

Projeto: Modelo de exploração e oportunidades de negócio para a Torre de TV Digital”

Produto 3: A exploração Turística da Torre



Sumário

INTRODUÇÃO	3
DADOS SOBRE ESTRUTURAS SEMELHANTES:	3
ESTIMATIVA DA CAPACIDADE DE RECEPÇÃO E DEMANDA DOS VISITANTES DA TORRE DE TV DIGITAL DE BRASÍLIA	4
CAPACIDADE MÁXIMA DOS ESPAÇOS DISPONÍVEIS:	4
CAFÉ/RESTAURANTE DO TÉRREO:	4
MIRANTE DA TORRE:	6
CAFÉ DA TORRE:	6
ESPAÇO PARA EXPOSIÇÕES NA TORRE:	8
CONSOLIDAÇÃO DA CAPACIDADE DA TORRE:	8
SÍNTESE:	9
CENÁRIOS DE DEMANDA	10
INTRODUÇÃO	10
LEVANTAMENTO DO NÚMERO DE TURISTAS QUE VISITAM BRASÍLIA	10
PERFIL DE VISITANTES	12
SOBRE O MOTIVO DA VIAGEM E O TEMPO MÉDIO DE PERMANÊNCIA:	13
PERFIL DOS VISITANTES EM VIAGENS DE NEGÓCIOS:	13
PERFIL DOS VISITANTES EM VIAGENS DE LAZER:	16
CONSIDERAÇÕES SOBRE O PERFIL DE VISITANTES:	18
ESTIMATIVA DE VISITANTES PARA A TORRE DE TV DIGITAL.	18
SAZONALIDADE:	19
SÍNTESE:	22
ESTIMATIVAS DE RECEITAS ASSOCIADAS AO TURISMO PARA A TORRE DE TV DIGITAL	23
ACESSO AO MIRANTE E À ESTRUTURA DA TORRE:	23
RECEITAS COM ALUGUÉIS DE LOJAS E ESTABELECIMENTOS LIGADOS À TORRE.	23
CONSOLIDAÇÃO DAS RECEITAS ESTIMADAS:	25
SÍNTESE:	25
ENTREVISTA COM PROFISSIONAIS DA ÁREA DE TURISMO:	26
SOBRE O PERFIL DO VISITANTE À BRASÍLIA:	26
SOBRE O INTERESSE DA TORRE:	26
SOBRE ALTERNATIVAS PARA EXPLORAÇÃO DA TORRE	27
SÍNTESE:	27
CONSIDERAÇÕES E RECOMENDAÇÕES SOBRE A EXPLORAÇÃO TURÍSTICA DA TORRE:	28
ATRAÇÃO DE VISITANTES LOCAIS (MORADORES DO PRÓPRIO DF):	28
criação de “ÂNCORA” PARA A TORRE:	28
criação de espaço para crianças:	29
seleção de lojas para o local:	30

GERAÇÃO DE EVENTOS FREQUENTES PARA O LOCAL:	30
SÍNTESE:	30
<u>TERMOS CHAVE DO CONTRATO DE EXPLORAÇÃO</u>	<u>31</u>
EXPLORAÇÃO DO ACESSO À TORRE E SUAS PÉTALAS:	31
EXPLORAÇÃO DO ALUGUEL DOS ESPAÇOS:	31
EXPLORAÇÃO DOS ESPAÇOS DE EXPOSIÇÃO:	32
EXPLORAÇÃO DO LOCAL POR UMA EMPRESA:	32
RESPONSABILIDADES DO CONDOMÍNIO DA TORRE EM RELAÇÃO ÀS ATIVIDADES TURÍSTICAS:	33
ALOCAÇÃO E RESERVA DE RECURSOS DA TORRE PARA A ATIVIDADE	33
PREVISÃO DE INVESTIMENTOS NECESSÁRIOS PARA ATUALIZAÇÃO DA ESTRUTURA	33
SISTEMAS DE BILHETES:	33
SISTEMA DE SEGURANÇA:	34
SÍNTESE:	34

Introdução

Ao longo desse documento mostraremos o potencial turístico da Torre de TV Digital e discutiremos algumas ações que possam otimizar esse potencial.

Antes de iniciar nossa discussão sobre o potencial turístico da Torre em si, veremos alguns dados sobre estruturas semelhantes em outros locais do mundo. Escolhemos para isso as Torres de Tokyo, Nagoya e a CN Tower em Toronto, Canadá.

Dados sobre estruturas semelhantes:

As Torres de TV sempre atraíram um grande número de turistas às cidades nas quais foram construídas.

Estima-se que a Torre de Tokyo atraia em média 3 milhões de turistas (fonte: Wikipedia) anualmente enquanto que a CN Tower tenha uma média de 2 milhões de visitantes anuais (fonte: site www.torontoplace.com). Em ambos os casos as Torres estão entre os maiores atrativos turísticos de cada uma das cidades.

Deve-se considerar ainda que ambas cidades são fortes pólos para turistas internacionais e de seus países. A cidade de Tokyo, por exemplo, recebeu em 2010 aproximadamente 8,6 milhões de turistas estrangeiros (fonte: Governo Japonês) enquanto a cidade de Toronto recebeu 3,3 milhões de estrangeiros e 6,6 milhões de canadenses.

Estimamos que Brasília, como comparação, tenha recebido apenas 35 mil turistas estrangeiros e 1,1 milhões de turistas brasileiros em 2010 (ou seja, 1/10 do total de Toronto).

A receita de turismo da Torre de Tokyo foi de R\$ 6,2 milhões em 2010 e a da CN Tower de R\$ 6,6 milhões no ano fiscal de 2009/2010 (junho a junho desses anos).

A Torre de Nagoya, outra estrutura da qual possuímos dados confiáveis, possui números mais modestos de visitantes: 320 mil, segundo o jornal japonês CHUBU Connection.

Estimativa da capacidade de recepção e demanda dos visitantes da Torre de TV Digital de Brasília

Capacidade máxima dos espaços disponíveis:

A Torre de TV Digital possui como estruturas para exploração turística os seguintes recursos:

- No térreo:
 - 7 espaços para lojas;
 - 1 espaço para um café ou restaurante;
 - 1 espaço de exposições;
 - 1 Pátio externo.
 - 1 espaço para bilheteria e administração;
- Na estrutura da Torre em si:
 - 1 mirante;
 - 1 espaço para exposições;
 - 1 espaço para café.

Na determinação de capacidade máxima nos limitaremos a avaliar a capacidade do restaurante do térreo e das estruturas que pertencem a torre em si

Café/Restaurante do Térreo:

O espaço para o café do térreo possui área útil interna de aproximadamente 78m² e uma área externa, a sua frente, que poderia ser explorada com a colocação de mesas e cadeiras de aproximadamente 23 m², totalizando uma área de 101 m². Essa área ainda pode ser ampliada através da utilização de outras áreas do térreo para novas mesas e cadeiras.

Figura: Localização do café/restaurante do térreo:

