



# TURISMO NO BRASIL 2011 - 2014





# SUMÁRIO

## MENSAGEM DO PRESIDENTE DO CONSELHO NACIONAL DE TURISMO

CONSELHO NACIONAL DE TURISMO

FÓRUM NACIONAL DE SECRETÁRIOS E DIRIGENTES ESTADUAIS DE TURISMO

## APRESENTAÇÃO

## 1 DIAGNÓSTICO

### **1.1 Ambiente Econômico**

1.1.1 Ambiente Econômico Internacional

1.1.2 Ambiente Econômico Nacional

### **1.2 Turismo no Contexto Internacional**

### **1.3 Turismo no Brasil**

1.3.1 Mercado de Trabalho - Geração de Emprego e Renda

1.3.2 Mercado Interno - Fluxos Turísticos Domésticos

1.3.3 Mercado Externo - Entrada de Divisas Estrangeiras

1.3.4 Prestadores de Serviços Turísticos

1.3.5 Resultados Registrados pela Iniciativa Privada

1.3.6 Orçamento, Crédito e Investimentos

1.3.7 Copa do Mundo e Compromissos Assumidos

### **1.4 Situação Atual por Eixo Temático**

## 2 CENÁRIOS E PROJEÇÕES

### **2.1 Metodologia**

### **2.2 Premissas**

2.2.1 Condicionantes Externos

2.2.1 Condicionantes Internos

2.2.3 Hipóteses das Premissas

### **2.3 Cenários**

2.3.1 Crescimento Acelerado com Ganhos de Competitividade

2.3.2 Crescimento Moderado com Pequenos Ganhos de Competitividade

2.3.3 Crescimento Inercial com Problemas de Competitividade

## 3 PROPOSIÇÕES

### **3.1 Planejamento e Gestão**

### **3.2 Informação**

### **3.3 Estruturação da Oferta Turística**

### **3.4 Fomento**

### **3.5 Qualificação**

### **3.6 Infraestrutura**

### **3.7 Logística de Transportes**

### **3.8 Promoção e Apoio à Comercialização**

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

## FICHA TÉCNICA





# MENSAGEM DO PRESIDENTE DO CONSELHO NACIONAL DE TURISMO

O Turismo vem apresentando resultados positivos nos últimos anos e a atividade se consolidando no País como um importante vetor de desenvolvimento socioeconômico. Não obstante os impactos da crise financeira internacional, a expectativa para 2010 é de otimismo, com um esperado aumento de faturamento, conforme Pesquisa Anual de Conjuntura Econômica realizada pela Fundação Getúlio Vargas. Neste cenário, a realização da Copa do Mundo de Futebol FIFA, em 2014, e dos Jogos Olímpicos, no Rio de Janeiro, em 2016, constituem oportunidades para o Turismo nacional e para a imagem do Brasil no exterior. Estes eventos impõem desafios importantes a serem enfrentados para que os investimentos públicos e privados consolidem um legado para toda a população.

A Gestão Descentralizada do Turismo que tem permitido a obtenção dos bons resultados nos últimos anos, sinaliza para uma ampla perspectiva de interlocução para o enfrentamento dos desafios relacionados à realização dos grandes eventos citados. O País possui hoje uma rede de gestão descentralizada e compartilhada do Turismo, que envolve o Governo Federal, os governos estaduais e municipais, o setor privado e as organizações representativas da sociedade civil, que vem se organizando para a implementação das políticas de Turismo nas diversas esferas de gestão. O Conselho Nacional de Turismo e o Fórum Nacional de Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo, em permanente articulação com o Ministério do Turismo, constituem instâncias fundamentais neste processo de interlocução no âmbito nacional.

A elaboração do Plano Nacional de Turismo em 2003 e em 2007 se deu no contexto desta proposta e a sua implementação vem sendo realizada com o acompanhamento desta rede de gestão integrada pelas instâncias governamentais e pelos diversos colegiados nos âmbitos nacional, estaduais, municipais, regionais e macrorregionais.

É neste contexto que foi elaborado o Documento Referencial Turismo no Brasil 2011/2014. As análises, as reflexões, as projeções e as proposições que integram o documento são fruto desse trabalho coletivo e traduzem as expectativas da diversidade de atores que integram e são impactados pelo setor, numa leitura que se sobrepõe a governos e partidos.

Trata-se, neste sentido, de um documento que consolida o pensamento das principais lideranças do Turismo no Brasil, constituindo uma referência fundamental para o debate sobre as perspectivas de desenvolvimento da atividade, para a formulação de políticas públicas e para os investimentos privados e a ação empresarial.

**Luiz Eduardo P. Barretto Filho**  
*Ministro de Estado do Turismo e*  
*Presidente do Conselho Nacional de Turismo*

# CONSELHO NACIONAL DE TURISMO

ENTIDADE	TITULAR	SUPLENTE
<b>ABAV</b> - Associação Brasileira de Agências de Viagens	Carlos Alberto Amorim Ferreira	João Quirino Júnior
<b>ABBTUR</b> - Associação Brasileira de Bacharéis em Turismo	Tânia Guimarães Omena	Rosana Barbosa Lima
<b>ABCMI</b> - Associação Brasileira de Clubes da Melhor Idade	Genilda Cordeiro Baroni	Decy Brum Vignoli de Cacioli
<b>ABEOC</b> - Associação Brasileira de Empresas de Eventos	Myrna Aquiléa Corrêa Homem de Carvalho	Maria Elisa Ordones de Oliveira
<b>ABETA</b> - Associação Brasileira das Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura	Jean-Claude Razel	Gustavo Fraga Timo
<b>ABETAR</b> - Associação Brasileira das Empresas de Transportes Aéreo Regional	Apóstole Lazaro Chryssafidis	Renato Pascowitch
<b>ABIH</b> - Associação Brasileira da Indústria de Hotéis	Álvaro Brito Bezerra de Mello	Nelson Baeta Neves
<b>ABLA</b> - Associação Brasileira das Locadoras de Automóveis	José Adriano Donzelli	Alberto de Camargo Vidigal
<b>ABOTtC</b> - Associação Brasileira das Operadoras de Trens Turísticos Culturais	Sávio Luís Ferreira Neves Filho	Adonai Aires Arruda Filho
<b>ABR</b> - Associação Brasileira de Resorts	Rubens Augusto Régis	Ricardo Domingues
<b>ABRACAMPING</b> - Associação Brasileira de Campismo	Luiz Edgar Pereira Tostes	Luiz Antônio Pinto Matheus
<b>ABRACCEF</b> - Associação Brasileira de Centros de Convenções e Feiras	Margareth Sobrinho Pizzatto	Altamir Passos Batista
<b>ABRAJET</b> - Associação Brasileira de Jornalistas de Turismo	Cláudio Magnavita Castro	Ricardo Guerra
<b>ABRASEL</b> - Associação Brasileira de Bares e Restaurantes	Paulo Solmucci Júnior	Fernando Cabral
<b>ABRASTUR</b> - Associação Brasileira de Cooperativas e Clubes de Turismo Social	Paulo de Brito Freitas	Luiz Carlos Nunes

Cont.

<b>ABRATURR</b> - Associação Brasileira de Turismo Rural	Francisco de Andrade Garcez	Sebastião Carlos Gonçalves Carias
<b>ABREMAR</b> - Associação Brasileira de Representantes de Empresas Marítimas	Ricardo Costa Neves do Amaral	André de Moraes Pousada
<b>ABRESI</b> - Associação Brasileira de Gastronomia, Hospitalidade e Turismo	Estanislau Emílio Bresolin	Paulo César Pedrosa
<b>AMPRO</b> - Associação de Marketing Promocional	Elza Tsumori	José Gaspar Brandão
<b>ANAC</b> - Agência Nacional de Aviação Civil	José Carlos Ferreira	Leonardo Borba Neira
<b>ANSEEDITUR</b> - Associação Nacional dos Secretários e Dirigentes de Turismo das Capitais e Destinos Indutores	Marco Antonio Castello Branco	Luiz Fernando Schreiner Moraes
<b>ANTTUR</b> - Associação Nacional de Transportadores de Turismo, Fretamento e Agências de Viagens que Operam com Veículos Próprios	Martinho F. de Moura	Emerson Imbronizio
<b>Banco da Amazônia S.A.</b>	Abidias José de S. Jr.	Evandro Bessa de Lima Filho
<b>B.B</b> - Banco do Brasil S.A.	Sérgio Ricardo M. Nazaré	Delano Valentim de Andrade
<b>BITO</b> - Associação Brasileira de Turismo Receptivo Internacional	Salvador Saladino	Vera Joppert da Silva
<b>BNB</b> - Banco do Nordeste do Brasil S.A.	Roberto Smith	José Sydrião de Alencar Júnior
<b>BNDES</b> - Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social	Luciane Fernandes Gorgulho	Marcus Vinicius Macedo Alves
<b>BRAZTOA</b> - Associação Brasileira das Operadoras de Turismo	José Eduardo Barbosa	José Zuquim
<b>CAIXA</b> - Caixa Econômica Federal	Fábio Lenza	Mário Ferreira Neto
<b>Casa Civil da Presidência da República</b>	Sheila Ribeiro Ferreira	Vinicius Teixeira Sucena
<b>CBC&amp;VB</b> - Confederação Brasileira de Convention & Visitors Bureaux	João Luiz dos Santos Moreira	Paulo César Boechat Lemos
<b>CNC</b> - Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo	Antônio Oliveira Santos	Eraldo Alves da Cruz
<b>CNM</b> - Confederação Nacional dos Municípios	Paulo Roberto Ziulkoski	Ignácio José Kornowski

Cont.

<b>CNTur</b> - Confederação Nacional do Turismo	Nelson de Abreu Pinto	Carlos Alberto de Sá
<b>CONTRATUH</b> - Confederação Nacional dos Trabalhadores em Turismo e Hospitalidade	Moacyr Roberto Tesch Auersvald	Maria Rosalina Barbosa Gonçalves
<b>EMBRATUR</b> - Instituto Brasileiro de Turismo	Jeanine Pires	Fábio Manzini Camargo
<b>FBAJ</b> - Federação Brasileira dos Albergues da Juventude	Carlos Augusto Silveira Alves	Maria José Giaretta
<b>FENACTUR</b> - Federação Nacional de Turismo	Michel Tuma Ness	Raimundo Fontenele Melo
<b>FENAGTUR</b> - Federação Nacional dos Guias de Turismo	Cristina Baumgarten	Luiz Augusto Nascimento
<b>FNHRBS</b> - Federação Nacional de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares	Norton Luiz Lenhart	Alexandre Sampaio de Abreu
<b>FOHB</b> - Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil	Rafael Guaspari	Cyro Fidalgo
<b>FORNATUR</b> - Fórum Nacional dos Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo	Nilde Clara de Souza Benites Brun	Silvio Costa Filho
<b>Fórum Nacional dos Cursos Superiores de Turismo e Hotelaria</b>	Jurema Márcia D. da Silva	
<b>INFRAERO</b> - Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária	Murilo Marques Barboza	Geraldo Moreira Neves
<b>Ministério da Defesa</b>	Fernando Antônio Ribeiro Soares	Carlos Eduardo Pereira Duarte
<b>Ministério do Desenvolvimento Agrário</b>	Arnoldo Anacleto de Campos	Bruna Neiva Gama
<b>Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior</b>	Edson Lupatini Júnior	Maurício Lucena do Val
<b>Ministério da Fazenda</b>	Hébrida V. Moreira Fam	Amazico José Rosa
<b>Ministério da Integração Nacional</b>	Márcia Regina S. Damo	Morganna Mendes Pedroza de Oliveira
<b>Ministério da Cultura</b>	Adair Leonardo Rocha	Márcia Genésia de Sant'Anna
<b>Ministério da Justiça</b>	Inajara Ferreira	Ricardo Morishita Wada
<b>Ministério do Meio Ambiente</b>	Egon Krakhecke	Allan Milhomens
<b>Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão</b>	Bruno César Grossi de Souza	
<b>Ministério das Relações Exteriores</b>	Norton A. Mello Rapesta	Flávio Marcílio M. Sapha
<b>Ministério dos Transportes</b>	Luiz César Brandão Maia	Sabrina F. de Assis Vabo

Cont.

<b>Ministério do Trabalho e Emprego</b>	Ezequiel S. do Nascimento	Carlo Roberto Simi
<b>Ministério do Turismo</b>	Luiz Eduardo Pereira Barretto Filho	Mario Augusto Lopes Moyses
<b>SEBRAE</b> - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas	Carlos Alberto dos Santos	José Ricardo Mendes Guedes
<b>SENAC</b> - Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial	Sidney da Silva Cunha	Antônio Henrique Borges de Paula
<b>Secretaria Especial de Portos</b>	Jorge Luiz de Mello	Antônio Maurício F. Netto
<b>SINDEPAT</b> - Sindicato Nacional de Parques e Atrações Turísticas	Alain Jean Pierre Baldacci	Armando Pereira Filho
<b>SNEA</b> - Sindicato Nacional das Empresas Aeroviárias	José Márcio Monsão Mollo	Flavio Schegerin Ribeiro
<b>SUFRAMA</b> - Superintendência da Zona Franca de Manaus	Ana Maria Oliveira de Souza	Izabela Figueira Benoliel
<b>UBRAFE</b> - União Brasileira dos Promotores de Feiras	Armando Arruda Pereira de Campos Mello	Dárcio Bertocco
<b>Indicação da Presidência da República</b>	Guilherme Paulus	
<b>Indicação da Presidência da República</b>	Mário Carlos Beni	

# FÓRUM NACIONAL DE SECRETÁRIOS E DIRIGENTES ESTADUAIS DE TURISMO

<b>ÓRGÃO ESTADUAL DE TURISMO</b>	<b>TITULAR</b>
<b>Secretaria de Estado de Esporte, Turismo e Lazer do Acre</b>	Cassiano Marques de Oliveira
<b>Empresa Estadual de Turismo do Amazonas - Amazonastur</b>	Oreni Campêlo Braga da Silva
<b>Secretaria de Estado do Turismo do Amapá</b>	Ana Célia Melo Brazão do Nascimento
<b>Companhia Paraense de Turismo - Paratur</b>	Luiz Antônio da Silva Souto
<b>Superintendência Estadual de Turismo de Rondônia</b>	Thais Pereira Vargas
<b>Secretaria de Desenvolvimento Econômico de Roraima</b>	Aroldo Amora dos Santos
<b>Agência de Desenvolvimento Turístico do Estado de Tocantins</b>	Wylkson Gomes de Sousa
<b>Secretaria de Turismo do Estado de Alagoas</b>	Danielle Novis
<b>Secretaria de Turismo do Estado da Bahia</b>	Antônio Carlos Tramm
<b>Secretaria do Turismo do Estado do Ceará</b>	Bismarck Pinheiro Maia
<b>Secretaria de Estado do Turismo do Maranhão</b>	Tadeu Palácio
<b>Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Econômico do Estado da Paraíba</b>	Márcio Diego Tavares de Albuquerque
<b>Secretaria de Turismo de Pernambuco</b>	Paulo Câmara
<b>Secretaria de Turismo do Estado do Piauí</b>	Sílvio Roberto Costa Leite
<b>Secretaria de Estado do Turismo do Rio Grande do Norte</b>	Múcio Gurgel de Sá

Cont.

