

Viagem marcada para crescer

Carla Falcão
do Rio

Descrever a atividade turística no Brasil não se resume mais, a exemplo do que ocorria em um passado recente, à enumeração de uma longa lista de problemas e dificuldades enfrentadas pelo setor. Passados alguns dos mais graves eventos que abalaram o mercado internacional de turismo, entre eles os atentados de 11 de setembro, a gripe asiática e a crise econômica na Argentina — que atingiu em cheio o principal emissor de turistas para o país —, o Brasil começa a vislumbrar um novo cenário. E, a despeito de circunstâncias prejudiciais à indústria do turismo, tais como a valorização do real e a crise da Varig, o setor vem registrando um crescimento significativo ao longo dos últimos três anos. Em 2002, o país recebeu 3,7 milhões de turistas estrangeiros; em 2003, 4,1 milhões; em 2004, 4,7 milhões; e, em 2005, 5,3 milhões, de acordo com dados da Embratur, que revela ainda que o Brasil tem crescido acima de dois dígitos, o dobro da média apresentada pela Organização Mundial do Turismo, que é de 5% a 6% por ano.

"Embora a participação brasileira ainda seja pequena quando se fala em turismo no mundo, temos registrado taxas de crescimento acima da média mundial. Em 2005, um ano de resultados excepcionais, o número de turistas em todo o mundo cresceu 5,6% — na América do Sul, 11,62%. No Brasil, os 5,3 milhões de turistas estrangeiros que nos visitaram representaram um aumento de 12,5% sobre o ano anterior. E no crescimento do turismo sul-americano, a participação brasileira foi de quase 30% no ano passado. Em 2006, por causa da redução de vôos internacionais com a crise da Varig, não estamos registrando o desempenho previsto, mas até setembro 4,8 milhões de estrangeiros já tinham nos visitado", relata o ministro do Turismo, Walfrido dos Mares Guia.

A melhor comparação a ser feita é com países da América do Sul, pois dentre os dez maiores receptores de turistas estrangeiros sete estão localizados na Europa (França, Espanha, Itália, Reino Unido, Alemanha, Turquia e Áustria) com condições de acesso (distância) e competitividade muito diferentes da realidade sul-americana. Porém, acredita-se que haja margem para um crescimento significativo da participação brasileira no turismo mundial, mantidos os níveis de investimento do Governo para o setor.

No que concerne aos vôos domésticos, o total de passageiros desembarcados em junho deste ano apresentou crescimento de 15,75% em relação ao mesmo período de 2005. Foram cerca de 3,86 milhões de desembarques contra, aproximadamente, 3,33 milhões em junho de 2005, resultando em uma movimentação recorde de 22,87 milhões de passageiros no semestre. O acumulado do primeiro semestre de 2006 aumentou 14,92% em comparação aos seis primeiros meses do ano passado.

O aumento do número de viajantes brasileiros e estrangeiros refletiu-se sobre os principais indicadores do setor, tendo como resultado impactos econômicos e financeiros para toda a cadeia produtiva do turismo. A quantidade de agências cadastradas no Mi-

nistério do Turismo, em 2002, era de 7.896, e, em 2005, somou 9.130. Já o cadastro de guias de turismo saltou de 12.024, em 2002, para 17.314, em 2005. Em 2002, havia 2.476 meios de hospedagem cadastrados. No ano passado, este número chegou a 4.981.

Receita — A balança comercial também comprova o bom desempenho do setor. Segundo o Banco Central, entre janeiro e setembro deste ano, a receita cambial somou US$ 3,2 bilhões, sem considerar as trocas não-oficiais de moeda, feitas informalmente pelos turistas. A projeção é de superação da marca de 2005, a melhor até então, de US$ 3,8 bilhões, chegando a uma receita próxima de US$ 4,5 bilhões.

Quando se trata da relação entre receita e despesa cambial, o ministro do Turismo rebate a afirmação de que os brasileiros gastam mais lá fora do que os estrangeiros aqui dentro. Mares Guia ressalta que, em três anos e nove meses, o Brasil acumulou uma receita de US$ 12,7 bilhões. "Em 2003 e 2004 tivemos superávit e o déficit nos últimos 45 meses foi de US$ 1,2 bilhão", afirma o ministro. E diz mais:

"É preciso considerar ainda que o turista estrangeiro nunca gastou tanto no país. A despesa média saltou de US$ 341 *per capita*, em 2000, para US$ 741 no ano passado. Esses gastos podem chegar a US$ 900 por pessoa, levando-se em conta o dinheiro que não é trocado em casas de câmbio. Com isso, a receita comercial turística tem crescido, colocando o turismo entre os principais produtos da nossa balança de exportações. Ocupamos a sexta posição em 2003 e 2004 e a quinta posição em 2005."

