



Perspectivas Globais do Setor de Lazer em 2023

Recorte Brasil

Julho de 2023

[kpmg.com.br](https://www.kpmg.com.br)



Sumário

1

Principais constatações

2

Recomendações

5

Turismo gastronômico

6

Turismo de negócios em alta

3

Conclusões

4

Cenário brasileiro: recuperação promissora

7

Descobrimo a América do Sul

8

Turismo não é apenas sobre dinheiro

 Clique sobre os tópicos

Introdução

O estudo *Perspectivas Globais do Setor de Lazer em 2023* está de volta. Nossa última edição, em 2019, abordou as melhorias possibilitadas pela tecnologia na jornada e na experiência do cliente, bem como as consequências do Brexit. Quem poderia imaginar que, um ano depois, estaríamos mergulhados na pandemia de covid-19, o que perturbaria a indústria global de lazer com uma intensidade provavelmente maior do que a enfrentada por qualquer outro setor. Esta edição do estudo inclui uma análise do cenário brasileiro do setor e mostra como ele está se reerguendo, redefinindo prioridades e abordando questões mais amplas, como ESG e descarbonização.



Principais constatações



Principais constatações

Recomendações

Conclusões

**Cenário brasileiro:
recuperação promissora**

Turismo gastronômico

Turismo de negócios em alta

Descobrimo a América do Sul

**Turismo não é apenas
sobre dinheiro**

Principais constatações

Exploramos o cenário em evolução do setor de lazer e oferecemos *insights* sobre as quatro áreas críticas, que exigem atenção redobrada neste momento:



Foco no cliente: aos olhos do público, o valor não se limita a preço e experiência – ele também diz respeito ao propósito. Descubra o que é motivador para os clientes e de que maneiras você pode conseguir fidelizá-los.



Tecnologia: realidade virtual, realidade estendida e metaverso estão alimentando o desejo dos clientes por experiências de lazer mais inovadoras e envolventes. Como a tecnologia está reinventando o lazer?



ESG: descubra como os provedores de serviços em lazer estão se envolvendo com essa pauta e descubra como reduzir os impactos socioambientais das suas atividades, fazendo uma diferença positiva.



Fusões e aquisições: a pandemia foi devastadora, mas um setor resiliente emergiu. Como os novos valores dos clientes estão moldando as decisões de investimento?



Principais constatações

Recomendações

Conclusões

Cenário brasileiro:
recuperação promissora

Turismo gastronômico

Turismo de negócios em alta

Descobrimo a América do Sul

Turismo não é apenas
sobre dinheiro

Recomendações



[Principais constatações](#)

[Recomendações](#)

[Conclusões](#)

[Cenário brasileiro:
recuperação promissora](#)

[Turismo gastronômico](#)

[Turismo de negócios em alta](#)

[Descobrimo a América do Sul](#)

[Turismo não é apenas
sobre dinheiro](#)

Recomendações

O que vem a seguir e como sobreviver a isso? Há várias estratégias que as empresas podem implementar para assegurar que, na medida em que o mundo avança, seus valores acompanhem os novos anseios do seu público:



Harmonize-se com os valores dos clientes.



Priorize as questões ESG para acompanhar a evolução do setor e prosperar.