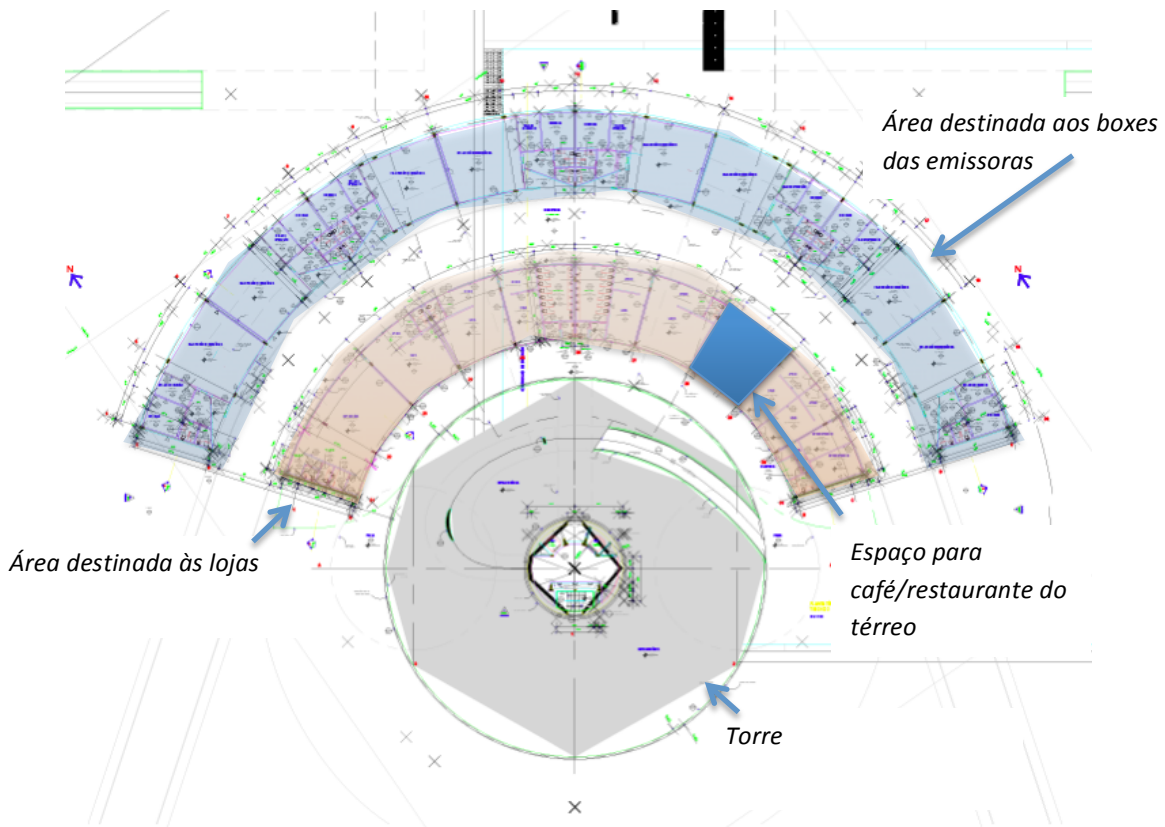
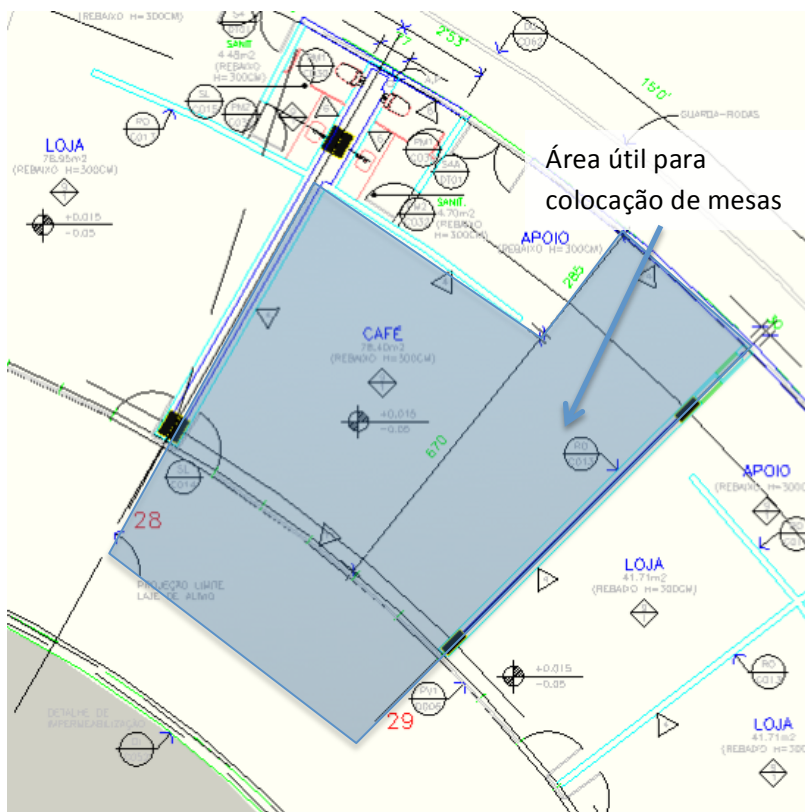


Figura – Área do Térreo destinada ao café:



Estimamos que cada conjunto de mesa com 4 cadeiras ocupe um espaço de 6m². Com essa relação e considerando a área de 101m² teríamos um total de 17 conjuntos com capacidade de 68 pessoas sentadas.

Considerando uma ocupação de 50% das mesmas com apenas 2 pessoas, teríamos uma capacidade máxima um pouco mais realista de 52 pessoas.

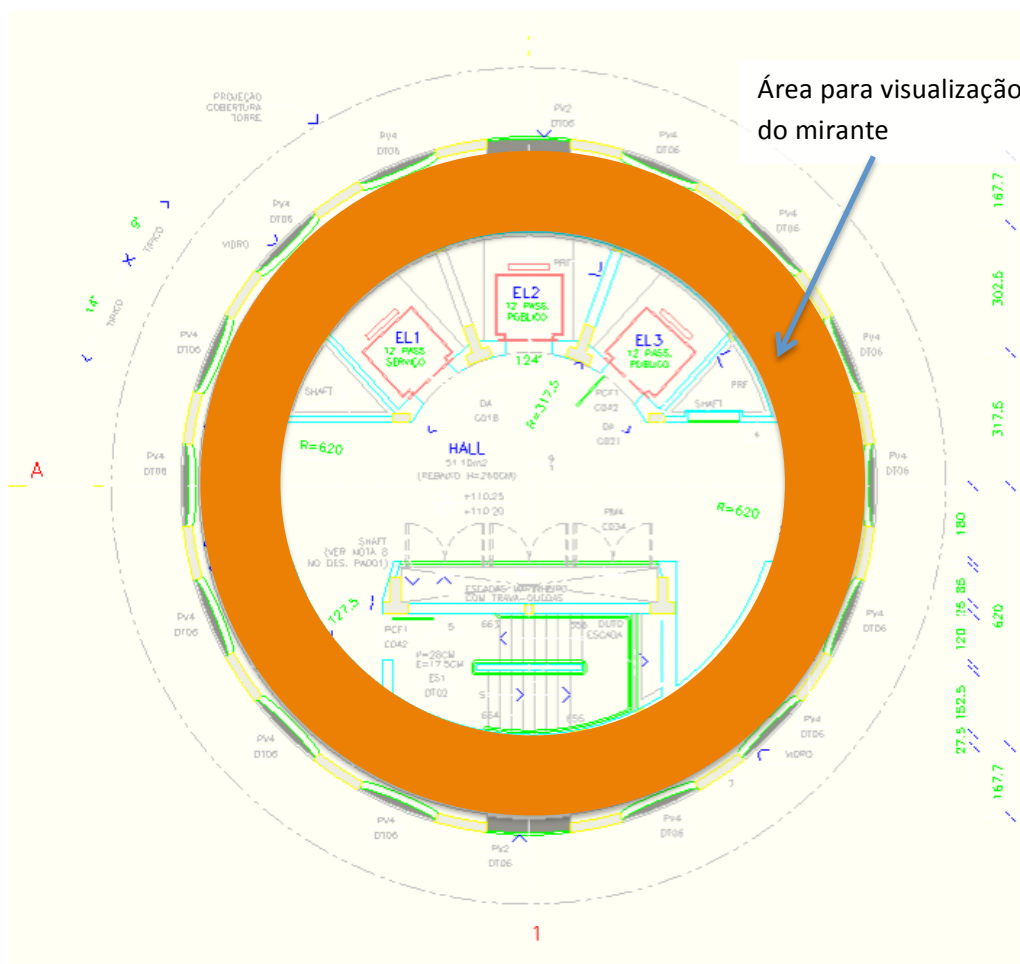
Capacidade máxima realista do café/restaurante do térreo: 52 pessoas.

Mirante da Torre:

O mirante da torre possui uma estrutura circular com 16 janelas disponíveis para a visualização da paisagem do alto da Torre.

A área estimada do corredor de observação é de 73,8m² e estimamos, considerando um espaço médio de 1m² por pessoa, que seja possível a concentração de 74 pessoas no local.

Figura - Mirante:



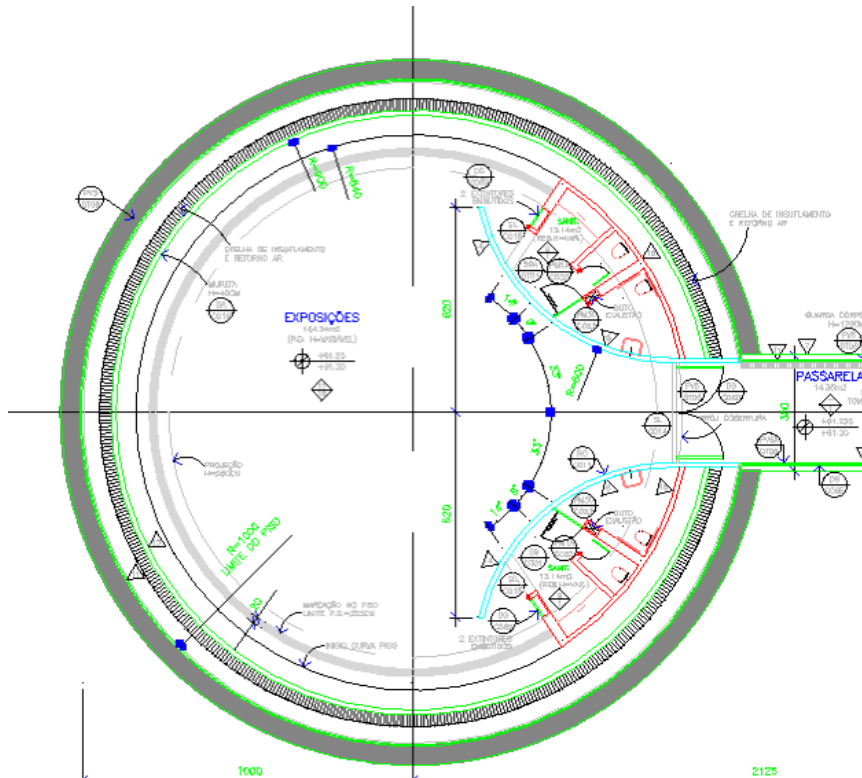
Café da Torre:

O espaço reservado para o café na Torre possui uma área de 164 m². Pelo projeto estimamos uma área útil de 108 m² para mesas e cadeiras. Utilizando a mesma premissa de 6m² por conjunto de mesa com 4 cadeiras teríamos um total de 18 mesas no local.