Incentivar o aumento dos gastos pelos viajantes estrangeiros é, por sinal, um dos maiores objetivos de toda a indústria nacional do turismo. Meta que pressupõe uma mudança no perfil do turista que chega ao Brasil. O país ainda é oferecido como um destino barato, que compete por preço. Há vôos *charters* para pacotes de uma semana que custam menos de US$ 600, o que acaba por trazer somente a classe média

Entre janeiro e setembro deste ano, a receita cambial com o turismo somou US$ 3,2 bilhões, excluídas as trocas não-oficiais de moeda

e média baixa dos países mais ricos. Esses viajantes optam por roteiros simples, de no máximo duas cidades, passando entre sete e dez dias no Brasil. Especializada na recepção de estrangeiros, a Associação Brasileira de Turismo Receptivo Internacional (BITO, da sigla em inglês Brazilian Incoming Travel Organization), estima que este turista faça despesas diretas (extras no hotel, passeios, traslados) de US$ 1,5 mil a US$ 2 mil por viagem de sete dias.

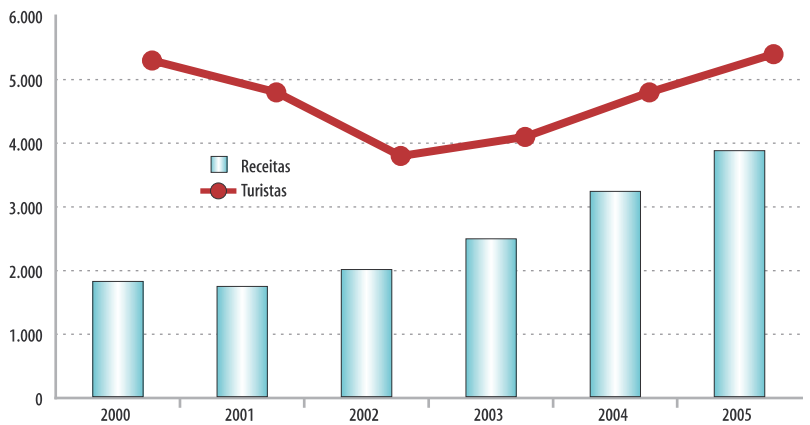
Os países que mais enviam visitantes para o Brasil são, em ordem decrescente, Argentina (992 mil), Estados Unidos (793 mil), Portugal (357 mil), Uruguai (341 mil), Alemanha (308 mil), Itália (303 mil), França (252 mil), Paraguai (249 mil), Espanha (172 mil) e Chile (169 mil), informa o diretor de Estudos e Pesquisas da Embratur, José Francisco Sales Lopes. Graças a uma série de estratégias adotadas pela Embratur, em

Comparativo da receita cambial turística (em US$ bilhões)
Mundo, América do Sul e Brasil

Ano	Receita cambial					
	Mundo	América do Sul	Participação da América do Sul no mundo (%)	Brasil	Participação do Brasil na América do Sul (%)	Participação do Brasil no mundo (%)
1996	435,6	10,7	2,46	0,8	7,48	0,18
1997	436,0	11,4	2,61	1,1	9,65	0,25
1998	442,5	11,8	2,67	1,6	13,56	0,36
1999	445,0	11,6	2,61	1,6	13,79	0,36
2000	482,9	12,2	2,53	1,8	14,75	0,37
2001	471,6	11,3	2,40	1,7	15,04	0,36
2002	486,9	9,2	1,89	2,0	21,74	0,41
2003	532,8	10,5	1,97	2,5	23,81	0,47
2004	632,7	10,9	1,72	3,2	29,36	0,51
2005	681,5	13,0	1,91	3,9	30,00	0,57

Fonte: Organização Mundial do Turismo (OMT) e Banco Central do Brasil (Bacen).
A partir de 2005 utilizar-se-á os dados da série histórica da receita cambial calculada pelo Bacen. Dados de 2000 a 2004 revisados. Dados de 2005 estimados.

