



# Riscos para o Setor de Viagem, Lazer e Turismo 2019/2020

No mercado atual, as empresas continuam a enfrentar um ritmo de mudanças cada vez mais acelerado. Os riscos emergentes são provenientes de tendências que surgem atreladas a inovações e tecnologias disruptivas. A KPMG apresenta um panorama dos riscos já existentes e também daqueles que estão surgindo no setor de viagem, lazer e turismo.



**ACI Institute**

Uma iniciativa da KPMG

Risk Consulting

**KPMG Board Leadership Center**

Exploring issues. Delivering insights. Advancing governance.



- Falhas em cumprir com questões envolvendo a privacidade e proteção de dados
- Risco de sujeição de responsabilidade em transações fraudulentas
- Leis contábeis e tributárias complexas e em transformação em todas as localizações geográficas
- Falha em proteger a propriedade intelectual de outros
- Não cumprimento das leis anticorrupção ou de sanções comerciais
- Regulamentação trabalhista e a negociação de novos (ou já existentes) acordos coletivos de trabalho.

- O Brexit poderá criar um risco macroeconômico, uma volatilidade de custo de insumos e um impacto direto sobre os modelos de negócio
- Aumento nos custos de produção em matérias-primas

- Atrasos na construção ou estouro nos custos
- Oscilação na taxa de câmbio e cobertura de câmbio estrangeiro
- O crescimento e os lucros estão expostos ao risco de ataques terroristas, acidentes relacionados à viagem, conflitos políticos, preço do petróleo, desastres naturais e mudanças nas relações diplomáticas
- Fragilidade nos mercados de capitais

- Mais leis ambientais e maior foco nas mudanças climáticas
- Risco de acidentes ou de incidentes
- Caso os fornecedores não defendam com firmeza as normas de responsabilidade corporativa e social e as empresas deixem de influenciar os destinos a fim de gerenciar o turismo de forma mais sustentável

- Demandas e preferências dos clientes em rápida transformação por conta de mudanças na geração e nas tecnologias
- Utilização de dados inapropriada ou não realizada da melhor forma (big data)

- Preocupações estratégicas, tais como: migrar uma marca local para marcas globais, manter os relacionamentos existentes com terceiros e as aquisições estratégicas

- Concorrência emergente por parte dos mecanismos de busca e dos grandes portais online
- O setor é altamente competitivo e depende da experiência repetitiva do cliente
- Rígida política de cobertura
- Conceito de viagem de baixo custo e alto valor

- Avanços tecnológicos
- Ataques cibernéticos
- Maior dependência de serviços de Internet de terceiros
- Adoção de tecnologias digitais decisivas (game-changer)
- Falha em investir e se adaptar aos desenvolvimentos tecnológicos, e insucesso na atualização de sistemas legados.

- Mídias sociais e sentimentos/opiniões das mídias sociais moldando a decisão dos clientes.
- Qualidade e reputação das marcas
- Dependência de terceiros para entregar produtos e serviços aos clientes.
- Reputação das celebridades que são embaixadoras de marcas específicas
- Mudanças nos valores justos estimados das marcas ou nas unidades operacionais de negócios.



**Contatos**

**Sidney Ito**  
 Sócio-líder de Risk Consulting  
 sito@kpmg.com.br

**Sandro F. R. Silva**  
 Sócio de Risk Consulting  
 sfrdrigues@kpmg.com.br

