



Universidade de Brasília
CET – Centro de Excelência em Turismo

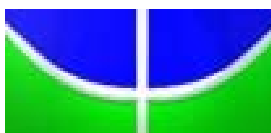
Pós-graduação Lato Sensu

Curso de Especialização em Economia para o Turismo

CRISTIANE RUBINI TAMBOSI

**TURISMO INTERNACIONAL E ECONOMIA NO BRASIL: UMA SÍNTESE DO
CENÁRIO 2003-2006 E AVALIAÇÃO DAS AÇÕES GOVERNAMENTAIS**

Brasília – DF
Agosto / 2006



Universidade de Brasília
CET – Centro de Excelência em Turismo

Curso de Especialização em Economia para o Turismo

**TURISMO INTERNACIONAL E ECONOMIA NO BRASIL: UMA SÍNTESE DO
CENÁRIO 2003-2006 E AVALIAÇÃO DAS AÇÕES GOVERNAMENTAIS**

CRISTIANE RUBINI TAMBOSI

Maria de Lourdes Mollo

Professor Coordenador

Milene Takasago

Professor Orientador

Aquiles Rocha de Farias

Professor Examinador

“Trabalho apresentado em cumprimento às exigências acadêmicas parciais do curso de pós-graduação lato sensu em Economia para o Turismo para obtenção do grau de Especialista”

Brasília – DF
Agosto / 2006

RESUMO

O trabalho teve como objetivo contextualizar o cenário do turismo internacional no Brasil, no período de 2003 a 2006, identificando a influência da atividade na economia do país e as ações governamentais envolvidas no processo. Foram analisados o turismo no contexto mundial e os efeitos do turismo internacional na economia brasileira e no setor privado. A geração de receita com o turismo internacional foi utilizada como meio de avaliação da evolução do turismo no Brasil e da relevância da atividade no desenvolvimento do país. O papel do poder público como regulamentador e fomentador da atividade, assim como interventor no mercado para equilíbrio econômico foram assuntos desenvolvidos no documento.

1. Turismo Internacional

2. Receita Cambial

3. Políticas Públicas

ABSTRACT

The object of this project is to contextualize brazilian international tourism scenario, from 2003 to 2006, identifying the influence of the activity in the country's economy and the governmental actions involved in the process. It is being analyzed tourism in the world context and the effects of international tourism in the economy of the private sector. The income earned with international tourism had been used as a path to evolution of tourism in Brazil and the relevance of the activity to the development of the country. The government paper to regulate and foment the activity, such as interventor in the market for economical balance had been also analyzed in this document.

1. International tourism

2. Income exchange

3. Public policy

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	1
 CAPÍTULO I – CENÁRIO ECONÔMICO E TURÍSTICO ATUAL	
1 TURISMO NO CONTEXTO INTERNACIONAL	5
2 TURISMO INTERNACIONAL E SEUS EFEITOS NA ECONOMIA BRASILEIRA	7
2.1 Características do turismo internacional no Brasil	7
2.1.1 Fluxo emissivo para o Brasil	7
2.1.2 Perfil da demanda internacional	9
2.2 Turismo e geração de renda	11
2.2.1 Entrada de divisas e evolução da receita e despesa cambial	11
2.2.2 Avaliação dos mercados	14
2.2.3 Impactos nos setor de prestação de serviços	17
 CAPÍTULO II – POLÍTICAS PÚBLICAS DE FOMENTO AO TURISMO	
1 PLANO NACIONAL DO TURISMO	25
2 MINISTÉRIO DO TURISMO	27
3 INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO	28
 CONSIDERAÇÕES FINAIS	 33
 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	 36
 ANEXOS	 38

INTRODUÇÃO

Pesquisas e inúmeras experiências internacionais mostram que, por intermédio do Turismo, é possível contribuir para o desenvolvimento do país gerando um amplo processo de mudanças que envolvem o cidadão, o estado e o setor produtivo. No contexto internacional, o mercado de viagens representou, em 2004, 30%¹ do total das trocas internacionais de serviços comerciais. Segundo a OMT² o turismo é responsável pela geração de 6 a 8% do total de empregos no mundo, com capacidade de ampliar a oferta de empregos e circulação de renda no mercado com um investimento menor que os outros principais setores produtivos.

O desenvolvimento do turismo, quando percebido como atividade econômica geradora de empregos e renda, e por consistir tanto de bens públicos quanto privados, passa a ser de responsabilidade não somente das empresas privadas que visam lucro, mas também do poder público, que deve olhar para além dos motivos financeiros buscando beneficiar a sociedade como um todo e garantir a utilização sustentável dos atrativos.

O turismo é uma atividade associada ao desenvolvimento social, cultural e econômico, sujeita às características e alterações desses setores. Beneficia-se do setor terciário e fomenta-o. Segundo Lage (2001, p 49), na segunda metade do século XX, o turismo entra como colaborador do crescimento e desenvolvimento econômico, como fonte significativa de emprego e de renda gerando divisas. É responsável direto pela implementação de obras de infraestrutura, melhorando a qualidade de vida das populações.

Nesse contexto, a intervenção do poder público na esfera do turismo é indispensável, cabendo ao Estado estabelecer condições adequadas para o desenvolvimento do setor, regulamentando as ações do setor privado, como mecanismo de subsídio e complementação à iniciativa privada.

1 Turismo no Brasil 2007 / 2010

2 Turismo no Brasil 2007-2010, Ministério do Turismo, 2006.

Apesar de o turismo doméstico movimentar a economia e estimular o consumo, contribuindo principalmente para o desenvolvimento regional e distribuição de renda, é o turismo internacional que promove o ingresso de divisas e o equilíbrio da balança comercial.

O presente trabalho tem como objetivo contextualizar o turismo internacional na economia brasileira de 2003 a 2006, mostrando a relevância da atividade para o país, quando a atividade passou a ser considerada como uma das principais ferramentas propulsoras do desenvolvimento econômico e distribuição de renda no Brasil.

O primeiro capítulo foi dividido em duas partes. Na primeira são apresentados dados do turismo mundial - utilizando documentos do Ministério do Turismo e da Organização Mundial do Turismo - identificando os principais países emissores e receptores do turismo internacional mundial, assim como os principais geradores de divisas.

A segunda parte foi subdividida em dois assuntos: o primeiro trata das características do turismo internacional para o Brasil. Esse item identifica o fluxo emissivo para o Brasil, a colocação do país no receptivo internacional mundial e quais são os principais emissores. Nesse item ainda é apresentado o perfil da demanda internacional. O segundo item mostra a entrada de divisas e a evolução da despesa e receita cambial. É feita uma breve avaliação dos mercados internacionais trabalhados durante essa administração do Ministério do Turismo, relacionando a entrada de divisas e as chegadas internacionais com os investimentos públicos realizados no setor durante o período. Ainda nesse item são demonstrados os impactos sofridos por cada setor de prestação de serviços turísticos no período de 2004 para 2005, de acordo com dados da Pesquisa Anual de Conjuntura Econômica do Turismo.

No capítulo II são apresentadas as ações do Ministério do Turismo e da EMBRATUR, para o cumprimento das metas estabelecidas pelo Plano Nacional do

Turismo 2003 – 2007, e a relação destas com os resultados obtidos com o turismo internacional no Brasil.

CAPÍTULO I – CENÁRIO ECONÔMICO E TURÍSTICO ATUAL

1 TURISMO NO CONTEXTO INTERNACIONAL

Para uma melhor compreensão do turismo internacional no Brasil, é importante retratar a atual conjuntura do turismo mundial, considerando ser uma atividade que envolve diversos países e suas economias. Serão expostas nessa parte informações sobre a participação do turismo na economia mundial, e os principais destinos e geradores de divisas nesse contexto.

O segmento de viagens e turismo reúne um grupo de atividades econômicas que constitui numa das maiores exportações mundiais, estimulando o crescimento e o desenvolvimento econômico de um país. Segundo a Organização Mundial do Turismo, a partir de 1950, a movimentação de passageiros internacionais cresceu anualmente a uma taxa de 7,2% e as receitas geradas pelos gastos dos turistas internacionais em 12,3% (OMT 2003). As receitas geradas pelo turismo internacional cresceram mais rápido que o comércio mundial na década de 1980, e representam atualmente a maior parcela das exportações mundiais de todos os setores, exceto do petróleo e derivados. A OMT projeta que até 2010 o turismo mundial crescerá para mais de um bilhão.

No período de expansão que atravessa a economia mundial nos últimos anos, conforme destacado no documento referencial Turismo no Brasil 2007-2010, o turismo se apresenta como um dos setores sócio-econômicos mais significativos na geração de trabalho e renda, pela capacidade de geração de ocupação na atividade. O mercado das viagens representou cerca de 30% do total das trocas internacionais de serviços comerciais, base para o desenvolvimento do setor. As chegadas internacionais de 2005 foram da ordem de 808 milhões de turistas, superando o registrado em 1950, o que significa um crescimento de 6,5% ao ano.

As tabelas 1 e 2 mostram os dez principais destinos e receitas geradas pelo turismo mundial de 2001 a 2005. Pode-se perceber que uma parcela considerável das viagens tanto é recebida quanto gerada por relativamente poucos

países. Os dez principais destinos respondem por quase 47% do volume mundial dos fluxos turísticos. O padrão das receitas do turismo é similar às chegadas de turistas: os 10 principais receptores representam cerca de 50% do total mundial. Os Estados Unidos lideram o mundo em receitas do turismo, com a Espanha e França em segundo e terceiro lugares, respectivamente. Porém, o cenário tem mostrado uma melhor distribuição do fluxo e conseqüentemente das receitas: em 1995, os 10 emissores recebiam 54% do volume de turistas, e 55% das receitas.