Receitas (US$ milhões) *x* turistas estrangeiros (mil)



Fonte: Banco Central e Embratur.

conjunto com os *players* do mercado de turismo, o Brasil vem reduzindo a dependência de países como Argentina e Uruguai, recebendo, cada vez mais, turistas europeus. Mas ainda falta muito a ser feito.

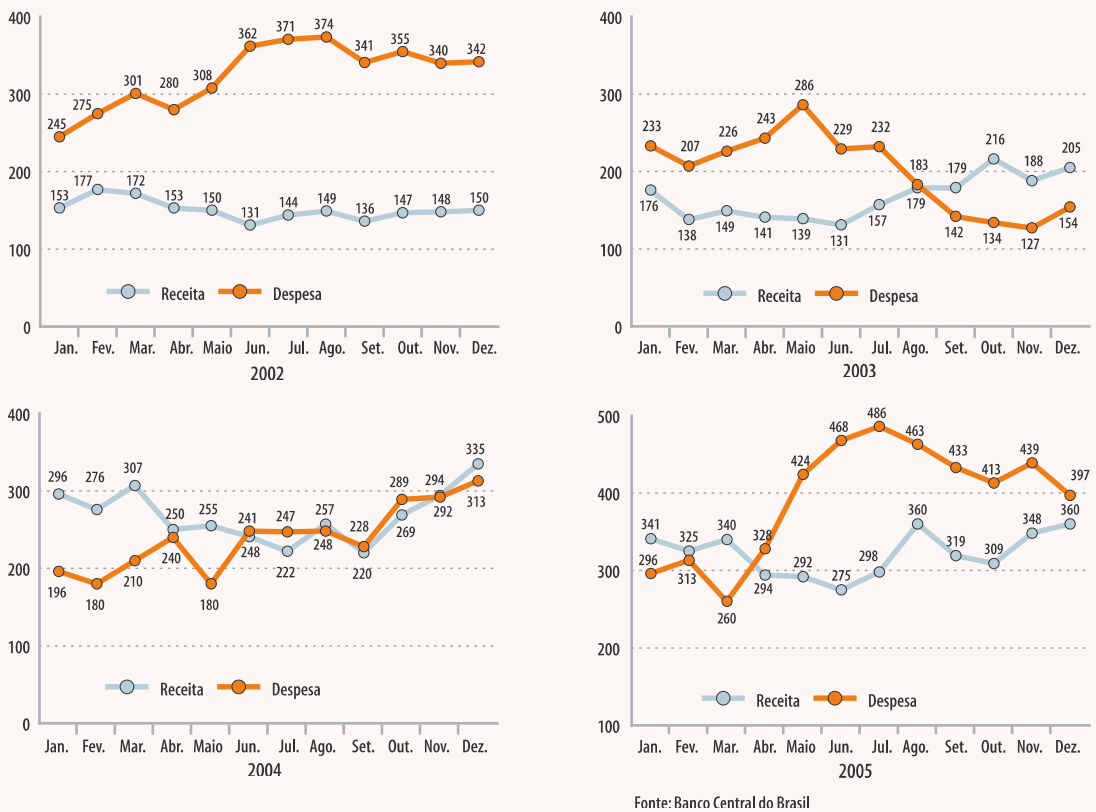
Críticas — Na opinião do presidente da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH), Eraldo Alves, a classe média européia busca destinos mais refinados, que oferecem produtos hoteleiros com qualidade muito superior à média dos hotéis brasileiros, além de infra-estrutura moderna e serviços personalizados. "A diária de um hotel voltado para este público chega a mil dólares. E no Brasil, a melhor diária que temos fica em torno de R$ 900. Não adianta nos iludirmos achando que este *boom* de *resorts* é para a classe rica. Um bom *resort* no Nordeste tem diárias de 50 euros por pessoa com pensão completa", avalia Alves.

Pesa ainda o fato de que o Brasil tem dificultado a entrada de turistas de alguns dos principais mercados emissores de turistas do mundo. Estados Unidos, Canadá, Japão, México, Austrália e Nova Zelândia são os maiores prejudicados pela aplicação rigorosa da Lei de Reciprocidade. A questão, diz o presidente da BITO, Roberto Dultra, é que o Itamaraty optou pela reciprocidade das dificuldades. Dultra afirma que os consulados brasileiros nos Estados Unidos negam vistos por motivos aleatórios. "Já recebemos turistas que tiveram os primeiros pedidos de visto negados por motivos fúteis, como a cor da caneta usada para preencher o formulário, que era preta e não azul. Diante de tantas dificuldades impostas aos turistas, o Brasil se colocou fora desses mercados", critica.