<b>Secretaria de Estado do Desenvolvimento Econômico, da Ciência e Tecnologia e do Turismo de Sergipe</b>	Jorge Santana de Oliveira
<b>Empresa Brasileira de Turismo - BrasiliaTur</b>	João Oliveira
<b>Goiás Turismo - Agência Estadual de Turismo</b>	Durval Fernandes Mota
<b>Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul - Fundtur/MS</b>	Nilde Clara de Souza Benites Brun
<b>Secretaria de Desenvolvimento do Turismo do Mato Grosso</b>	Vanice Marques
<b>Secretaria de Estado de Turismo do Espírito Santo</b>	João Felício Scardua
<b>Secretaria de Estado do Turismo de Minas Gerais</b>	Érica Campos Drumond
<b>Secretaria de Estado de Turismo, Esporte e Lazer do Rio de Janeiro</b>	Márcia Beatriz Lins Izidoro
<b>Secretaria de Esporte, Lazer e Turismo de São Paulo</b>	Flávio Brizida
<b>Secretaria de Estado do Turismo do Paraná</b>	Celso de Souza Caron
<b>Secretaria de Estado do Turismo, Esporte e Lazer do Rio Grande do Sul</b>	José Heitor de Souza Goularte
<b>Secretaria de Estado da Cultura, Turismo e Esporte de Santa Catarina</b>	Valdir Walendowsky

# APRESENTAÇÃO

A elaboração do Documento Referencial Turismo no Brasil 2011/2014 dá início a um processo de reflexão sobre as perspectivas de desenvolvimento do Turismo brasileiro para os próximos anos. Consolida a ação conjunta do Ministério do Turismo, do Conselho Nacional de Turismo e do Fórum Nacional de Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo, tal como ocorreu na elaboração da primeira versão do Documento Referencial em 2006, e constitui importante subsídio para a revisão do Plano Nacional de Turismo.

O desenvolvimento deste documento se dá no âmbito da Gestão Descentralizada e Compartilhada do Turismo, que vem norteando o processo de implementação da Política Nacional de Turismo, no qual os setores governamentais e as representações da sociedade civil interagem num processo permanente de discussão e atuação, alinhando objetivos e potencializando os resultados do desenvolvimento da atividade no País.

No momento atual, que antecede a eleição periódica dos gestores nas esferas estadual e federal, e que a realização da Copa do Mundo de Futebol constituirá um importante marco para o desenvolvimento da atividade no País, ao mesmo tempo em que impõe um desafio cujo enfrentamento deve-se dar de forma articulada, verifica-se a necessidade de elaborar um documento que formalize as conquistas, desafios e expectativas do setor, que sirva de marco de passagem e de ponto de partida para os futuros atores deste processo.

O objetivo deste trabalho é sobrepor-se às questões político-partidárias, por ser a expressão de um fórum democrático e representativo, cuja função é garantir a continuidade das conquistas obtidas e buscar o aprofundamento e aprimoramento das políticas e programas para o desenvolvimento do Turismo no Brasil.

O presente documento está estruturado em três partes principais:

- (i) Diagnóstico,
- (ii) Cenários e Projeções e
- (iii) Proposições.

O Diagnóstico faz a análise do desenvolvimento da atividade nos últimos anos, iniciando por uma contextualização do ambiente econômico, uma avaliação das perspectivas de evolução do Turismo no contexto internacional, e um retrato do Turismo no Brasil,

construído com base na apresentação dos principais resultados registrados. Conclui com uma análise dos principais desafios, organizados por eixos temáticos que sistematizam e problematizam as principais questões relacionadas ao desenvolvimento da atividade no País. A elaboração do Diagnóstico constitui uma etapa fundamental do processo de reflexão sobre o futuro, indicando as potencialidades e os entraves que devem ser considerados, por meio de uma ação articulada entre os setores governamentais relacionados à atividade e os setores de mercado envolvidos na produção e comercialização do Turismo.

Os Cenários e Projeções referem-se às perspectivas que se abrem para o desenvolvimento do Turismo no Brasil, contextualizadas ao ambiente econômico, social e político, do País e do mundo. São construídas três alternativas de cenários futuros, tomando como referência as expectativas de comportamento de variáveis estratégicas, apoiadas em reflexões e análises de instituições de reconhecido mérito, além da consideração dos impactos decorrentes da realização da Copa do Mundo de Futebol FIFA™ em 2014 e dos Jogos Olímpicos em 2016. Estes cenários orientam as projeções dos indicadores, e sinalizam as alternativas de desenvolvimento da atividade para o período 2011/2014.

As Proposições compõem a terceira parte do documento e sistematizam o conjunto de recomendações e orientações que devem ser promovidas e seguidas pelos diversos atores que interagem de forma articulada na gestão e promoção do Turismo no Brasil, de modo a alcançar os ideais projetados. Estas proposições estão também organizadas por eixos temáticos, conforme os desafios apontados no Diagnóstico.



# 1. DIAGNÓSTICO

## 1.1 AMBIENTE ECONÔMICO

### 1.1.1 AMBIENTE ECONÔMICO INTERNACIONAL

A economia mundial atravessa um período de transformação, acarretado principalmente pela crise financeira internacional. A quebra sucessiva de bancos, o aumento da taxa de desemprego e a contração da liquidez nas economias ricas criaram instabilidade no mundo inteiro. Após uma fase de turbulência, retorna-se gradativamente à trajetória de crescimento equilibrado e de aumento nos fluxos comercial e de capital.

O Fundo Monetário Internacional – FMI havia ajustado a sua projeção de crescimento da economia mundial para 2009, de 1,75% (em novembro de 2008) para 0,5% (em janeiro de 2009). Um ano depois, as estimativas declinaram para - 0,8%, a mais baixa taxa registrada desde 1945, sendo que os prognósticos de queda das atividades econômicas em 2009 são mais acentuados do que o esperado, principalmente nos países desenvolvidos (-3,2%, em média) e, isoladamente, na Rússia (-9,0%).

No relatório Perspectivas para a Economia Mundial, divulgado em janeiro de 2009, o FMI ressalta que a recuperação econômica mundial está ocorrendo de modo mais intenso do que o esperado, mas de forma desigual, e recomenda que os governos mantenham as medidas de estímulo à economia enquanto a situação não estiver definitivamente estabilizada. Pelo menos em termos percentuais, o crescimento econômico, verificado nos países emergentes e naqueles em desenvolvimento, vem se mostrando mais elevado nos últimos anos do que os observados nos países desenvolvidos. Também o Fórum Econômico Mundial, realizado em Davos (Suíça), destacou que a recuperação global ainda é muito frágil para que sejam suspensos os programas de estímulos. Além disso, defendeu a necessidade crescente dos países regularem com mais rigidez o sistema bancário, com o objetivo de evitar outro colapso financeiro.

**Tabela 1.1**  
Evolução da Economia Mundial. PIB (%) 2002-2009

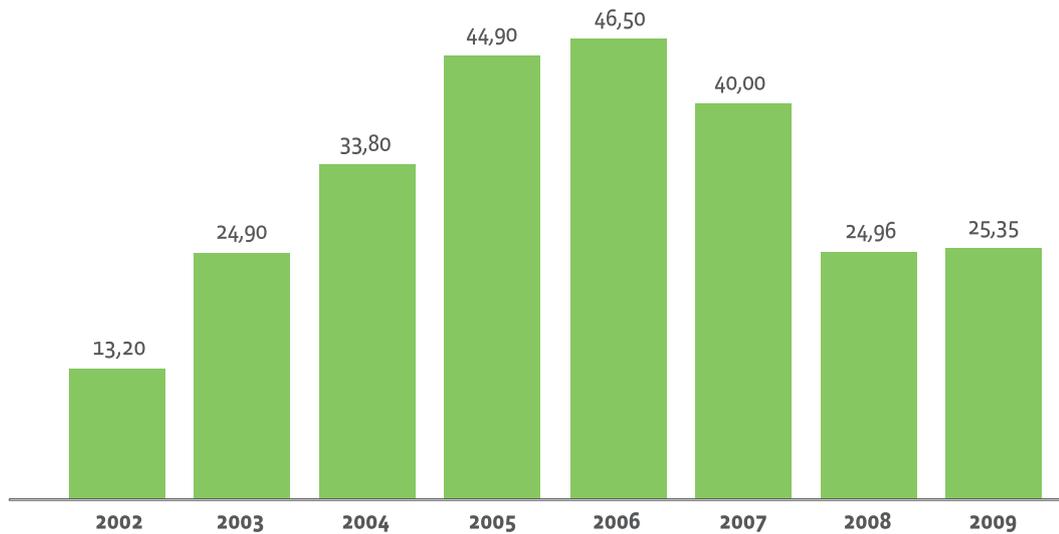
REGIÃO	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
<b>Mundo</b>	<b>2,9</b>	<b>3,6</b>	<b>4,9</b>	<b>4,5</b>	<b>5,1</b>	<b>5,2</b>	<b>3,0</b>	<b>-0,8</b>
<b>Economias Avançadas</b>	<b>1,7</b>	<b>1,9</b>	<b>3,2</b>	<b>2,6</b>	<b>3,0</b>	<b>2,7</b>	<b>0,6</b>	<b>-3,4</b>
Estados Unidos	1,8	2,5	3,6	3,1	2,7	2,1	0,4	-2,4
Zona do Euro	0,9	0,8	2,2	1,7	2,9	2,7	0,7	-4,1
Japão	0,3	1,4	2,7	1,9	2,0	2,3	-0,7	-5,0
<b>Economias Emergentes</b>	<b>4,8</b>	<b>6,2</b>	<b>7,5</b>	<b>7,1</b>	<b>7,9</b>	<b>8,3</b>	<b>6,0</b>	<b>1,7</b>
China	9,1	10,0	10,1	10,4	11,6	13,0	9,0	8,7
Índia	4,6	6,9	7,9	9,2	9,8	9,4	7,3	6,5
Rússia	4,7	7,3	7,2	6,4	7,7	8,1	5,6	-7,9
Brasil	2,7	1,1	5,7	3,2	4,0	5,7	5,1	-0,2
<b>América Latina</b>	<b>0,6</b>	<b>2,2</b>	<b>6,0</b>	<b>4,7</b>	<b>5,7</b>	<b>5,7</b>	<b>4,2</b>	<b>-2,5</b>

Fonte: World Economic Outlook, October 2009 - IMF e IBGE

As perspectivas em relação à atividade econômica mundial são de recuperação gradual. Um indicador de grande relevância, que demonstra o nível de atividade da economia é a Corrente de Comércio. Segundo dados da Organização Mundial de Comércio – OMC, referentes ao primeiro semestre de 2009, a China superou a Alemanha e os EUA, no volume de negócios, e ajudou a reverter a queda no comércio mundial. Uma das heranças deixadas pela crise foi transformar o país asiático no maior exportador do mundo, superando a Alemanha, líder desde 2003, e ultrapassando os EUA, que era o principal fornecedor de mercadorias à Europa.

As exportações brasileiras vêm apresentando, desde 2003, uma taxa de crescimento superior a das importações mundiais, resultando num aumento da participação do País no comércio mundial. A partir de 2007, com o aquecimento do mercado interno, observa-se uma diminuição no saldo positivo da balança comercial. O gráfico a seguir mostra o significativo incremento dos saldos da balança comercial (cerca de 350%) ocorrido entre 2002 e 2006, conforme divulgado pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior – MDIC. Em 2007, a valorização do real em relação ao dólar e o aquecimento do mercado doméstico e das importações influenciaram sobremaneira a diminuição do saldo. Em 2008, a crise financeira internacional contribuiu para uma redução ainda mais acentuada.

**Gráfico 1.1**  
Saldos Comerciais - US\$ bilhões FOB (2002 - 2009)

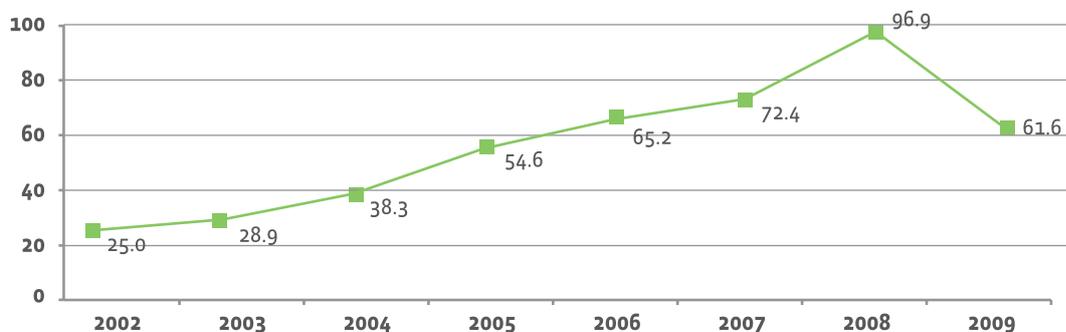


Fonte: Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC)

A projeção do saldo comercial do mercado interno é de equilíbrio com o mercado externo. O fim da recessão principalmente nos países da zona do euro e EUA e o contínuo aquecimento da demanda interna projetam um animador aumento da corrente de comércio, que registrou em 2009 a única queda dos últimos sete anos (-26,54%). Segundo os dados divulgados pelo MDIC, em 2009 a China consolidou-se como a principal parceira comercial do País, com um volume de negócios de US\$ 36,1 bilhões. O país asiático superou os Estados Unidos, importando principalmente soja e minério de ferro.

Existem, porém, pontos condicionantes à recuperação econômica internacional. A elevação dos déficits públicos e a emergência de uma crise de pagamento em países da zona do Euro são fatores de instabilidade. Outra grande preocupação é a volatilidade do preço do petróleo. Conforme se pode observar no gráfico 1.2, de 2002 a 2006, as cotações do petróleo apresentaram majoração, registrando um valor mínimo de US\$ 18,17, em 18/01/2002, e máximo de US\$ 78,26, em 09/08/2006, declinando posteriormente até o final daquele ano. Entretanto, contrariando, as previsões dos analistas de mercado, em 2007 iniciaram uma trajetória de significativo crescimento até atingir seu preço máximo em meados de 2008, elevando-se em mais de 46,3% entre os meses de março e setembro. Posteriormente, observou-se uma forte queda, ocasionada pela crise financeira internacional.

**Gráfico 1.2**  
**Petróleo Bruto Tipo Brent - Cotação Média Anual/Barril - 2202-2009**



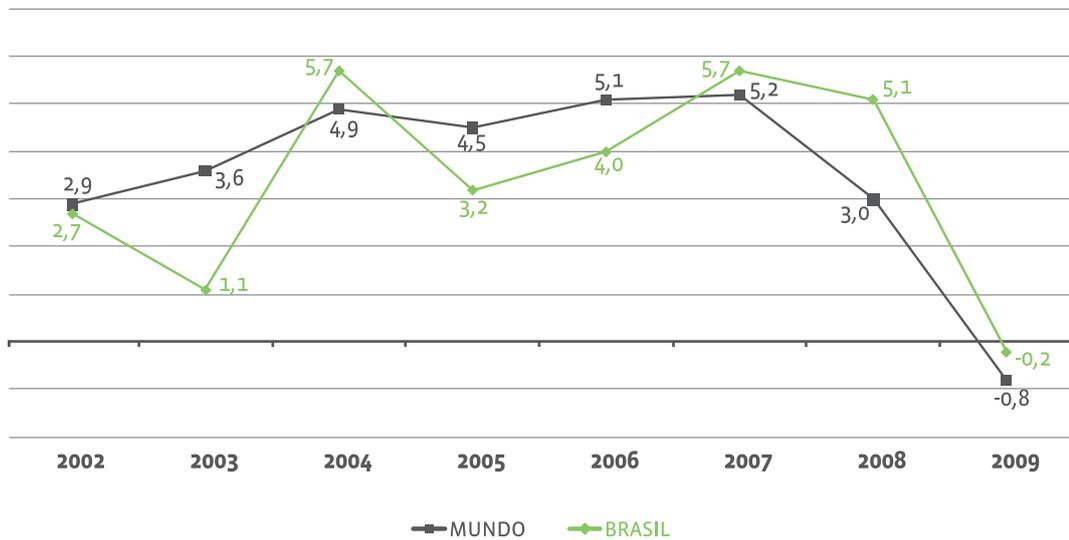
Fonte: EIA

Dados divulgados pela Energy Information Administration – EIA mostram uma nova majoração dos preços a partir de 2009. Inicialmente cotado a US\$ 42,94, terminou o ano em US\$ 76,65, um incremento de 78,50%. Um aumento no preço do petróleo tende a causar pressões inflacionárias, o que pode gerar aumento na taxa de juros e, conseqüentemente, diminuir o ritmo de crescimento da economia global.