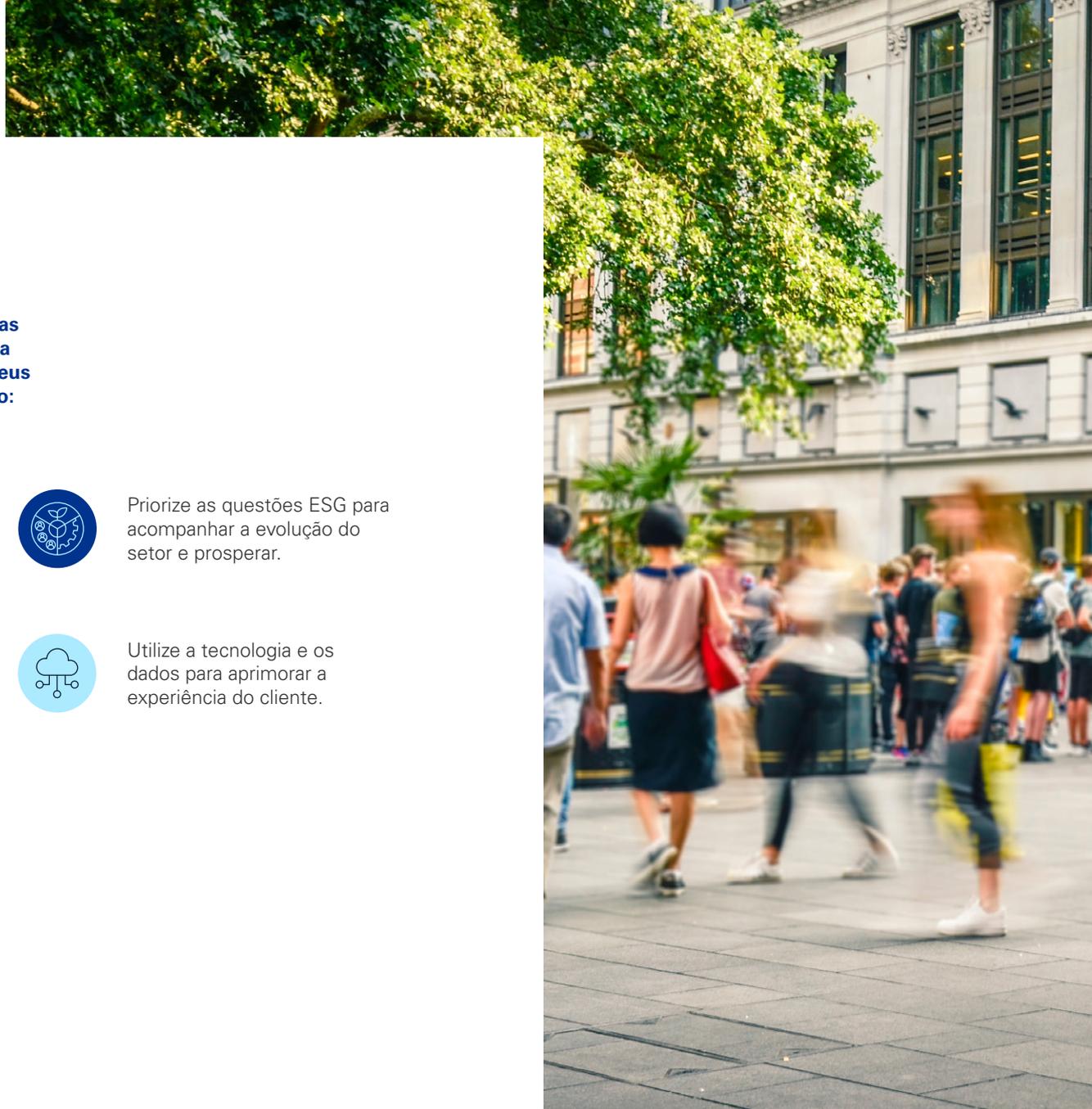
Adapte e transforme suas estratégias operacionais.



Utilize a tecnologia e os dados para aprimorar a experiência do cliente.



Adote uma abordagem proativa das fusões e aquisições - isso pode transformar todo o cenário da indústria de lazer.



[Principais constatações](#)

[Recomendações](#)

[Conclusões](#)

[Cenário brasileiro: recuperação promissora](#)

[Turismo gastronômico](#)

[Turismo de negócios em alta](#)

[Descobrimo a América do Sul](#)

[Turismo não é apenas sobre dinheiro](#)

Conclusões



[Principais constatações](#)

[Recomendações](#)

[Conclusões](#)

[Cenário brasileiro:
recuperação promissora](#)

[Turismo gastronômico](#)