A ABIH endossa a crítica feita pela BITO. Para Eraldo Alves, o processo de obtenção de visto para o Brasil é burocrático, demorado e caro. O gasto médio com o visto brasileiro nos Estados Unidos chega a US$ 120 por pessoa. Tomando-se como exemplo um casal de americanos de classe média que deseja vir ao Brasil com dois filhos, o custo do visto para quatro pessoas chega a US$ 480, quase um pacote com passagem aérea e hotel para o Caribe. "A América Latina recebe anualmente 4,5 milhões de turistas, dos quais 790 mil chegam ao Brasil. Os outros vão para o Chile e a Argentina, países dos quais os EUA exigem visto, mas que não fazem a mesma exigência aos americanos. Isto é o que chamo de reciprocidade inteligente", ironiza Alves.

Incentivo — Preocupa ainda aos agentes que recebem turistas internacionais o fato de a Embratur dispor de pouquíssimos recursos para investir em propaganda direcionada ao consumidor final. *Outdoors*, pá-

Comparativo da despesa e receita cambial mensal (em US$ milhões)



Fonte: Banco Central do Brasil

ginas inteiras nos principais jornais e revistas do mundo, publicidade na TV, enfim, tudo que convença o comprador a viajar para o Brasil. Os principais destinos do mundo, como França e Espanha chegam a investir US$ 80 milhões por ano neste tipo de divulgação. Mas, até países pequenos como a Croácia, que aporta US$ 8 milhões ao ano em publicidade, investem mais que o Brasil.

Para Dultra, o consumidor tem que chegar na agência de viagens já com a idéia de vir para o Brasil. "Somos muito bons na promoção do país junto às agências de viagens em outros países, mas ainda não conseguimos atingir os consumidores. São necessários investimentos consistentes. Dubai, nos Emirados Árabes, é um bom exemplo do que os investimentos podem fazer. O lugar fica no meio do deserto, não oferece nada além de excelentes hotéis cinco estrelas e tem recebido um número cada vez maior de turistas", compara.

Não obstante as críticas sobre a limitação de recursos, a indústria de turismo nacional nunca teve tanto apoio à comercialização dos produtos, serviços e destinos turísticos brasileiros no exterior como agora. Não há dúvidas, entre os agentes do setor, de que todas as conquistas do mercado nesta área devem-se à criação, em janeiro de 2003, do Ministério do Turismo, que permitiu à Embratur dedicar-se exclusivamente à promoção do Brasil no exterior. Mudança que impulsionou, por exemplo, o segmento de eventos. Nos últimos três anos, o Brasil saltou do 27º lugar entre os países que mais recebem congressos internacionais para o 11º, contabiliza a Federação Nacional de Turismo (Fenactur), que reúne 24 sindicatos estaduais e, aproximadamente, 12 mil agências de viagens.

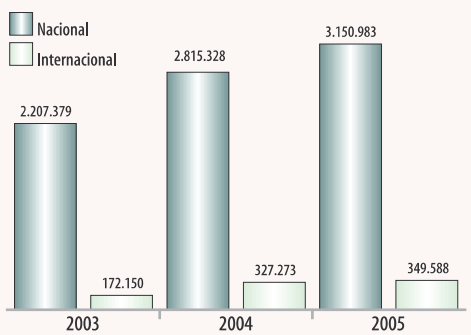
A desvalorização do dólar frente ao real reduziu a lucratividade das empresas e levou vários hotéis a enfrentar dificuldades financeiras

Coordenador do Núcleo de Estudos Avançados em Turismo e Hotelaria da Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas da FGV, Luiz Gustavo Barbosa reforça a corrente de que o maior incentivo dado à atividade turística foi a criação do Ministério do Turismo, com orçamento, metas e projetos específicos para o setor. "Esta pasta fortaleceu-se nos últimos três anos, colocando o turismo no eixo econômico, com a divulgação de pesquisas econômicas, e no eixo político, com uma atuação presente nos demais ministérios, na Câmara e no Senado." Prova disso, assinala Barbosa, foi o aumento do orçamento para o turismo. Em 2003, atingiu R$ 135 milhões apenas. E, de janeiro a novembro deste ano, o limite orçamentário chegou a R$ 1,083 bilhão. Desde a criação do Ministério foram investidos R$ 2,2 bilhões, recursos utilizados em planos como o Aquarela, que lançou as bases para todas as ações brasileiras no exterior nos próximos dez anos.