Tabela 1: Principais países receptores de turistas 2001 – 2005

(US\$ milhões)

País	2001	2002	2003	2004	2005
França	76,5	77	75	75,1	76
Espanha	49,5	52,3	51,8	52,4	55,6
USA	45,5	41,9	41,2	46,1	49,4
China	33,2	36,8	33	41,8	46,8
Itália	39,1	39,8	39,6	37,1	36,5
Reino Unido	22,8	24,2	24,7	27,8	30
México	19,8	19,7	18,7	20,6	21,9
Alemanha	17,9	18	18,4	20,1	21,5
Turquia	11,6	13,3	14	16,8	20,3
Áustria	18,2	18,6	19,1	19,4	20
...					
Brasil	4,8	3,8	4,1	4,8	5,4
Outros	349,6	363,5	357	403,5	425,1
Total	688,5	708,9	696,6	765,5	808,4

Fonte: EMBRATUR apud OMT e EMBRATUR

Tabela 2: Receita Cambial Turística 2001 – 2005 (US\$ milhões)

País	2001	2002	2003	2004	2005
EUA	72,3	66,5	64,3	74,5	81,7
Espanha	32,9	33,6	39,6	45,2	47,9
França	30	32,3	36,6	40,8	42,3
Itália	25,8	26,9	31,2	35,7	35,4
Reino Unido	16,3	17,6	22,7	27,3	30,4
China	17,8	20,4	17,4	25,7	29,3
Alemanha	17,2	19,2	23,1	27,7	29,2
Turquia	8,9	11,9	13,2	15,9	18,2
Áustria	10,1	11,2	14	15,4	15,5
Austrália	7,6	8,1	10,3	13	14,9
...					
Brasil	1,7	2	2,5	3,2	3,9
Outros	231	237,2	257,9	308,3	332,8
Total	471,6	486,9	532,8	632,7	681,5

Fonte: EMBRATUR apud OMT e EMBRATUR

2 TURISMO INTERNACIONAL E SEUS EFEITOS NA ECONOMIA BRASILEIRA

Apresentados os dados do turismo mundial e os principais países que atualmente dominam o mercado turístico, nesse segundo momento é feita uma caracterização do turismo internacional no Brasil. O objetivo dessa segunda parte é mostrar, por meio da caracterização da demanda e da geração de receitas, os principais mercados emissores para o Brasil, a renda gerada com o turismo internacional e os impactos ocorridos nos setores ligados diretamente à atividade.

2.1 Características do turismo internacional no Brasil

2.2.1 Fluxo emissivo para o Brasil

O crescimento na entrada de turistas no país, após a queda generalizada em 2001 e 2002, apresenta sinais de recuperação continuada a partir de 2005. A América do Sul e o Brasil têm incrementado seu fluxo receptivo numa variação acima da média mundial. Enquanto o turismo internacional no mundo cresceu a taxas de 5,6%, na América do Sul essa taxa foi de 12,5%, e no Brasil de 11,62%. O Brasil recebeu em 2005, 5.358.170 turistas estrangeiros, mas apesar da grande representatividade no receptivo do fluxo internacional da América do Sul, representa menos de 0,7% do fluxo mundial (Tabela 3).

A América do Sul em 2005 foi responsável por 37,63% do turismo internacional para o Brasil, com ingresso de 2.016.202 visitantes. E nos últimos anos, esse mercado tem maior parcela no *ranking* dos principais emissores para o Brasil.

Tabela 3: Comparativo de chegada de turistas: Mundo, América do Sul e Brasil 1996 - 2005

(US\$ milhões)

Ano	Chegada de Turistas					
	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	596,5	12,9	2,16	2,7	20,93	0,45
1997	610,8	13,5	2,21	2,8	20,74	0,46
1998	626,6	15,5	2,47	4,8	30,97	0,77
1999	650,2	15,1	2,32	5,1	33,77	0,78
2000	689,2	15,2	2,21	5,3	34,87	0,77
2001	688,5	14,6	2,12	4,8	32,88	0,70
2002	708,9	12,7	1,79	3,8	29,92	0,54
2003	696,6	13,7	1,97	4,1	29,93	0,59
2004	765,5	16,2	2,12	4,8	29,59	0,63
2005	808,4	18,1	2,24	5,4	29,82	0,67

Fonte: EMBRATUR apud OMT e EMBRATUR

Tabela 4: Ranking dos 10 maiores emissores para o Brasil

Pais	2001	2002	2003	2004	2005
ARGENTINA	1.374.461	698.465	786.568	922.484	992.299
ESTADOS UNIDOS	596.844	628.412	668.668	705.997	793.559
PORTUGAL	165.898	203.126	229.594	336.988	357.640
URUGUAI	304.682	195.384	270.251	309.732	341.647
ALEMANHA	320.050	268.903	283.615	294.989	308.598
ITÁLIA	216.038	197.641	221.190	276.563	303.878
FRANÇA	184.759	199.613	211.347	224.160	252.099
PARAGUAI	285.724	226.011	198.170	204.758	249.030
ESPANHA	126.928	114.050	122.641	155.421	172.979
CHILE	153.921	113.507	126.591	155.026	169.953
TOTAL	3.729.305	2.845.112	3.118.635	3.586.118	3.941.682

Fonte: EMBRATUR

A tabela 4 mostra os 10 principais emissores para o Brasil em ordem decrescente segundo o ano de 2005. Nos demais anos, a alteração da ordem foi pouco significativa (Anexo 1). Esse grupo representou, no ano de 2005, 73,56% do

total de turistas estrangeiros que entraram no país. As estatísticas da EMBRATUR³ indicam que, do ano de 2001 a 2005 há uma tendência gradativa, embora reduzida, numa melhor distribuição na origem do fluxo de turistas recebidos. No ano de 2001, esse grupo representava mais de 78% do fluxo internacional, passando para 74,8% em 2004 e reduzindo um pouco até 2005. Tal situação se percebe também no cenário internacional (Tabela 3).

O desembarque de passageiros internacionais manteve o crescimento e, segundo a INFRAERO, o mês de maio apontou um aumento de 3,17% sobre o mesmo período de 2005, e 1,71% sobre o ano passado acumulado. O mercado doméstico se mostrou mais aquecido, com um aumento de 14,81%. Em 2005 o país recebeu cerca de 6,8 milhões de passageiros em vôos internacionais, incluindo brasileiros voltando do exterior e turistas estrangeiros, valor superior 10,52% ao total de desembarques no período de 2004 (Tabela 5).

Tabela 5: Desembarque de passageiros em vôos internacionais

Ano	Vôos regulares	Varição %	Vôos não-regulares	Varição %	Total	Varição %
1996	4.652.494	-	229.014	-	4.881.508	-
1997	5.294.690	13,80	203.144	-11,30	5.497.834	12,63
1998	5.322.905	0,53	180.061	-11,36	5.502.966	0,09
1999	4.828.510	-9,29	123.381	-31,48	4.951.891	-10,01
2000	5.002.419	3,60	168.270	36,38	5.170.689	4,42
2001	4.803.725	-3,97	189.427	12,57	4.993.152	-3,43
2002	4.528.445	(5,73	101.617	-46,36	4.630.062	-7,27
2003	5.203.193	14,90	172.150	69,41	5.375.343	16,10
2004	5.851.906	12,47	333.304	93,61	6.185.210	15,07
2005	6.438.579	10,03	349654	4,91	6.788.233	9,75

Fonte: EMBRATUR apud INFRAERO

2.2.2 Perfil da demanda internacional

Pesquisa⁴ realizada pela EMBRATUR em parceria com a Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas – FIPE, aponta características e dimensiona o

3 Anuário Estatístico 2002 a 2006

4 Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil 2004 – 2005.

turismo internacional no Brasil, para os anos de 2004 e 2005. Segundo o documento, o turistas internacional se dividem em duas categorias principais: Lazer e Negócios (eventos e convenções).

Os viajantes que buscam lazer chegam por via terrestre, e equivale a 48,5% dos visitantes, cuja renda mensal estimada supera em 80% os turistas de lazer. Os destinos mais procurados são das Regiões Sudeste – cidades do Rio de Janeiro e São Paulo; Sul – Foz do Iguaçu e Florianópolis; e Nordeste - Salvador, bem a frente das demais regiões, que recebem apenas cerca de 9% desse grupo. Cerca de 68,6% utilizam meios de hospedagem com classificação no Ministério do Turismo - hotéis, *flats* e pousadas – e cerca de 16,2% utilizam casa alugadas.

Viajantes a negócios representam 28,7% do total, cuja entrada se dá em 34,9% por via aérea. Estes tem como destino principal a Região Sudeste do país – São Paulo e Rio de Janeiro, onde ocorrem grande parte dos eventos e congressos profissionais, cerca de 78%, e em segundo lugar a Região Sul – Porto Alegre e Curitiba, com um percentual sensivelmente reduzido. O principal meio de hospedagem desse público, com 87% do total, utiliza hotéis, *flats* ou pousadas.