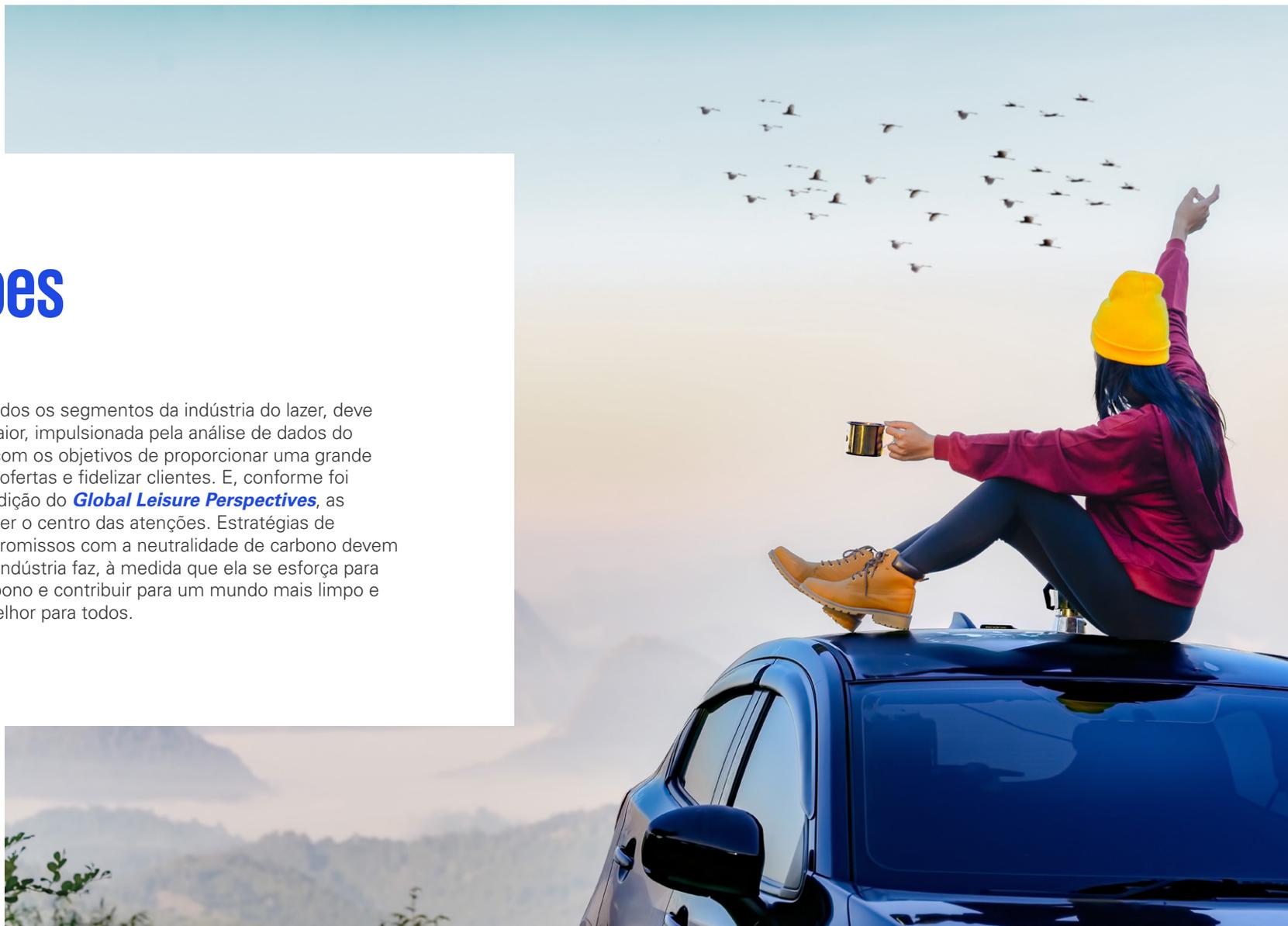
[Turismo de negócios em alta](#)

[Descobrimo a América do Sul](#)

[Turismo não é apenas
sobre dinheiro](#)

Conclusões

O que vem a seguir, em todos os segmentos da indústria do lazer, deve ser uma personalização maior, impulsionada pela análise de dados do comportamento, sempre com os objetivos de proporcionar uma grande experiência, diferenciar as ofertas e fidelizar clientes. E, conforme foi discutido ao longo desta edição do **Global Leisure Perspectives**, as questões de ESG devem ser o centro das atenções. Estratégias de descarbonização e o compromissos com a neutralidade de carbono devem se integrar a tudo o que a indústria faz, à medida que ela se esforça para reduzir sua pegada de carbono e contribuir para um mundo mais limpo e verde e uma sociedade melhor para todos.