Câmbio — Mas a despeito dos avanços registrados, ainda há questões de importância indiscutível a serem solucionadas, tais como a valorização do real. Presidente da BITO, Dultra concorda que a desvalorização do dólar frente ao real prejudicou muito os agentes do setor, reduzindo a lucratividade das empresas e levando vários hotéis a enfrentar dificuldades financeiras. Muitos tentaram, inclusive, reajustar preços no meio de temporadas, prática muito malvista no mercado, revela.

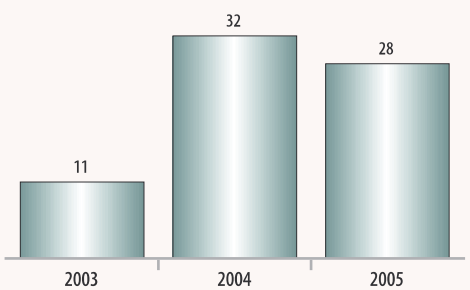
Entretanto, na contramão dos que defendem uma desvalorização do real, Dultra aponta outra solução para reverter as perdas com o dólar. Para ele, o problema não é o câmbio, mas sim o fato de que a indústria nacional de turismo acostumou-se a dar seus preços em dólar, prática também adotada por outros países sul-americanos que enfrentaram longos processos inflacionários e de desvalorização de suas moedas.

Voôs Charters
Desembarque nacional e internacional



Fonte: Infraero

Eventos internacionais captados para o Brasil



Fonte: International Congress & Convention Association – ICCA

Hoje, de acordo com dados da Embratur, 65 milhões de brasileiros fazem turismo doméstico e cinco milhões saem do Brasil por ano

"Tendo custos em real e preços em dólar, fica complicado negociar descontos na moeda americana, porque não se tem a garantia do que será recebido após a conversão. Por isso, os valores deveriam ser apresentados ao mercado internacional em reais. No mundo inteiro, o risco é sempre do comprador de serviços e produtos turísticos e não do vendedor. A África do Sul, cuja moeda tem circulação bem mais restrita que o real, apresenta os preços de seus pacotes turísticos em rands, o que contribui para proteger sua indústria do turismo", avalia Dultra.

Outro grave obstáculo ao crescimento do setor neste ano diz respeito à crise da Varig, que provocou significativo déficit de lugares nos aviões. Calcula-se que foram perdidos 700 mil assentos internacionais por ano, o que levou brasileiros e estrangeiros a competirem pelos mesmos lugares em vôos internacionais. O aumento da oferta de vôos e assentos por parte das concorrentes já conseguiu repor aproximadamente 420 mil lugares. Mas faltam ainda 280 mil assentos internacionais, em comparação à oferta de 2005.

Obviamente, a crise da Varig aumentou o percentual de ocupação dos vôos. Mas, por outro lado, ficou dificílimo colocar todos as pessoas de um grupo no mesmo vôo, o que já provocou inúmeros cancelamentos de grupos, diz a BITO. Vale ressaltar ainda que, diante da escassez de assentos, as companhias passaram a praticar as tarifas cheias, o que elevou e muito o custo das viagens, diminuindo o ritmo de crescimento do número de passageiros. A expectativa do setor é de que essa questão esteja resolvida nos próximos seis meses, com a aprovação de novos vôos. Para tanto, todas as principais companhias com rotas para o Brasil — entre elas, Air France, American e United Airlines, Delta e Lufthansa — pediram aprovação para novos vôos. Mas é dado como certo que o resultado de 2006 será severamente afetado pela reestruturação da companhia aérea.

Segurança — Outro ponto fraco é o clima de insegurança que ronda os principais destinos nacionais. Em que pese o fato de o Brasil, e, sobretudo o Rio de Janeiro, não ser o único lugar a sofrer com a criminalidade de rua, as notícias recorrentes sobre a falta de segurança acabam por afastar muitos turistas em potencial. A má fama do país neste quesito é tão inoportuna que, em recente informe, o Departamento de Estado dos Estados Unidos alertou os turistas americanos para a violência no Rio. Entre os empreendedores do setor turístico parece haver uma espécie de consenso sobre o tema. A criação de planos de segurança específicos para as áreas turísticas ajudaria muito, mas o ideal é que toda a população tenha segurança e não apenas os turistas.