Com relação aos gastos com produtos e serviços brasileiros, na tabela 6 pode-se observar que de 2004 a 2005, os gastos dos turistas de lazer sofreram um aumento significativo, enquanto os turistas de negócios essa variação foi negativa, embora em menor escala. O mercado sul americano foi o que apresentou melhor desempenho, com um crescimento de quase 57%, contra 28,40% dos demais continentes. Os dados per capita foram por turista foram calculados multiplicando os gastos diários pelo tempo de permanência de cada grupo. Para avaliação só foram consideradas amostras acima de 200 pessoas.

Os turistas originários da América do Sul são os que têm o menor gasto per capita, e também que permanecem menos tempo no Brasil, porém são os maiores emissores para o Brasil. Já o mercado europeu é o recordista em permanência e, junto com os Estados Unidos, são os que realizam maiores gastos em produtos e serviços brasileiros.

Tabela 6: Gasto per capita no Brasil, por país de residência

Gasto per capita (US\$)	Turista de lazer		Turista de Negócios		Outros motivos	
	2004	2005	2004	2005	2004	2005
<u>América do Sul</u>						
Chile	437,59	641,80	-	-	-	-
Argentina	400,54	599,51	477,86	465,72	352,35	443,23
Paraguai	258,21	503,04	-	-	-	-
Média América do Sul	392,90	616,73	555,82	570,08	367,66	529,03
<u>Outros Continentes</u>						
Itália	1.092,63	1.383,40	1.197,80	990,37	1.090,55	1.256,08
Inglaterra	998,97	1.373,99	-	-	943,79	1.321,24
Holanda	941,47	1.276,14	-	-	-	-
França	936,56	1.258,03	-	-	872,15	1.052,09
Espanha	1.018,76	1.250,46	-	-	1.055,50	1.474,00
Portugal	832,51	1.211,71	1.186,34	1.058,44	1.227,48	1.427,77
Estados Unidos	1.089,20	1.195,30	1.054,26	1.020,10	1.000,14	1.181,68
Alemanha	873,92	1.092,63	863,82	1.093,56	918,49	1.171,18
Suíça	-	-	-	-	1.045,57	1.351,65
Média outros continentes	974,58	1.251,80	1.056,34	1.044,61	1.053,85	1.284,09
Total	688,98	969,36	893,68	913,33	912,58	1.137,32

Fonte: EMBRATUR

3.2 Turismo e geração de renda

3.2.1 Entrada de divisas e evolução da receita e despesa cambial

O efeito mais desejável do turismo internacional é o ingresso de moeda estrangeira. O *superávit* do turismo ocorre quando os visitantes estrangeiros gastam mais num determinado país do que o total gasto pelos próprios cidadãos desse país quando viajam ao exterior, o que beneficia a balança comercial.

A atividade turística movimenta a economia e contribui para seu equilíbrio na balança de serviços - setor base para o desenvolvimento do turismo. Por outro lado, os gastos realizados em função do turismo também beneficiam o setor de prestação de serviços como um todo, sejam eles serviços de transportes e viagens, seguros, rendas de capitais e serviços diversos.

Os gastos do governo em investimentos de infra-estrutura e marketing turístico também podem beneficiar a economia na medida em que aumenta a circulação da moeda e gera renda e emprego. Nas transações de capital, investimentos estrangeiros e privados no turismo contribuem para um saldo positivo.

Tabela 7: Evolução da receita e despesa cambial turística

(Em US\$ Milhões)			
Ano	Receita	Despesa	Superávit / Deficit
1990	1.489	1.579	(90)
1991	1.076	1.315	(239)
1992	1.064	1.402	(338)
1993	1.096	1.890	(794)
1994	1.048	2.230	(1.182)
1995	972	3.391	(2.420)
1996	840	4.438	(3.598)
1997	1.069	5.446	(4.377)
1998	1.586	5.732	(4.146)
1999	1.628	3.085	(1.457)
2000	1.810	3.894	(2.084)
2001	1.731	3.199	(1.468)
2002	1.998	2.396	(398)
2003	2.479	2.261	218
2004	3.222	2.871	351
2005	3.861	4.720	(858)
2006 (*)	2.522	3.203	(681)

Fonte: Banco Central do Brasil

(*) Os valores de Receita e Despesa de 2006 são referentes ao período de Janeiro a Junho e considerou aproximação decimal.

Segundo dados oficiais do Banco Central, após mais de uma década de *déficit*, os gastos de estrangeiros no país superaram os de brasileiros no exterior (Tabela 7). Em 2004, os estrangeiros gastaram US\$3,22 bilhões no Brasil, e os brasileiros US\$2,87 bilhões no exterior. O saldo positivo foi 61% maior que em 2003. Um dos motivos dessa recuperação pode ser notado pelos números de entrada de passageiros no país apurados pela Polícia Federal. O aumento também é atribuído ao aumento significativo de vôos fretados que trazem exclusivamente turistas estrangeiros.

Em 2005 o déficit foi de US\$850 milhões, e no primeiro semestre de 2006 já está em US\$469 milhões. O fato visto como principal para esse resultado foi a valorização cambial do real com relação ao dólar, e também a perda de assentos em viagens internacionais resultado dos cancelamentos dos vôos da companhia aérea VARIG. Porém, as receitas com o turismo internacional somam quase US\$2,2 bilhões no primeiro semestre de 2006, maior patamar alcançado desde 2002, e 17,51% superior ao primeiro semestre de 2005, com US\$1,86 bilhões. Só no mês de junho entraram US\$295 milhões. E o *déficit* apresentado, entretanto, ainda é o menor desde 2000.

Apesar da pequena parcela nas receitas mundiais geradas pelo turismo ficarem no Brasil (Tabela 8), a variação vem crescendo gradativamente, dado a aumento na entrada de turistas estrangeiros e das despesas destes no Brasil (Tabela 6).

Tabela 8: Comparativo da Receita Cambial Turística no mundo (US\$ bilhões)

Ano	Receita Cambial					
	Mundo	América do Sul	Participação da América do Sul (%)	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	57,00

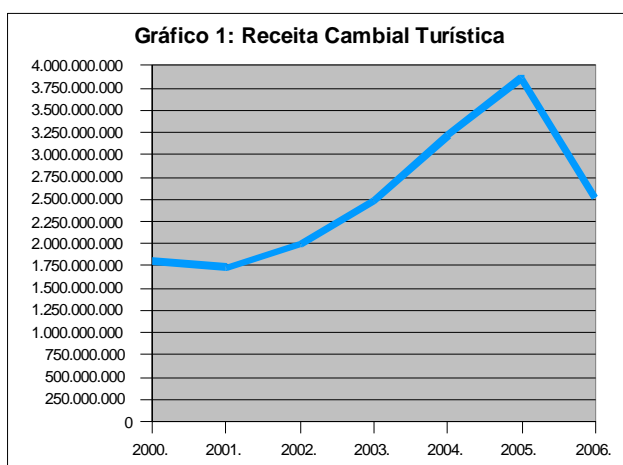
Fonte: EMBRATUR apud OMT e BACEN

Segundo o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior e o Banco Central (Turismo no Brasil 2007-2010), em 2003 o turismo ficou como terceiro colocado no *ranking* de produtos exportados pelo Brasil, ficando atrás somente da soja e minério de ferro. Em 2004 e 2005, ficou com o 6º e 5º lugar,

respectivamente. Soja, minério de ferro, autos, petróleo bruto e aviões foram os maiores exportadores no período⁵.

2.2.2 Avaliação dos mercados

Os investimentos públicos, realizados pela EMBRATUR e Ministério do Turismo, nos anos de 2003 a 2006 chegaram a R\$3.503.348.967. Desse total, os gastos foram distribuídos em 2.909.893.389 para ações do Ministério do Turismo e 59.345.578 para a EMBRATUR⁶. Pela primeira vez foram criadas políticas de promoção exclusivas para a promoção do Brasil no exterior, o que reflete na variação de entrada de turistas internacionais e geração de divisas a partir de 2003, recuperando o mercado e superando o ano de 2000, maior da série histórica (Gráficos 1 e 2).

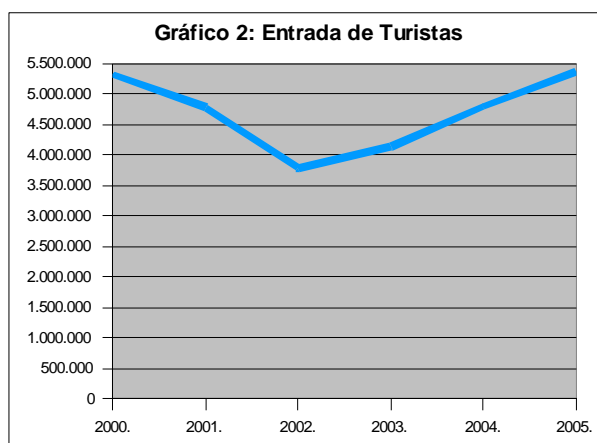


Fonte: EMBRATUR

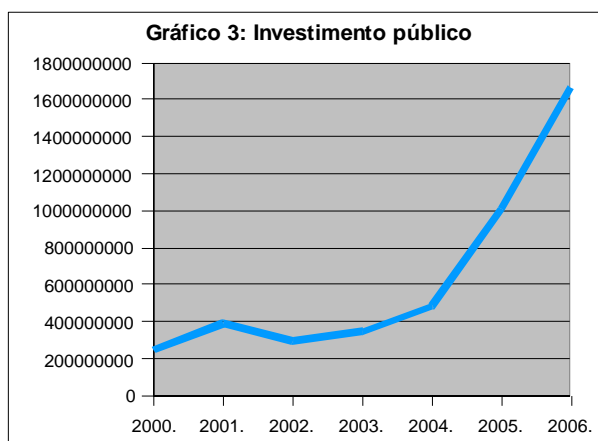
Nota: Receita cambial até junho de 2006

5 11º Relatório de Atividades do Ministério do Turismo – março de 2006.