### 1.1.2 AMBIENTE ECONÔMICO NACIONAL

Com uma combinação positiva entre inflação controlada, redução da taxa de juros e balança de pagamentos equilibrada, o Brasil tem registrado crescimentos do produto interno bruto superiores aos observados em níveis mundiais. A perspectiva do Banco Central – BC para o período pós-crise é de reaquecimento, alimentado não só pelo consumo interno, mas também pela retomada dos investimentos. O gráfico a seguir mostra a evolução do PIB mundial e brasileiro desde o ano de 2002. Destaca-se a perspectiva de retorno do crescimento da economia a patamares observados antes da crise financeira mundial.

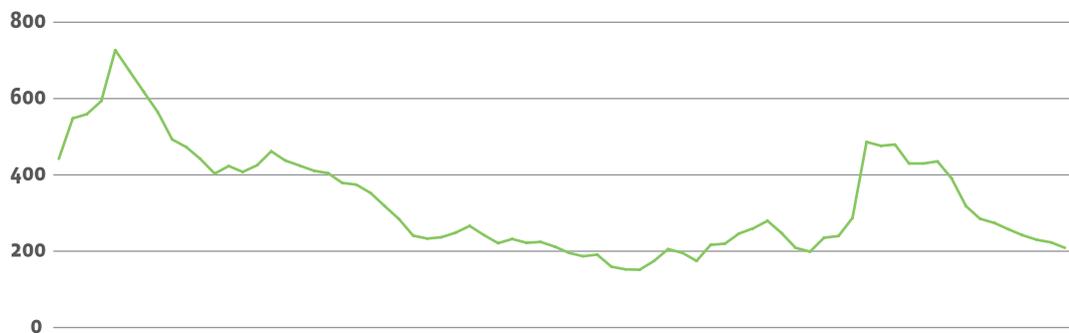
**Gráfico 1.3**  
Crescimento Econômico Brasileiro x Mundial PIB (%) - 2002 a 2009



Fonte: World Economic Outlook, October 2009 - IMF e IBGE

Observando a evolução do Risco-País, considerado o termômetro que mede o nível de confiança dos investidores globais em relação à economia, no período de seis anos compreendido entre janeiro de 2004 e dezembro de 2009, percebe-se que em maio de 2004 este atingiu o nível máximo de 723,16 pontos, apresentando a seguir acentuada queda até junho de 2007, quando atingiu o nível de 147,21 pontos. Depois o Risco-País mostrou volatilidade, saltando de 282,64 para 481,65 pontos, no auge da crise financeira internacional.

**Gráfico 1.4**  
Risco País (em pontos) - Médias das Cotações Diárias Mensais - Jan 2004 a out 2009



Fonte: JP Morgan

Em 2009, o Risco Brasil flutuou no intervalo de 230,91 pontos (média das cotações diárias de março) a 204,55 pontos (média de dezembro), com amplitude de 26,36 pontos. No dia 31 de dezembro, o Risco-País atingiu 196 pontos. Ressalta-se que, em setembro de 2009, o País recebeu a classificação de investment grade pela Moody's, a última das três maiores agências de classificação de risco do mercado financeiro (juntamente com a Fitch e a Standard & Poors), fato histórico para a economia brasileira, comprovando a solidez de seus fundamentos econômicos e a redução da vulnerabilidade externa.

O regime de câmbio flutuante, vigente desde 1999, permitiu o ajuste das contas externas, reduzindo de forma sistemática a vulnerabilidade do país. O gráfico a seguir mostra a evolução das cotações da moeda norte-americana em relação ao real no período de 2002 a 2009, representadas pelas médias mensais das taxas diárias. Após alta vertiginosa (64,22%) ocorrida em 2002 – de R\$2,32/US\$ em abril para R\$3,81/US\$ em outubro – constatou-se tendência de queda até atingir a cotação mínima em julho de 2008 (R\$ 1,59/US\$). A partir de então, tal tendência foi revertida até alcançar o máximo daquele ano em dezembro (R\$ 2,40/US\$).

**Gráfico 1.5**

Taxa de Câmbio - Dólar Comercial Venda - Médias Mensais das Cotações Diárias - 2002 a 2009

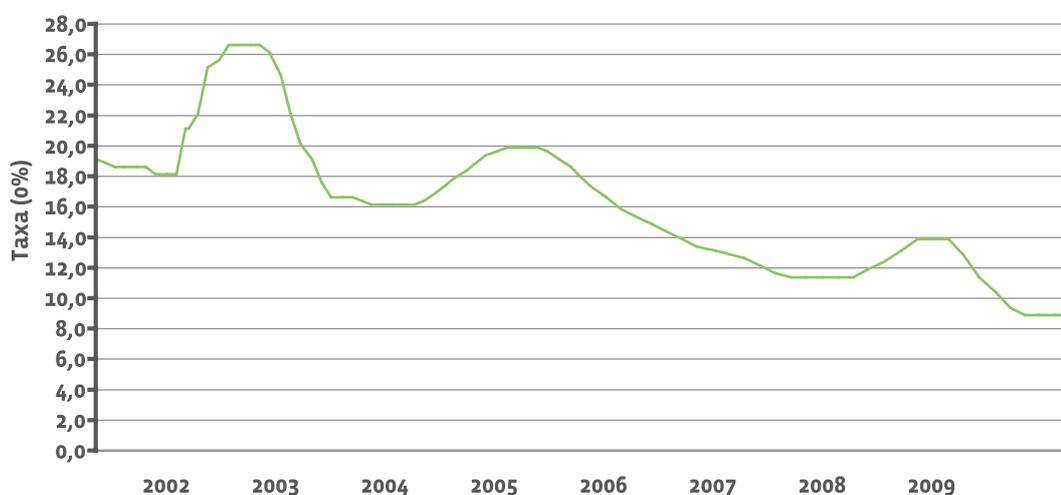


Fonte: Banco Central

Em 2009, o dólar apresentou forte depreciação em relação à moeda nacional, iniciando o mês de janeiro cotado a R\$2,38/US\$ e finalizando dezembro em R\$1,74/US\$ (desvalorização de 26,84%). A cotação máxima foi registrada no dia 2 de março (R\$ 2,44/US\$), e a mínima, no dia 15 de outubro (R\$ 1,70/US\$). Efetivamente, a melhora nas condições financeiras internacionais observadas principalmente nos últimos meses de 2009, aliada à rápida recuperação da economia brasileira, foram fatores que propiciaram o aumento da entrada de capital externo, acarretando, conseqüentemente, a apreciação da moeda nacional.

A taxa Selic, que apresentou significativo crescimento em 2002, ano em que o Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) alcançou 12,53%, seguiu desde então uma tendência de declínio. Com cortes sucessivos, alcançou em 2009 o menor nível desde o início da série histórica. Esta medida, combinada com outros instrumentos de política fiscal, fez com que houvesse um aumento do crédito, e um consequente aumento no consumo das famílias, provocando reação da demanda interna.

**Gráfico 1.6**  
Taxa de Juros Selic - 2002 a 2009

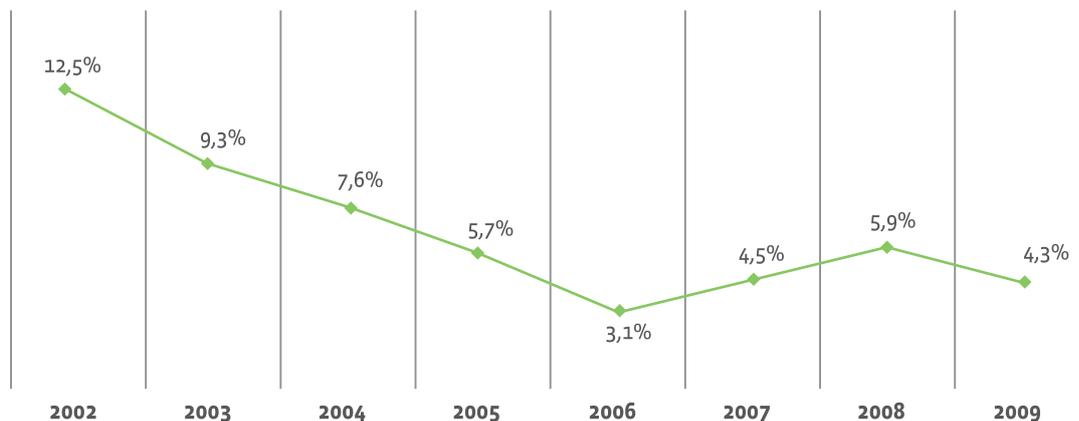


Fonte: Banco Central

Considerando as perspectivas para a inflação em relação à trajetória de metas, o Comitê de Política Monetária decidiu manter a taxa Selic em 8,75% a.a. nas reuniões realizadas no segundo semestre de 2009, ressaltando que tal patamar contribuiu para manter a inflação sob controle e para a recuperação da atividade econômica.

O IPCA, indicador oficial da inflação divulgado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), situou-se, no biênio 2002-2003, acima dos limites superiores estabelecidos pelo governo, e em 2004-2005 pouco abaixo do teto da meta. Nos anos seguintes, a inflação situou-se mais próxima do centro da meta fixada, tendo inclusive, em três anos (2006, 2007 e 2009), ficado abaixo da meta. Em 2009, detectou-se resultado de 1,59 ponto percentual abaixo da taxa apurada em 2008 (5,90%), que havia sido a mais elevada registrada desde 2004 (7,60%).

**Gráfico 1.7**  
Inflação IPCA (% a.a) - 2002 a 2009

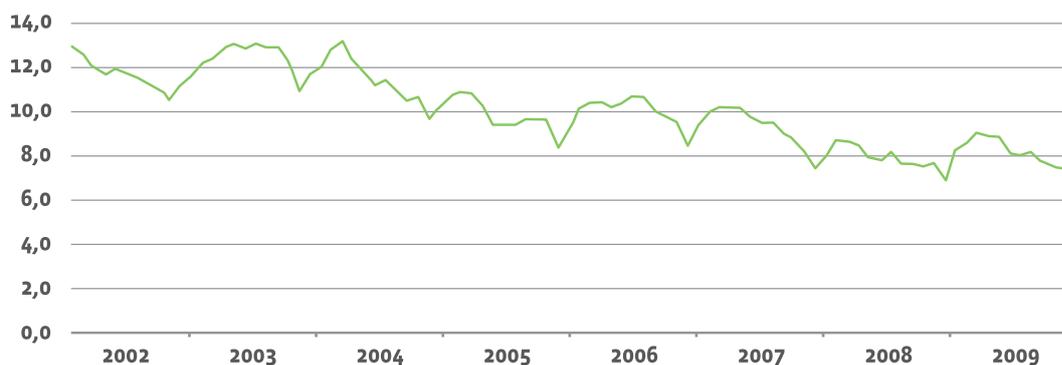


Fonte: IBGE

Já o Índice Geral de Preços – Disponibilidade Interna (IGP-DI), calculado pela FGV, revelou declínio de 1,43% em 2009. Foi a primeira vez na história que o índice, apurado desde 1944, encerrou um ano registrando deflação. Entre os componentes do IGP-DI, o Índice de Preços por Atacado (IPA) acusou redução de 4,08%, o Índice de Preços ao Consumidor (IPC) aumentou 3,95%, enquanto o Índice Nacional de Custo da Construção (INCC) cresceu 3,25%.

De acordo com os resultados da Pesquisa Mensal de Emprego (PME) realizada pelo IBGE, em dezembro de 2009, a taxa de desemprego nas seis regiões metropolitanas (Belo Horizonte, Porto Alegre, Recife, Rio de Janeiro, Salvador e São Paulo) igualou-se a dezembro de 2008, 6,8%, a menor da série histórica iniciada em março de 2002. O contingente de desocupados (1,6 milhão) teve uma queda de 7,1% em dezembro de 2009, quando comparado ao mês anterior (redução de 122 mil pessoas).

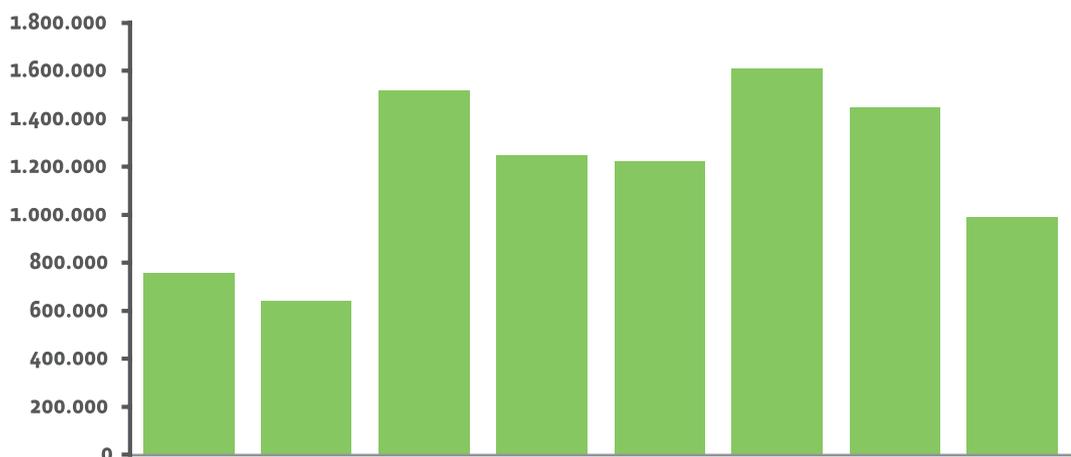
**Gráfico 1.8**  
Taxa de Desemprego (% a.m) - Março 2008 a Dezembro 2009



Fonte: IBGE

Já os dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED), do Ministério do Trabalho e Emprego – MTE, mostram que, em 2009, foram gerados quase um milhão de empregos (+995.110 postos de trabalho), o que representa um crescimento de 3,11% em relação ao estoque de assalariados formais de dezembro de 2008, resultado bastante favorável, em virtude das adversidades impostas pela crise financeira internacional. No período de 2002 a 2009, foram criados 9.478.496 postos de trabalhos formais. Devido à diminuição do desemprego, houve aumento do acesso ao crédito, e uma consequente expansão do consumo das famílias.