Paradoxalmente, a pesquisa anual da Embratur com 36 mil turistas que passaram pelo Brasil em todas as temporadas (alta, média e baixa) revela a questão da violência em quarto ou quinto lugar na lista dos maiores problemas percebidos. Os primeiros lugares ficam com a (falta de) sinalização turística internacional, a precária limpeza urbana e os serviços de telecomunicações e internet, pelo fato de o mercado não oferecer o mesmo tipo de cartão pré-pago que se encontra em todos os países da Europa e nos Estados Unidos e pela dificuldade de se encontrar acesso à internet em estabelecimentos comerciais. Já a infra-estrutura — hotéis, restaurantes, receptivos, etc. — foi o item mais bem avaliado pelos turistas. E a melhor notícia é que, do total de entrevistados, 97% responderam que gostariam de voltar ao país.

Brasileiros — "O governo tem feito muito, mas pode fazer mais. O país é grande e precisa de uma vasta infra-estrutura. Faltam aeroportos, as estradas estão em más condições e ainda há uma escassez de pessoal qualificado. Também é fundamental estimular o turismo interno. Temos que trabalhar para desenvolver, entre os brasileiros, o hábito de viajar", avalia Michel Ness, presidente da Fenactur.

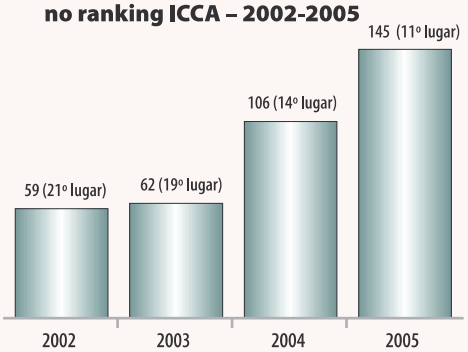
O Ministério do Turismo e a Embratur também têm investido no

Posições ICCA 2005 / Realizações de eventos internacionais

TOP 18 países	
1º Estados Unidos	376
2º Alemanha	320
3º Espanha	275
4º Reino Unido	270
5º França	240
6º Holanda	197
7º Itália	196
8º Austrália	164
9º Áustria	157
10º Suíça	151
11º Brasil	145
12º Japão	142
13º Suécia	134
14º China	129
15º Cingapura	125
16º Canadá	123
17º Coréia do Sul	108
18º Portugal	105

Fonte: International Congress & Convention Association – ICCA

Posições ocupadas pelo Brasil no ranking ICCA – 2002-2005



Fonte: International Congress & Convention Association – ICCA

Negócios, o atrativo de São Paulo

Em meio a todos os segmentos da atividade turística no Brasil, um dos que vêm ganhando espaço cada vez maior é o turismo de negócios. E, entre todas as cidades brasileiras, o destaque absoluto é São Paulo, metrópole com reconhecida vocação para os negócios. Presidente do São Paulo Convention & Visitors Bureau (SPCVB), Orlando de Souza calcula que aproximadamente 85% das pessoas que visitam a capital paulista vêm a negócios. "Ao longo dos anos, a cidade preparou-se para cumprir este papel, tornando-se especializada na prestação de serviços", afirma Souza.

Sede de 25% de todos os eventos que acontecem no país, São Paulo tornou-se a capital sul-americana de feira de negócios. Das 160 principais feiras que acontecem no Brasil por ano, 120 são na cidade, gerando uma receita anual de R$ 2,4 bilhões, além de R$ 700 milhões em locação de área para exposição e R$ 700 milhões em serviços. De acordo com dados do SPCVB, os 90 mil eventos que acontecem por ano geram R$ 8 bilhões em viagens, hospedagem e transporte terrestre e aéreo, além da criação de 500 mil empregos diretos e indiretos.

Em 2005, a cidade recebeu nove milhões de visitantes, que permaneceram, em média, dois dias. Desses, 16,54% eram estrangeiros e 83,46%, brasileiros. Do total de viajantes que chegam a São Paulo, 57% vêm a negócios, 39% a lazer e 4% por outros motivos. Entre os turistas estrangeiros, a liderança é da Europa (38%), seguida dos Estados Unidos e Canadá (30%), países do Mercosul (21%), da América Latina (7%) e da Ásia (4%), perfil bastante diferente dos viajantes que vêm ao país a lazer. Segundo estimativas do SPCVB, cada viajante corporativo passa, em média, 2,4 dias na cidade, gastando US$ 150 diários. Já os que viajam a lazer ficam, em média, sete dias, gastando US$ 70 diários. A expectativa é de que São Paulo encerre 2006 com 10 milhões de visitantes.