6 Divisão de Orçamento da EMBRATUR.



Fonte: EMBRATUR



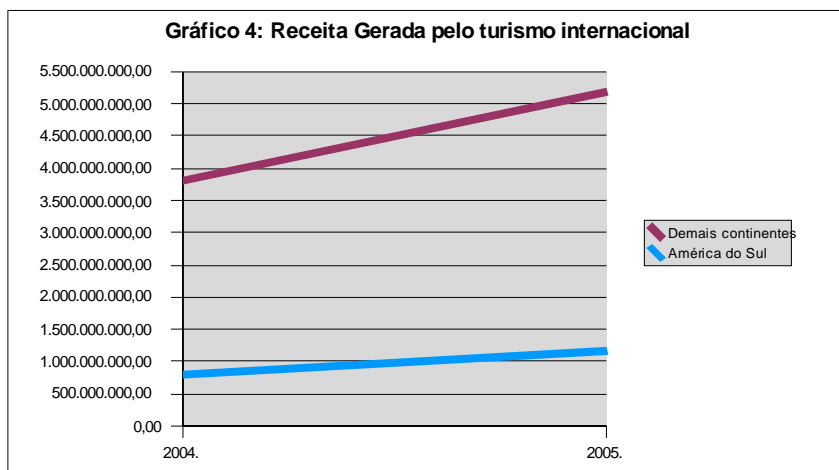
Fonte: EMBRATUR

A partir dos dados da EMBRATUR⁷ foi avaliada a participação de cada grupo de países na geração de receitas, dados os valores da média de gasto por turista de lazer, eventos e outros dos países da América do Sul e dos demais continentes – tal divisão se deu pela disponibilidade dos dados e pelas similaridades do mercado sul americano em detrimento dos demais.

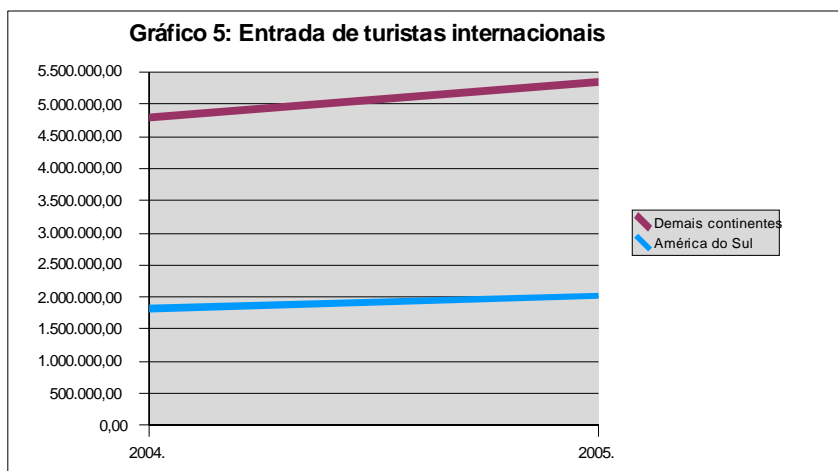
Os gráficos 4 e 5 representam a rentabilidade dos mercados na receita total gerada no Brasil com o turismo internacional entre 2004 e 2005. Tal avaliação não permitiu uma análise sobre um período maior porque os dados do perfil da demanda internacional disponíveis não fornecem as mesmas informações

⁷ Caracterização e Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil 2004-2005

comparativas. Segundo dados de entrada de turistas, a América do Sul representou 37,63% do total de turistas ingressos no país. Quanto a geração de receitas, o mercado sul americano representou 22,59%.



Fonte: EMBRATUR apud OMT



Fonte: EMBRATUR apud OMT

O mercado sul americano teve um crescimento inferior quanto a entrada de turistas e geração de receitas entre 2004 e 2005, porém estável. Em 2004, a entrada de turistas foi de 1.829.013, e em 2005, de 2.016.202. A receita teve um incremento de aproximadamente US\$375.609.320. Nos demais continentes, esse valor representou US\$998.581.494. Isso pode ser atribuído parcialmente aos investimentos feitos nos demais continentes a partir de 2003, devido às novas

políticas de promoção internacional do Brasil de investimento em novos mercados (Capítulo 2).

A variação do total de receita gerada por país no gráfico 4 é superior aos dados do Banco Central (Tabela 7), devido a esse último considerar apenas trocas oficiais (câmbio oficial) e gastos com cartão de crédito. A pesquisa da demanda realizada pela EMBRATUR considera os gastos totais declarados pelos turistas nas pesquisas qualitativas.

Ainda não foi feita uma avaliação completa do custo x benefício de cada mercado, que pudesse indicar o quanto é gasto para atrair cada turista da América do Sul e dos demais continentes. Essa informação é fundamental para avaliação da rentabilidade de cada mercado e para o planejamento das ações de promoção.

2.2.3 Impactos nos setor de prestação de serviços

Após a verificação da chegada de turistas no Brasil e geração de receitas com o turismo internacional, esse item utiliza os dados disponíveis na Pesquisa Anual de Conjuntura Econômica para demonstrar os efeitos do turismo na prestação de serviços, considerando, principalmente, impactos sobre o emprego e a geração de renda (faturamento das empresas).

Pretende-se também identificar a parcela desses efeitos que podem ser atribuídos aos gastos dos turistas internacionais e seu consumo de produtos e serviços brasileiros, dentro do total disponibilizado pela pesquisa, que inclui todos os gastos com turismo, nacional e internacional. Na seqüência são apresentadas as avaliações de cada setor de prestação de serviços ligados ao turismo, e suas expectativas para o próximo período.

Agências de Viagens

Um dos fatores apontados como determinantes para a evolução do setor de agências de viagens foi o aumento da oferta de vôos e a valorização da taxa de câmbio, estimulando a demanda pelo serviço internacional. O crescimento do faturamento foi apontado em apenas 2,8%, resultado atribuído ao aumento da concorrência, carga tributária elevada e taxa de câmbio, encarecendo os produtos brasileiros. Foi identificado um crescimento de 5% nos postos de trabalho, e estima-se um crescimento de faturamento em 10,1% para 2006.

Companhias Aéreas

Foram destacadas a estabilidade econômica, manutenção do crescimento econômico e ampliação da cultura de viagem gerada por ações de marketing como fatores influenciadores do crescimento apresentado pelo setor. O faturamento bruto aumentou na média de 21,1% atribuído ao aumento da taxa de ocupação e criação de um novo mercado consumidor.

O aumento dos custos operacionais em 18% – pelo aumento do combustível e da carga tributária - e da concorrência e a precariedade da infraestrutura aeroportuária foram apontados como inibidores do crescimento no período. No mercado de trabalho, houve um aumento nos postos de trabalho de 16%. Assim como nas agências de viagem, o aumento da competitividade no setor ocasionou uma redução de 6,7% no preço das passagens.

Para 2006 é esperado um aumento no faturamento bruto de 19,8%, pelo aumento na oferta de assentos e volume de vendas, com estabilidade dos preços. O segmento aponta investimentos para o próximo período, com ampliação da frota, tecnologia, treinamento e segurança.

Locadoras de automóveis

Como fator de crescimento do faturamento foram identificados a busca de locações por turistas internacionais e a terceirização da frota, além do crescimento do mercado e estabilidade dos negócios, sendo 33% superior ao ano de 2004; para o próximo período espera-se um crescimento de 25,1%, e estima-se investimentos na ampliação da frota e em novas filiais.

A carga tributária, o aumento dos custos operacionais – aumento do combustível e manutenção dos automóveis - e as condições precárias de pavimentação e sinalização das estradas foram apontados com inibidores do crescimento. O aumento do setor beneficiou a criação de postos de trabalho com um aumento de 21% em relação ao ano anterior.

Meios de hospedagem

Assim como em outros setores, foram apontados como fatores influenciadores no crescimento do mercado o aumento da demanda interna e externa, a estabilidade econômica e o amadurecimento do mercado. O faturamento incrementado em 23,5% do valor de 2004 foi atribuído a melhor ocupação hoteleira e a recuperação do valor da diária média; e esse avanço ocasionou um aumento de 10,6% na contratação de pessoal. A elevada carga tributária e escassez de financiamento de longo prazo foram apontados como fatores limitantes para um faturamento ainda maior.

Há perspectivas de crescimento para o próximo período, com investimentos previstos para o setor com abertura de novos empreendimentos, tecnologia da informação e equipamentos.

Operadoras de receptivo

O setor indicou a promoção do turismo brasileiro, a conjuntura econômica e os financiamentos dos pacotes ao consumidor como fatores que beneficiaram o mercado no ano de 2005; estimou-se um aumento de 7,1% nos postos de trabalho. Porém, apesar da queda do dólar ter incentivado a demanda por destinos internacionais, foi citada como negativa para o desempenho do faturamento.

Esse foi o único setor que apresentou expectativas negativas para os resultados de 2006, devido a desvalorização do dólar com relação a moeda nacional que encarece os produtos brasileiros para o turista estrangeiro. A escassez da demanda e dos vôos, e a elevada carga tributária foram mais uma vez influenciadores negativos para o crescimento do setor. Tal expectativa desestimulou as previsões de investimentos para o período.