[Principais constatações](#)

[Recomendações](#)

[Conclusões](#)

[Cenário brasileiro:
recuperação promissora](#)

[Turismo gastronômico](#)

[Turismo de negócios em alta](#)

[Descobrimo a América do Sul](#)

[Turismo não é apenas
sobre dinheiro](#)

Cenário brasileiro: recuperação promissora



Principais constatações

Recomendações

Conclusões

**Cenário brasileiro:
recuperação promissora**

Turismo gastronômico

Turismo de negócios em alta

Descobrimo a América do Sul

**Turismo não é apenas
sobre dinheiro**

Cenário brasileiro: recuperação promissora

O primeiro quadrimestre de 2023 trouxe dados animadores para o setor de turismo no Brasil. O País recebeu 2,6 milhões de turistas internacionais nesse período, de acordo com a Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo (Embratur). Já a Associação Brasileira das Operadoras de Turismo (Braztoa) estima um crescimento de até 53% nas atividades do setor até o fim deste ano.

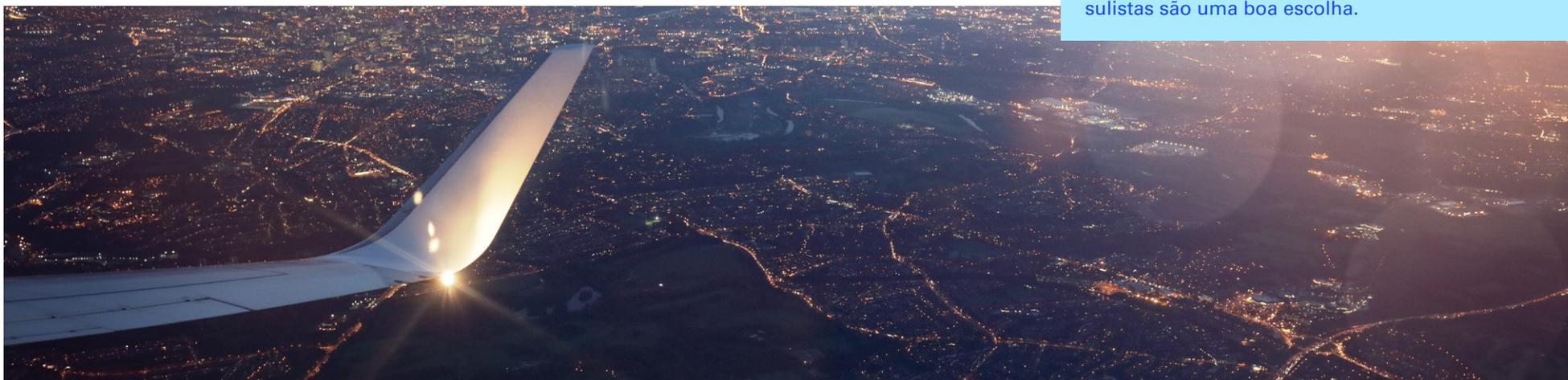
São números que empolgam as redes hoteleiras e demais serviços relacionados ao turismo em todo o País – principalmente porque os destinos nacionais têm sido favorecidos e se destacam como preferidos pelos viajantes. As cidades do Nordeste são as mais populares, mas São Paulo e Rio de Janeiro também sobressaem.

Uma das explicações para essa preferência por viagens domésticas é o cenário macroeconômico brasileiro, com restrições de crédito, altas taxas de juros e câmbio desfavorável: com o dólar e o euro consistentemente acima dos R\$ 4,00, frequentemente ultrapassando os R\$ 5,00, fica mais difícil e caro planejar temporadas na Europa e nos Estados Unidos.