Atento a novos nichos dentro do segmento de negócios, o SPCVB já identifica novas modalidades de turismo. Entre elas, o turismo de compras, nicho que inclui desde os circuitos mais populares aos mais elegantes shoppings e lojas da cidade, e o "turismo" de saúde, que atrai brasileiros e estrangeiros em busca da excelência médica oferecida pelos hospitais paulistanos.

Os efeitos de tamanha movimentação podem ser comprovados a partir da taxa de ocupação dos hotéis. Em 2004, ficava em torno de 48%. Em 2005, esse percentual chegou a 55% e a expectativa é de que os hotéis encerrem 2006 com ocupação média de 60%. Considerando-se que São Paulo dispõe de 45 mil quartos de hotéis — o Rio de Janeiro conta com 18 mil — este percentual é ainda mais significativo.

Entretanto, o próprio SPCVB reconhece que a cidade está muito próxima de atingir o limite de realização de eventos, tais como feiras e convenções. Mesmo na baixa temporada, como nos últimos meses do ano, é complicado encontrar espaços disponíveis. Souza cita como exemplo a mega loja de Natal que a Casas Bahia monta todos os anos em dezembro. "A cidade precisa começar a pensar na ampliação dos espaços que hoje oferece", avalia o diretor do SPCVB.

desenvolvimento do turismo interno. Hoje, de acordo com dados da Embratur, 65 milhões de brasileiros fazem turismo doméstico e cinco milhões de viajantes saem do Brasil por ano. Os 65 milhões de brasileiros (36 mil famílias) que fazem turismo doméstico realizam 225 milhões de viagens por ano, o que corresponde a 3,4 viagens por família. Deste total, 104 milhões são viagens dentro do próprio estado, 54 milhões dentro da própria região e 67 milhões são de longa distância dentro do país.

O fato é que mais pessoas estão podendo viajar em função dos ganhos em renda, o que não é nenhuma surpresa, já que a atividade turística guarda grande relação com o poder de compra da população de um país. Os dados internacionais demonstram que existe, em todo o mundo, uma forte relação entre o cenário econômico e o crescimento do turismo. No período de 1975 a 2000, o turismo cresceu a um ritmo médio de 4,4% anual, enquanto a economia mundial cresceu cerca de 3,5% ao ano, demonstra relatório do Ministério.

Mesmo com o aumento do número de viajantes no mercado doméstico, o Brasil ainda precisa se esforçar para atingir outras camadas da população que não têm o hábito ou condições de viajar. De olho nesse mercado em potencial, a Embratur desenvolveu, no início deste ano, o Programa Vai Brasil, que oferece bons roteiros na baixa temporada, a preços mais acessíveis e com prazos maiores de pagamento. Lançado em julho deste ano, o Vai Brasil, já ofereceu mais de 300 mil pacotes em 52 municípios de 26 estados aos mais de 20 mil usuários cadastrados no programa. A intenção é justamente a de inserir um número maior de brasileiros na atividade turística, diz Lopes.

Outra estratégia para incentivar o turismo doméstico é a ampliação de destinos e rotas ofertados. A Embratur optou por definir roteiros turísticos mais elaborados em vez de apostar somente em cidades isoladas, o que não apenas contribuiu para aumentar o número de turistas, como elevou a permanência nos destinos e os gastos por viagem. Uma das metas estabelecidas pelo primeiro Plano Nacional de Turismo, concebido para vigorar entre 2004 e 2007, era que cada estado deveria ofertar três roteiros de qualidade. Graças a essas estratégias, o país dispõe hoje de 450 destinos, contra os 60 apresentados há alguns anos.

As projeções para os próximos anos são bastante favoráveis, mesmo quando levadas em consideração todas as dificuldades hoje enfrentadas pelo setor. Tal otimismo baseia-se, em grande parte, na expectativa de manutenção da política adotada para a indústria turística há três anos, com o primeiro Plano Nacional de Turismo. Em meados deste ano, os principais representantes do setor reuniram-se para elaborar a segunda versão do plano, que deve vigorar até 2010. Entre as metas que constam no plano setorial, está o aumento do número de empregos.