Operadoras de turismo

A taxa de câmbio favoreceu o setor de operadoras de turismo, incentivando a saída de brasileiros em viagens internacionais. A promoção do turismo doméstico, o financiamento de pacotes para o público final e a ampliação e diversificação dos destinos oferecidos também incrementaram o faturamento das empresas. O resultado afetou diretamente as contratações de pessoal, incrementadas cerca de 21,4% em 2005. A queda nos preços dos pacotes e o aumentos dos custos operacionais foram compensados pelo aumento das vendas.

Como fatores limitantes foram identificados a alta taxa tributária, dificuldade de obtenção de vistos para alguns destinos e a falta de segurança e qualidade nas rodovias.

O cenário se mostra sensível segundo percepção do setor: embora a expectativa de expansão do setor para 2006 chega a 20,7%, há previsão de

aumento relevante dos custos caso não seja ampliada a oferta de vôos e assentos no próximo período.

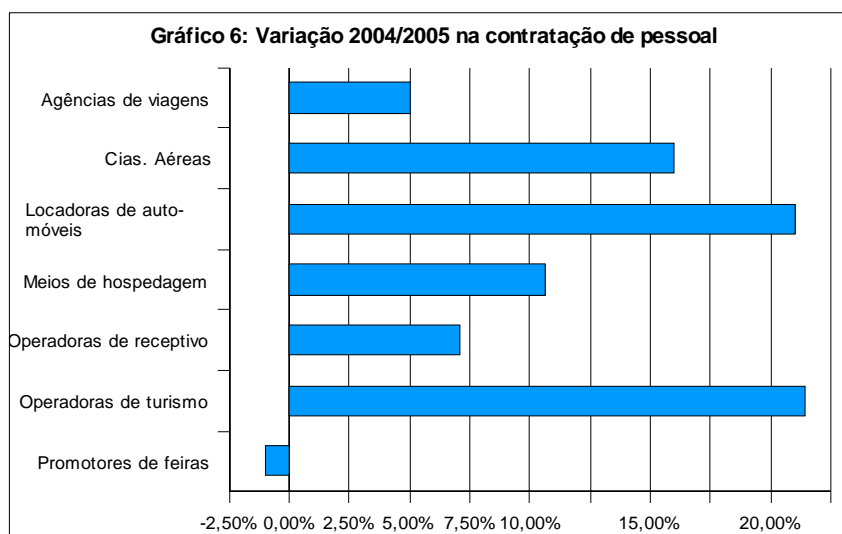
Promotores de feiras e eventos

O amadurecimento do mercado de feiras e a estabilidade econômica incentivaram o bom desempenho do setor no ano de 2005, e o faturamento teve um incremento de 13,8% com relação ao ano anterior. O incremento é atribuído em parte ao melhor aproveitamento do espaço nas feiras, aumento no porte e nos preços praticados. Apesar desse resultado, estimou-se um uma pequena queda na criação de postos de trabalho.

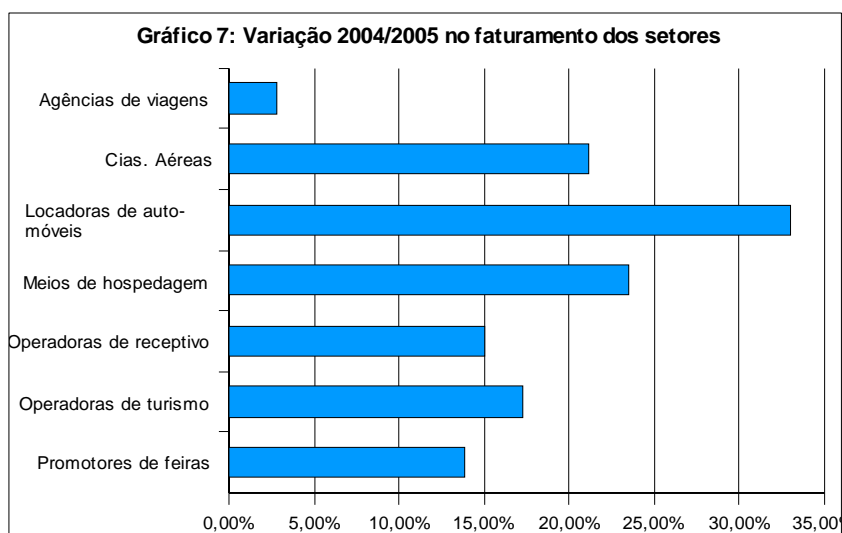
Pontos indicados como limitantes para o melhor desempenho no período foram escassez de capital de giro; falta de financiamento a longo prazo e falta de espaços adequados para os eventos. O aumento dos custos – principalmente com pavilhão, serviços contratados e divulgação - influenciou os preços cobrados em cerca de 7,4%.

A previsão para 2006 é que o reajuste dos preços não acompanhe os custos, ocasionando uma pequena queda no setor. Apesar disso, as expectativas quanto aos investimentos é positiva, principalmente em tecnologia e marketing.

Segundo a pesquisa, todos os setores identificaram um aumento no desempenho de 2005 com relação a 2004, e as perspectivas para esse ano também são positivas. Quanto ao faturamento das empresas, 90% afirmaram um crescimento e tem boas expectativas para o próximo período; o setor também aumentou o número de pessoas contratadas em 14,2% (Gráfico 6).



Fonte: Pesquisa Anual de Conjuntura Econômica do Turismo



Fonte: Pesquisa Anual de Conjuntura Econômica do Turismo

O crescimento médio do setor de turismo em 2005 alcançou 17,27%, destacados o setor aéreo, hotelaria e operadoras de turismo (Gráfico 7). Esse crescimento corrobora com os dados da Relação Anual de Informações Sociais, do Ministério do Trabalho e Emprego - RAIS⁸, apontando que o número de pessoas empregadas no turismo no Brasil cresceu cerca de 28% nos últimos 4 anos, e de 2003 para 2004 foram gerados 262.914 empregos.

Entre os pontos entendidos por todos os setores como inibidores para o crescimento os mais citados foram o aumento da carga tributária e dos custos operacionais, como pode ser visto na avaliação de cada setor. Os setores apresenta sua avaliação quanto a atual situação econômica e mercadológica, assim como previsões de investimentos por parte da iniciativa privada.

CAPÍTULO II – POLÍTICAS PÚBLICAS DE FOMENTO AO TURISMO

1 PLANO NACIONAL DO TURISMO - PNT

Conforme declaração do Presidente da República no Plano Nacional do Turismo 2003-2007, a riqueza natural, cultural, econômica e história fazem do Brasil um país com um imenso potencial para o desenvolvimento do turismo como atividade geradora de riqueza. A atividade turística, quando bem planejada, tem capacidade de interferir positivamente nas desigualdades sócio-econômicas pelo efeito multiplicador.

Foi com esse entendimento que, a partir do ano de 2003 muitas mudanças ocorreram com relação ao turismo no Brasil. O segmento passou a ser uma das prioridades do Governo Federal, refletido pela criação do Ministério do Turismo⁹, responsável pela política nacional de desenvolvimento do turismo, promoção e divulgação do turismo nacional - no País e no exterior, estímulo às iniciativas públicas e privadas de incentivo às atividades turísticas - planejamento, coordenação, supervisão e avaliação dos planos e programas de incentivo ao turismo.

Antes vinculada ao Ministério da Indústria e do Comércio como Empresa Brasileira de Turismo (1966), à Secretaria de Desenvolvimento Regional da Presidência da República como Autarquia Especial (1991) e ao Ministério do Esporte e Turismo (1999), o Instituto Brasileiro de Turismo – EMBRATUR - passa a ser Autarquia Especial do Ministério do Turismo, tendo como atribuição principal a promoção internacional do Brasil no exterior¹⁰.

Lançado em abril de 2003, o Plano Nacional do Turismo 2003-2007 definiu as seguintes metas: criar condições para gerar 1.200.000 novos empregos e ocupações; aumentar para 9 milhões o número de turistas estrangeiros no Brasil; gerar 8 bilhões de dólares em divisas; aumentar para 65 milhões a chegada de passageiros em vôos domésticos; e ampliar a oferta turística brasileira,

9 MP Nº 103, de 1º janeiro de 2003, convertida na Lei 10.683, de 28 de maio de 2003.

10 Decreto Nº 4.672, de 16 de abril de 2003.

desenvolvendo no mínimo três produtos de qualidade em cada Estado da Federação e Distrito Federal. Na tabela 9 é feita uma avaliação do cumprimento das metas estabelecidas.

Tabela 9: Metas e resultados no PNT

Situação	Metas	Resultados
Geração de empregos e ocupações	1,2 milhão	0,79 milhão
Geração de divisas com turismo internacional	US\$8 bilhões	US\$12,08
Aumento no número de turistas estrangeiros no Brasil	9 milhões	5,4 milhões
Chegada de passageiros em vôos domésticos	65 milhões	43,1 milhões
Desenvolvimento de produtos nas UF's.	81 produtos turísticos	Foram identificados mas ainda estão em fase de desenvolvimento e estruturação.

Fonte: Turismo no Brasil 2007-2010 apud MTE/RAIS/UNB

O PNT propôs um modelo de gestão pública descentralizada e participativa, integrando o Ministério, O Conselho Nacional de Turismo e o Fórum Nacional de Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo – FORNATUR, tendo ainda como instrumento desse processo os Fóruns Nacionais de Turismo e as Agências Macrorregionais de Desenvolvimento do Turismo¹¹.