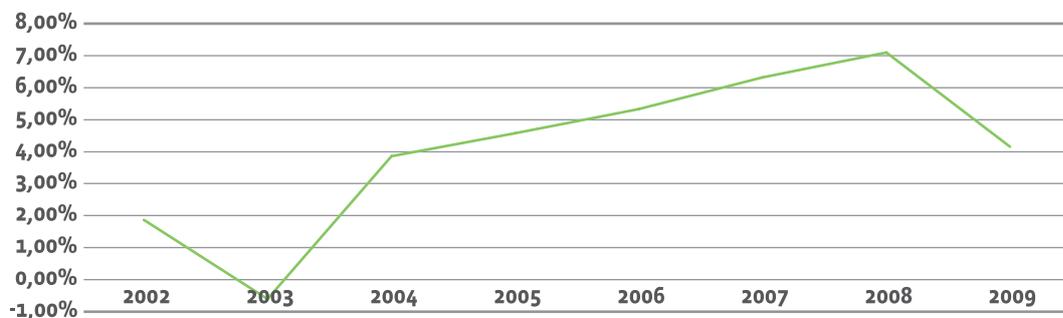
**Gráfico 1.9**  
Evolução do Emprego - Criação de Postos de Trabalho - 2002 a 2009



Fonte: MTE (Caged)

Observando o PIB pela ótica da demanda, o grande destaque das divulgações das contas nacionais tem sido o consumo doméstico. Com o vigésimo quarto aumento consecutivo, na comparação com o trimestre do ano anterior, o consumo aquecido foi fundamental para a recuperação do PIB após os impactos causados pela crise. De acordo com o IBGE, um dos fatores que contribuíram para este resultado foi a elevação de 2,5% da massa salarial real, com o aumento de ocupação e do rendimento médio real do trabalho.

**Gráfico 1.10**  
Consumo das Famílias (% a.a.)



Fonte: IBGE

De acordo com a Pesquisa Mensal de Emprego realizada pelo IBGE, de 2002 a 2009, houve um crescimento médio de 57,6% na renda média mensal do trabalhador. O rendimento médio real domiciliar subiu 4,4% quando comparado a dezembro/2008. Segundo o governo, o aumento da massa salarial ocorreu em função da expansão do emprego, do salário e da transferência de renda para o trabalhador através de programas sociais. Estima-se que a massa salarial crescerá cerca de 6% em 2010, o que proporcionará maior expansão do consumo.

**Gráfico 1.11**  
Renda Média - Variação (%) - 2003 a 2009



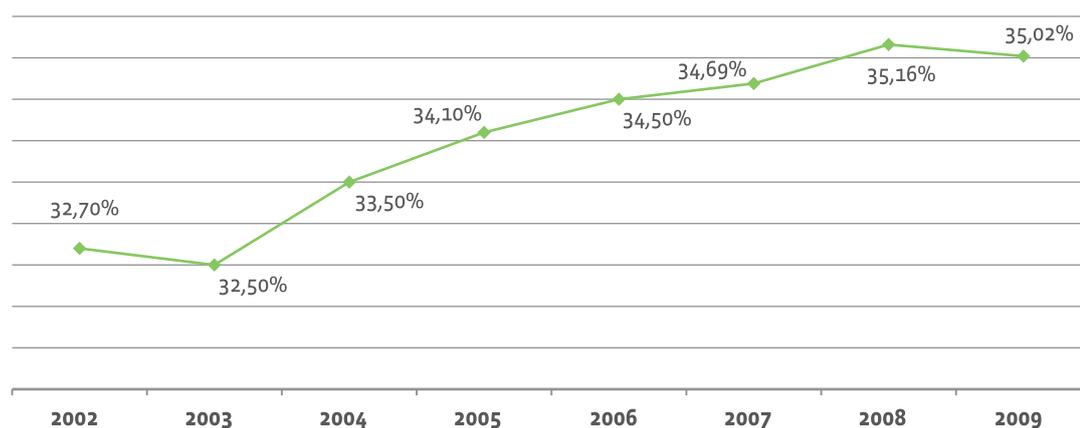
Fonte: IBGE/PME

A atual carga tributária, ao mesmo tempo em que tem sido apontada como uma das responsáveis pela capacidade do governo em adotar instrumentos anticíclicos, é por muitos considerada excessiva e a vilã do crescimento, uma vez que aumenta os custos de produção, diminuindo a competitividade dos produtos nacionais frente aos estrangeiros. Segundo dados do Instituto Brasileiro de Planejamento Tributário - IBPT, a carga tributária (somatório dos tributos federais, estaduais e municipais arrecadados), em relação ao PIB, atingiu 35,02% em 2009, representando queda de 0,14 ponto percentual em relação aos 35,16% apurados em 2008.

A arrecadação de tributos em 2009 totalizou R\$ 1.092,66 bilhões contra R\$ 1.056,65 bilhões em 2008, o que corresponde a um crescimento nominal de R\$ 36,01 bilhões, ou seja, de 2008 para 2009, apesar do declínio percentual, houve um aumento nominal da arrecadação tributária

Ainda segundo o IBPT, os tributos federais cresceram 2,73% em 2009 (R\$ 20,19 bilhões), os estaduais 4,67% (R\$ 12,61 bilhões) e os municipais 6,84% (R\$ 3,21 bilhões). Os tributos federais representam 69,54% do total arrecadado, enquanto os estaduais correspondem a 25,88%, e os municipais a 4,58%. O tributo que registrou o maior crescimento nominal foi o relativo ao INSS (R\$ 20,26 bilhões), seguido do FGTS (R\$ 7,42 bilhões), enquanto a maior queda nominal foi do IPI, com R\$ 8,71 bilhões, seguida da COFINS (R\$ 2,91 bilhões).

**Gráfico 1.12**  
Carga Tributária do Brasil (% do PIB) - 2002 a 2009

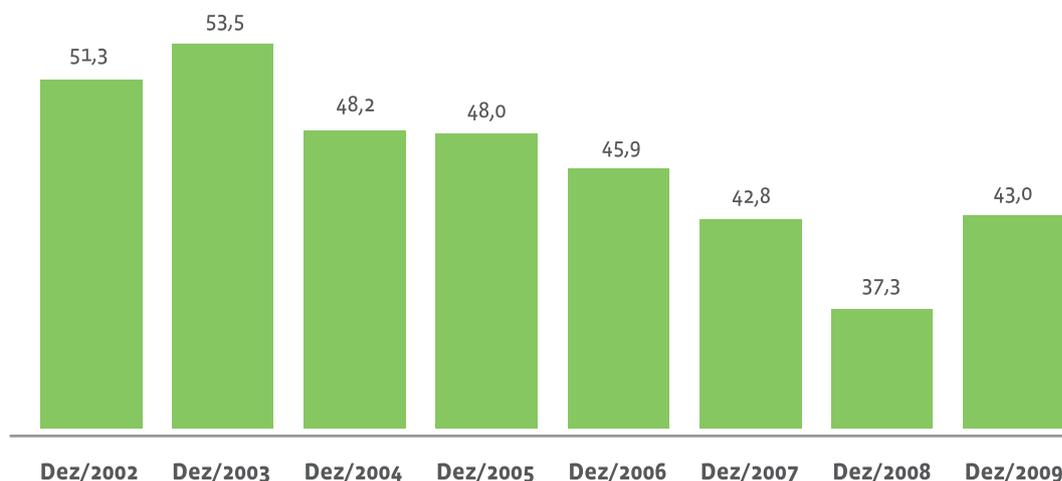


Fonte: IBPT (Instituto Brasileiro de Planejamento Tributário)

Em relação à política fiscal, o Brasil vem apresentando avanço nos últimos anos, tanto com a instituição da Lei de Responsabilidade Fiscal quanto com a adoção de metas de superávit primário. Este, por sua vez, vem registrando declínio, refletindo o efeito da crise financeira internacional sobre o nível de atividade e, conseqüentemente, sobre a arrecadação. Em 2009, o resultado primário foi superavitário em torno de 2,25% do PIB.

A dívida líquida do setor público, após alcançar pouco mais da metade do PIB no biênio 2002-2003, declinou progressivamente até o ano de 2008, quando atingiu o percentual mínimo dos últimos oito anos (37,3%). Porém, a necessidade de adoção de medidas anticíclicas em face a crise internacional impediu a continuidade da redução em 2009. O endividamento público voltou a crescer atingindo 43% do PIB, retornando ao patamar de 2007, como mostra o gráfico a seguir. Cabe destacar que se trata de dados referentes à posição em dezembro de cada ano.

**Gráfico 1.13**  
Dívida Pública Líquida (% do PIB) - 2002 a 2009



Fonte: Banco Central

Dos países afetados pela crise financeira internacional, o Brasil foi um dos últimos a entrar em recessão e um dos primeiros a superá-la. Para muitos especialistas, a crise no Brasil durou apenas seis meses e foi o grande teste de estresse da economia nacional, que vinha se comportando de forma adequada na história recente. As rápidas medidas anticíclicas adotadas pelo governo, como a redução do IPI para os setores automotivo, de eletrodomésticos e moveleiro foram responsáveis pela recuperação da economia, sustentada principalmente pelo mercado interno.

É preciso destacar ainda que o aumento dos investimentos, sendo estes com ênfase em infraestrutura, programados para os próximos anos, em decorrência dos compromissos assumidos para a realização da Copa do Mundo de Futebol FIFA™ 2014 e do Programa de Aceleração do Crescimento, além de atenderem as crescentes demandas do mercado interno, impactarão de forma positiva a competitividade brasileira no mercado internacional.

O ambiente econômico e o Turismo também são impactados de forma significativa pelas melhorias sociais que vêm sendo registradas nos últimos anos. Cerca de 31 milhões de brasileiros ascenderam de classe social entre os anos de 2003 e 2008<sup>3</sup>, sendo que 19,4 milhões deixaram a classe E (que traça a linha da pobreza no país) e 1,5 milhão migraram da classe D para classes superiores. Com isso, nesse período, ocorreu uma queda acumulada de 43% na classe E. No mesmo período, a classe AB (grupo com renda domiciliar mais elevada, superior a R\$4.807,00) ganhou 6 milhões de pessoas, totalizando 19,4 milhões em 2008.

<sup>3</sup> Estudo "Consumidores, Produtores e a Nova Classe Média: Miséria, Desigualdade e Determinantes das Classes" elaborado pelo economista Marcelo Néri da FGV em 2009, baseando-se nos dados de 2008 da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) do IBGE.

A classe C, dominante pelo percentual populacional, recebeu 25,9 milhões de brasileiros entre 2003 e 2008, passando a constituir 49,22% da população. Já a classe D representava 24,35% dos brasileiros, enquanto a classe E abrangia 16,02% da população em 2008. Os 29,9 milhões de brasileiros desta classe seriam aproximadamente 50 milhões de pessoas, se a miséria não houvesse diminuído entre 2003 e 2008. Como consequência, as classes média e alta ganharam maior representatividade populacional. Esses indicadores traduzem melhorias importantes na composição social do País, abrindo perspectivas promissoras para o desenvolvimento sustentável e equilibrado com benefícios para todos.

O Brasil vem avançando, também, em relação aos Objetivos do Desenvolvimento do Milênio – ODM<sup>2</sup>. Dentre estes objetivos, destaca-se o fato de o País já haver ultrapassado a meta de reduzir pela metade a proporção da população que vive com renda inferior a um dólar por dia<sup>3</sup>. Enquanto em 1990, 8,8% dos brasileiros viviam na pobreza extrema, em 2005 o percentual caiu para 4,2%, o que representa um resultado superior ao estabelecido pela ONU. Um outro importante objetivo refere-se ao comprometimento do País com a construção de um sistema multilateral mais justo e equitativo, em que a busca da paz e da segurança mundial e a promoção do desenvolvimento se reforcem mutuamente, contribuindo com o estabelecimento de uma rede global de cooperação entre as quais se destaca a cooperação Sul-Sul.

---

<sup>2</sup> Pacto internacional pela eliminação da pobreza firmado por dignitários de 191 países, em 2000, onde a Organização das Nações Unidas (ONU) deu início ao delineamento dos oito Objetivos de Desenvolvimento do Milênio, a serem alcançados até 2015, por meio de ações de combate à pobreza e à fome, promoção da educação, da igualdade de gênero, de políticas de saúde, saneamento, habitação e meio ambiente.

<sup>3</sup> Objetivos de Desenvolvimento do Milênio: Relatório Nacional de Acompanhamento. Coordenação: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada e Secretaria de Planejamento e Investimentos Estratégicos; Supervisão: Grupo Técnico para o acompanhamento dos ODM. – Brasília: IPEA: MP, SPI, 2007.

## 1.2 TURISMO NO CONTEXTO INTERNACIONAL

---

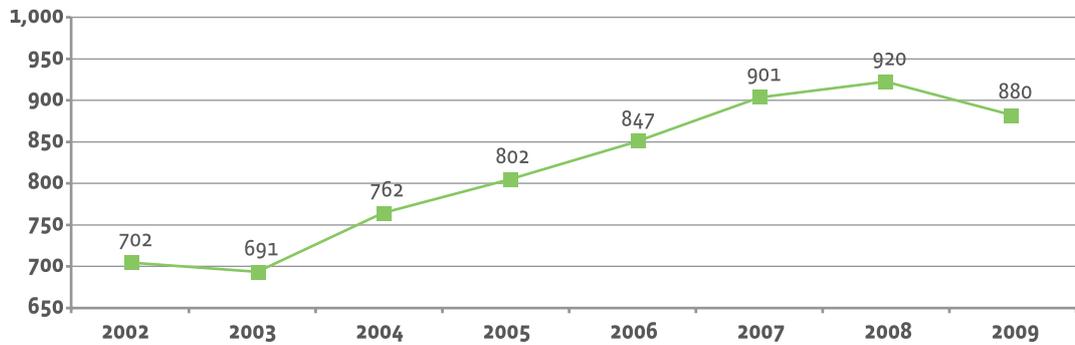
Existe uma forte correlação entre o ambiente econômico e a expansão da atividade turística. Quando a economia cresce, o nível da receita disponível aumenta e parte desta receita é gasta com atividades afetas ao Turismo. Por outro lado, a redução do ritmo de crescimento da economia frequentemente resultará na diminuição do gasto turístico. Historicamente, o crescimento da chegada de turistas internacionais tem superado o crescimento da economia. No período de 1975 a 2000, o Turismo teve um crescimento médio de 4,6% ao ano, enquanto o crescimento econômico mundial médio, medido pelo PIB, foi de 3,5% ao ano.

Conforme divulgado pela Organização Mundial de Turismo – OMT no documento Panorama do Turismo Internacional – Edição 2009, atualmente, o mercado de viagens representa 30% das exportações mundiais de serviços e 6% das exportações mundiais totais. Como categoria de exportação, o Turismo se situa em 4º lugar, depois apenas dos combustíveis, produtos químicos e automóveis. Para muitos países, a atividade turística é uma das principais fontes de receita e imprescindível para a geração de emprego e renda. Apesar da previsão de que a receita do Turismo internacional no mundo tenha sido 6% menor em 2009, esse número ainda representa algo em torno de US 900 bilhões.

O fluxo internacional de turistas vem aumentando continuamente – de 25 milhões em 1950; 277 milhões em 1980; 438 milhões em 1990; 682 milhões em 2000, tendo atingido a cifra de 920 milhões em 2008. Em 2009, a chegada de turistas internacionais reduziu-se a 880 milhões, 40 milhões a menos do que em 2008, resultado do desaquecimento da economia mundial ocasionada pela crise financeira. A OMT estima que a chegada de turistas internacionais chegue a 1,6 bilhões em 2020.

