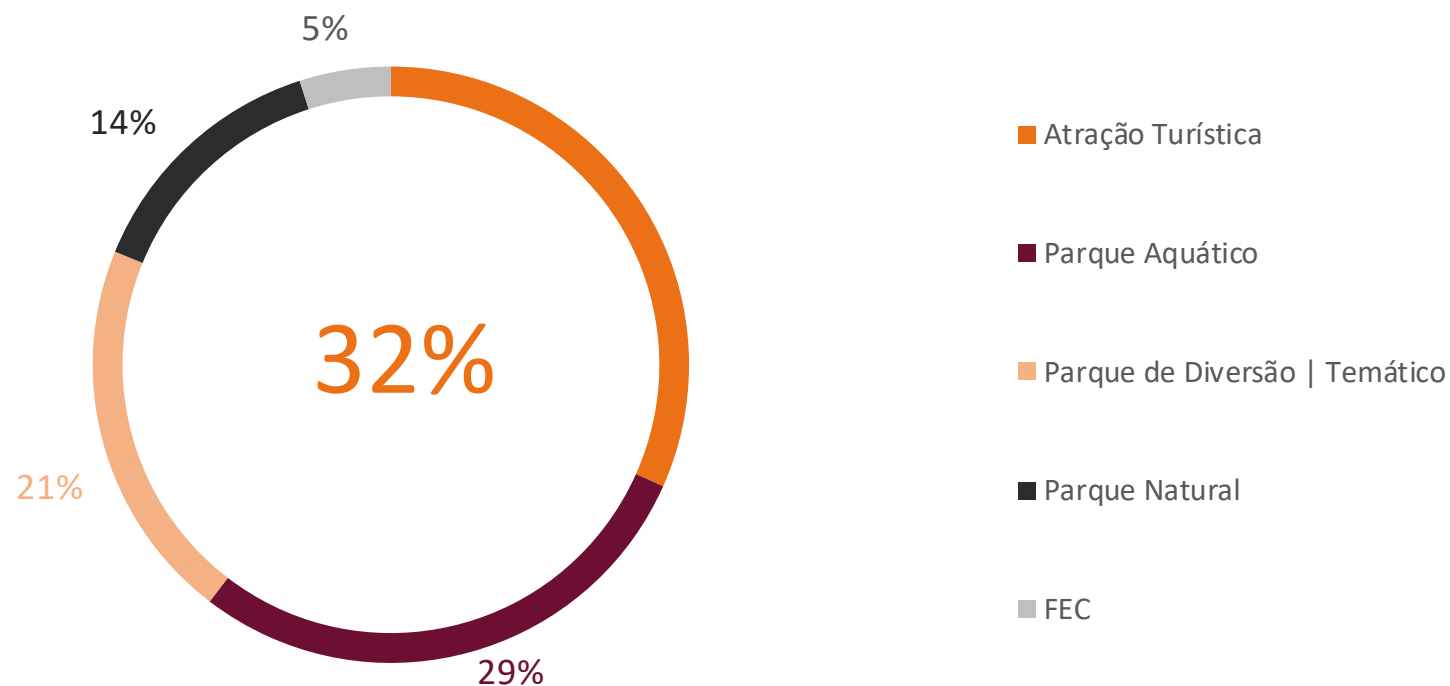


<sup>1</sup>Centro de entretenimento familiar. <sup>2</sup>Parques nacionais e estaduais em processo de concessão à iniciativa privada.

Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2023.

# Atrações turísticas e parques aquáticos lideram a lista

Distribuição dos novos investimentos por número de projetos:



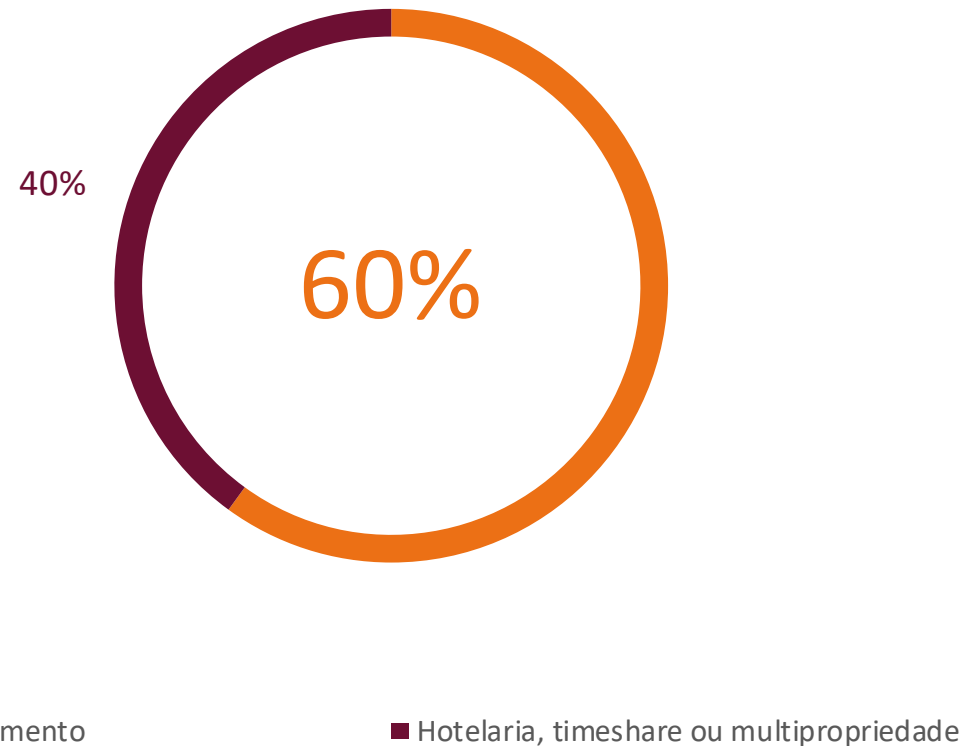
“

Do total de novos projetos em desenvolvimento no Brasil, observa-se uma concentração em atrações turísticas e parques aquáticos. Entre as atrações turísticas, teleféricos e rodas gigantes são algumas das mais comuns. Quanto aos parques naturais, foram selecionados aqueles em processo de concessão à iniciativa privada, além de outros projetos privados identificados.

”

# Timeshare e multipropriedade impulsionam investimentos

Negócios ofertados:



“

Além dos investimentos *stand-alone* de parques, atrações turísticas e entretenimento no Brasil, projetos de *timeshare* e multipropriedade têm sido propulsores de novos investimentos no setor. O entretenimento é a âncora de muitos projetos, razão pela qual é fundamental em diversos empreendimentos turístico-imobiliários.

”

# Dispersão por +16 estados e +40 cidades do país

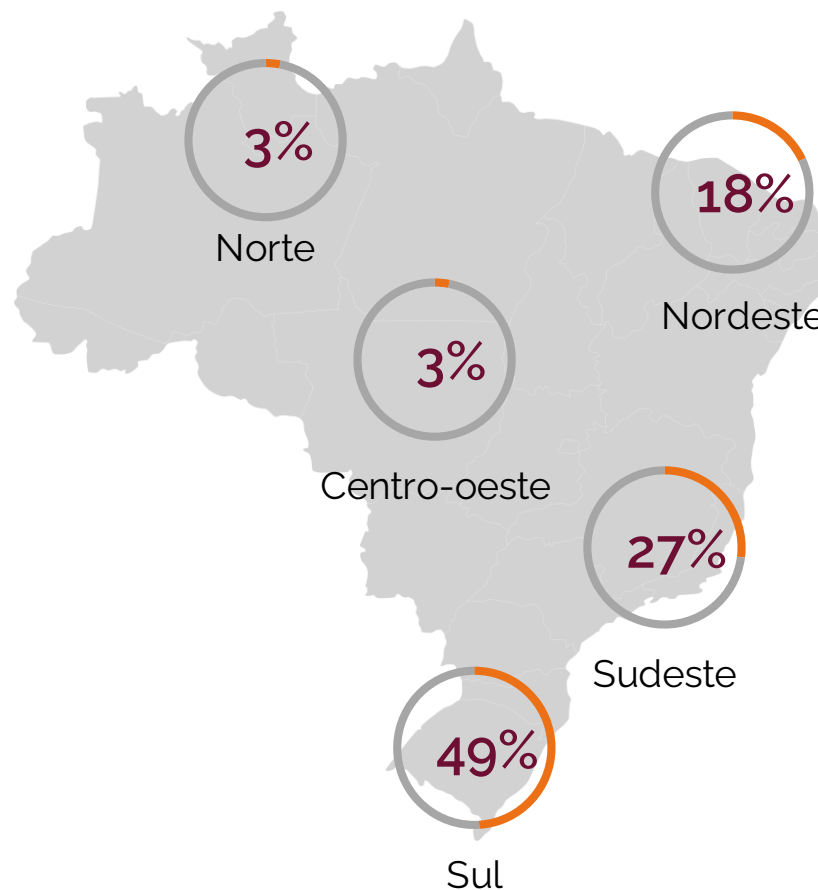


Estados representados<sup>1</sup>  
**+16**



Cidades representadas<sup>1</sup>  
**+40**

Oferta de parques e atrações turísticas por região:



“

Capilaridade nacional dos novos investimentos, com concentração nos principais polos econômicos do país: Sul e Sudeste. Destaque também ao Nordeste, por agregar alguns dos principais destinos turísticos nacionais. Além dos investimentos diretos em entretenimento, os projetos identificados são indutores de novos investimentos regionais, como em hotéis, restaurantes, multipropriedades, entre outros.

”

# Média de R\$ 152 milhões em investimento por projeto

Estimativas previstas nos próximos anos:



**R\$ 9,6 bilhões**

em novos projetos  
identificados



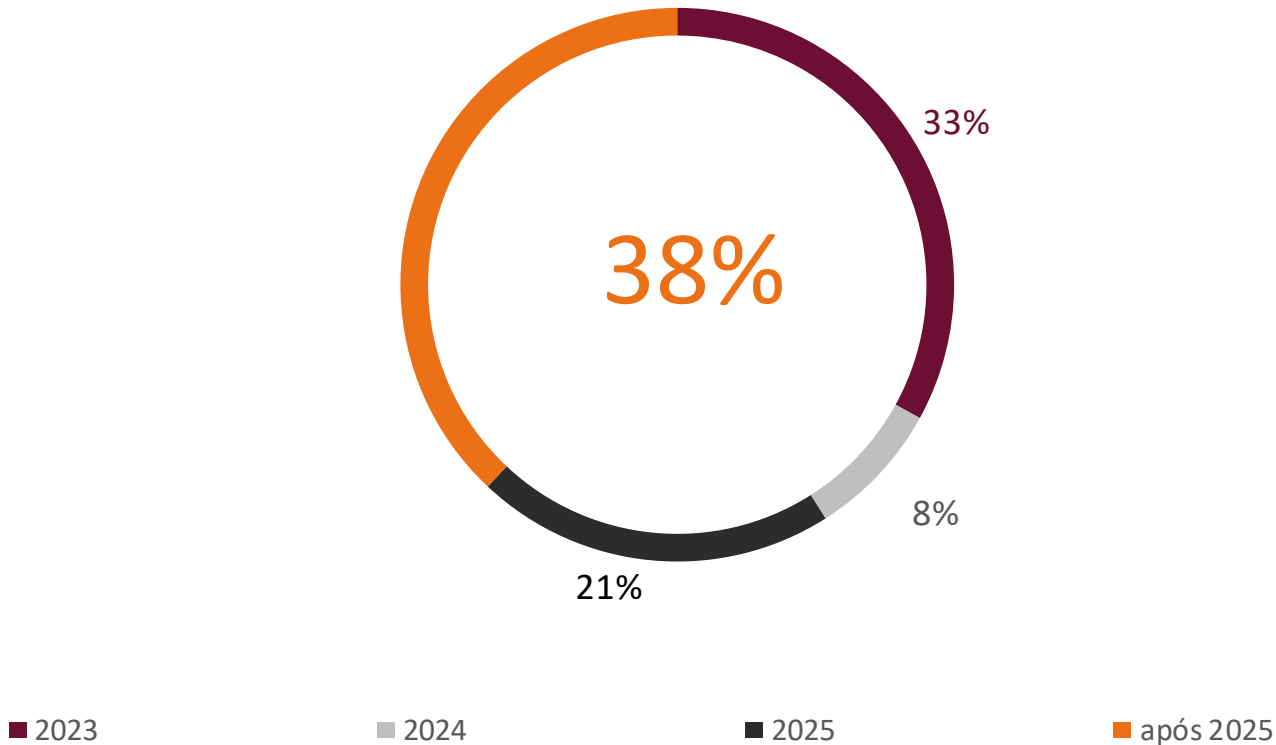
**11 mil**

empregos diretos fixos  
estimados



# 62% dos investimentos estimados até 2025

Prazo de conclusão dos novos investimentos:



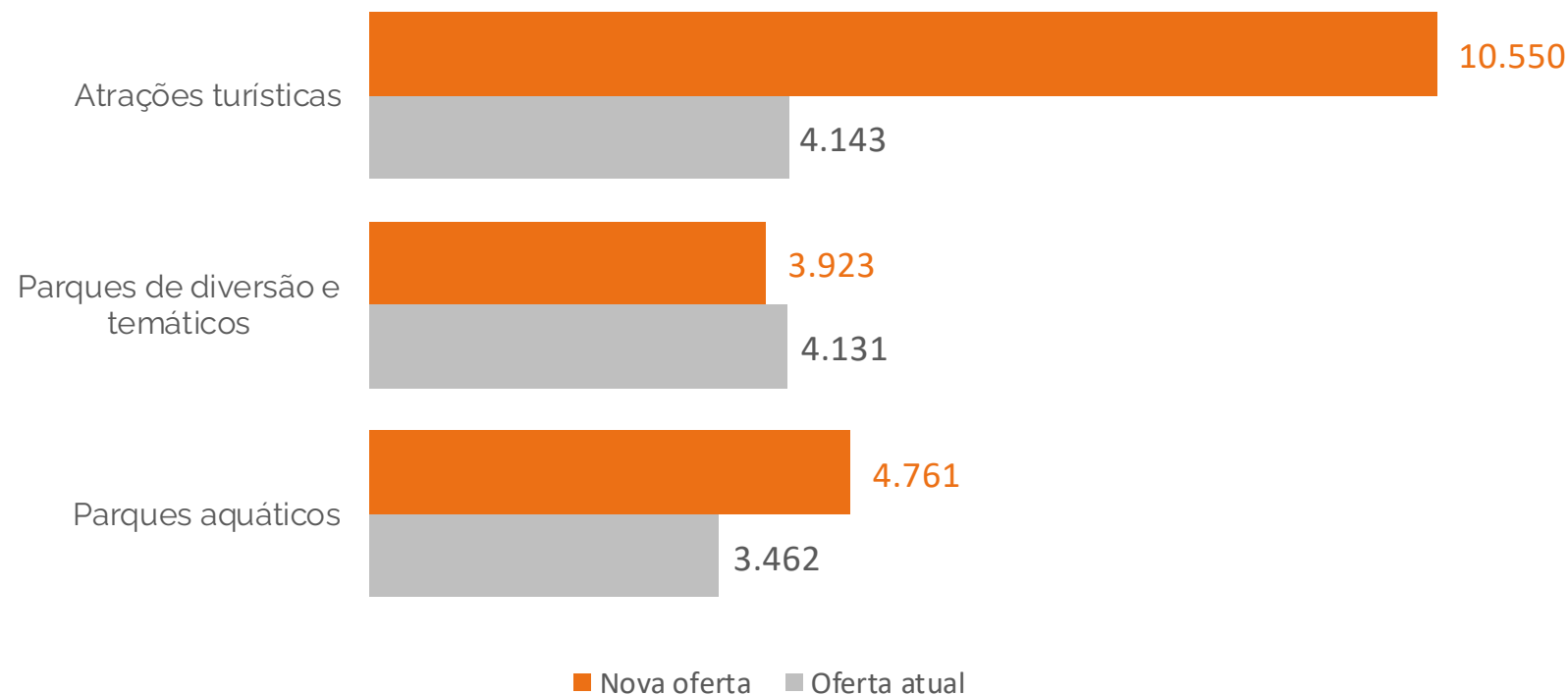
“

Por serem intensivos em capital, investimentos em parques, atrações turísticas e entretenimento comumente são faseados em anos. Do total de investimentos identificados, 62% está previsto para ser concluído até 2025.

”

# Investimentos em maiores atrações turísticas em curso

Capacidade<sup>1</sup> média diária de visitação por empreendimento (em n° de pessoas):



“

Entre os novos investimentos em atrações turísticas, em média os projetos possuem maior capacidade diária de visitação em comparação com a oferta atual. Exemplos de projetos grandes em desenvolvimento incluem rodas gigantes, aquários e teleféricos.

”

<sup>1</sup>Não foram consideradas FECs, parques itinerantes e parques naturais.  
Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2023.

## Perfil da demanda





# Foco em famílias e em projetos com potencial turístico

Perfil predominante dos respondentes<sup>1</sup>:



Faixa etária

**42%**

famílias e jovens de até 17 anos



Renda familiar

**44%**

abaixo de R\$ 7 mil por mês



Origem geográfica do visitante

**65%**

regional e nacional (+100km)

“

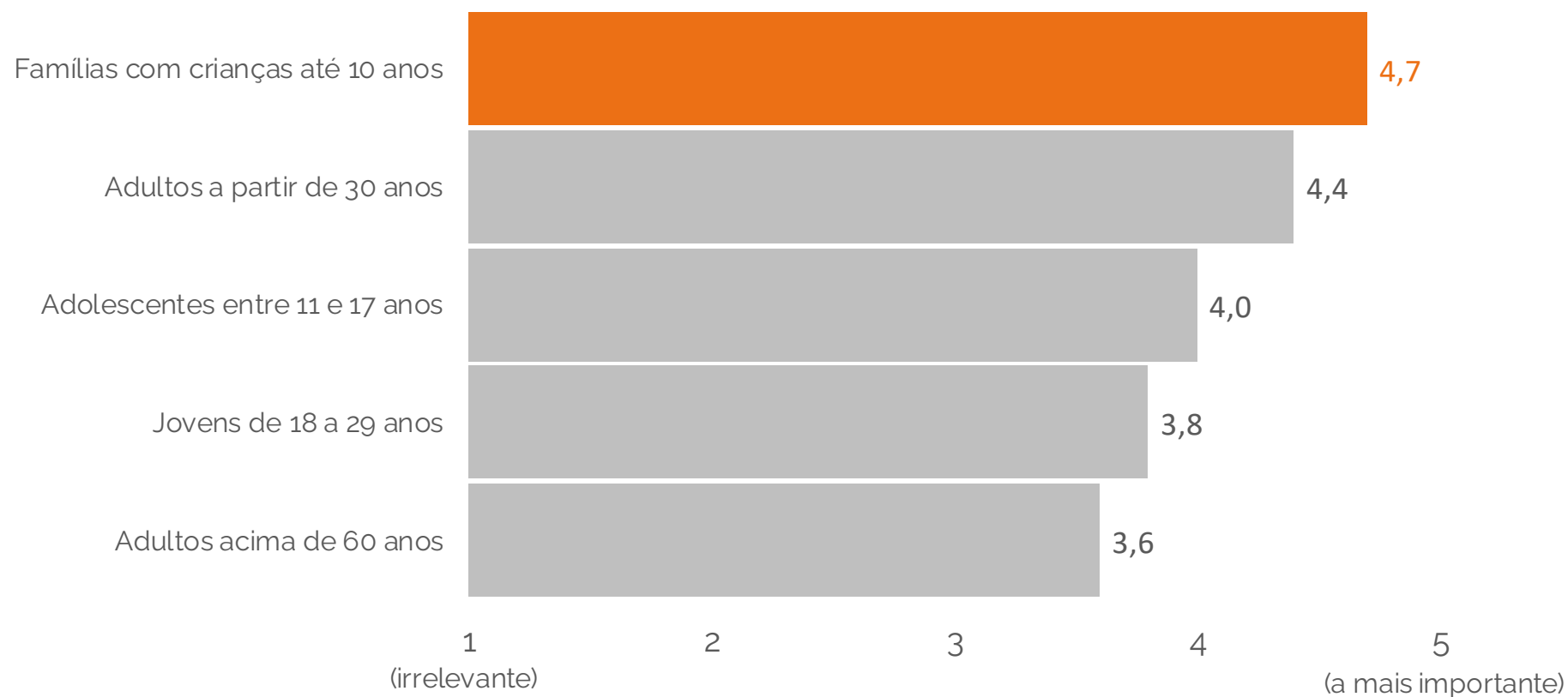
Entre os novos desenvolvimentos, uma participação relevante é destinada a famílias com renda mensal abaixo de R\$ 7 mil e em projetos com potencial turístico.