Espaço para exposições na Torre:

O espaço para exposições possui uma área útil de 137m². Considerando um espaço de 2m² por pessoa, para garantir o conforto do espaço, temos uma lotação máxima de 69 pessoas.

Figura: Espaço para exposições:



Capacidade máxima do espaço de exposições da Torre: 69 pessoas.

Consolidação da capacidade da Torre:

Somando os 3 espaços, temos a seguinte capacidade máxima de pessoas na Torre:

Tabela: capacidade total da Torre:

Espaço	Capacidade
Mirante	74
Café da Torre	59
Espaço para exposições	69
Total	202

Síntese:

- *A capacidade máxima estimada dos espaços internos da Torre é:*
 - *Mirante:* 74 pessoas
 - *Café:* 59 pessoas
 - *Espaço para exposições:* 69 pessoas
 - **Total:** **202 pessoas**
- *Foi realizada também uma estimativa para o restaurante do térreo, cuja capacidade estimada é de 52 pessoas*

Cenários de demanda

Introdução

Os cenários de demanda construídos no documento levam em conta a manutenção da atual tendência de crescimento histórico do número de visitantes à Brasília.

O levantamento da demanda foi realizado através de 3 passos:

1. Levantamento do número de turistas que visitam Brasília;
2. Levantamento do número de turistas por ponto turístico da cidade;
 - a. Escolha de ponto turístico com características semelhantes como base da análise.
3. Estimativa de visitantes para a Torre de TV Digital.

Levantamento do número de turistas que visitam Brasília

O levantamento do número de turistas que visitam Brasília foi realizado através de 2 fontes:

1. O levantamento anual realizado pelo Ministério do Turismo de turistas estrangeiros por estado da federação;
2. Dados de uma pesquisa realizada pela UnB em 2008 sobre Turismo no DF.

O levantamento do Ministério do Turismo mostra o total de estrangeiros que desembarcam no Brasil, ano a ano, com o propósito declarado de realização de turismo no país.

Tabela: Número de turistas estrangeiros que desembarcam no Brasil por ano:

Ano	Brasil
1990	1.091.067
1991	1.228.178
1992	1.692.078
1993	1.641.138
1994	1.853.301
1995	1.991.416
1996	2.665.508
1997	2.849.750
1998	4.818.084
1999	5.107.169
2000	5.313.463
2001	4.772.575
2002	3.784.898
2003	4.132.847
2004	4.793.703
2005	5.358.170
2006	5.017.251
2007	5.025.834
2008	5.050.099
2009	4.802.217
2010	5.161.379

O número de turistas no DF só foi medido a partir do ano de 2008, e é mostrado na tabela a seguir:

Tabela: Número de turistas estrangeiros no DF de 2008 até 2010

Ano	Brasil	DF
2008	5.050.099	29.485
2009	4.802.217	28.963
2010	5.161.379	37.911

Os números mostram que, em média nesse período o DF recebeu em média 0,64% dos turistas estrangeiros que aportaram no país.

Não existe estatística oficial sobre o número de visitantes com domicílio no Brasil que realizam turismo no DF. Para chegar a esse número utilizamos a “PESQUISA DO PERFIL E DA SATISFAÇÃO DO TURISTA DE LAZER E DE NEGÓCIOS EM BRASÍLIA” realizada pelo Centro de Excelência em Turismo da Universidade de Brasília em 2008.

Essa pesquisa traça o perfil dos Turistas que visitavam Brasília no mês de junho de 2008.

Um dos dados dessa pesquisa é que de uma amostra de aproximadamente 2.000 turistas entrevistados no período, 3,4% eram estrangeiros.

Utilizamos essa proporção e a curva de crescimento histórica do número de turistas estrangeiros no Brasil entre 1990 e 2010 para estimar o número de turistas Brasileiros no DF entre 2011 e 2016.

Os resultados estão na tabela abaixo:

Tabela: Estimativa de turistas no DF entre 2011 e 2016

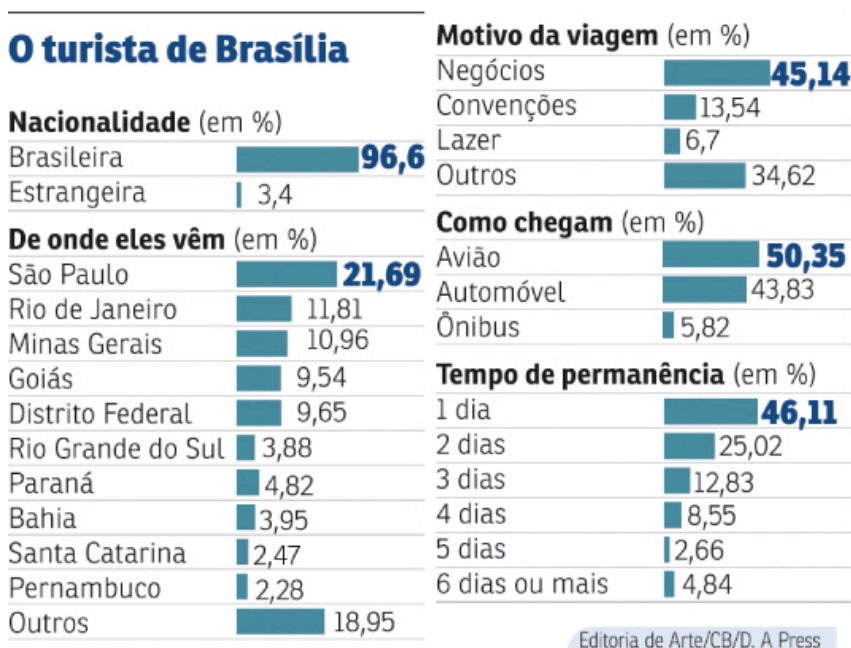
Ano	Brasil	DF	Estimativa de Turistas Brasileiros no DF
2011	5.880.188	37.739	1.109.971
2012	6.043.882	38.790	1.140.882
2013	6.204.877	39.823	1.171.265
2014	6.363.327	40.840	1.201.176
2015	6.519.371	41.842	1.230.647
2016	6.673.138	42.829	1.259.676

Perfil de visitantes

A pesquisa da Universidade de Brasília possui dados bem detalhados sobre o perfil dos visitantes de Brasília.

Os dados mais relevantes são mostrados no gráfico abaixo:

Gráfico: Perfil do Turista de Brasília (tabela retirada do site do Correio Braziliense)



A seguir veremos um detalhamento maior de dados da pesquisa relativos ao perfil dos visitantes:

Sobre o motivo da viagem e o tempo médio de permanência:

A grande maioria dos turistas declarou estar em Brasília em viagens a trabalho. Se somarmos os itens de Negócios com Convenções, teremos um total de 58,68%. Os que se declaram em viagem de lazer somam 6,7% e outros motivos (não especificados na pesquisa) são 34,6% do total.

O fato da grande maioria de pessoas estar em Brasília por motivo de trabalho é demonstrado também pelo tempo médio de permanência, pois vemos que 84% permanecem no máximo 3 dias em Brasília e 46,11% permanecem apenas um dia.

A pesquisa também detalhou o perfil dos visitantes em viagem negócios e lazer em Brasília. Os dados mais relevantes são mostrados a seguir

Perfil dos visitantes em viagens de negócios:

Gráfico – Sexo dos visitantes:

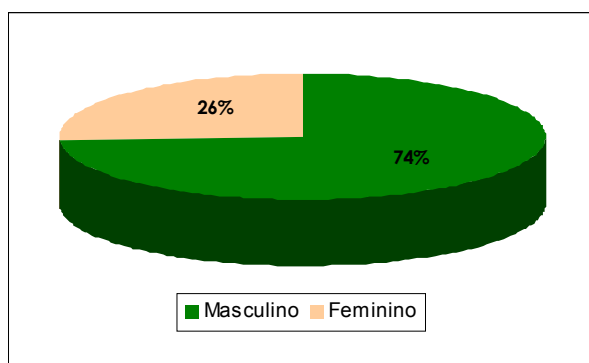


Gráfico - Transporte na cidade

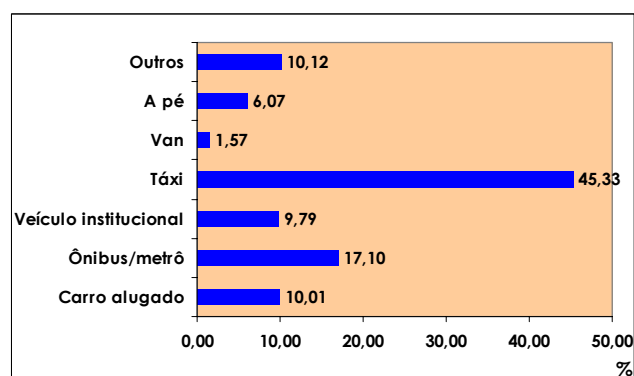


Gráfico – Local de hospedagem:

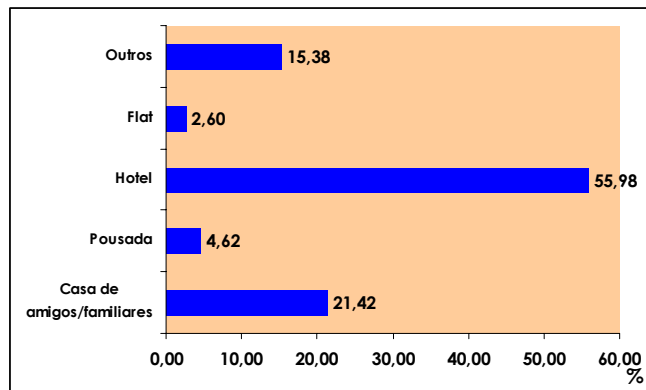


Gráfico: Tempo de estadia:

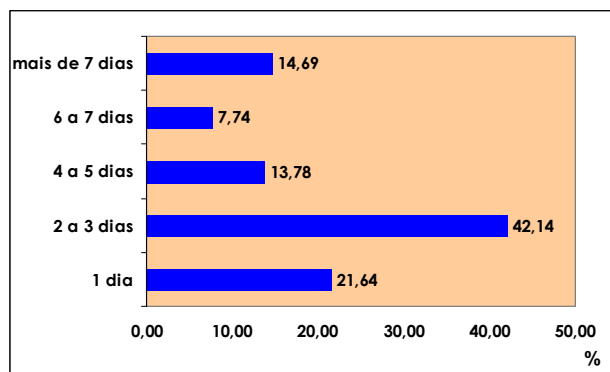
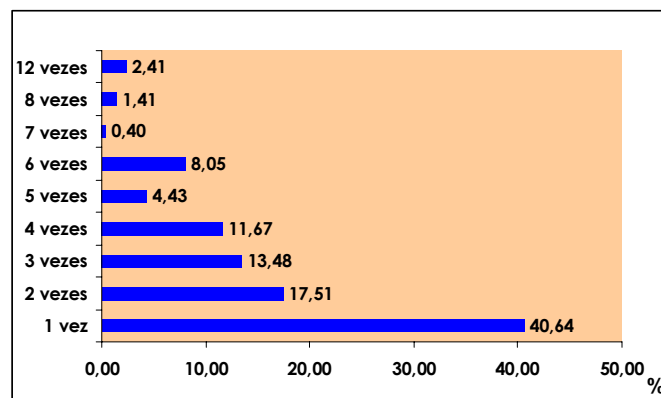
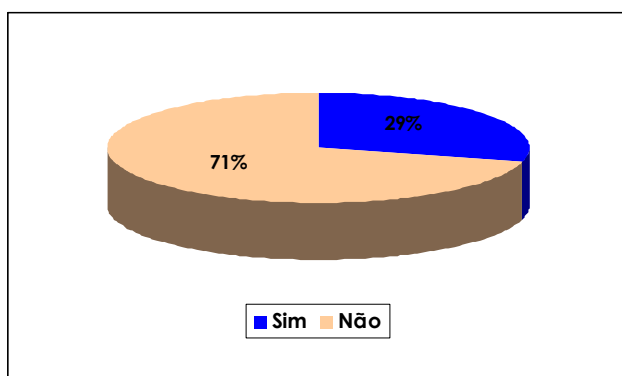


Gráfico – Frequência de visitas (vezes ao ano):



Pelos dados analisados vemos que o perfil do visitante a negócios é pouco propício a uma atividade de turismo mais intensa, principalmente devido ao pouco tempo de estadia na cidade e a baixa frequência de visitação anual. Uma evidência disso é o gráfico abaixo, que mostra o percentual de visitantes à negócios que frequenta locais de entretenimento ou turísticos:

Gráfico – percentual de turistas que frequenta algum local de entretenimento:



A pesquisa também apresenta os pontos turísticos que são frequentados pelos visitantes em viagens de negócios. Os dados estão na tabela abaixo:

Tabela: percentual de turistas que visitaram pontos turísticos da cidade – Viajantes à negócios:

1º	Catedral	15%
2º	Shopping Center	8,2%
3º	Praça dos Três Poderes	7,9%
4º	Palácio Alvorada	7,4%
5º	Torre de TV	7,2%
6º	Palácio do Planalto	7,1%
7º	Congresso Nacional	6,8%
8º	Museu JK	6,5%
9º	Ponte JK	6,4%
10º	Parque da Cidade	5,2%
11º	Teatro Nacional	4,5%
11º	Museu Nacional	4,5%
13º	Catetinho	3,6%
14º	Ermida Dom Bosco	2,8%

É interessante notar que os pontos mais relevantes sob o ponto de vista de visitas fazem parte do Eixo Monumental, ou seja, de simples acesso aos viajantes que normalmente se hospedam no setor hoteleiro da cidade. A exceção é a ponte JK, que atrai 6,4% dos visitantes.

Perfil dos visitantes em viagens de lazer:

Os visitantes que declararam o motivo de sua viagem como lazer, possuem um perfil bastante diferente dos visitantes relacionados à negócios, como veremos nos gráficos a seguir:

Gráfico – Sexo dos visitantes:

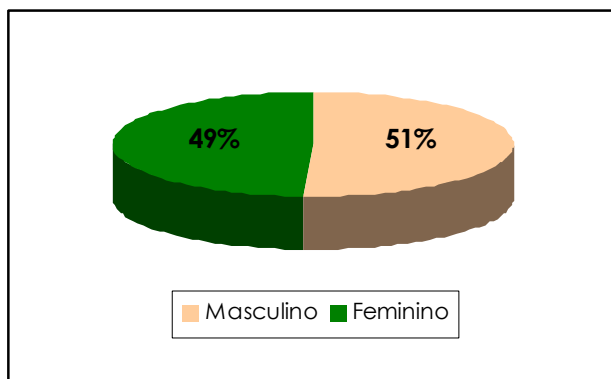


Gráfico – Local de hospedagem:

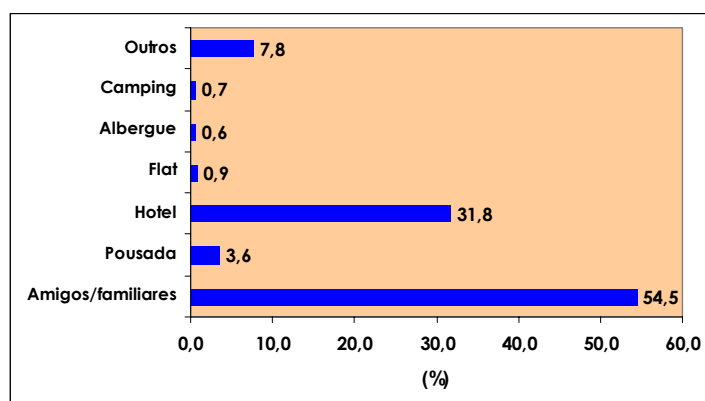


Gráfico – meios de transporte utilizados em Brasília:

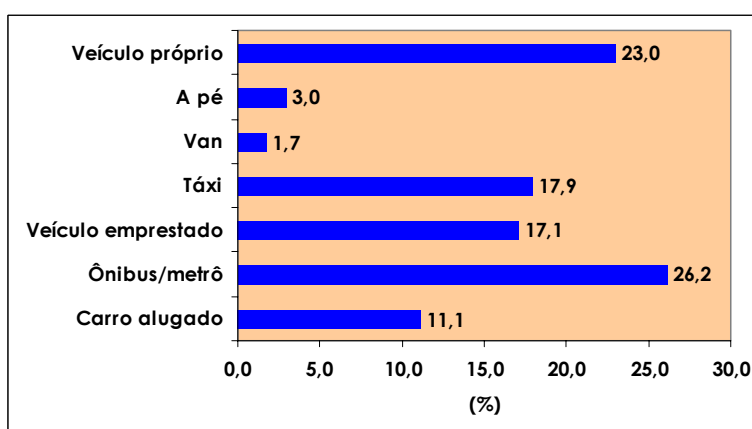


Gráfico – Tempo de estadia:

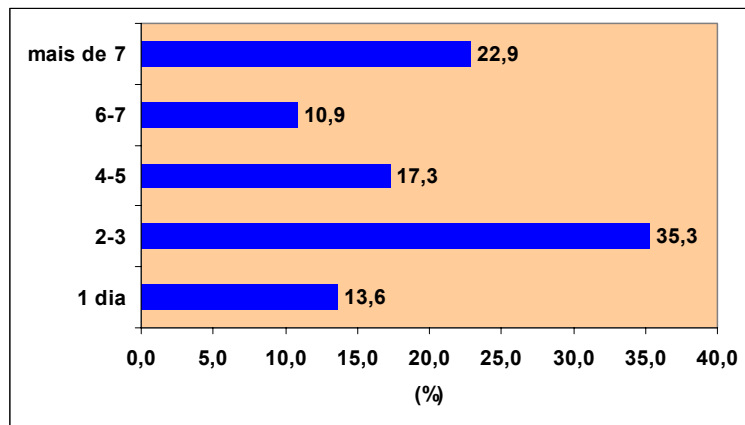


Gráfico – Frequência de visitas (vezes ao ano):