Gráfico 2.1

## Chegada de Turistas Internacionais - Mundo (em Milhões)

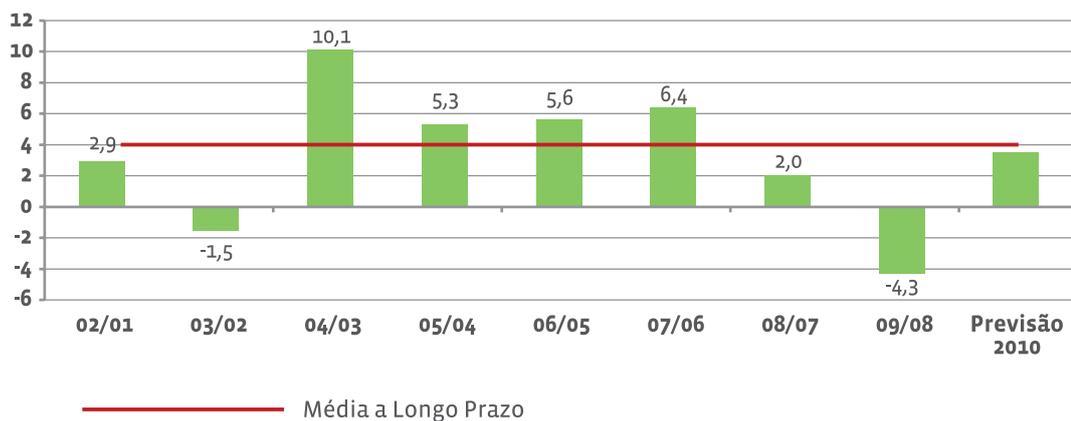


Fonte: Organização Mundial de Turismo (OMT)

Enquanto no primeiro semestre de 2008 houve um crescimento de 5% na chegada de turistas internacionais, no segundo semestre houve uma redução de 1%. Em 2009, a chegada de turistas internacionais declinou 10% no primeiro trimestre, 7% no segundo trimestre, 2% no terceiro trimestre, tendo apresentado um crescimento de 2% no último trimestre do ano. Segundo a OMT, a previsão para 2010 é de crescimento da ordem de 3 a 4%.

Gráfico 2.2

## Chegada de Turistas Internacionais - Mundo (variação sobre o ano anterior)

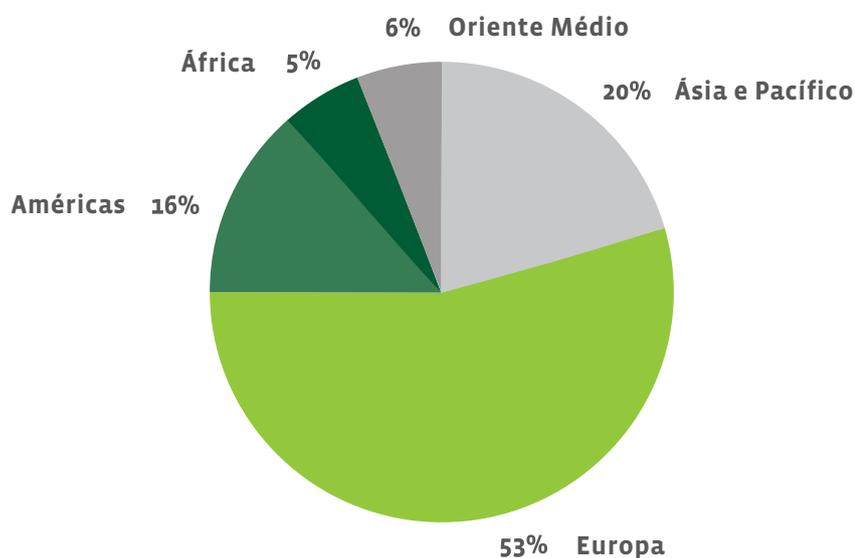


Fonte: Organização Mundial de Turismo (OMT)

No período de 2000 a 2009, o fluxo internacional de turistas apresentou um crescimento médio anual da ordem de 3,3%, tendo, porém, em 2009, apresentado uma retração de 4,3% quando comparado ao ano anterior. Essa redução foi maior para a Europa (6%), Américas (5%) e Oriente Médio (6%). A única região que apresentou resultado positivo foi a África, com o percentual de crescimento anual de 5%. Na América do Sul, a retração foi de 3%. A expectativa para 2010 é que o continente cresça entre 2% e 4%.

**Gráfico 2.3**

Chegada de Turistas Internacionais por continente em 2008 (percentual)



Fonte: Organização Mundial de Turismo (OMT)

Ao longo dos últimos sessenta anos, o Turismo tem experimentado uma desconcentração contínua. A Europa declinou sua fatia de mercado cerca de 10 pontos percentuais desde 1950, ao passo que a América do Norte perdeu 13 pontos percentuais. Ainda assim, ambas as regiões mantêm-se como as principais receptoras de turistas (representavam, conjuntamente, cerca de 95% da fatia de mercado em 1950, 82% quarenta anos depois, 76% em 2000, e 69% em 2008). A participação da chegada de turistas internacionais nos países em desenvolvimento tem aumentado paulatinamente, de 31% em 1990 para 45% em 2008.

**Tabela 2.1**

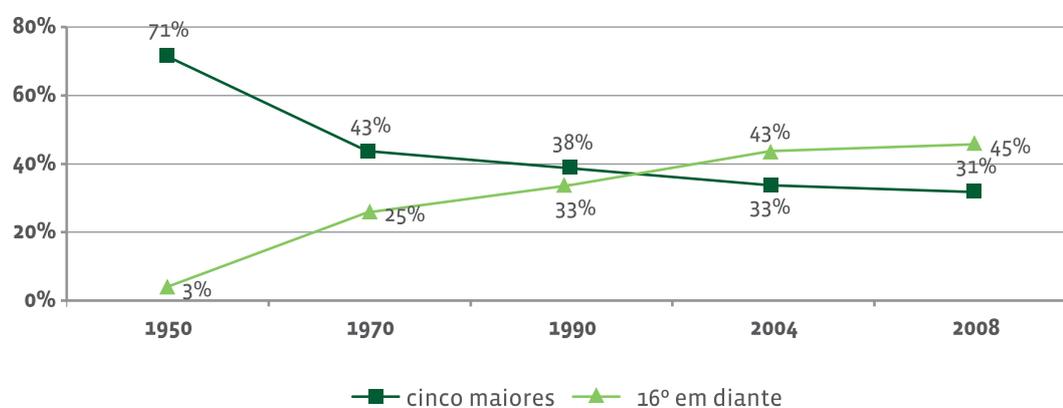
Chegada de Turistas Internacionais por Destino (em milhões)

REGIÃO	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	Δ% 2002-09	Δ% 2008-09
Mundo	702.6	697	765.5	802.5	847.3	904.3	920	880	25.25%	-4.35%
Europa	399.8	408.6	424.5	438.7	462.2	487.4	487.1	459.7	14.98%	-5.63%
Ásia e Pacífico	122.4	114.2	145.4	155.3	167	181.9	184.1	180.5	47.47%	-1.96%
África	29.1	30.7	33.4	37.3	41.4	45.1	45.7	48.1	65.29%	5.25%
Oriente Médio	27.6	30	36.3	38	40.9	47	55.6	52.5	90.22%	-5.58%
Américas	114.9	113.1	125.9	133.2	135.8	142.9	147.1	139.6	21.50%	-5.10%
América do Sul	12.5	13.7	16.2	18.2	18.7	20	20.8	20.1	60.80%	-3.37%
<b>Brasil</b>	3.8	4.1	4.8	5.4	5	5	5.1	4.8	26.32%	-5.88%

Fonte: Embratur. Estatísticas Básicas de Turismo, Brasil, 2009 e OMT. Barômetro Mundial do Turismo

A desconcentração do Turismo mundial contribui para a redução das desigualdades e para a promoção de um ambiente favorável ao desenvolvimento mais equilibrado. Significa também uma via de inclusão do Turismo na estratégia de luta contra a pobreza, vinculando a atividade aos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio. O quadro a seguir demonstra essa tendência, comparando os cinco principais países receptores com o grupo do 16º em diante.

**Gráfico 2.4**  
Chegada de Turistas Internacionais por grupo de países (percentual)



Fonte: Organização Mundial do Turismo

No entanto, os novos destinos serão beneficiados somente se o Turismo for baseado numa gestão responsável, que busque o equilíbrio entre os aspectos ambientais, econômicos e socioculturais. Sem isso, a atividade torna-se vulnerável e suscetível aos problemas de degradação, massificação e fragmentação que, em última instância, significam a sua autodestruição. A gestão responsável deverá, também, reproduzir impactos positivos no que se refere ao Turismo interno, propiciando o desenvolvimento da atividade no mercado doméstico, com benefícios por duas vias: (i) pela produção, com a criação de novos postos de trabalho, e conseqüente ampliação da renda; (ii) e pelo consumo, com a inclusão de novas parcelas de consumidores no mercado turístico.

Apesar das dificuldades, o Turismo continua sendo uma importante alavanca para a economia mundial, representando parte significativa dos empregos e do produto interno bruto global. Neste contexto, o relatório do Fórum Econômico Mundial The Travel & Tourism Competitiveness Report (TTCR), divulgado nos últimos quatro anos, é uma ferramenta estratégica para medir os fatores e as políticas de desenvolvimento do setor. O relatório apresenta uma classificação dos países quanto à competitividade no Turismo, que abrange 133 economias mundiais. A tabela a seguir mostra o ranking global dos dez primeiros classificados em 2009 e a posição do Brasil. A Suíça, Áustria e Alemanha man-

tiveram-se, respectivamente, em 1º, 2º e 3º lugares, nos três anos consecutivos. O Brasil teve uma melhora significativa, passando de 59º em 2007 para 45º em 2009.

**Tabela 2.2**  
Ranking de Competitividade no Setor de Viagens e Turismo

	2007		2008		2009	
	Posição	Pontuação	Posição	Pontuação	Posição	Pontuação
Suíça	1º	5,66	1º	5,63	1º	5,68
Áustria	2º	5,54	2º	5,43	2º	5,46
Alemanha	3º	5,48	3º	5,41	3º	5,41
França	12º	5,23	10º	5,23	4º	5,34
Canadá	7º	5,31	9º	5,26	5º	5,32
Espanha	15º	5,18	5º	5,3	6º	5,29
Suécia	17º	5,13	8º	5,27	7º	5,28
Estados Unidos	5º	5,43	7º	5,28	8º	5,28
Austrália	13º	5,21	4º	5,34	9º	5,24
Singapura	8º	5,31	16º	5,06	10º	5,24
Brasil	59º	4,20	49º	4,29	45º	4,35

Fonte: World Economic Forum, Genebra, Suíça, 2009,  
[http://www.weforum.org/pdf/TTCR09/TTCR09\\_FullReport.pdf](http://www.weforum.org/pdf/TTCR09/TTCR09_FullReport.pdf), acessado em 26/02/2010.

O desenvolvimento do Turismo impõe muitos desafios que devem ser enfrentados em âmbito nacional. Neste sentido, o ranking foi desenvolvido para medir os diversos itens identificados como alavancas para melhorar a competitividade nestes países. Baseados na análise detalhada de cada pilar do índice, as empresas e os governos podem abordar os desafios para o crescimento do setor.

## 1.3 TURISMO NO BRASIL

A partir do esforço empreendido pelo governo federal em parceria com a iniciativa privada, da prioridade dada ao setor e da implementação da Política Nacional de Turismo, a atividade vem alcançando números crescentes nos últimos anos. A execução dos programas e ações, aliada à eficiente execução orçamentária, fizeram frente a conjunturas des-

favoráveis, a exemplo da falência da empresa aérea Varig ou dos momentos mais graves da crise financeira internacional, propiciando condições favoráveis de crescimento da atividade. Os resultados, medidos por meio de indicadores diretos e indiretos relacionados à geração de empregos, fluxos turísticos domésticos e entrada de divisas estrangeiras, registram os avanços do setor.

Para tal, contribuiu a implementação do modelo de Gestão Descentralizada e Compartilhada, a estruturação da oferta turística a partir do modelo proposto pelo Programa de Regionalização, a realização de cinco edições do Salão do Turismo, a revisão da legislação turística com a promulgação da Lei do Turismo, a qualificação profissional e o desenvolvimento do novo sistema de cadastramento de prestadores de serviços turísticos. Além disso, o aumento do crédito para o setor, a ampliação das campanhas de incentivo às viagens domésticas, o redirecionamento das estratégias de promoção internacional com destaque para a diversidade natural e cultural do País e, mais recentemente, a captação dos dois principais megaeventos esportivos internacionais – a Copa do Mundo FIFA 2014 e os Jogos Olímpicos de 2016 – representam conquistas significativas.

A seguir, são apresentados os principais resultados do Turismo no Brasil nos últimos anos, com vistas a constituir um painel de referências para as projeções de comportamento da atividade no futuro e para as análises dos diversos aspectos que demandam encaminhamentos e intervenções que propiciarão o alcance dos objetivos estabelecidos.

### 1.3.1 MERCADO DE TRABALHO – GERAÇÃO DE EMPREGO E RENDA

Segundo a OMT<sup>4</sup>, o Turismo é responsável pela geração de 6% a 8% do total de empregos no mundo. Além disto, é uma das atividades econômicas que demanda o menor investimento para a geração de trabalho. Segundo pesquisa da Fundação Instituto de Pesquisa Econômica – FIPE<sup>5</sup>, a hotelaria, um segmento intensivo em mão de obra e com grande participação na atividade turística, demanda cerca de R\$ 16.198,60 do valor de produção da atividade para a geração de uma unidade de emprego. Valor este bem menor do que o demandado por outros setores econômicos, tais como indústria têxtil (R\$ 27.435,20), construção civil (R\$ 28.033,00) e siderurgia (R\$ 68.205,90).

A dimensão econômica do Turismo pode ser avaliada por meio da metodologia de Contas Satélites do Turismo, conforme recomendação da OMT, que delimita os setores da economia relacionados ao setor. Estes setores, denominados Atividades Características do Turismo – ACTs, constituem a base para a avaliação do mercado de trabalho do Turismo, a partir dos dados da Relação Anual de Informações Sociais – RAIS, do Ministério do

<sup>4</sup> A definição das atividades econômicas que compõem o Turismo segue as diretrizes da Organização Mundial do Turismo para a construção da Contas Satélites do Turismo. OMT, 2000

<sup>5</sup> FIPE, Meios de Hospedagem: Estrutura de Consumo e Impactos na Economia, 2006.

Trabalho e Emprego, que registram as ocupações formais no País.

De acordo com metodologia da OMT e os dados da RAIS, o mercado formal de trabalho nas Atividades Características do Turismo – ACTs, no Brasil, passou de 1,71 milhões de pessoas empregadas, em 2002, para 2,27 milhões de pessoas empregadas em 2008<sup>6</sup>, o que representa um crescimento da ordem de 32,70% em seis anos. No ano de 2008, este número correspondeu a 5,76 % do total de empregos formais acumulados no País.