”

<sup>1</sup>A amostra de respondentes desta pesquisa inclui parques temáticos, parques aquáticos, FECs, atrações turísticas e parques itinerantes. Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2023.

# Adultos sem filhos estão no radar dos novos projetos

Relevância de cada **faixa etária** na demanda potencial do projeto<sup>1</sup>:



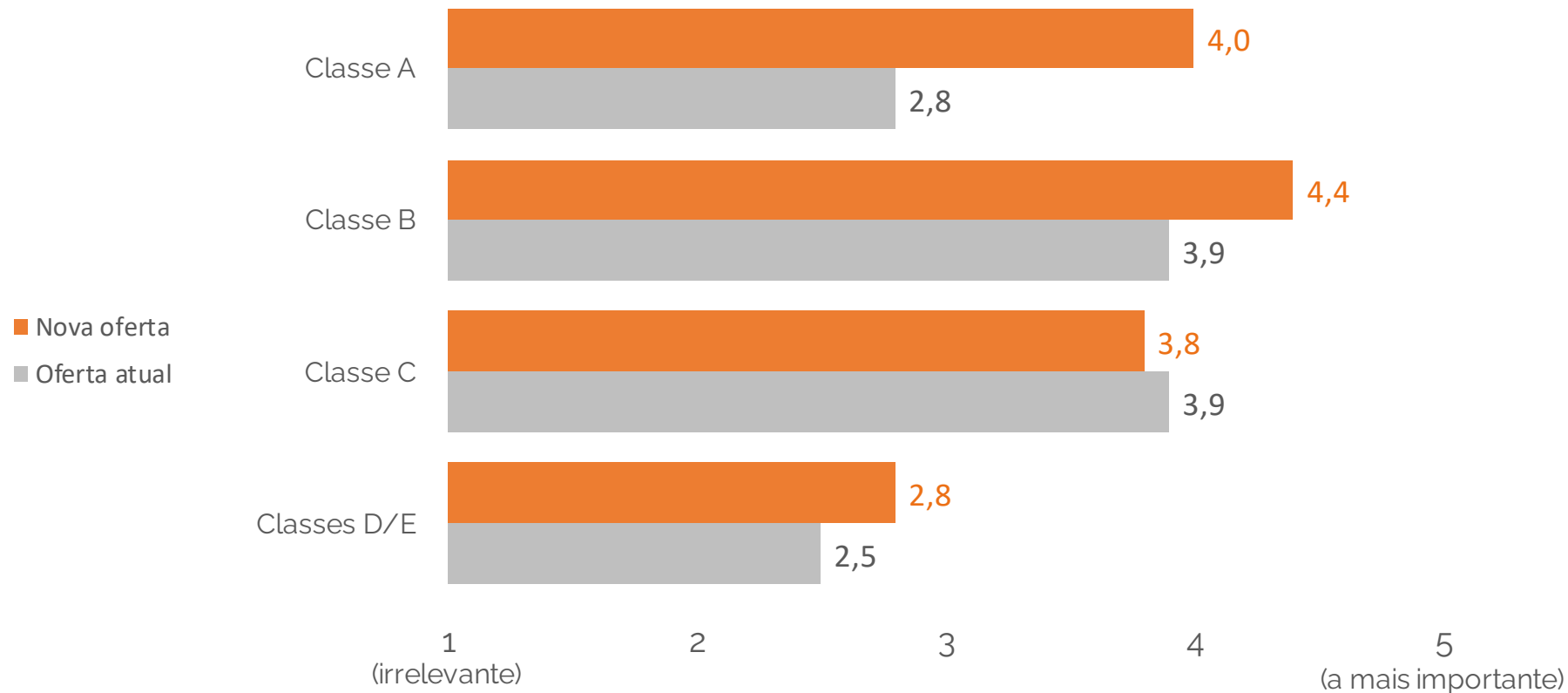
“

O perfil de demanda predominante em parques, atrações turísticas e entretenimento no Brasil é de famílias com crianças. No entanto, as novas atrações também estão sendo pensadas para públicos de diversas idades.

”

# Classe A também está no radar dos investidores

Relevância de cada **classe social** na demanda potencial do projeto<sup>1</sup>:



“

Da oferta atual, a maioria dos empreendimentos tem como público-alvo famílias de classe B e C. Nos novos investimentos, além da classe média, observa-se também um foco a consumidores com potencial de consumo mais elevado (classe A).