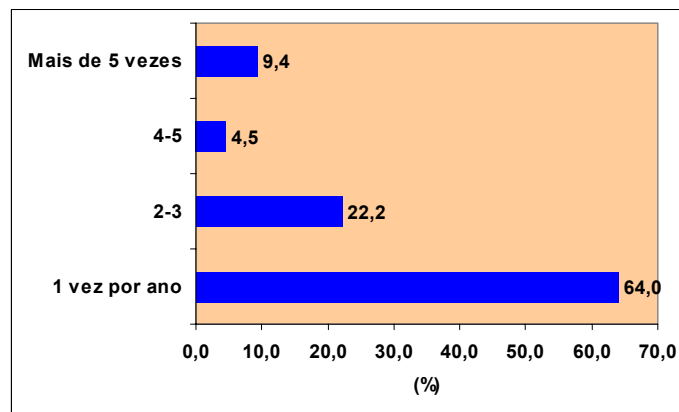
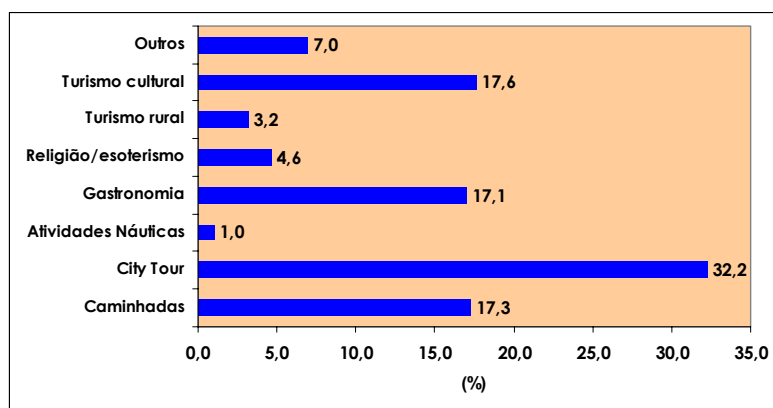


Gráfico – Atividades desenvolvidas:



É curioso notar que a visitação de pontos turísticos declarada pelos visitantes em viagens de lazer é semelhante à daqueles que se declararam em viagem à negócios.

Tabela: percentual de turistas que visitaram pontos turísticos da cidade:

1°	Catedral	15,5%
2°	Torre de TV	9,0%
3°	Praça dos Três Poderes	7,8%
4°	Shopping Centers	7,8%
5°	Palácio do Planalto	7,3%
6°	Palácio da Alvorada	7,0%
7°	Congresso Nacional	7,0%
8°	Memorial JK	6,8%
9°	Ponte JK	6,3%
10°	Palácio Itamaraty	6,2%
11°	Parque da Cidade	5,5%
12°	Museu Nacional	4,6%
13°	Teatro Nacional	3,8%
14°	Catetinho	2,8%
15°	Ermida Dom Bosco	2,2%

Considerações sobre o perfil de visitantes:

Para fins da avaliação da demanda de visitas à Torre, levaremos em conta que o número de visitas será, no cenário base, igual ao verificado no Catetinho (atraindo 3,6% dos visitantes à negócios e 2,8% dos visitantes à lazer). Escolhemos o Catetinho por ser um ponto turístico com uma distância semelhante à da Torre em relação ao Plano Piloto com relevante importância turística.

As estimativas serão mostradas a seguir.

Estimativa de visitantes para a Torre de TV Digital.

Construímos 3 cenários para estimar o número de visitantes à Torre Digital, um cenário conservador, com o número de visitantes igual ao do Catetinho, um cenário Otimista e outro pessimista com, respectivamente, 25% a mais ou a menos de visitantes. Os três cenários consideram apenas a evolução do atual quadro de turismo no DF e não eventuais explosões de demandas, como provavelmente ocorrerá durante a Copa do Mundo de 2014.

Tabela: Estimativas de Visitantes anuais (desconsiderando moradores do DF) na Torre de TV Digital

	2012	2013	2014	2015	2016
Otimista - 25% Superior ao Catetinho	32.801	33.675	34.535	35.383	36.216
Conservadora - igual ao Catetinho	26.241	26.940	27.628	28.306	28.973
Pessimista - 25% inferior ao Catetinho	19.681	20.205	20.721	21.230	21.730

No entanto, o valor deve considerar também moradores do DF que visitarão à Torre. Para estimar esse número utilizamos dados do Memorial JK (obtidos junto à sua administração) relativos à visitas realizadas em 2011, com dados de janeiro a junho:

A: Média de visitas mensais em 2011: 7.297 (dados obtidos junto a adm. Memorial)

B: Média de visitas estimadas (lazer + negócios): 3.949 (dados estimados)

Relação A/B: 1,85

Tabela: Estimativas de Visitantes anuais (CONSIDERANDO moradores do DF) na Torre de TV Digital:

	2012	2013	2014	2015	2016
Otimista - 25% Superior ao Catetinho	60.610	62.225	63.814	65.380	66.921
Conservadora - igual ao Catetinho	48.488	49.780	51.051	52.304	53.537
Pessimista - 25% inferior ao Catetinho	36.366	37.335	38.288	39.228	40.153

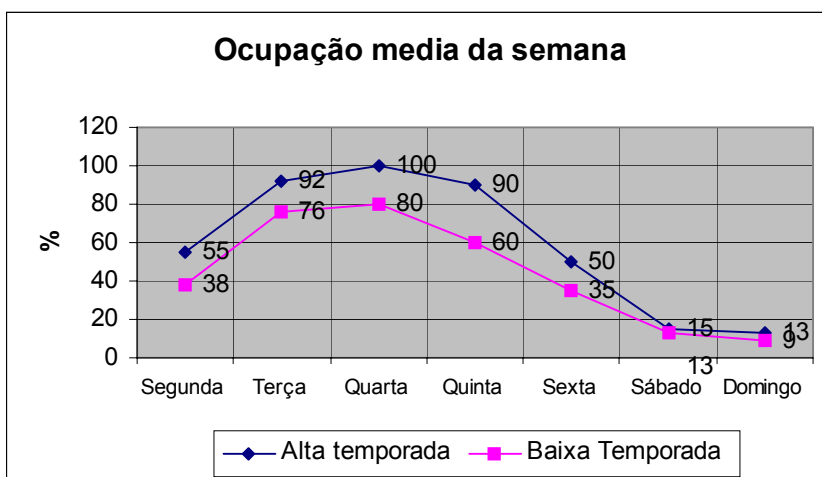
Sazonalidade:

O único dado disponível que demonstra a sazonalidade de viagens de visitantes a Brasília é relativo à taxa média mensal e semanal de ocupação de hotéis.

Encontramos dados relativos a esses dois índices em um estudo realizado em 2004 pela UnB, chamado de “ESTRATÉGIAS PARA OCUPAÇÃO DA REDE HOTELEIRA DE BRASÍLIA NOS FINAIS DE SEMANA” cujo autor é Osney Monteiro de Carvalho.

Esses dois dados mostram a força do perfil de negócios do turismo local e a falta de interesse pelos viajantes na permanência na cidade em fins de semana de períodos de férias.

Gráfico – Ocupação média de hotéis durante a semana



Fonte: Pesquisa de campo – questionário Hotéis de Brasília II, Brasília 2003

São considerados de baixa temporada pela indústria de hotelaria de Brasília os meses de janeiro, fevereiro, julho e dezembro.

Gráfico – Ocupação média de hotéis durante o mês.



Fonte: Pesquisa de campo – Questionário Hotéis de Brasília II, Brasília 2003

Partiremos da premissa de que os hotéis representam o perfil da sazonalidade de visitantes mensais na cidade. Através disso, temos as seguintes estimativas de visitantes mensais à cidade e à Torre de TV Digital:

Tabela: Visitantes estimados mensais no DF em 2012 – valores x 1.000:

	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	total
Visitantes totais	62	73	90	104	99	104	94	97	99	104	110	73	1.110

Tabela: Visitantes estimados mensais na Torre de TV Digital em 2012– valores x 1.000:

	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	total
Visitantes - Torre - cenário pessimista	3,38	3,96	4,93	5,70	5,41	5,70	5,12	5,32	5,41	5,70	5,99	3,96	60,6
Visitantes - Torre - cenário conservador	2,71	3,17	3,94	4,56	4,33	4,56	4,10	4,25	4,33	4,56	4,80	3,17	48,4
Visitantes - Torre - cenário otimista	2,03	2,38	2,96	3,42	3,25	3,42	3,7	3,19	3,25	3,42	3,60	2,38	36,3

Através dos dados de ocupação hoteleira vemos que o mês com maior número de visitantes tende a ser Novembro. Projetando a visitação no mês de novembro para o período de 2012 a 2016 temos:

Tabela: Mês de maior movimento / ano – valores x 1.000:

	nov/12	nov/13	nov/14	nov/15	nov/16
Visitantes - Torre - cenário otimista	5,99	6,15	6,31	6,47	6,62
Visitantes - Torre - cenário conservador	4,80	4,92	5,05	5,17	5,29
Visitantes - Torre - cenário pessimista	3,60	3,69	3,79	3,88	3,97

Para o cálculo dos dias da semana com maior visitação na Torre não utilizaremos a ocupação semanal de hotéis, pois acreditamos que o perfil do viajante a negócios que visite monumentos seja justamente daquele que está na cidade durante o fim de semana. Esse dado foi confirmado na entrevista realizada.