**Gráfico 3.1**  
Estoque de Ocupações Formais nas  
Atividades Características do Turismo – ACTs (em milhões)



\* Dado não disponível na data de elaboração deste documento

Fonte: RAIS/ MTE / Ministério do Turismo

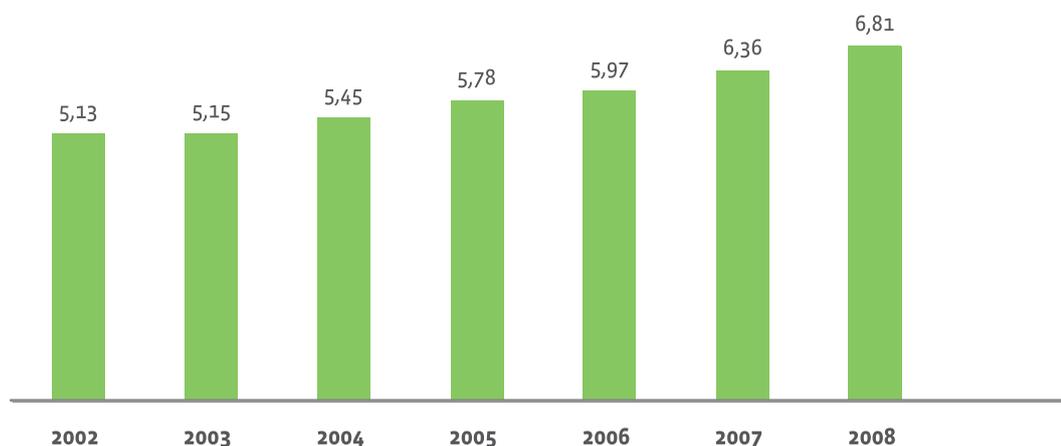
Tomando como referência o número de empregos gerados no mercado formal, pode-se chegar a uma aproximação para o número total de ocupações formais e informais, considerando estudos que indicam uma relação de dois empregos informais para cada emprego formal<sup>7</sup>. O número de ocupações formais e informais nas ACTs refere-se à meta dos Planos Nacionais de Turismo 2003/2007 e 2007/2010, relativa à geração de empregos e ocupações no Turismo. Os números do estoque das ocupações formais e informais do Turismo estão apresentados no gráfico a seguir.

<sup>6</sup> Os dados da RAIS de 2009 não estavam disponíveis no momento da realização deste trabalho.

De acordo com estudo realizado pelo CET/UNB, segundo Pastore (2005), em 1985 havia um emprego formal para cada

<sup>7</sup> 2,7 trabalhadores totais (formal + informal). Em 2002, essa proporção subiu de um emprego formal para três trabalhadores totais.

**Gráfico 3.2**  
**Estoque de Ocupações Formais e Informais nas Atividades**  
**Características do Turismo – ACTs (em milhões)**

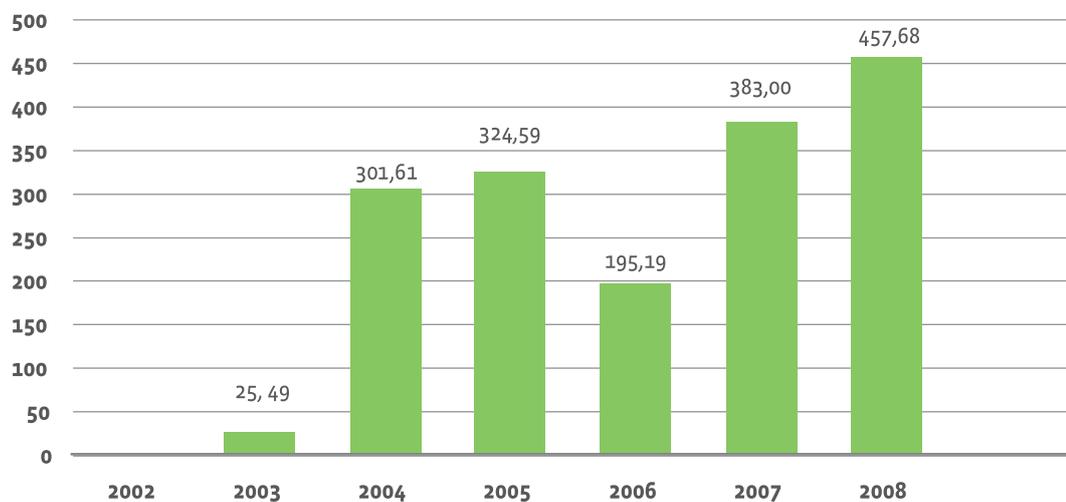


*\* Dado não disponível na data de elaboração deste documento*

*Fonte: RAIS/ MTE / Ministério do Turismo*

A meta do Plano Nacional de Turismo refere-se ao número de ocupações formais e informais geradas em cada ano, conforme os dados apresentados no gráfico a seguir. Observa-se que no ano de 2008 foram geradas 457,41 mil ocupações, formais e informais, nas Atividades Características do Turismo em todo o Brasil.

**Gráfico 3.3**  
**Ocupações Criadas (empregos formais e informais) nas**  
**Atividades Características do Turismo – ACTs (em milhares)**



*\* Dado não disponível na data de elaboração deste documento*

*Fonte: RAIS/ MTE / Ministério do Turismo*

A dimensão do mercado de trabalho do Turismo pode ser aferida, com maior precisão, por meio de estudos que vêm sendo realizados pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA, em parceria com o MTur. Com esses estudos, o Brasil tem se destacado nas discussões internacionais sobre a metodologia das contas satélites. No entanto, sua utilização ainda é limitada, em razão da falta de correspondência com o cálculo empregado em outros países. Por este motivo, o conceito não é adotado para a meta do PNT relativa à geração de ocupação no Turismo. A metodologia internacionalmente adotada, que corresponde aos indicadores apresentados nos Gráficos 3.1, 3.2 e 3.3 acima, identifica o total de pessoas ocupadas nas ACTs, sem levar em consideração o percentual desses trabalhadores que prestam serviços somente a residentes e não a turistas.

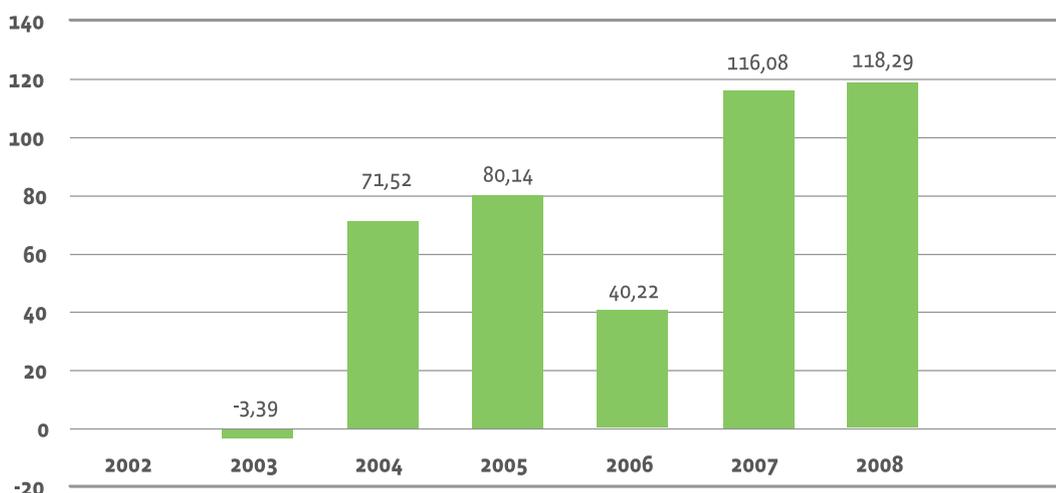
Por meio do referido estudo, a metodologia do IPEA adota o percentual de trabalhadores que atendem exclusivamente a turistas. Por sua especificidade, a metodologia acaba sendo mais precisa para dimensionar a real evolução do setor e a importância socioeconômica da atividade. As ACTs consideradas são Alojamento, Transportes, Alimentação, Agência de Viagem, Aluguel de Transportes, Auxiliar de Transportes, Cultura e Lazer. A distorção é mais evidente nas atividades Alimentação e Cultura e Lazer, nas quais apenas uma pequena parcela do total de ocupados está associada à demanda de turistas.

Os estudos elaborados pelo IPEA, com o apoio do MTur, indicam, também, que a proporção da ocupação formal e informal varia sensivelmente nas ACTs e que, quando consideradas em seu conjunto, cada emprego formal corresponde a 1,3 ocupações informais. Essa relação foi obtida com base nos dados da PNAD de 2008. Em decorrência desta atualização, e maior precisão da relação entre as ocupações formais e informais do Turismo, propõe-se, a partir do ano de 2010, um ajuste no conceito deste indicador utilizado como meta do PNT 2007/2010 e também para as projeções respectivas dos cenários neste trabalho. Assim, a partir deste ano, a relação entre empregos formais e empregos informais passa a ser de 1 para 1,3<sup>8</sup>. Espera-se que esta relação possa ser reduzida nos próximos anos, mas optou-se por mantê-la neste patamar, considerando também que o aumento total de ocupações será equivalente, transferindo empregos informais para formais no decorrer do período.

---

<sup>8</sup> Neste caso, o multiplicador para o número total de empregos e ocupações com base no número de empregos formais é de 2,3 (empregos totais = 1 emprego formal + 1,3 empregos informais)

**Gráfico 3.4**  
Ocupações Criadas (empregos formais e informais) no  
Setor de Turismo / IPEA (em milhares)



\* Dado não disponível na data de elaboração deste documento

Nota: não houve levantamento no ano 2002.

Fonte: IPEA / RAIS MTE / Ministério do Turismo

Uma das carências relacionadas ao mercado de trabalho em Turismo está vinculada à eficiência e à efetividade da qualificação profissional, que tem grande impacto na qualidade dos serviços prestados e na ampliação e valorização das ocupações em Turismo. Essa carência está relacionada à limitação de informações sobre a mão de obra de Turismo no Brasil, tanto no que se refere à demanda, quanto à oferta de qualificação. Neste sentido, o Ministério do Turismo tem como desafio o mapeamento permanente destas informações, de modo a atuar de forma integrada com as instituições que atuam no setor, com foco nas demandas do mercado.

Os poucos dados disponíveis sobre a qualificação profissional em Turismo no Brasil resultam dos registros das ações empreendidas pelo Ministério do Turismo, por meio de parcerias com instituições especializadas e dos cursos oferecidos pelo Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial – SENAC, apresentados nos quadros a seguir. É importante considerar que este número não retrata a totalidade de qualificações realizadas para o Turismo no País, considerando a existência de outras instituições que atuam nesta área, inclusive cursos superiores. Também não estão contabilizados os resultados do Programa Próximo Passo – Plano Setorial de Qualificação – PLANSEQ, realizado pelo Ministério do Trabalho e Emprego com o apoio do MTur, que inclui o setor para a qualificação e preparação para inserção no mercado de trabalho dos beneficiários do Programa Bolsa-Família.

**Tabela 3.1**  
Profissionais qualificados

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Total
MTur	-	38.568*	38.568*	38.568*	15.940	101.632	122.434	355.712
SENAC	105.399	99.559	115.663	140.636	160.539	155.616	174.681	952.093

\* Média calculada para o período 2003-2005

Fonte: Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial – SENAC e Departamento de Qualificação e Certificação e de Produção Associada ao Turismo - Ministério do Turismo

Somados os números dos quadros acima, foram qualificadas pelas duas instituições, ao longo de sete anos, 1.307.805 pessoas, o que corresponde a expressivos 57,61% do total de empregados formais nas Atividades Características do Turismo no País, em 2008. Não obstante o montante e o crescimento do número de profissionais qualificados pelos programas referidos, ainda há muito a avançar frente à carência do setor, em termos da oferta de qualificação objetivamente demandada pelo mercado e adequada às suas condições.

As instituições que atuam na qualificação para o Turismo carecem de um trabalho mais integrado, de modo a potencializar os resultados das suas ações. Os agentes privados também têm uma importância estratégica na efetividade desses resultados, no que se refere à valorização do profissional qualificado e no reconhecimento dessa qualificação como fator de competitividade. É importante destacar ainda que ações implementadas para atenuar a sazonalidade dos fluxos turísticos, como investimentos em centros de convenções, programas promocionais para períodos de baixa ocupação, etc., exercem, indiretamente, impacto positivo na efetividade da qualificação profissional, por permitirem maior fixação da mão de obra.

### 1.3.2 MERCADO INTERNO - FLUXOS TURÍSTICOS DOMÉSTICOS

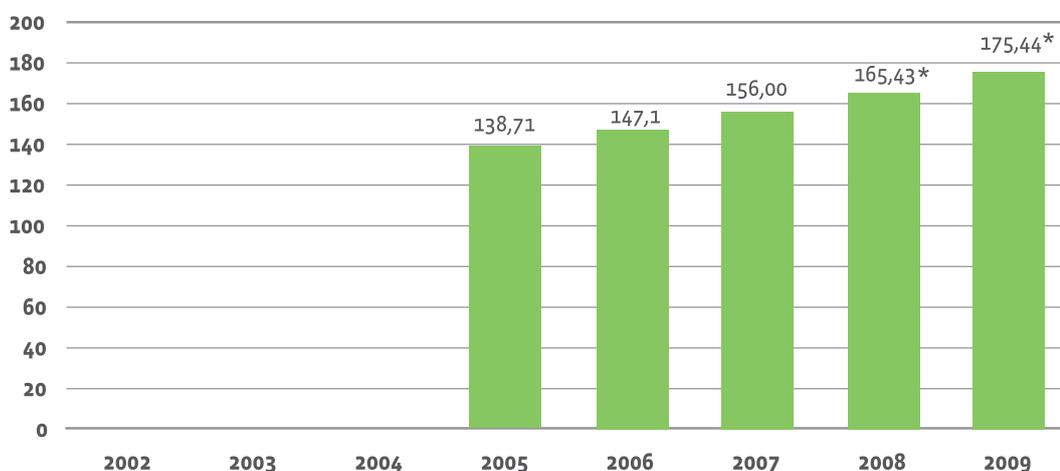
O aumento da renda média e do consumo das famílias e a emergência de uma nova classe média no Brasil constituem uma oportunidade ímpar de fortalecimento deste mercado e de reconhecimento do Turismo como importante fator de desenvolvimento econômico e social. No momento em que novos produtos entram, a cada dia, na pauta de consumo dos brasileiros, as viagens podem e devem ser incluídas neste rol, potencializando o consumo doméstico e aquecendo a economia.

As informações relativas às viagens domésticas são aferidas por meio de pesquisa amostral domiciliar realizada sob encomenda do Ministério do Turismo. As viagens domésticas

referem-se às viagens realizadas pelos brasileiros no País, individualmente ou em grupo, com pelo menos um pernoite no destino, excluindo deste número as viagens rotineiras, assim denominados aqueles deslocamentos realizados mais de dez vezes ao ano para um mesmo destino. Nas viagens domésticas são utilizados diferentes tipos de meios de hospedagem (hotéis, pousadas, resorts, campings, casas de parentes e amigos, etc.), de transportes (avião, automóvel, ônibus, etc.) e por diferentes motivações (lazer, negócios, visita a parentes, etc.).

As viagens domésticas no Brasil vêm crescendo nos últimos anos. Os números apresentam uma expansão de 12,5% de 2005 a 2007, quando foram realizadas em torno de 156 milhões de viagens domésticas<sup>9</sup>. Considerando a taxa de permanência média de 8,5 dias, conforme aferida pela pesquisa amostral domiciliar, foram gerados 1,33 bilhões de pernoites no ano de 2007, em todo o país. Ainda de acordo com a referida pesquisa, o gasto médio por dia realizado pelos turistas foi de R\$58,60 em 2007, o que permite estimar um montante de R\$ 9,14 bilhões mobilizados pelo mercado do Turismo doméstico no Brasil naquele ano.

**Gráfico 3.5**  
Viagens Domésticas Realizadas (em milhões)



\* Estimativas

Nota: Não houve levantamento nos anos de 2002, 2003 e 2004.