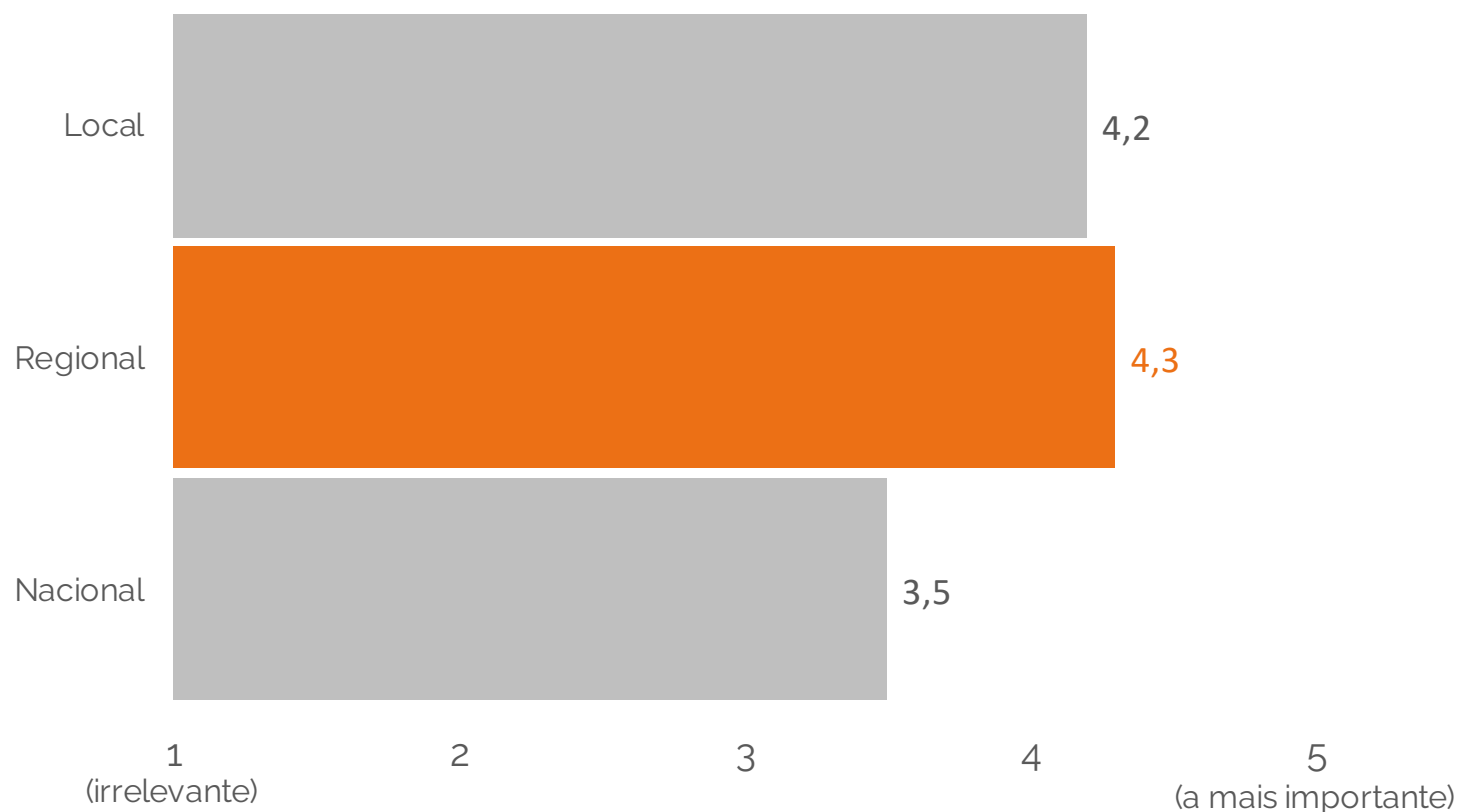
”

<sup>1</sup>Classe 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, 2023.

# Concentração em centros urbanos e em destinos turísticos

Relevância de cada **origem geográfica** na demanda potencial do projeto<sup>1</sup>:



“

Além dos centros urbanos, os novos projetos possuem potencial de atração de turistas. A relevância da demanda potencial regional e nacional para os novos investimentos corrobora a tendência identificada. A atração de visitantes de diferentes cidades aumenta o potencial do entretenimento como atividade indutora de distribuição de renda e desenvolvimento social no país.

”

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

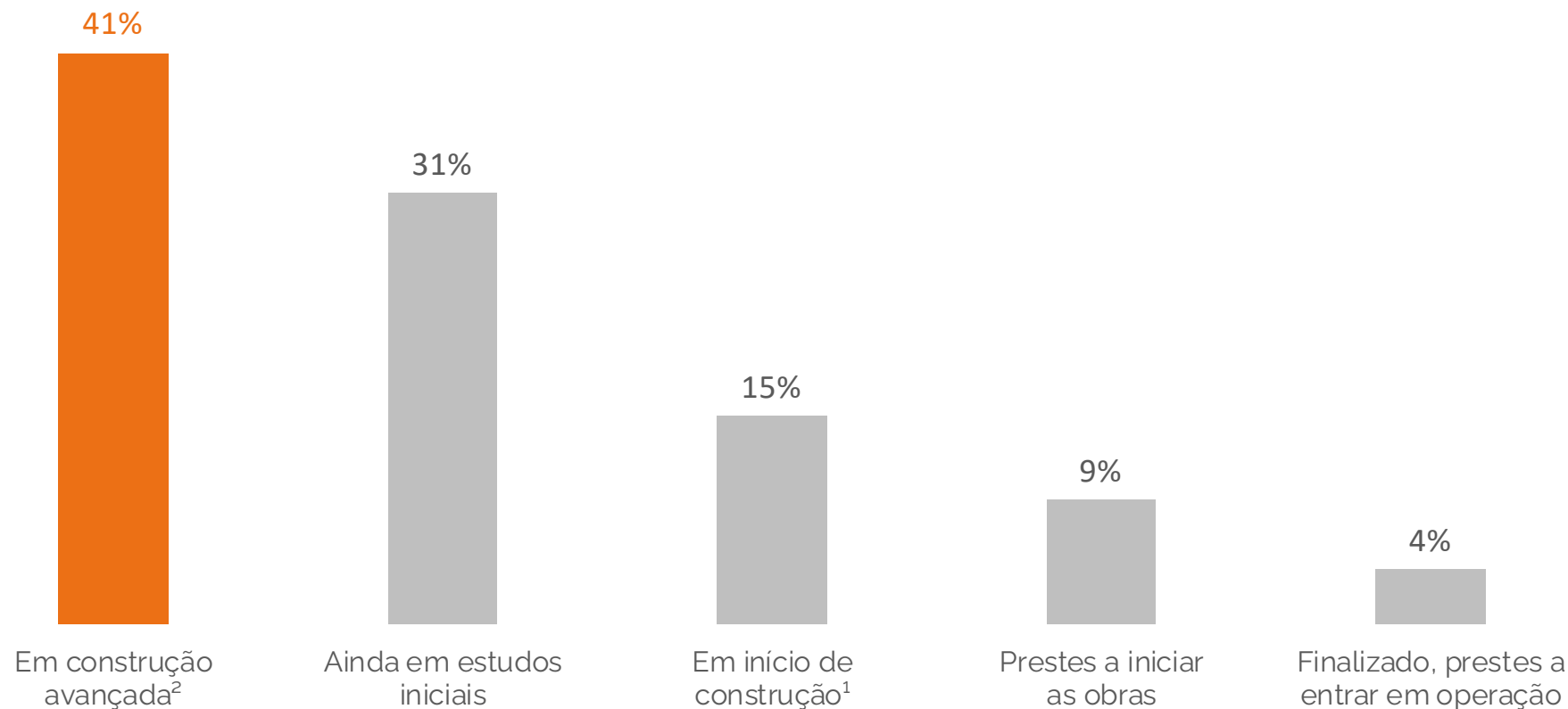
Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2023.