Levaremos em conta aqui uma premissa de que o número de visitas somadas de sábado e domingo são iguais à soma dos dias úteis da semana.

Dessa forma, teríamos que a visitação máxima prevista seria a demonstrada na tabela abaixo:

Tabela: Visitação diária máxima / ano estimada:

	nov/12	nov/13	nov/14	nov/15	nov/16
Visitantes - Torre - cenário otimista	374,61	384,53	394,38	404,06	413,59
Visitantes - Torre - cenário conservador	299,69	307,63	315,50	323,25	330,88
Visitantes - Torre - cenário pessimista	224,77	230,72	236,63	242,44	248,16

Ou seja, pelas nossas estimativas, o dia de maior movimento teria, em um cenário otimista, a visitação de 414 pessoas. Esse valor é perfeitamente absorvido pela capacidade máxima estimada de 202 visitantes simultâneos na Torre.

Síntese:

- *Estimamos que o número de turistas (a lazer ou negócios) que visitem Brasília irá de 1,150 milhões em 2011 para 1,260 milhões em 2012.*
- *O perfil desses viajantes é predominantemente:*
 - *Relacionado à atividades profissionais ou congressos: 58,7%*
 - *Hospedado em hotéis;*
 - *Na cidade por um período inferior a 3 dias;*
 - *Com uma visita anual em média;*
- *A minoria dos visitantes visita algum ponto turístico da cidade (média de aproximadamente 15% para a Catedral – mais popular). Os pontos mais visitados se situam no Eixo Monumental.*
- *Foi realizada estimativa para a visita da Torre de TV Digital baseada nos números do Catetinho. A estimativa é que em média 27 mil turistas a visitem anualmente.*
- *Considerando visitantes locais, esse valor sobe para uma média de aproximadamente 50 mil turistas anualmente.*
- *A sazonalidade das visitas, baseada na ocupação de hotéis, tem sua alta temporada entre março e junho e entre agosto e novembro. Novembro é o mês com maior número estimado de visitantes.*
- *A estimativa de pico de visitas ocorrerá em fins de semana do mês de novembro, com 414 visitas diárias. Trata-se de um número adequado para a capacidade da Torre.*

Estimativas de receitas associadas ao Turismo para a Torre de TV Digital

Acesso ao mirante e à estrutura da Torre:

Brasília possui poucas atrações turísticas pagas e todas com um baixo custo. Para arbitrar o preço de acesso ao mirante no estudo utilizamos como referência dois pontos turísticos da cidade:

- Memorial JK: R\$ 4,00 inteira e R\$ 2,00 meia entrada;
- Elevador da Torre de TV: R\$ 3,00 por acesso.

Entendemos que, por não se tratar de atração cultural, não haveria sentido no uso de meia entrada para o acesso ao mirante e propomos, para fins do estudo, sua precificação em R\$ 5,00.

Considerando que 70% dos visitantes utilizem o elevador, teríamos as seguintes receitas:

Tabela - Estimativa de receitas com o mirante:

	2012	2013	2014	2015	2016
Mirante	R\$169.708,00	R\$174.230,00	R\$178.678,50	R\$183.064,00	R\$187.379,50

Receitas com aluguéis de lojas e estabelecimentos ligados à Torre.

Para estimar a receita de aluguéis partimos de dados de receita para garantir que os valores sejam adequados ao potencial local.

Como parâmetro utilizamos os valores referentes ao aluguel de lojas em Shopping Centers. Esses valores eventualmente são cobrados como uma relação da receita do estabelecimento cujo valor varia entre 6 e 10% da receita mensal bruta. Como exemplo em 2009, na administradora de shoppings BR Mall, a relação entre faturamento e aluguel foi de 9,3%.

Essa relação de 6 a 10% do aluguel também foi verificada em alguns anúncios de negócios a venda identificados. Utilizaremos em nosso estudo um valor de 8% como balizamento de uma relação saudável entre receita bruta e aluguel de estabelecimentos.

Para estimar a receita dos estabelecimentos localizados na Torre, partimos de 2 premissas básicas:

1. Ticket médio: Valor referente ao valor médio que cada cliente que frequenta o estabelecimento gasta com seus produtos e serviços;
2. % de visitantes no local: Percentual de visitantes da Torre que utilizam o local.

Tabela: Premissas para cálculo de receitas:

Local	Ticket médio	% de visitantes no local
Café da Torre	R\$ 15,00	50%
Lojas do Térreo¹	R\$ 40,00	25%
Restaurante do Térreo	R\$ 20,00	50%

Através dessas premissas e com o número de visitantes estimados na Torre, teríamos as seguintes receitas estimadas dos estabelecimentos (previsão conservadora):

Tabela: Estimativa de receitas x espaço – cenário conservador:

	2012	2013	2014	2015	2016
Café	R\$363.660,00	R\$373.350,00	R\$382.882,50	R\$392.280,00	R\$401.527,50
Restaurante	R\$484.880,00	R\$497.800,00	R\$510.510,00	R\$523.040,00	R\$535.370,00
Lojas	R\$484.880,00	R\$497.800,00	R\$510.510,00	R\$523.040,00	R\$535.370,00

Através desses valores, utilizando a referencia de 8% da receita bruta como aluguel, teríamos os seguintes valores:

Tabela: Estimativa de receita de aluguel x espaço:

	2012	2013	2014	2015	2016
Café	R\$29.092,80	R\$29.868,00	R\$30.630,60	R\$31.382,40	R\$32.122,20
Lojas	R\$38.790,40	R\$39.824,00	R\$40.840,80	R\$41.843,20	R\$42.829,60
Restaurante	R\$38.790,40	R\$39.824,00	R\$40.840,80	R\$41.843,20	R\$42.829,60
Total	R\$106.673,60	R\$109.516,00	R\$112.312,20	R\$115.068,80	R\$117.781,40

Para verificar se há equilíbrio nos valores cobrados de aluguel, realizamos uma estimativa de valor de aluguel x m2 de cada um dos espaços. O resultado mostra uma discrepância muito grande de valores, principalmente em relação às lojas, que acabam tendo um faturamento muito baixo em relação à área ocupada:

Tabela: Estimativa de valor de aluguel x m2:

	2012	2013	2014	2015	2016
Café	R\$14,78	R\$15,18	R\$15,56	R\$15,95	R\$16,32
Lojas	R\$7,98	R\$8,19	R\$8,40	R\$8,61	R\$8,81
Restaurante	R\$40,92	R\$42,01	R\$43,08	R\$44,14	R\$45,18

Esses valores também são inferiores àqueles praticados no mercado imobiliário do Plano Piloto, onde uma loja possui valores de locação entre R\$ 30,00 e R\$ 90,00/m2, porém são mais

¹ No caso das lojas se considera que 25% dos visitantes gastarão 40,00 em alguma loja (ou na soma de gastos nas mesmas).

próximos aos cobrados na região de Sobradinho, onde os valores são muito menores, na ordem de R\$ 10,00 ou menos por m2.

No caso específico das lojas, uma forma de eliminação da distorção pode ser a diminuição de espaços disponíveis.

Um valor médio próximo a R\$ 20,00 por metro quadrado poderia ser alcançado se diminuíssemos o espaço destinado a lojas pela metade (ou seja, teríamos 3 ou 4 lojas ao invés de 7) e com a agregação dos espaços destinados a Café e restaurante em um único aluguel. No caso da combinação entre café e restaurante o valor resultante seria de R\$ 23,38 por m2 em 2012.

Para fins do cálculo da consolidação consideraremos os valores referentes a percentual da receita bruta.

Consolidação das receitas estimadas:

A consolidação de receitas relativas a visitação do mirante com àquelas referentes a aluguel está na tabela abaixo:

Tabela: Consolidação de receitas com Mirante e Aluguéis – cenário conservador

	2012	2013	2014	2015	2016
Mirante	R\$169.708,00	R\$174.230,00	R\$178.678,50	R\$183.064,00	R\$187.379,50
Aluguéis	R\$106.673,60	R\$109.516,00	R\$112.312,20	R\$115.068,80	R\$117.781,40
Total - conservador	R\$276.381,60	R\$283.746,00	R\$290.990,70	R\$298.132,80	R\$305.160,90
Total - otimista	R\$345.477,00	R\$354.682,50	R\$363.738,38	R\$372.666,00	R\$381.451,13
Total - pessimista	R\$207.286,20	R\$212.809,50	R\$218.243,03	R\$223.599,60	R\$228.870,68

Síntese:

- Considerando um preço de R\$ 5,00 por acesso e que 70% dos visitantes acessaria a Torre (elevadores), a receita bruta anual estimada seria de R\$ 187 mil em 2016.
- Considerando uma receita de aluguel de 8% do faturamento estimado para as lojas e restaurantes do local, a receita auferida seria de R\$ 117 mil em 2016.
- A análise de alugueis foi revisada com uma estimativa de preço médio por m2. Esse valor, no caso de lojas, foi inferior a R\$ 10,00 e aos outros empreendimentos, denotando uma má relação entre receita e aluguel nesse caso.
 - A solução sugerida nesse caso é a diminuição do número de lojas disponíveis, com o objetivo de concentrar a demanda num número menor de estabelecimentos, garantindo o equilíbrio da operação.
- A receita total estimada em 2016 é de R\$ 305 mil (cenário conservador);

Entrevista com profissionais da área de Turismo:

A atividade de turismo voltada para a visita à Brasília, desconsiderando o parque hoteleiro, ainda é bastante pequena.