Fonte: FIPE DEPES/MTur

A grande maioria dos turistas se utiliza de casas de parentes e amigos nos locais visitados (56,3%). No que se refere aos meios de hospedagem, a utilização de serviços turísticos (hotéis, pousadas, campings e resorts) correspondem a 30,8% do total de viagens realizadas. Quanto aos meios de transportes utilizados, do total de viagens domésticas realizadas, 45,1% foram feitas em veículos particulares, 11,3% em avião, e 30,4% em ônibus.

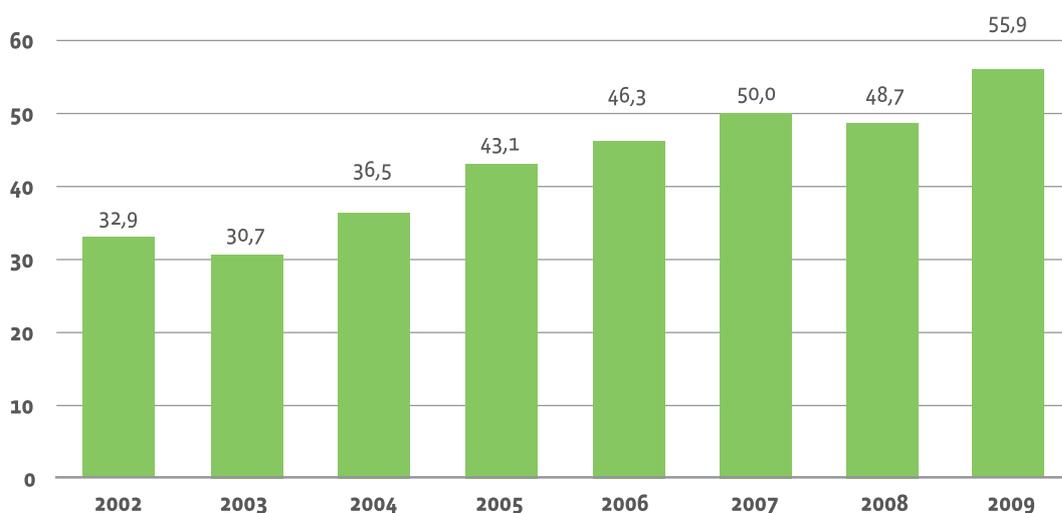
<sup>9</sup>Nos domicílios com rendimento superior a 1 salário mínimo.

Uma importante informação sobre o mercado interno refere-se à predominância dos deslocamentos realizados no interior dos próprios Estados em quase todas as Unidades da Federação, à exceção do Distrito Federal, Espírito Santo, Goiás e Mato Grosso do Sul. Este percentual de fluxos intraestaduais varia de 29,8% em Tocantins a 87,4% no Rio Grande do Sul. No que se refere aos fluxos interestaduais, São Paulo é o estado que mais recebe turistas (27,2% do total de todo o País). Também é o maior emissor de turistas domésticos para outros estados (30,4% do total de todo o País).

Além das viagens domésticas, é realizado no Brasil um grande número de viagens rotineiras, assim definidas aquelas com uma frequência superior a 10 viagens por ano para um mesmo destino. Em 2007, foram realizadas 146,2 milhões de viagens rotineiras em todo o País<sup>10</sup>. Somadas às viagens domésticas, este número chega a um total de 302,2 milhões de viagens realizadas por brasileiros pelo País, em 2007.

Um indicador importante sobre os fluxos no mercado interno do Turismo refere-se aos desembarques em voos nacionais, dado aferido de acordo com os registros regulares da Infraero. Em 2009, o desembarque de passageiros de voos nacionais foi de 55,85 milhões, 14,68% acima do verificado no ano anterior, quando o número de passageiros desembarcados foi de 48,7 milhões. O crescimento dos desembarques domésticos entre 2002 e 2009 foi da ordem de 70%, traduzindo o excelente desempenho do setor da aviação civil no mercado interno.

**Gráfico 3.6**  
Desembarques Nacionais (em milhões)



Fonte: Infraero

<sup>10</sup>Nos domicílios com rendimento superior a 1 salário mínimo.

<sup>11</sup>A metodologia do Yield Tarifa considera a distância entre a origem e o destino em quilômetros, independente das escalas e conexões, e a receita obtida pela empresa decorrente de tarifas públicas de passageiros, excluindo as tarifas corporativas, tarifas de fretamento e assentos oferecidos gratuitamente ou com desconto diferenciado

O desempenho do setor aéreo no mercado doméstico foi influenciado pela queda no preço dos bilhetes aéreos, o que propiciou a popularização deste meio de transporte nos últimos anos no Brasil. Pelo Yield Tarifa<sup>11</sup>, que corresponde ao valor médio que cada passageiro paga por quilômetro voado nas companhias aéreas nacionais, em valores atualizados pelo IPCA, observa-se uma significativa redução, ainda que se considere que esta também poderia ser resultado de uma maior quilometragem voada. Quando considerado o preço médio do bilhete aéreo, observa-se uma redução, entre os anos de 2002 a 2009, da ordem de 25,55%, conforme mostra o quadro a seguir.

**Gráfico 3.7**  
Preço Médio do Bilhete Aéreo – Yield Tarifa (R\$)



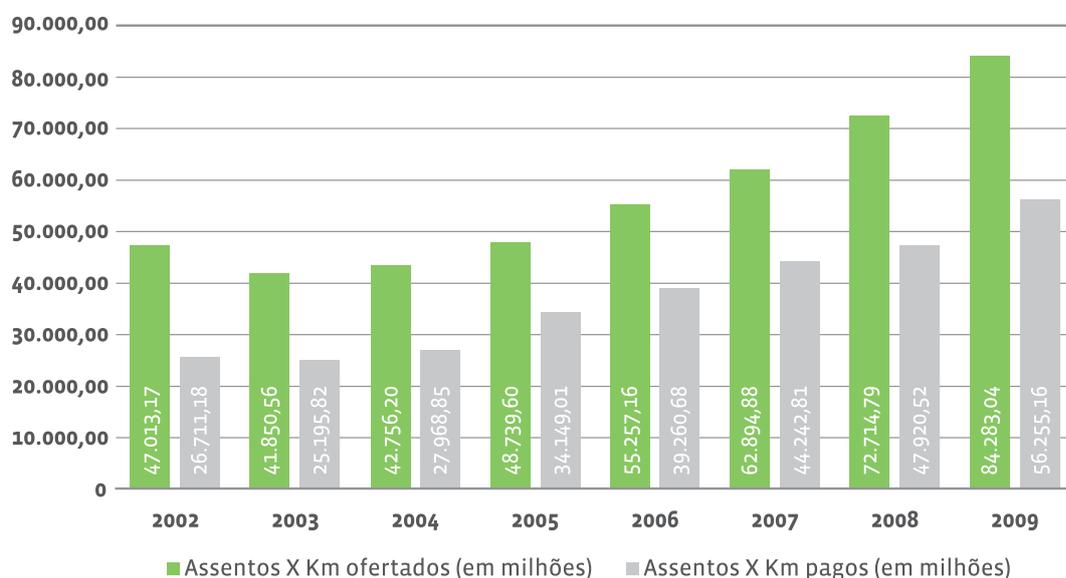
Fonte: [www.anac.gov.br](http://www.anac.gov.br), Acessado em 11/02/2010

Outro indicador relativo ao mercado doméstico de viagens refere-se ao número de assentos-quilômetros oferecidos e assentos-quilômetros pagos<sup>12</sup>, de acordo com os dados que são disponibilizados nos Anuários Estatísticos da Agência Nacional da Aviação Civil – Anac. Essas variáveis representam, em linhas gerais, a oferta e a demanda por transporte aéreo de passageiros no país. Comparado a 2008, em 2009 houve um crescimento de 15,9% no número de assentos oferecidos por quilômetro e de 17,39% no número de assentos pagos.

Entre 2003 e 2009, houve um crescimento superior a 100% nos assentos-quilômetros pagos no tráfego, o que reflete o bom desempenho do setor no período. Ainda de acordo com os números apresentados, não houve redução significativa na oferta de assentos entre 2005 e 2006, o que revela que a saída da Varig em 2005 pouco impactou o mercado doméstico, sendo a oferta substituída pelas demais empresas aéreas brasileiras.

<sup>12</sup>O número de assentos ofertados refere-se à soma dos produtos obtidos ao multiplicar-se o número de assentos disponíveis em cada etapa de voo pela distância da etapa. Essa variável é conhecida internacionalmente pela sigla ASK, do inglês Available Seat Kilometer. O número de assentos-quilômetro pagos refere-se à soma dos produtos obtidos ao multiplicar-se a quantidade de passageiros pagantes transportados em cada etapa de voo pela distância em quilômetros da etapa. Os dados apresentados se referem às operações de transporte aéreo, regulares e não regulares, realizadas pelas empresas brasileiras. Dados retirados do Anuário do Transporte Aéreo 2008 - ANAC.

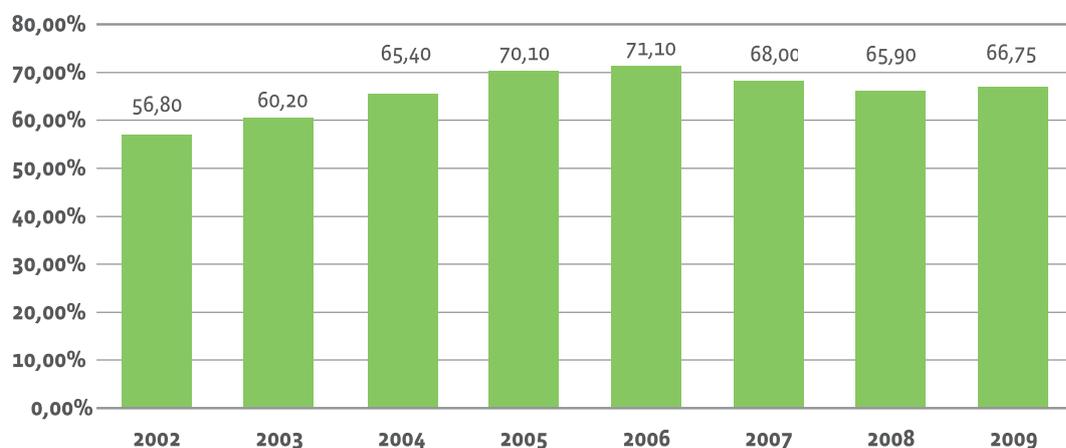
**Gráfico 3.8**  
Assentos-quilômetros Ofertados e Assentos-quilômetros Pagos



Fonte: Anuário do Transporte Aéreo 2008 – Dados Estatísticos, [www.anac.gov.br](http://www.anac.gov.br) em 08/02/2010.

A relação entre os assentos-quilômetros ofertados e os assentos-quilômetros pagos traduz uma ocupação média das aeronaves. No tráfego doméstico, o aproveitamento teve um aumento de 2002 até 2006, passando de 56,80% para 71,1%, porém, diminuiu a partir de 2007 para 68,0%. Em 2008, reduziu para 65,9%, esboçando leve recuperação em 2009, com 66,75%. Esta taxa média de ocupação indica um mercado interno aquecido para o transporte aéreo no País.

**Gráfico 3.9**  
Aproveitamento dos Assentos/Quilômetro Oferecidos / Vôos Domésticos (%)



Fonte: Anuário do Transporte Aéreo 2008

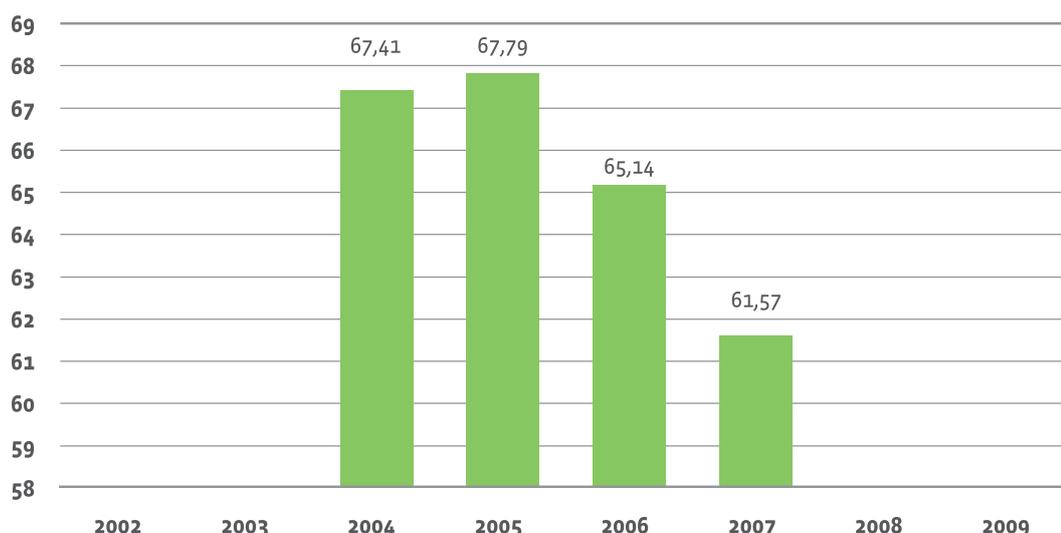
Dados Estatísticos, extraído do site [www.anac.gov.br](http://www.anac.gov.br) em 08/02/2010.

Outro indicador importante relativo aos fluxos de turistas domésticos refere-se aos transportes rodoviários coletivos regulares. O transporte rodoviário de passageiros, no Brasil é responsável por uma movimentação superior a 140 milhões de usuários/ano, segundo a Agência Nacional de Transportes Terrestres – ANTT. O grau de importância desse serviço pode ser medido quando se observa que o transporte rodoviário por ônibus é a principal modalidade na movimentação coletiva de usuários nas viagens de âmbito interestadual. Sua participação na economia brasileira é expressiva, com um faturamento anual superior a R\$ 2,5 bilhões, e utiliza 13.400 ônibus, conforme informado no Anuário Estatístico da ANTT. No entanto, o transporte rodoviário vem perdendo mercado.

O Plano Nacional de Turismo 2007-2010 adota como indicador, relacionado à meta de viagens domésticas, os desembarques de passageiros para percursos acima de 75 km, considerada uma distância que, em média, implica em pernoite no local visitado, enquadrando deste modo o passageiro como turista. Em 2007, último ano com informação disponibilizada pelo Anuário da ANTT, o número total de desembarques na categoria analisada foi de 61,57 milhões de passageiros, dando continuidade a uma queda que acumula uma perda de 13% desde 2002.

O gráfico a seguir apresenta os números de desembarques de passageiros em transportes rodoviários desta categoria.