## Estágio de desenvolvimento



# Mais da metade dos projetos aprovados ou em construção

Estágio de desenvolvimento dos novos projetos:



“

Do total de novos investimentos identificados no setor, a maioria (69%) está prestes a iniciar as obras ou avançou na etapa de construção. Do outro lado, um percentual também expressivo (31%) concentra-se em estudos iniciais, parte ainda em estágio de validação dos novos projetos.

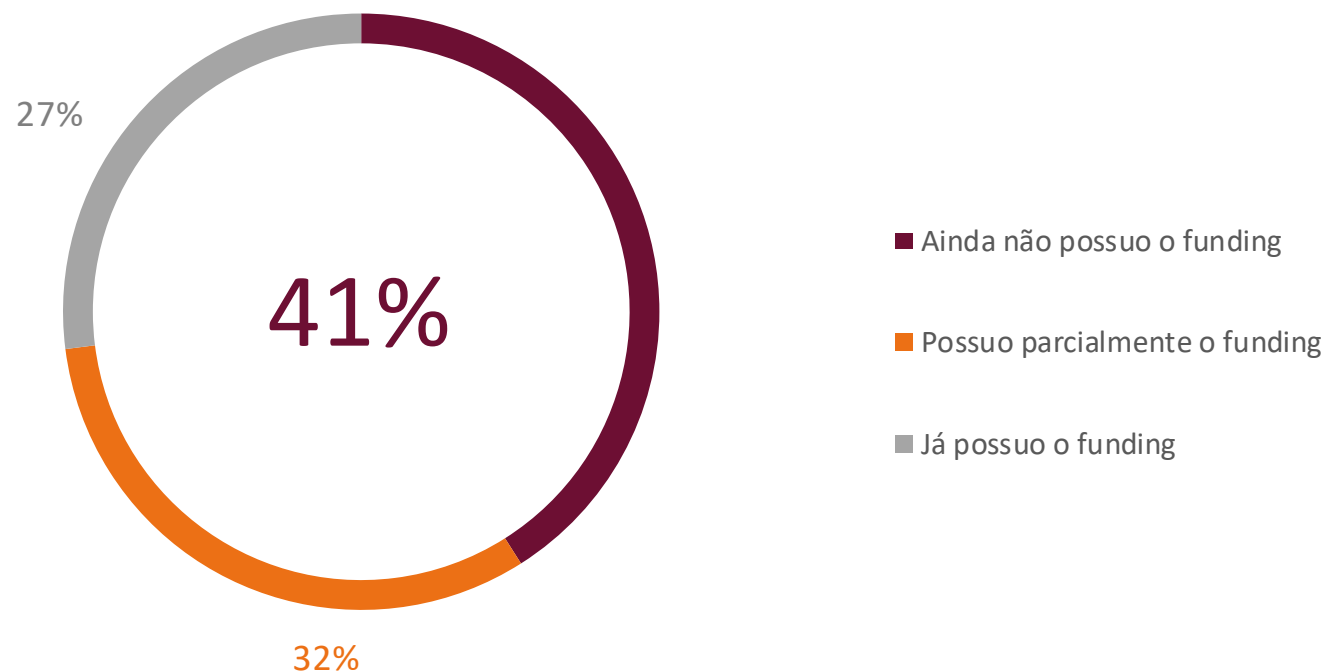
”

<sup>1</sup>Até 30% da obra concluída. <sup>2</sup>Mais de 30% da obra concluída.

Fonte: Noctua, Sindepat e Adibra, 2023.