Das entrevistas realizadas para a elaboração do trabalho, escolhemos uma que reflete bem a visão do profissional de turismo sobre a Torre, que foi realizada com a Sra. Marlene Gonçalves, coordenadora da empresa responsável pelo City Tour Brasília.

O City Tour Brasília é uma iniciativa, semelhante à que existe em várias outras cidades turísticas, na qual o turista paga um valor fixo por um passeio pela cidade em um ônibus de 2 andares. O valor cobrado atualmente é de R\$ 25,00 por passeio.

O roteiro do passeio atual contém a Esplanada dos Ministérios e Palácio da Alvorada com opção de um passeio de barco pelo Lago Paranoá com saída próxima ao Hotel Royal Tulip.

Os pontos mais importantes da entrevista estão descritos abaixo:

Sobre o perfil do visitante à Brasília:

Viajantes à negócios/congressos ou turistas de passagem pela cidade após visita à Caldas Novas ou outros pontos turísticos do Centro Oeste. Normalmente ficam pouco tempo na cidade.

Seu interesse se concentra na visita aos pontos turísticos relacionados à estrutura administrativa federal, tais como o Congresso, Palácio do Planalto, da Alvorada e, como exceção, a Catedral.

Possuem pouco tempo disponível para o passeio e normalmente o fazem durante o dia. A frequência de uso do City Tour é maior no fim de semana, porém há demanda para passeios durante a semana. A relação de frequência de visitantes no City Tour é de 50% em sábados e domingos e 50% durante os dias da semana.

A demanda para passeios noturnos é extremamente baixa.

Sobre o interesse da Torre:

A Torre têm despertado bastante interesse dos turistas que a avistam, principalmente daqueles que a veem no passeio de barco pelo Lago Paranoá.

No entanto a distância da Torre do centro de Brasília prejudicará o interesse na visita, já que não será possível atendê-la através do City Tour e que o custo do passeio até lá dificilmente será inferior a R\$ 60,00 (custo atual de passeios com Vans pela cidade).

Outro ponto que prejudica a visita da Torre é o grande volume de tráfego de automóveis na ligação entre a Torre e o Plano Piloto.

A entrevistada acha inclusive que o interesse da Torre pode ser inferior ao do Catetinho, pois considera esse local um ponto de passagem de turistas que veem a Brasília de carro e conseqüentemente um ponto de acesso mais fácil.

Sobre alternativas para exploração da Torre

A entrevistada sugeriu a criação de atrativos para a visitação de moradores do DF à Torre, com foco em famílias.

Para garantir esse foco a sugestão foi a criação de um espaço voltado à crianças, da instalação de um restaurante de renome e de lojas que atraiam o público feminino. A ideia proposta é que a visitação à Torre possa preencher uma tarde ou manhã de famílias durante os fins de semana.

Síntese:

- *Pontos da entrevista com coordenadora do City Tour Brasília:*
 - *O perfil do visitante de Brasília é o de uma pessoa em passagem pela cidade ou em atividades profissionais de curto prazo;*
 - *Apesar disso, o período diurno e os fins de semana são os períodos mais utilizados para passeios turísticos;*
 - *A distância da Torre para o Plano Piloto limitará consideravelmente o número de turistas no local;*
 - *Uma alternativa seria a transformação do local em um ponto de lazer para famílias do DF, com uma combinação entre atrações gastronômicas, para crianças e lojas femininas.*

Considerações e recomendações sobre a exploração Turística da Torre:

Como vimos ao longo do documento, o volume de visitantes no DF é relativamente baixo e muito ligado à trabalho e negócios.

Isso tem como consequência uma ausência de interesse por visita a pontos turísticos, pelo curto tempo de estadia ou por outros motivos tais como a limitação de tempo para passeios ou relativa à distância dos pontos turísticos, em especial da própria Torre.

Para fazer com que a Torre possa ter um número maior de visitantes do que os estimados originalmente, propomos a execução de ações voltadas para a atração de visitantes locais (moradores do próprio DF) à estrutura:

A seguir veremos algumas sugestões de ações ligadas a cada um desses objetivos:

Atração de visitantes locais (moradores do próprio DF):

A atração de moradores locais será natural pela Torre em si, principalmente pelo seu mirante, com um maior volume de interesse nos primeiros meses de sua inauguração.

Porém, caso não seja criada algum atrativo adicional que permita o regresso do visitante local à Torre, é provável que essas visitas se tornem esporádicas.

Seguindo a sugestão de nossa entrevistada, sugerimos que o local tenha atributos para atração de famílias.

Como forma de aumentar a frequência de visitantes locais propomos as seguintes ações:

Criação de “âncora” para a Torre:

Shopping Centers utilizam o conceito de âncora para designar lojas de grande porte que são atraídas aos seus empreendimentos como uma forma de garantir uma frequência de visitantes e de atrair outros lojistas.

Propomos que o mesmo conceito seja aplicado à Torre, com a criação de uma loja âncora, voltada para a área de alimentação com a instalação de uma marca conhecida de restaurantes ou de alimentação para exploração do café e do restaurante.

Essa marca deve possuir como atributos:

1. Despertar interesse em visitantes de classe média, garantindo o fluxo de moradores do Plano Piloto e dos condomínios que circundam a Torre;
2. Oferecer serviços de qualidade que possam atender tanto a demanda de turistas ocasionais quanto de visitantes locais em busca de uma alternativa de restaurante ou café.

Exemplos de marcas que possuem esse potencial relacionados são (mas não se restringem) aos empreendimentos do Chef Dudu Camargo, Carpe Diem, Dom Francisco, Marietta, Mara Alckmin, etc.

Como a estrutura do café da Torre possui algumas limitações (ausência de ligações de gás, por exemplo) e como o uso combinado das duas estruturas possui um atrativo superior, propomos que os espaços sejam entregues ao mesmo responsável. Isso proporcionará uma maior facilidade logística para o seu funcionamento.

Criação de espaço para crianças:

A criação de espaço para crianças pode ser atendida tanto pela construção de um parque infantil na área verde do empreendimento similar, por exemplo, ao instalado no Centro Cultural Banco do Brasil, até o aproveitamento dos espaços de exposição para esse fim.

Existem dois exemplos que podem ser utilizados, relacionados à Museus destinados à Crianças: Os “Museos de los niños” de Caracas e de Buenos Aires.

Em Caracas, Venezuela, existe um museu dedicado à crianças que apresenta como atrações relacionadas a conceitos de biologia, física e química. Trata-se de um grande polo turístico da cidade que atrai permanentemente visitantes, locais ou não.

Foto: Atração do Museo de los niños, Caracas, Venezuela



O museu de Buenos Aires possui um aspecto um pouco diferente, relacionado à recriação de mundo de adultos em um espaço para crianças, onde as mesmas desempenham papel de diferentes profissões, tais como motoristas, caixas de supermercado, etc.

Da mesma forma que a instituição Venezuelana, há grande atração de visitantes para o estabelecimento, que atualmente funciona em um Shopping Center da cidade.

Seleção de lojas para o local:

Para garantir o atrativo para a família é importante que seja realizada uma cuidadosa seleção de lojas para o local, cuja combinação ideal seria a instalação de lojas voltadas principalmente para o público feminino (de acordo com sugestão de nossa entrevistada) com ao menos uma livraria ou banca de revistas (que também teria o papel de comercialização de souvenirs).

De acordo com nossas previsões de visitantes seria recomendável que, ao menos no primeiro ano de funcionamento da Torre, haja uma limitação de 3 a 4 estabelecimentos no local. Essa limitação serviria para garantir o equilíbrio econômico das lojas ali situadas. Com o tempo e a verificação do real potencial do local, mais espaços poderiam ser abertos.

Geração de eventos frequentes para o local:

Essa exploração pode ser feita tanto através do uso dos espaços de exposição para eventos artísticos quanto da criação de feiras com frequência mensal, por exemplo, que utilizem a estrutura da Torre como ambiente para suas atividades.

Esses eventos devem ser planejados de forma a atender a necessidade de membros de famílias.