Tempo demais para quem pode simplesmente comprar passagens e reservar um hotel nas lindíssimas praias brasileiras, ou fazer um *tour* que agregue cultura, arte, gastronomia e até passeios por alguns enclaves de Mata

Atlântica na sempre pulsante capital paulista – que, desde a década passada, também vem ganhando espaço na época do Carnaval, com dezenas de blocos que levam a folia para as ruas.

Outras tendências também despontam no horizonte brasileiro. Aos poucos, estamos descobrindo que o Sul oferece boa culinária e no turismo de alta qualidade, aliando sabor e história nas belas vinícolas da região. Para quem prefere um clima mais ameno e bons vinhos, as cidades sulistas são uma boa escolha.



Principais constatações

Recomendações

Conclusões

Cenário brasileiro: recuperação promissora

Turismo gastronômico

Turismo de negócios em alta

Descobrimos a América do Sul

Turismo não é apenas sobre dinheiro

Turismo gastronômico



Principais constatações

Recomendações

Conclusões

**Cenário brasileiro:
recuperação promissora**

Turismo gastronômico

Turismo de negócios em alta

Descobrimo a América do Sul

**Turismo não é apenas
sobre dinheiro**

Turismo gastronômico

A gastronomia desempenha um papel fundamental no setor de viagens, sendo o terceiro principal impulsionador global. No contexto pós-pandemia, onde os turistas foram afetados pelas restrições impostas pela covid-19, a busca por experiências únicas tem se intensificado, e é na gastronomia que eles encontram o ambiente perfeito para satisfazer esses desejos.

Vale ressaltar que, com as tendências de crescimento e envelhecimento da população e forte concentração urbana, aliadas ao dinamismo econômico, espera-se um aumento significativo no número de turistas nacionais, incluindo aqueles interessados no turismo gastronômico. A presença de um maior número de idosos fortalecerá essa tendência, pois eles terão mais renda e tempo disponível para conhecer novos destinos e experimentar a gastronomia local.

Além disso, o segmento da população idosa apresenta demandas diversificadas e exigências mais elevadas. Portanto, para atender a essa nova demanda, o setor de turismo gastronômico precisará ampliar sua variedade, explorar a produção de novos alimentos e aprimorar a logística de transporte. A crescente urbanização também terá um impacto no turismo de natureza, com uma ampla oferta de comidas locais e diversificadas, afetando tanto a disponibilidade quanto o preço dessas experiências.

A expansão do turismo gastronômico depende de inúmeras variáveis, incluindo a retomada do crescimento econômico. É a recuperação econômica que determinará a magnitude da demanda por esse segmento.

Outro ponto importante é que o crescimento econômico nas áreas rurais dos estados brasileiros estimulará o surgimento de polos com potencial turístico gastronômico, atraindo turistas em busca de tradições, culinárias regionais e experiências fora dos grandes centros urbanos. Essa expansão também impulsionará a diversificação e a descentralização da oferta gastronômica em todo o território nacional.

No entanto, essa expansão demandará formação técnica e qualificação profissional nessas regiões. Isso é bom

para o desenvolvimento profissional e econômico dessas regiões.

Essas tendências também proporcionarão aos viajantes brasileiros e estrangeiros a oportunidade de conhecer novos ingredientes, a cultura alimentar e o patrimônio agroalimentar brasileiro, com um foco que se estende das capitais e metrópoles em direção ao interior dos estados, do Centro-Sul para o Norte-Nordeste.



Principais constatações

Recomendações

Conclusões

Cenário brasileiro: recuperação promissora

Turismo gastronômico

Turismo de negócios em alta

Descobrimo a América do Sul

Turismo não é apenas sobre dinheiro

Turismo de negócios em alta



[Principais constatações](#)

[Recomendações](#)

[Conclusões](#)

[Cenário brasileiro: recuperação promissora](#)

[Turismo gastronômico](#)

[Turismo de negócios em alta](#)

[Descobrimo a América do Sul](#)

[Turismo não é apenas sobre dinheiro](#)



Turismo de negócios em alta

O turismo e as viagens de negócios estão retomando fortemente no Brasil, com eventos setoriais e profissionais que atraem muitas pessoas. Recentemente, o Rio de Janeiro sediou o WebSummit, maior evento de tecnologia do mundo. Foi a primeira vez, em 13 anos de existência, que o encontro aconteceu fora da Europa. Durante quatro dias, mais de 20 mil pessoas de 97 países reuniram-se na Cidade Maravilhosa para compartilhar insights, fortalecer network e discutir os rumos da inovação.