# Incentivo fiscal financiou parte dos novos investimentos

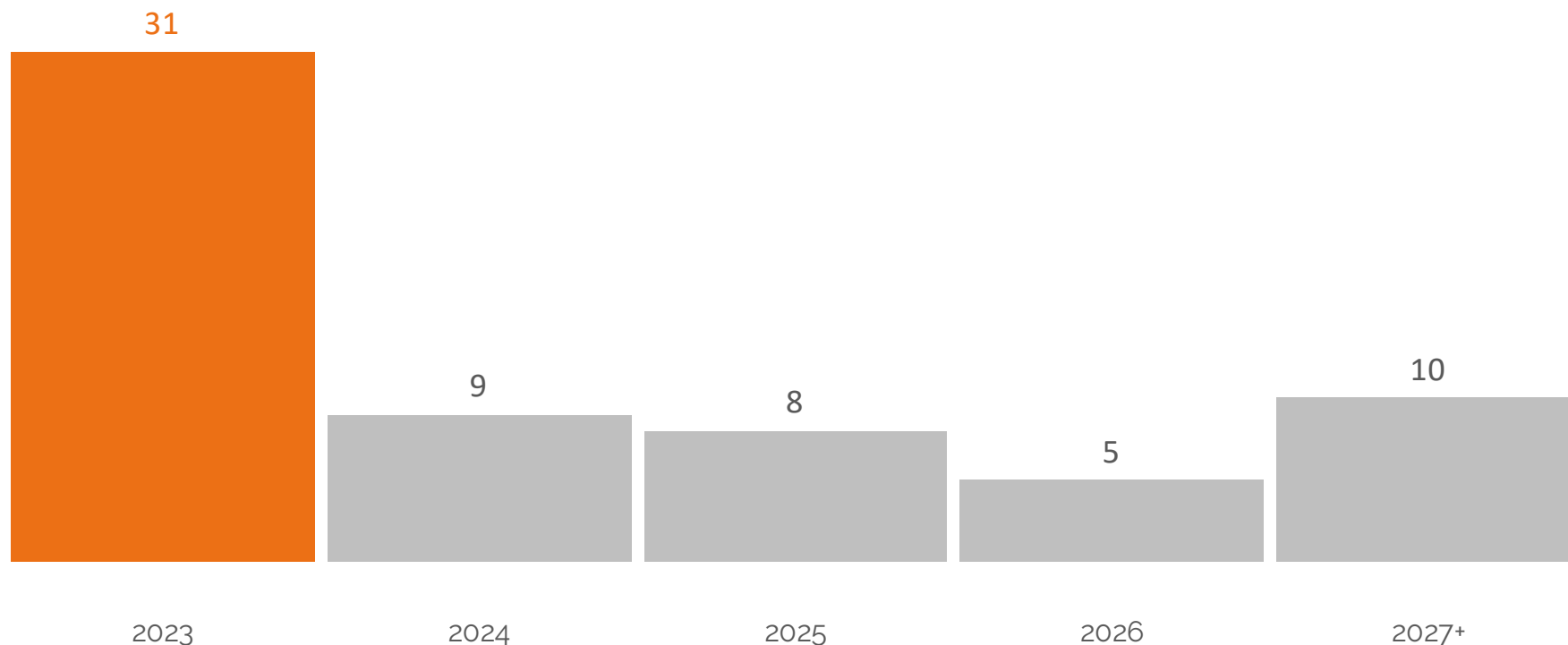
Situação do *funding* para a construção do projeto:



“ Projetos em estágios de construção mais avançados já equacionaram ao menos parte do *funding* para a finalização dos empreendimentos. Entre os projetos sem *funding*, concentram-se aqueles em fase inicial de estudo. A utilização de capital próprio é predominante no setor e os incentivos fiscais atuais foram fundamentais para financiar parte dos novos projetos. Dos 63 novos empreendimentos em estruturação, aproximadamente 70% deles são vinculados a grupos com negócios já em operação no país.

# Quase metade com abertura prevista para 2023

Aberturas previstas por ano:



“

Do total de projetos em desenvolvimento, aproximadamente a metade terá abertura até 2023. Dentre eles: 13 parques, entre aquáticos e de diversão/temáticos; 7 atrações turísticas, como rodas gigantes, tirolesa e teleféricos; 8 parques naturais; e 3 FECs. Em razão do *funding* não totalmente equacionado para todos os projetos, parte das aberturas pode ser reagendada.

”



# Boom de investimentos em entretenimento no Brasil

**Novos investimentos** | Média de R\$ 152 milhões de investimento por projeto

- Distribuição por +16 estados e +40 cidades, em centros urbanos e destinos turísticos
- +59% com *funding* ao menos parcialmente equacionado, impulsionado por incentivos fiscais
- *Timeshare* e multipropriedade como propulsores de investimentos em 40% dos projetos



**63 projetos**

novos  
investimentos



**+11 mil**

empregos diretos  
fixos



**R\$ 9,6 bi**

de investimentos em  
novos projetos



“

**Inúmeros investimentos.**  
Incentivos fiscais  
impulsionaram novos  
projetos.

”

Quer fazer parte deste estudo?

RESPONDA O  
QUESTIONÁRIO.  
É RAPIDINHO!



Clique na imagem ou escaneie para  
responder a pesquisa de **OFERTA ATUAL**



Clique na imagem ou escaneie para  
responder a pesquisa de **NOVA OFERTA**