Síntese:

- *A forma mais adequada de aumentar o número de visitantes para a Torre seria a criação de atrativos para famílias do DF.*
- *Propomos as seguintes ações:*
 - *Criação de loja “âncora” com perfil gastronômico para o local:*
 - *A proposta é a instalação de um restaurante de renome na cidade no local que administraria o café e o restaurante.*
 - *Criação de atrativos para crianças no local:*
 - *Ou convencionais (pequenos) ou através da exploração dos espaços de exposição com instituições voltadas para crianças.*
 - *Instalação de perfil de lojas adequado:*
 - *Respeitando uma limitação de 4 lojas, com perfil feminino + livraria ou banca de revistas.*
 - *É recomendável também a criação de eventos frequentes no local.*

Termos chave do contrato de exploração

Para a análise dos termos chaves associados ao contrato de exploração partiremos das seguintes premissas:

1. A Terracap explorará o negócio de acesso à Torre e suas pétalas;
2. A Terracap explorará o aluguel dos espaços, ou diretamente às lojas que os ocuparão, ou indiretamente a uma empresa que faça a exploração do mesmo, nos moldes do Pontão do Lago Sul atualmente;
3. Os espaços de exposição serão administrados por outro órgão do GDF ou por uma instituição privada sem fins lucrativos;
4. Haverá a hipótese de exploração do local por uma empresa, a exemplo do Pontão do Lago Sul;

Exploração do acesso à Torre e suas pétalas:

Como se trata de um negócio a ser explorado pela própria Terracap, não há necessidade de detalhamento de termos.

Será necessária apenas a realização do investimento no sistema de acesso e na contratação de funcionários para o local.

Para garantir a visita durante todos os dias da semana, de 10:00 às 22:00, estimamos que devam ser necessárias as contratações de 8 funcionários, que se revezariam durante os dias de visita, com as seguintes funções

- Bilheteiros: 2 funcionários;
- Responsáveis pela entrada principal da Torre: 2 funcionários;
- Ascensoristas: 4 funcionários;

Exploração do aluguel dos espaços:

Na exploração dos espaços devem ser observados os seguintes pontos.

Determinação dos aluguéis de ocupação:

- O valor dos aluguéis de ocupação deve ser por volta de R\$ 20,00/m², para garantir o equilíbrio financeiro dos empreendimentos.
- Devem haver mecanismos de reajustes relacionados tanto à recomposição de perdas inflacionárias tanto relacionadas ao número de visitantes na Torre.
 - O valor base a ser utilizado (referente ao valor inicial de aluguel) deve ser referenciado com base em uma média de 48 mil visitantes anuais, de acordo com a análise realizada.

Busca por uma “âncora” para o empreendimento:

- Deve ser buscada uma forma legal para garantir que o restaurante e o café sejam ocupados por um grupo de renome que garanta a atratividade, sob esse ponto de vista, ao local.

Busca de lojas com perfis adequados para o preenchimento dos espaços no térreo

- Deve ser buscada uma forma legal para garantir que os espaços restantes sejam ocupados por lojas com perfil adequado à ocupação do espaço:
 - o Propomos que haja a instalação de uma livraria ou banca de revistas, que possua a obrigação de comercialização de souvenirs e material relativo à exposições a serem realizadas no local;
 - o Propomos também que o foco das lojas restantes seja predominantemente feminino.

Limitação dos espaços destinados a lojas no início da operação da Torre:

- Deverá haver uma limitação no número de lojas disponíveis para aluguel no início da operação para garantir a atratividade econômica das mesmas.
- Não é recomendável que os outros espaços sejam permanentemente ocupados com outras atividades, pois caso haja incremento no número de visitantes ou nossas premissas se mostrem pessimistas em relação à realidade da operação, poderiam ser abertas novas lojas.

Exploração dos espaços de exposição:

No caso de construção de um espaço permanente, como por exemplo voltado para crianças como sugerimos, propomos que o mesmo seja administrado por uma instituição privada ou pública sem fins lucrativos e que o contrato de exploração seja claro quanto à finalidade do espaço, para não que não se corram riscos de que haja qualquer desvio de função.

No caso em que o espaço seja utilizado para exposições temporárias sugerimos que sua administração seja ligada a alguma instituição já atuante no setor, tal como o Centro Cultural Banco do Brasil ou o Museu da República e que o espaço seja utilizado de forma coordenada com as exposições realizadas pelos mesmos.

Sugerimos ainda que não haja cobrança de aluguel da Terracap para uso do espaço destinado à exposições dessas instituições.

Exploração do local por uma empresa:

No caso de exploração do local por uma empresa, como concessionária, recomendamos:

- Que seja exigida experiência dessa empresa na administrações de empreendimentos semelhantes;
- Que a empresa aufera receita de alugueis dos espaços do café, restaurante e lojas;
- Que a empresa siga as premissas aqui colocadas relacionadas a “âncora” do empreendimento;
- Que a empresa pague à Terracap um aluguel mensal pelo uso do espaço, inferior ao preço de R\$ 20,00/m² ocupado para garantir o equilíbrio financeiro do empreendimento;
- Que esse aluguel seja reajustado anualmente de acordo com o número de visitantes e que seu valor de referência seja associado a 48 mil visitantes / ano.

Essa empresa não seria responsável pela visitação da Torre e pelos espaços de exposição.

Responsabilidades do condomínio da Torre em relação às atividades turísticas:

Sob o ponto de vista do turismo recomendamos que o condomínio da Torre seja responsável por toda a segurança do empreendimento e pelas despesas comuns do empreendimento em geral.

Fazem parte dos valores a serem compartilhados os seguintes custos:

- Manutenção dos geradores de energia;
- Água (caso não haja instalação de hidrômetros individuais);
- Limpeza do monumento;
- Despesas com energia e manutenção periódica dos elevadores;
- Despesas com segurança.

A divisão das despesas deverá ser feita de acordo com a área ocupada por cada empreendimento.

Alocação e reserva de recursos da Torre para a atividade

Para a operacionalização da proposta aqui realizada propomos a reserva dos seguintes recursos:

1. A manutenção da destinação dos espaços para exposição no térreo e em uma das pétalas da Torre;
2. A manutenção da destinação dos espaços para café e restaurante em uma das pétalas e no térreo, respectivamente.

No caso das lojas, poderá haver uma destinação diferente (para algum órgão do GDF, por exemplo) de uma ou duas unidades. Porém é importante a manutenção da maioria das unidades com sua função original.

Previsão de investimentos necessários para atualização da estrutura

Como todo o investimento de refrigeração referente às áreas de visitação interna da Torre já estão incluídos no projeto original, os únicos investimentos necessários para garantir a visitação da área se referem ao sistema de bilhetes para o elevador e àqueles relativos a segurança do espaço.

Sistemas de bilhetes:

Para a implementação de um sistema de bilhetes, estimamos a necessidade de instalação de 4 catracas de acesso (2 para entrada e 2 para saída de visitantes), um PC para comercialização na bilheteria, o uso de cartões magnéticos retornáveis pelos visitantes e o sistema de controle.

Os custos foram estimados através de valores publicados na Internet:

Item	Valor unitário	Quantidade	Valor final
Catracas	R\$ 3.000,00	4	R\$ 9.000,00
PC para bilheteria	R\$ 2.000,00	1	R\$ 2.000,00
Sistema de controle	R\$ 10.000,00	1	R\$ 10.000,00
Cartões	R\$ 5,00	1000	R\$ 5.000,00

Instalação do sistema	R\$ 2.000,00	1	R\$ 2.000,00
Total			R\$ 28.000,00

Sistema de segurança:

O sistema de segurança prevê a instalação de 1 câmera por hall de acesso a turistas (total de 3 câmeras), 3 câmeras por pétala (museu ou café – total de 6 câmeras), 6 câmeras no mirante e uma câmera por elevador (total de 2 câmeras) somando um total de 17 câmeras.

Na parte térrea, prevemos a instalação de 4 câmeras no conjunto de lojas e outras 4 ao longo do ambiente, somando 25 câmeras no total.

Nesse caso os custos também foram estimados com valores publicados na Internet:

Item	Valor unitário	Quantidade	Valor final
Câmera de segurança	R\$ 150,00	25	R\$ 3.750,00
PC para recepção do sinal	R\$ 4.000,00	1	R\$ 4.000,00
Instalação do sistema	R\$ 10.000,00	1	R\$ 10.000,00
Total			R\$ 17.750,00

Síntese:

- *Os termos propostos para a exploração da Torre utilizam as seguintes premissas:*
 - o *A Terracap explorará o acesso à Torre e o aluguel dos espaços;*
 - o *Alternativamente uma empresa poderá realizar a exploração dos espaços em regime de concessão.*
- *Os pontos mais importantes a serem observados são:*
 - o *A correção dos alugueis dos espaços de acordo com o número de visitantes real da Torre;*
 - o *A necessidade de criação de mecanismo que permita a ocupação do café e restaurante por um grupo de renome local, que atraia visitantes ao local.*
 - o *A restrição no início da operação do número de lojas;*
- *Para operação do espaço de exposições, propomos a parceria com instituições privadas ou públicas capazes de criar o espaço cultural para crianças ou de exposições em geral.*
- *Caso haja uma empresa responsável pela operação do espaço destinado a lojas e café/restaurante que o aluguel pago pela mesma também seja ajustado de acordo com o número de visitantes.*