Isto sem falar nas dezenas de eventos de negócios que já se tornaram uma tradição no País. Mencionaremos alguns deles, já sabendo que, infelizmente, muitos ficarão de fora – o objetivo aqui é apenas dar uma ideia da abrangência e riqueza dessas realizações:

1. APAS Show: como o nome indica, essa feira anual de negócios é realizada pela Associação Paulista de Supermercados (APAS) e é reconhecida como o maior evento supermercadista do mundo.
2. Feira Internacional de Produtos e Serviços para a Alimentação Fora do Lar (Fispal): feira anual que reúne fornecedores e profissionais da indústria de alimentação fora do lar, como restaurantes, bares, lanchonetes e outros.
3. WTM Latin America: as letras WTM referem-se a World Travel Market. Trata-se da maior feira de turismo e viagens da América Latina e reúne profissionais da indústria do turismo, como operadores, agentes de viagens, hotéis e destinos turísticos.
4. Agrishow: feira internacional de tecnologia agrícola realizada anualmente em Ribeirão Preto (SP). É considerada uma das maiores feiras do setor agrícola na América Latina, apresentando máquinas, equipamentos e tecnologias relacionadas à agricultura.
5. Feira Internacional do Plástico (*feiplastic*): realizado bianualmente em São Paulo, o evento abrange toda a cadeia produtiva do plástico, incluindo matérias-primas, máquinas, equipamentos e soluções para a indústria.
6. ABF Franchising Expo: realizada pela Associação Brasileira de Franchising (ABF), essa feira anual de franquias acontece em São Paulo e é reconhecida como a maior feira de franquias da América Latina, reunindo diversas marcas e oportunidades de negócios no setor de *franchising*.
7. LATAM-Retail Show: com foco no mercado latino-americano (o que fica bem evidente no nome do evento), reúne empresas, especialistas e profissionais para discutir tendências, inovações e estratégias relacionadas ao varejo na região.



Principais constatações

Recomendações

Conclusões

Cenário brasileiro:
recuperação promissora

Turismo gastronômico

Turismo de negócios em alta

Descobrimo a América do Sul

Turismo não é apenas
sobre dinheiro

Descobrimdo a América do Sul



[Principais constatações](#)

[Recomendações](#)

[Conclusões](#)

[Cenário brasileiro:
recuperação promissora](#)

[Turismo gastronômico](#)

[Turismo de negócios em alta](#)

[Descobrimdo a América do Sul](#)

[Turismo não é apenas
sobre dinheiro](#)

Descobrimo a América do Sul

Se o dólar mantiver a tendência de queda que temos observado recentemente, será que o brasileiro voltará a preferir viagens para o exterior?

Pode ser. Porém, os destinos mais badalados da década passada devem perder espaço para os nossos interessantíssimos vizinhos. A Argentina, por exemplo, desponta como uma opção muito atraente para os viajantes brasileiros, devido à taxa de câmbio favorável, as atrações de qualidade (o país é lindo, tem uma cultura rica e a noite de Buenos Aires é vigorosa) e boas oportunidades de compras.

O Chile também tem vinícolas de altíssimo padrão, estações de esqui e destinos surpreendentes. Em Cajón del Maipo, por exemplo, a paisagem é de tirar o fôlego tanto no verão quanto no inverno, época em que as montanhas das Cordilheiras dos Andes ficam repletas de neve. Para completar, é possível desfrutar dos banhos nas termas dos arredores.

Na Colômbia, além de Cartagena das Índias, que é uma praia deslumbrante e se tornou a principal cidade turística do Caribe colombiano, servindo como ponto de partida para outras ilhas caribenhas, existe aquele que muita gente considera o rio mais bonito do mundo: Caño Cristales, ou “o rio das cinco cores”, situado no município de La Macarena. Para conhecer mais da cultura colombiana, a capital Bogotá e seus arredores também têm lugares turísticos incríveis.