Para alcançar as metas estabelecidas, os programas foram divididos em 07 macro-programas, com atribuições específicas: coube à EMBRATUR o Macro-Programa 6, de Promoção e Apoio à Comercialização, onde foi previsto o trabalho de reposicionamento da imagem do Brasil, a promoção nacional e internacional do turismo brasileiro e o programa de apoio à comercialização.

11 11º Relatório de Atividades do Ministério do Turismo – março de 2006.

Os demais macro-programas ficaram por responsabilidade do Ministério do Turismo: 1) Gestão e Relações Institucionais; 2) Fomento; 3) Infra-Estrutura; 4) Estruturação e Diversificação da Oferta Turística; 5) Qualidade do Produto Turístico; e 7) Informações Turísticas.

Fazendo a avaliação das metas estabelecidas e dos resultados alcançados, podemos dizer que foram parcialmente alcançadas. Porém, as metas foram calculadas para o ano de 2007, cujas informações ainda não estão consolidadas.

Se o crescimento no número de turistas internacionais mantiver o crescimento que apresentou a partir de 2003, há possibilidade de alcançar 7,8 milhões de turistas até o final do ano de 2007. Com os desembarques de passageiros em vôos domésticos, se a variação mantiver o crescimento estável, poderá alcançar 60,5 milhões; com o mesmo cálculo, a geração de empregos formais e informais no turismo chegará a 1,1 milhão.

2 MINISTÉRIO DO TURISMO - MTur

Dentro dos Macro-Programas de competência do MTUR, o Programa de Relações Internacionais é o que atua de forma mais direta sobre a demanda internacional no Brasil. Uma das maiores realizações em 2004, dentro do programa, foi o estabelecimento de um acordo entre o governo do Brasil e o governo da República Popular da China – o “Status de Destino Aprovado” - que possibilitou a abertura do país asiático para viagens de turismo dos chineses, tendo o Brasil como destino. O acordo abre para o Brasil um grande mercado emissor de turistas, e que também está em expansão econômica. De 2004 para 2005, houve um incremento no número de turistas chineses ingressos no Brasil, de 18.725¹².

12 Anuário Estatístico da EMBRATUR 2006

A assinatura do acordo entre o MERCOSUL e a Agência Japonesa de Cooperação Internacional – JICA, sob coordenação do Governo Brasileiro, teve como objetivo o fortalecimento e desenvolvimento do MERCOSUL como destino turístico e sua promoção no mercado japonês, um dos mais importantes mercados emissores de turistas mundial. Custeado pela JICA, o projeto resultou na criação do Escritório de Promoção Conjunta do MERCOSUL no Japão, inaugurado em março de 2005, sob coordenação de um representante brasileiro. Em 2005, o número de turistas japoneses que ingressaram no Brasil foi de 68.066, contra 60.806 em 2004.

Está em fase de elaboração o Plano de Competitividade e Estratégia Comercial, baseado em estudos prospectivos sobre a cadeia de valor do turismo, competitividade internacional e o turismo brasileiro face ao quando negociador internacional. Dessa ação ainda não se tem maiores detalhes ou resultados.

Outras ações desenvolvidas também estão diretamente ligadas ao turismo internacional, assim como nacional. Foram aplicados recursos em acessibilidade aérea, terrestre, marítima e fluvial. Também houve investimentos em municípios, como obras e reformas para o mercado de eventos, parques, centros culturais entre outros. Os investimentos em infra-estrutura totalizaram, de 2003 a 2005, R\$ 628.082.574,00.

Ações de estruturação e diversificação da oferta, como a qualificação dos produtos e serviços turísticos foram base para a comercialização dos produtos para a demanda internacional, desenvolvidos conforme a determinação dos segmentos prioritários: sol e praia, ecoturismo, cultura, esporte e negócios e eventos - definidos pelo Plano Aquarela – Marketing Internacional do Brasil.

3 INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO - EMBRATUR

Conforme visto no item 3 desse capítulo, a EMBRATUR, a partir da criação do Ministério do Turismo, passou a ser o órgão responsável pela promoção

internacional do Brasil. Desde então todas as ações desenvolvidas pelo instituto são voltadas a promoção e comercialização dos produtos, destinos e serviços Brasileiros no mercado estrangeiro.

Para orientar as ações da EMBRATUR nessa nova função foi desenvolvido o O Plano Aquarela¹³ – Marketing Turístico Internacional do Brasil – resultado de amplas pesquisas junto com a sociedade brasileira, *trade* internacional, entidades de turismo e turistas internacionais, define as estratégias de promoção do Brasil no exterior para os próximos 10 anos. Por meio das pesquisa foram identificados cinco segmentos de turismo principais para comercialização no exterior: Sol & Mar, Negócios & Eventos, Ecoturismo, Esporte e Cultura. O plano determina, entre outros, o orçamento a ser destinado a promoção em cada país, voltando as ações a produtos e destinos identificados como preferidos por cada mercado. O Plano ainda foi responsável pela construção da marca turística do Brasil.

A pesquisa avaliou 18 mercados com cerca de 6.400 questionários, determinando como mercados prioritários para a promoção os países: Alemanha, Reino Unido, Suécia, França, Itália, Espanha, Portugal, Estados Unidos, Japão, China, Argentina, Chile, Bolívia, Paraguai, Peru, Venezuela, Uruguai e Colômbia. Um dos resultados das pesquisas foi a criação da Marca Brasil, marca turística do Brasil no exterior, que traduz a imagem que o turista estrangeiro tem do Brasil. Também foram investidos em ações de marketing de relacionamento e *internet*.

Uma das principais políticas criadas entre 2003 e 2006 foi determinar a criação dos Escritórios Brasileiros de Turismo – EBT, em parceria pública privada, para atuação em quase todos os países determinados pelo Plano Aquarela: Portugal, França, Reino Unido e Benelux, Alemanha e Escandinávia, Itália, Estados Unidos, Japão (Escritório do MERCOSUL), Espanha e América do Sul. Os EBT são unidades avançadas de promoção, têm como função promover e divulgar o turismo brasileiro no mercado internacional por meio de ações diretas nos mercados.

13 Plano Aquarela: metodologia e coordenação.

O Escritório da América do Sul é sediado dentro da EMBRATUR, e atende a quase todos os mercados prioritários da América do Sul. Nesses países foi criada uma rede de contatos, chamados Comitês de Promoção Internacional, que atuam diretamente no mercado. Fazem parte dos comitês empresas de turismo locais, majoritariamente operadores de turismo e empresas de transportes.

Ainda não existe uma qualificação de cada mercado, para avaliação do custo-benefício dos mesmos. Porém, em uma avaliação do fluxo de entrada de turistas sul americanos após a criação dos Comitês de Promoção¹⁴. Na Argentina, o incremento de 2004 para 2005 foi de quase 70 mil turistas; no Paraguai, esse aumento foi de 44.272. E mesmo nos países não tradicionais onde os comitês foi implantados, Colômbia e Bolívia, o crescimento foi de 5.068 e 8.431 respectivamente. Já no Equador, onde as atividades foram iniciadas esse ano, e na Venezuela, onde ainda não há comitê em atuação, o crescimento foi de 1.806 e 4.341, inferiores a todos os países analisados onde os resultados dos Comitês de Promoção já podem ser medidos em números.

Além dessas políticas, inúmeras outras fazem parte da promoção Internacional, voltadas para o *trade* e também para o público final. Foram investidos R\$12 milhões em 2005 para a promoção turística internacional aos 27 estados brasileiros. Os recursos são gerenciados pelos fóruns estaduais de turismo para utilização em ações de marketing, criação de peças promocionais e ações em eventos como participação em feiras internacionais.

O Brasil participa atualmente em 40 feiras internacionais de turismo anualmente, juntamente com empresas de turismo brasileiras que, como co-expositoras promovem os produtos e destinos brasileiros e incrementam suas vendas. Além das feiras de turismo, a EMBRATUR em parceria com a UBRAFE – União Brasileira de Promotores de Feiras e com a APEX Brasil – Agência de Promoção de Exportações e Investimentos, promove segmentos econômicos de grande peso nas exportações brasileiras com a participação em Feiras de Negócios em conjunto com visitas técnicas aos setores produtivos e missões empresariais.

14 Documento de trabalho do EBT América do Sul

A captação de eventos internacionais como congressos profissionais e eventos esportivos, ação desenvolvida também como apoio a entidades brasileiras que candidatam o Brasil para sediar eventos internacionais visa captar turistas de alto poder aquisitivo, movimentando a economia local e destacando o Brasil como fórum de ciência e tecnologia.

A EMBRATUR também tem apoiado a captação de vôos charter, alternativa para destinos cuja frequência de vôos regulares não atende a demanda, fazendo interlocução entre os destinos brasileiros e companhias aéreas.

O Portal Brasileiro do Turismo foi planejado de acordo com os cinco segmentos brasileiros desenvolvidos pelo Plano Aquarela, permitindo as pessoas cadastradas que passam a fazer parte do Banco de Dados da EMBRATUR acesso a diversas informações sobre o país e também sobre as ações e resultados do trabalho do instituto.

Ainda seguindo as diretrizes do Plano Aquarela foi desenvolvido um núcleo de atendimento para planejar campanhas publicitárias, produzir material promocional e definir melhores estratégias de utilização de mídia para suporte a todas as ações promocionais realizadas no mercado internacional. Foi também desenvolvido um acervo de imagens fotográficas disponibilizadas para a promoção o Brasil, com acesso irrestrito.