Empregos — Hoje, entre 6% e 8% do total de empregos gerados no mundo depende do turismo, calcula a Organização Mundial do Turismo. E, de acordo com projeções do World Travel and Tourism Council (WTTC), que organiza estatísticas do turismo no mundo inteiro, devem ser criados 2,5 milhões de empregos em 2006. Para o WTTC, o Brasil merece especial atenção neste quesito. O Conselho acredita que o país estará entre os dez que registrarão, entre 2006 e 2015, as taxas mais significativas de crescimento do número de vagas de trabalho relacionadas à indústria de viagens e turismo (Travel & Tourism Industry). O Brasil aparece em sexto lugar no ranking, atrás de China, Estados Unidos, México, Indonésia e Índia.

"Essa é a nossa meta síntese: gerar 1,2 milhão de empregos até 2007. De 2003 até agosto deste ano, o turismo gerou 966 mil novos empregos formais e informais. Com carteira assinada, são 322 mil novos trabalhadores. Só o setor de locação de automóveis, por exemplo, contribuiu com 178.240 empregos diretos e indiretos. No total, o setor turístico emprega hoje, formalmente, 1,9 milhão de pessoas", relata o ministro Mares Guia.

Na avaliação da ABIH, a criação de empregos e atividades só não é maior porque a empresa brasileira é descapitalizada. "Todos concordam que turismo é a maior indústria do mundo, mas, na hora de ofertar o crédito, não incentivamos o capital, nem proporcionamos meios para que os empresários se sintam atraídos. Não existe hoje incentivo real para os empreendimentos locais, já que os empresários brasileiros não têm acesso ao crédito, enquanto os empreendimentos estrangeiros recebem uma série de incentivos como isenção de impostos e criação de infra-estrutura nas localidades em que pretendem se instalar", critica o presidente da Associação.

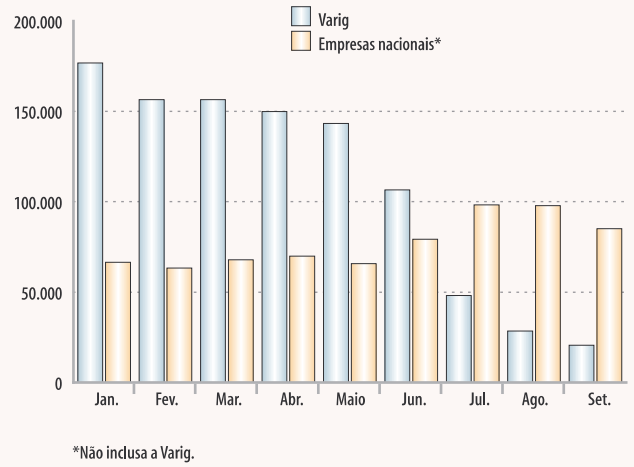
Expectativa — Ainda assim, os empreendedores brasileiros apostam em bons resultados. De acordo com pesquisa anual de conjuntura econômica do turismo encomendada pelo Ministério, e que ouve as 80 maiores empresas do setor, a previsão de crescimento para este ano é de 15%. A expectativa é de que até meados de 2007, o país consiga recuperar parte do espaço perdido pela Varig, o que tornará possível um crescimento mais linear do número de estrangeiros recebidos.

Coordenador do Núcleo de Estudos Avançados em Turismo e Hotelaria da Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas da FGV, Luiz Gustavo Barbosa aponta duas fortes tendências para os próximos anos: a primeira é a redução do tempo de férias, que leva ao turismo de curta e média distância, e a conciliação de trabalho com lazer; e a outra é o aumento de segunda residência para estrangeiros, tendência mundial. "O Brasil já começa a despontar neste mercado imobiliário", observa Lopes.

No que tange aos destinos, o Rio de Janeiro deverá manter sua posição de vitrine do país. Além das previsões favoráveis para as regiões Nordeste e Sul, espera-se ainda que a Amazônia, já na rota internacional, comece a receber mais brasileiros devido a novos produtos e ao desenvolvimento do Pará, que investiu em sua capital, Belém.

Mares Guia é enfático ao afirmar que o Ministério tem como um de seus principais objetivos a diversificação da pauta a fim de atrair o maior número de visitantes e de estimular novas viagens ao país. "O Brasil é um país eclético. Queremos desenvolver outros nichos sem perder de vista tudo que já desenvolvemos", conclui.

Oferta de assentos em vôos internacionais para o Brasil – 2006



*Não inclusa a Varig.