Enfim, os países sul-americanos e suas atrações turísticas renderiam um livro, mas este não é nosso objetivo agora. O que queremos realmente é enfatizar a recuperação animadora do turismo brasileiro que, de acordo com a Embratur, gerou um lucro de R\$ 8,6 bilhões no primeiro quadrimestre.



Principais constatações

Recomendações

Conclusões

**Cenário brasileiro:
recuperação promissora**

Turismo gastronômico

Turismo de negócios em alta

Descobrimo a América do Sul

**Turismo não é apenas
sobre dinheiro**

Turismo não é apenas sobre dinheiro



Principais constatações

Recomendações

Conclusões

**Cenário brasileiro:
recuperação promissora**

Turismo gastronômico

Turismo de negócios em alta

Descobrimo a América do Sul

**Turismo não é apenas
sobre dinheiro**

Turismo não é apenas sobre dinheiro

É importante ter em perspectiva que esses valores não são “apenas” dinheiro: eles representam renda e oportunidades de crescimento para proprietários de restaurantes, lojistas e hotéis, taxistas, motoristas de aplicativos, agências de viagens e de aluguel de veículos, vendedores ambulantes, artistas e profissionais culturais; e geram emprego e sustento para as famílias de garçons, zeladores, camareiros, cozinheiros, guias turísticos, profissionais de escritórios, administradores de negócios ligados ao turismo e lazer etc.

Tornar um destino turístico mais conhecido também é uma forma de valorizar a cultura e as pessoas do lugar. É expandir contatos, compartilhar saberes, dinamizar o desenvolvimento regional e ganhar relevância.

Assim, por inúmeros motivos, a expansão do setor de turismo e lazer é benéfica para milhares de negócios de todos os portes; favorece milhões de pessoas; e, principalmente, é importante e positiva para o País.



[Principais constatações](#)

[Recomendações](#)

[Conclusões](#)

[Cenário brasileiro: recuperação promissora](#)

[Turismo gastronômico](#)