As ações de apoio à comercialização foram diversificadas. Entre ações de divulgação do Brasil criou-se o Projeto Caravana Brasil, com objetivo de oferecer viagens de familiarização para operadores nacionais e internacionais, diversificando a oferta de produtos brasileiros oferecidos no exterior e aumentando a cadeia de distribuição no mercado internacional. Viagens de familiarização para jornalistas selecionados, visando uma maior exposição do Brasil para o grande público também foi alvo desse projeto.

O Projeto Excelência em Turismo, em parceria com o SEBRAE e BRAZTOA – Associação Brasileira e Operadores de Turismo, leva profissionais

brasileiros em viagens técnicas para observação das melhores práticas em turismo, de reconhecimento internacional, com objetivo de aprimorar a qualidade e competitividade dos produtos brasileiros no mercado internacional.

A fim de organizar os diversos segmentos do mercado turístico, a EMBRATUR passou a incentivar a criação de entidades representativas – os Bureaux de Comercialização. Organizações formadas em sua maioria por operadoras de turismo, promovem a comercialização de forma segmentada nas seguintes atividades: Golfe, Ecoturismo, Aventura e Mergulho, Pesca Esportiva, *Resorts* e Intercâmbio.

O desenvolvimento de pesquisas para dar base para as ações de promoção e avaliação de resultados é um dos grandes pilares da EMBRATUR atual. É responsável pela elaboração do Anuário Estatístico, com dados sobre o fluxo de estrangeiros no Brasil, movimento de passageiros nos aeroportos e rodovias, investimentos em turismo e resultados econômicos do turismo no Brasil e no mundo. A Demanda Turística Internacional é outra publicação que traça o perfil do turista internacional no Brasil, identificando as motivações, serviços utilizados e gastos durante a permanência.

O Boletim de Desempenho Econômico, em parceria com a Fundação Getúlio Vargas, apresenta resultados econômicos do turismo junto a empresas e prestadores de serviços e mede a evolução do setor. A área de dados e fatos disseminada eletronicamente dispôs pelo *site* todas as publicações, listando ainda outras publicações, instituições, empresas e profissionais de turismo e associações de interesse. O Prêmio de Monografias – estudos de caso e reportagens do setor de turismo e hotelaria, objetiva estimular o desenvolvimento de produções científicas relacionadas com o setor no Brasil.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho apresentado destacou o turismo internacional como gerador de divisas no período, e sua influência na movimentação da economia. Foram apontadas ações do Governo Federal realizadas entre 2003 e 2006 voltadas para o fomento da atividade enquanto responsável pela estruturação e regulamentação da atividade e pela promoção comercial do Brasil no exterior.

Os mercados sul americanos apesar da dificuldade sofrida pelo setor de turismo no Brasil devido a crise da VARIG e da valorização do Real que prejudicou a Balança Comercial do Turismo em 2005 e 2006; porém, os dados de ingresso de turistas e de divisas mostram que o Brasil tem habilidade para superar esse momento e, além disso, que as ações do Ministério do Turismo e da EMBRATUR tem atuado de forma eficaz. A recuperação da economia dos diversos países da América do Sul após 2001 e 2002 é um dos fatores fundamentais no aumento do fluxo de turistas, atividade reflexo da renda da população de do país.

O demais continentes, alvo de intensas ações de marketing por parte da EMBRATUR, tem crescido rapidamente, e representam a maior parte das divisas ingressas no Brasil.

As receitas geradas com o turismo internacional movimentam a economia e atualmente são o principal mercado para as empresas privadas do setor; o crescimento destacado em 2005 ampliou os postos de trabalho e está estimulando novos investimentos privados.

Entretanto, a desvalorização do dólar foi indicado como um dos fatores relevantes na limitação para um faturamento melhor no ano de 2005. Isso porque ao tempo em que a entrada de dólares garante que a moeda nacional se mantenha valorizada beneficiando o turismo emissivo internacional, encarece os destinos e produtos brasileiros comercializados para o turista estrangeiro.

Enquanto órgãos competentes do setor, o Ministério do Turismo e o Instituto Brasileiro de Turismo, devem voltar esforços no sentido de garantir uma qualificação cada vez melhor do produto turístico brasileiro, para que o aumento do valor comercial deste corresponda a sua qualidade. Também deve-se buscar mercados mais exigentes, que estejam dispostos a pagar por esse valor.

Porém, não só o turismo, mas todos os outros setores da economia são afetados com a desvalorização do dólar. Cabe também ao governo como um todo, estabelecer medidas para que essa valorização não seja prejudicial.

O aumento dos gastos do governo é uma opção para controle cambial, porém, o Brasil está em contenção de gastos em prol do pagamento dos juros da dívida externa. Como alternativa, tem-se o estímulo nos investimentos por parte do setor privado, injetando moeda nacional na economia e fazendo-a circular. O turismo doméstico, como estimulador do consumo das famílias, também pode contribuir para essa estabilização.

Recentemente foi aplicada uma medida de contenção dessa valorização: permitir que, nas exportações brasileiras, até 30% do valor fique no exterior. Além disso, entre os países do MERCOSUL, foi determinado que as trocas oficiais sejam feitas com as moedas locais, evitando a circulação excessiva de dólares na economia.

A baixa oferta de vôos também tem interferido negativamente na maior parte dos setores, aumentando os custos para as empresas, principalmente agências e operadoras de turismo, desestimulando os investimentos e reduzindo o seu faturamento. Torna-se necessário um planejamento eficiente do espaço aéreo, onde o governo deve participar no estabelecimento de regulamentos que, ao mesmo tempo permitam a lucratividade das empresas, e tornem a utilização desse espaço mais eficiente e como instrumento de desenvolvimento.

Quanto a elaboração do trabalho, ainda faltam dados consolidados para medir a relevância de cada mercado, o que se pretende fazer por meio do

Sistema Aquarela. Para saber que mercado é mais lucrativo, tanto para a definição de estratégias e gastos de comercialização, como para a estruturação da oferta voltada ao mercado específico.

O turismo internacional se mostra crescente, e a estabilidade econômica é um dos fatores importantes para o processo, permitindo melhor planejamento das atividades e estimulando o investimentos nos setores envolvidos, como percebido na avaliação dos impactos do turismo no setor privado. Devido ao envolvimento de inúmeros setores na atividade, afetados pelos reflexos do turismo ou interferindo ativamente no processo, percebe-se cada vez mais uma avaliação minuciosa de cada agente envolvido, para que o turismo internacional venha beneficiar o desenvolvimento do país como um todo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL, Ministério do Turismo. Instituto Brasileiro de Turismo. *Anuários estatísticos*. Brasília, DF: EMBRATUR, vários anos.

BRASIL, Ministério do. Instituto Brasileiro de Turismo. *Caracterização e dimensionamento da demanda internacional no Brasil 2004 / 2005: metodologia e resultados do receptivo*. Brasília,DF, agosto 2006.

BRASIL, Ministério do. Instituto Brasileiro de Turismo. Documento elaborado pela Divisão de Orçamento. Brasília, DF, 2006.

BRASIL, Ministério do. Instituto Brasileiro de Turismo. *Estatísticas básicas do turismo: Brasil*. Brasília, DF, agosto 2006.

BRASIL, Ministério do. Instituto Brasileiro de Turismo. *Pesquisa anual de conjuntura econômica do turismo*. Ano II. n . 2. Brasília, DF, março 2006.

BRASIL, Ministério do. *Turismo no Brasil 2007 / 2010: documento referencial*. Brasília, DF, junho 2006.

BRASIL, Ministério do. 11º Relatório de atividades do Ministério do Turismo. Brasília, DF, março 2006.

CHIAS MARKETING. *Plano Aquarela: Marketing Turístico Internacional do Brasil: metodologia e coordenação*. Documento base.

CUNHA, Laciúcio. *Economia e política do turismo*. Portugal: McGraw-Hill, 1997.

LAGE, Beatriz Helena Gelas, Milone, Paulo César. *Economia do turismo*. 7. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2001.

LEMOS, Leandro de. *Turismo: que negócio é esse?: uma análise da economia do turismo*. 3. ed. Campinas, SP: Papirus, 2001.

Organização Mundial do Turismo. *Turismo Internacional: uma perspectiva global*. 2.ed. Porto Alegre, RS: Bookmann. 2003.

TRIBE, Jonh. *Economia do lazer e do turismo*. 2.ed. São Paulo, SP: Manole, 2003.

ANEXOS

1. Ranking dos Principais emissores de turistas para o BRASIL 2001 – 2005.

Tambosi, Cristiane Rubini

Turismo internacional e economia no Brasil: uma síntese do cenário 2003-2006 e avaliação das ações governamentais / Cristiane Rubini Tambosi.

Monografia – Curso de Economia para o Turismo
Brasília-DF, agosto de 2006.