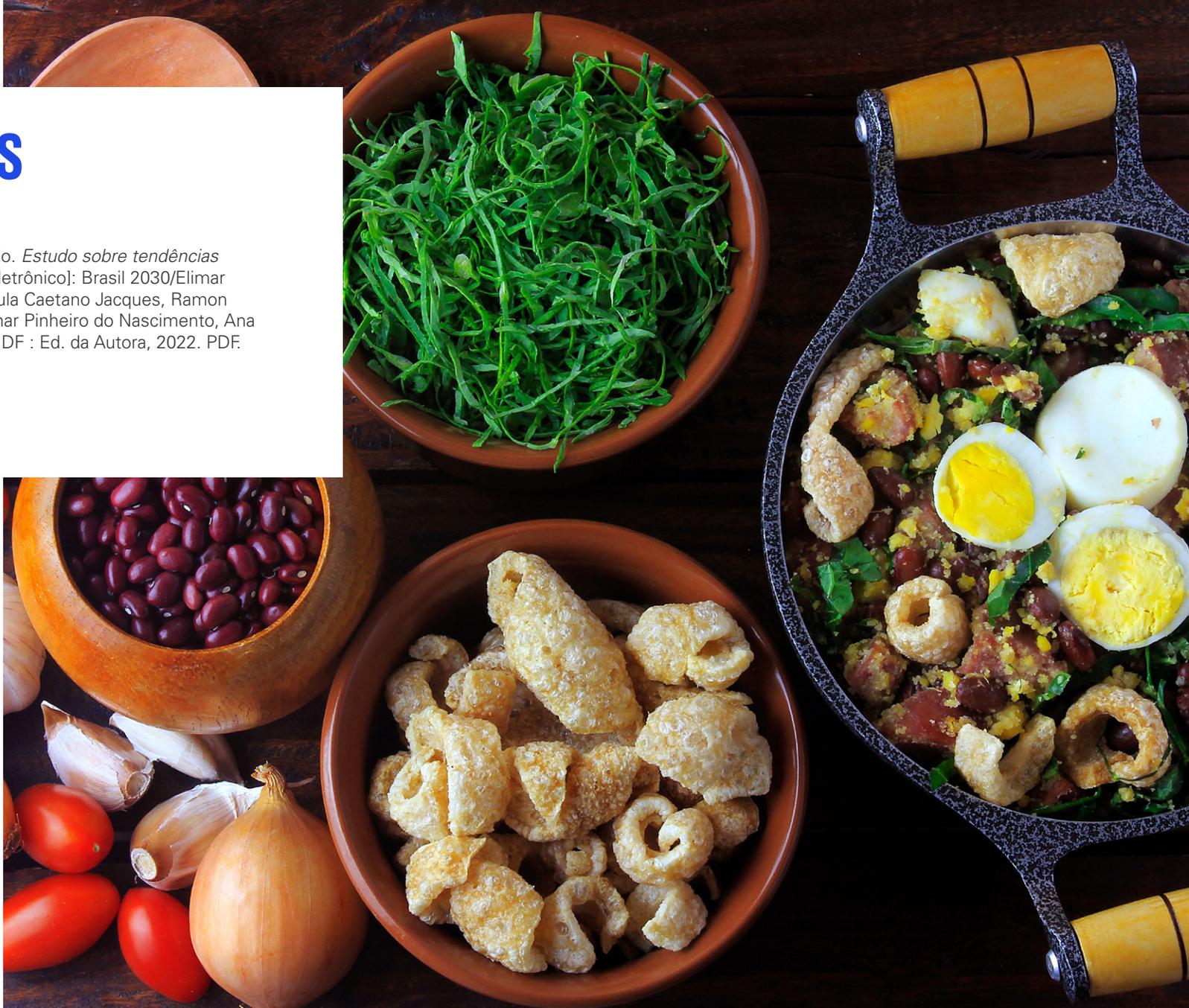
[Turismo de negócios em alta](#)

[Descobrimo a América do Sul](#)

[Turismo não é apenas sobre dinheiro](#)

Referências

NASCIMENTO, Elimar Pinheiro do. *Estudo sobre tendências de turismo gastronômico* [livro eletrônico]: Brasil 2030/Elimar Pinheiro do Nascimento, Ana Paula Caetano Jacques, Ramon Figueira Garbin; organização Elimar Pinheiro do Nascimento, Ana Paula Caetano Jacques. Brasília, DF : Ed. da Autora, 2022. PDF.



[Principais constatações](#)

[Recomendações](#)

[Conclusões](#)

[Cenário brasileiro:
recuperação promissora](#)

[Turismo gastronômico](#)

[Turismo de negócios em alta](#)

[Descobrimo a América do Sul](#)

[Turismo não é apenas
sobre dinheiro](#)

Fale com o nosso time

Fernando Gambôa

**Sócio-líder de Consumo e Varejo da
KPMG no Brasil e na América do Sul**

fernandogamboa@kpmg.com.br

kpmg.com.br



© 2023 KPMG Auditores Independentes Ltda., uma sociedade simples brasileira, de responsabilidade limitada e firma-membro da organização global KPMG de firmas-membro independentes licenciadas da KPMG International Limited, uma empresa inglesa privada de responsabilidade limitada. Todos os direitos reservados. MAT230608

O nome KPMG e o seu logotipo são marcas utilizadas sob licença pelas firmas-membro independentes da organização global KPMG.

Todas as informações apresentadas neste documento são de natureza genérica e não têm por finalidade abordar as circunstâncias de um indivíduo ou entidade específicos. Embora tenhamos nos empenhado em prestar informações precisas e atualizadas, não há nenhuma garantia sobre a exatidão das informações na data em que forem recebidas ou em tempo futuro. Essas informações não devem servir de base para se empreender ação alguma sem orientação profissional qualificada e adequada, precedida de um exame minucioso da situação concreta.

Projeto gráfico e diagramação: Gaudí CreativeThinking.