Área de Concentração: Economia do Turismo
Orientador: Milene Takasago

1. Turismo Internacional 2. Receita Cambial 3. Políticas Públicas

País	2001			2002				2003				2004				2005		
	Número de Turistas	%	Ranking	Número de Turistas	%	Ranking	Variação 2002/2001	Número de Turistas	%	Ranking	Variação 2003/2002	Número de Turistas	%	Ranking	Variação 2004/2003	Número de Turistas	%	Ranking
ARGENTINA	1.374.461	28,80	1º	698.465	18,45	1º	-49,18	786.568	19,03	1º	12,61	922.484	19,24	1º	17,28	992.299	18,52	1º
ESTADOS UNIDOS	596.844	12,51	2º	628.412	16,60	2º	5,29	668.668	16,18	2º	6,41	705.997	14,73	2º	5,58	793.559	14,81	2º
PORTUGAL	165.898	3,48	8º	203.126	5,37	5º	22,44	229.594	5,56	5º	13,03	336.988	7,03	3º	46,78	357.640	6,67	3º
URUGUAI	304.682	6,38	4º	195.384	5,16	8º	-35,87	270.251	6,54	4º	38,32	309.732	6,46	4º	14,61	341.647	6,38	4º
ALEMANHA	320.050	6,71	3º	268.903	7,10	3º	-15,98	283.615	6,86	3º	5,47	294.989	6,15	5º	4,01	308.598	5,76	5º
ITÁLIA	216.038	4,53	6º	197.641	5,22	7º	-8,52	221.190	5,35	6º	11,92	276.563	5,77	6º	25,03	303.878	5,67	6º
FRANÇA	184.759	3,87	7º	199.613	5,27	6º	8,04	211.347	5,11	7º	5,88	224.160	4,68	7º	6,06	252.099	4,70	7º
PARAGUAI	285.724	5,99	5º	226.011	5,97	4º	-20,90	198.170	4,79	8º	-12,32	204.758	4,27	8º	3,32	249.030	4,65	8º
ESPANHA	126.928	2,66	11º	114.050	3,01	10º	-10,15	122.641	2,97	11º	7,53	155.421	3,24	9º	26,73	172.979	3,23	9º
CHILE	153.921	3,23	9º	113.507	3,00	11º	-26,26	126.591	3,06	10º	11,53	155.026	3,23	10º	22,46	169.953	3,17	10º
INGLATERRA	143.626	3,01	10º	137.049	3,62	9º	-4,58	138.281	3,35	9º	0,90	150.336	3,14	11º	8,72	169.514	3,16	11º
HOLANDA	44.057	0,92	18º	62.331	1,65	14º	41,48	83.999	2,03	12º	34,76	102.480	2,14	12º	22,00	109.708	2,05	12º
SUIÇA	71.562	1,50	13º	62.842	1,66	12º	-12,19	69.644	1,69	13º	10,82	83.113	1,73	13º	19,34	89.789	1,68	13º
CANADÁ	55.629	1,17	14º	62.721	1,66	13º	12,75	63.183	1,53	14º	0,74	66.895	1,40	14º	5,87	75.100	1,40	14º
MÉXICO	40.765	0,85	20º	48.896	1,29	16º	19,95	55.556	1,34	15º	13,62	65.707	1,37	15º	18,27	73.118	1,36	15º
BOLÍVIA	107.664	2,26	12º	57.878	1,53	15º	-46,24	54.865	1,33	16º	-5,21	60.239	1,26	17º	9,79	68.670	1,28	16º
JAPÃO	43.397	0,91	19º	42.829	1,13	17º	-1,31	51.387	1,24	17º	19,98	60.806	1,27	16º	18,33	68.066	1,27	17º
PERU	48.405	1,01	17º	39.723	1,05	19º	-17,94	38.948	0,94	19º	-1,95	56.647	1,18	18º	45,44	60.251	1,12	18º
VENEZUELA	49.761	1,04	16º	42.088	1,11	18º	-15,42	39.234	0,95	18º	-6,78	44.257	0,92	19º	12,80	48.598	0,91	19º
COLÔMBIA	50.335	1,05	15º	38.828	1,03	20º	-22,86	36.283	0,88	20º	-6,55	42.163	0,88	20º	16,21	47.230	0,88	20º
SUÉCIA	26.078	0,55	21º	33.073	0,87	21º	26,82	26.939	0,65	23º	-18,55	37.809	0,79	21º	40,35	45.764	0,85	21º
ÁFRICA DO SUL	15.365	0,32	30º	20.798	0,55	25º	35,36	26.963	0,65	22º	29,64	32.415	0,68	22º	20,22	36.139	0,67	22º
FINLÂNDIA	-	0,00	45º	-	0,00	45º	-	-	0,00	45º	-	-	0,00	44º	-	33.557	0,63	23º
BÉLGICA	22.138	0,46	23º	23.574	0,62	23º	6,49	28.237	0,68	21º	19,78	28.549	0,60	23º	1,10	32.741	0,61	24º
ISRAEL	14.852	0,31	31º	20.784	0,55	26º	39,94	20.865	0,50	24º	0,39	26.095	0,54	24º	25,07	28.136	0,53	25º
NORUEGA	15.972	0,33	29º	24.383	0,64	22º	52,66	15.631	0,38	29º	-35,89	23.560	0,49	25º	50,73	26.812	0,50	26º
CORÉIA	20.903	0,44	24º	14.913	0,39	29º	-28,66	19.496	0,47	26º	30,74	21.353	0,45	26º	9,51	24.315	0,45	27º
ÁUSTRIA	24.954	0,52	22º	17.581	0,46	28º	-29,55	16.745	0,41	28º	-4,76	21.034	0,44	27º	25,61	22.558	0,42	28º
AUSTRÁLIA	19.860	0,42	25º	19.959	0,53	27º	0,50	17.798	0,43	27º	-10,83	18.454	0,38	28º	3,69	20.949	0,39	29º
DINAMARCA	18.952	0,40	26º	21.454	0,57	24º	13,20	19.722	0,48	25º	-8,07	15.555	0,32	30º	-21,13	19.672	0,37	30º
POLÔNIA	-	0,00	48º	-	0,00	48º	-	-	0,00	48º	-	-	0,00	47º	-	19.535	0,36	31º
CHINA	18.320	0,38	27º	13.981	0,37	30º	-23,68	10.714	0,26	32º	-23,37	16.305	0,34	29º	52,18	18.017	0,34	32º
GUIANA FRANCESA	16.641	0,35	28º	11.663	0,31	31º	-29,91	12.227	0,30	30º	4,84	14.244	0,30	31º	16,50	17.372	0,32	33º
HUNGRIA	-	0,00	46º	-	0,00	46º	-	-	0,00	46º	-	-	0,00	45º	-	16.364	0,31	34º
EQUADOR	13.294	0,28	32º	11.375	0,30	32º	-14,44	11.990	0,29	31º	5,41	13.343	0,28	33º	11,28	15.149	0,28	35º
ANGOLA	10.320	0,22	34º	8.873	0,23	33º	-14,02	8.850	0,21	33º	-0,26	13.679	0,29	32º	54,56	14.226	0,27	36º
IRLANDA	-	0,00	47º	-	0,00	47º	-	-	0,00	47º	-	-	0,00	46º	-	13.125	0,24	37º
GRÉCIA	11.791	0,25	33º	7.720	0,20	34º	-34,53	7.013	0,17	35º	-9,16	10.703	0,22	34º	52,62	12.106	0,23	38º
CABO VERDE	-	0,00	44º	-	0,00	44º	-	-	0,00	44º	-	-	0,00	48º	-	11.826	0,22	39º
PANAMÁ	3.916	0,08	38º	6.396	0,17	36º	63,33	7.217	0,17	34º	12,84	9.586	0,20	35º	32,83	10.516	0,20	40º
COSTA RICA	5.163	0,11	36º	3.495	0,09	39º	-32,31	4.800	0,12	36º	37,34	6.741	0,14	36º	40,44	7.202	0,13	41º
NOVA ZELÂNDIA	3.626	0,08	39º	4.232	0,11	38º	16,71	4.082	0,10	38º	-3,54	4.518	0,09	37º	10,68	5.074	0,09	42º
PORTO RICO	1.927	0,04	41º	6.495	0,17	35º	237,05	4.188	0,10	37º	-35,52	2.751	0,06	40º	-34,31	3.595	0,07	43º
GUIANA, REPÚBLICA	7.557	0,16	35º	2.114	0,06	40º	-72,03	2.321	0,06	40º	9,79	3.221	0,07	38º	38,78	3.248	0,06	44º
SURINAME	5.081	0,11	37º	4.462	0,12	37º	-12,18	2.441	0,06	39º	-45,29	2.899	0,06	39º	18,76	2.755	0,05	45º
NIGÉRIA	2.302	0,05	40º	1.848	0,05	41º	-19,72	1.230	0,03	41º	-33,44	1.611	0,03	41º	30,98	1.819	0,03	46º
ARÁBIA SAUDITA	995	0,02	42º	815	0,02	42º	-18,09	653	0,02	42º	-19,88	800	0,02	42º	22,51	881	0,02	47º
IRAQUE	197	0,00	43º	250	0,01	43º	26,90	96	0,00	43º	-61,60	95	0,00	43º	-1,04	134	0,00	48º
OUTROS	107.865	2,26	-	64.363	1,70	-	-40,33	112.612	2,72	-	74,96	149.622	3,12	-	32,87	142.857	2,67	-
TOTAL	4.772.575	100,00	-	3.784.898	100,00	-	-20,69	4.132.847	100,00	-	9,19	4.793.703	100,00	-	15,99	5.358.170	100,00	-

Fonte: EMBRATUR

Variação 2005/2004
7,57
12,40
6,13
10,30
4,61
9,88
12,46
21,62
11,30
9,63
12,76
7,05
8,03
12,27
11,28
14,00
11,94
6,36
9,81
12,02
21,04
11,49
-
14,68
7,82
13,80
13,87
7,25
13,52
26,47
-
10,50
21,96
-
13,54
4,00
-
13,11
-
9,70
6,84
12,31
30,68
0,84
-4,97
12,91
10,13
41,05
-4,52
11,78