**Gráfico 3.10**  
Passageiros Desembarcados em Transporte Rodoviário Coletivo  
Acima de 75 km (em milhões)



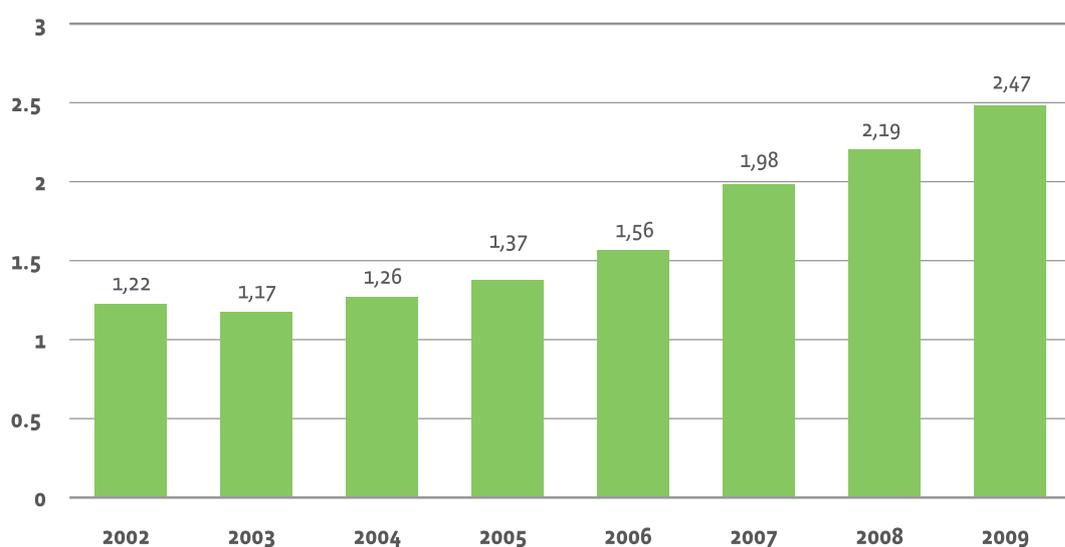
*Nota: Não houve levantamento nos anos 2002, 2003. Os dados de 2008 e 2009 ainda não estavam disponíveis.*

*Fonte: Anuário Estatístico 2008 (Ano Base 2007) - ANTT*

Em relação ao transporte turístico, o setor opera hoje com uma demanda que corresponde a 20% da demanda registrada em 1985, de acordo com estudo realizado pela Câmara Brasileira de Turismo da Confederação Nacional de Comércio. Estes dados sinalizam para a necessidade de especial atenção a este segmento dos transportes, que representam uma importante alternativa para as viagens domésticas, particularmente para as curtas distâncias e as viagens de mais baixo custo que, além de constituírem uma parcela importante do mercado de consumo, apresentam um grande potencial de crescimento com a entrada de novos grupos de consumidores no Turismo.

No que se refere ao uso do transporte individual, de acordo com os dados da Associação Nacional de Fabricantes de Veículos Automotores – Anfavea, apresentados no gráfico abaixo, o licenciamento de veículos individuais cresceu 80% entre os anos de 2002 e 2008. O aumento da frota de veículos individuais contribui para o crescimento dos fluxos turísticos no mercado interno, particularmente para os deslocamentos curtos e as viagens rotineiras. Este dado revela um potencial de expansão das viagens domésticas por duas vias: pela maior mobilidade dos brasileiros, particularmente no que se refere às viagens de curta distância, e pelo aumento de consumo da população, que abre novos nichos de mercado para o Turismo interno.

**Gráfico 3.11**  
Veículos Licenciados – Automóveis (em milhões)

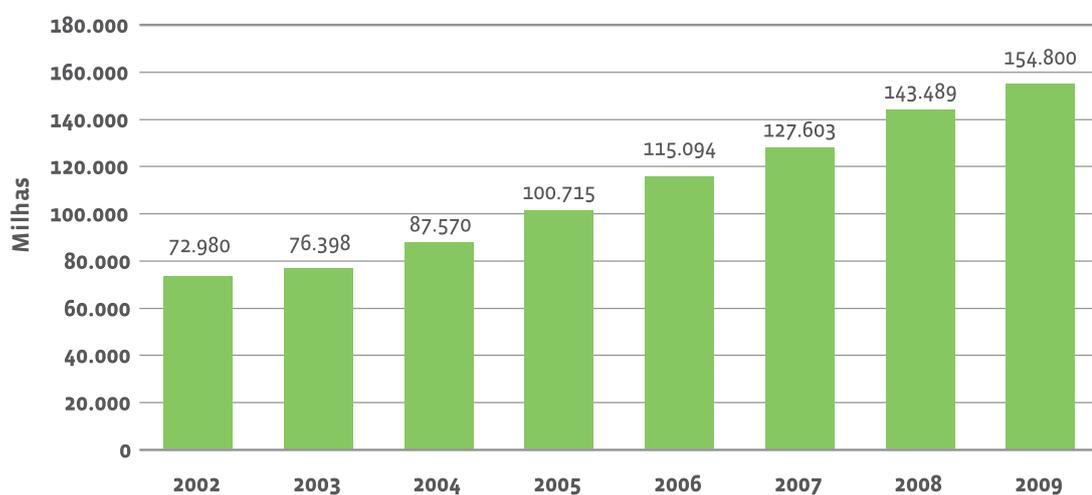


Fonte: Anuário da Indústria Automobilística Brasileira edição 2009 – ANFAVEA.

Os dados relativos ao crescimento dos desembarques domésticos já apresentados e os dados do gráfico acima, relativos aos licenciamentos de veículos particulares (automóveis), explicam, em parte, a perda de posição dos transportes coletivos rodoviários de passagei-

ros, um comportamento divergente ao crescimento do Turismo no País nos últimos anos. Outro indicador relacionado aos fluxos turísticos domésticos refere-se ao número de veículos alugados por turistas no país. Este número é aferido com base nos registros da Associação Brasileira de Locadoras de Automóveis, que apura a parcela do perfil do mercado de Turismo na frota do setor de locação de automóveis ( $n^{\circ}$  total da frota  $\times$  (% turismo de lazer + % turismo de negócios)). Desde o ano de 2002 até 2008, observa-se o crescimento desse indicador em torno de 96,61%. Em 2008, houve um aumento de 12,44% no número de veículos alugados para turistas, quando comparado ao ano anterior, conforme gráfico a seguir.

**Gráfico 3.12**  
Veículos Locados para Turismo (unidade)

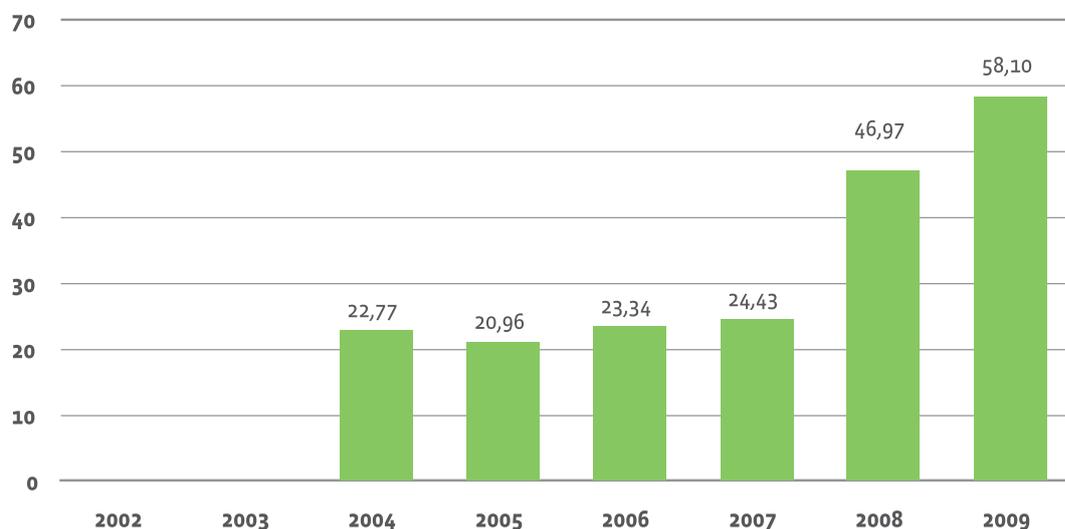


Fonte: Anuário da Associação Brasileira das Locadoras de Automóveis – 2009.

É importante destacar que, à exceção dos números relativos ao transporte coletivo rodoviário de passageiros, todos os demais indicadores relacionados aos fluxos de turistas domésticos (viagens domésticas, desembarques aéreos, assentos ofertados e pagos, veículos licenciados e veículos locados para turismo) apresentam um excelente desempenho. As viagens domésticas cresceram em torno de 12,5% entre 2005 e 2007, e os demais indicadores relacionados aos fluxos domésticos apontam para um crescimento igual ou superior a 10% ao ano, entre 2002 e 2008.

Uma informação relacionada aos fluxos turísticos domésticos refere-se aos investimentos realizados anualmente pelo Ministério do Turismo em promoção interna. Estes recursos aumentaram 155,94%, nos últimos cinco anos, atingindo a cifra de R\$ 58 milhões, em 2009.

**Gráfico 3.13**  
Investimento em Promoção Interna (milhões R\$)



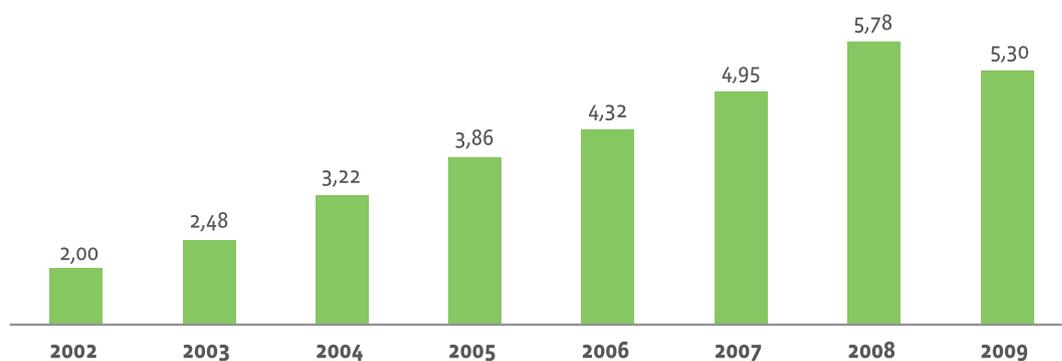
*Nota: Não houve levantamento nos anos 2002 e 2003.*

*Fonte: SIAFI/STN*

### 1.3.3 MERCADO EXTERNO – ENTRADA DE DIVISAS ESTRANGEIRAS

O resultado da receita cambial turística nos últimos anos aponta para o fortalecimento da atividade no mercado internacional. De acordo com os dados do Banco Central, em 2009 o Brasil registrou uma receita cambial turística de US\$ 5,30 bilhões. Apesar de inferior ao máximo histórico registrado em 2008, esse valor representa um crescimento de 165% se comparado ao ano de 2002 (US\$ 2 bilhões). No mesmo período, o crescimento da receita turística mundial foi de 66%.

**Gráfico 3.14**  
Receita Cambial Turística (Bilhões US\$)

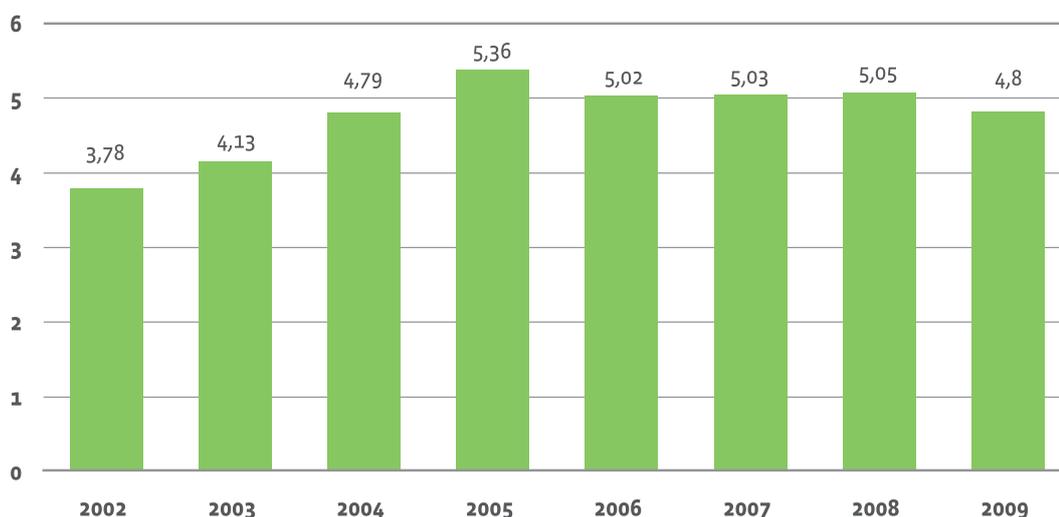


*Fonte: Banco Central do Brasil.*

Mesmo com o crescimento da receita, o saldo apresenta, desde 2005, um déficit crescente, em função da estabilidade econômica e da valorização do real em relação ao dólar, o que motivou muitos brasileiros a realizar viagens ao exterior. O saldo cambial líquido do Turismo, que apresentou resultados positivos em 2003 e 2004, após mais de 10 anos com saldos negativos, apresentou deficit de US\$ 5,59 bilhões, em 2009.

A geração de divisas pelo Turismo está diretamente relacionada à entrada de turistas estrangeiros no País, bem como a sua permanência e aos gastos realizados. Esta chegada de turistas estrangeiros, depois de apresentar um crescimento superior a 40% entre os anos de 2003 e 2005, chegando a 5,36 milhões, apresenta uma tendência à estabilização, com números pouco superiores a 5 milhões desde então. Sobre esse resultado, não de ser considerados os impactos causados pelo encerramento das operações da companhia aérea Varig, pela pandemia de Influenza A (H1N1) e pela crise financeira Internacional, que mesmo tendo seus efeitos atenuados em função das medidas anticíclicas, adotadas pelo governo federal, afetou consideravelmente importantes mercados emissores internacionais para o Brasil. Tomando o ano de 2002 como referência, o crescimento até 2008 foi da ordem de 33,6%. No mesmo período, o crescimento do Turismo internacional no mundo foi da ordem de 31,0%.

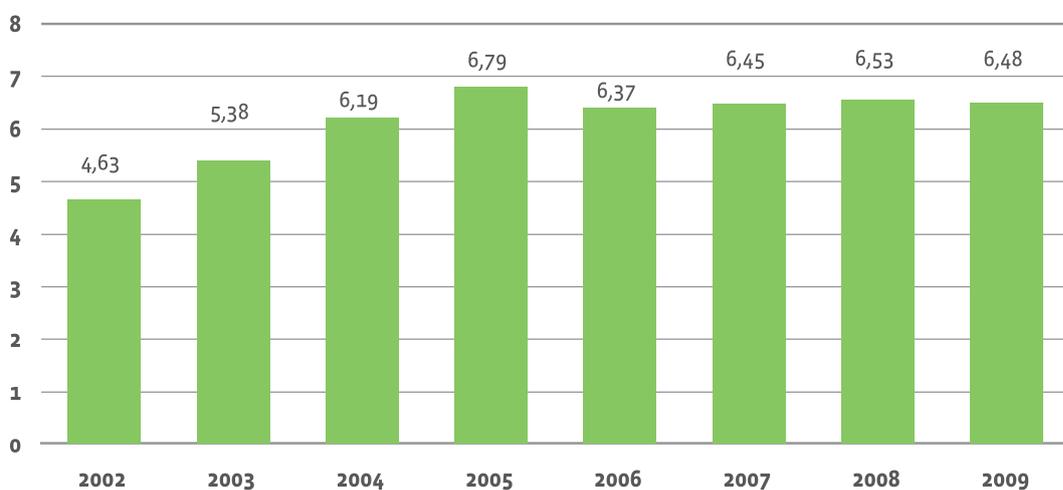
**Gráfico 3.15**  
Chegada de Turistas no Brasil (em milhões)



Fonte: Departamento de Polícia Federal / MTur

Dos turistas estrangeiros que o Brasil recebeu em 2008, 73% chegaram ao país por via aérea. O País registrou cerca de 6,48 milhões de passageiros desembarcados de voos internacionais em 2009. Esses números têm mantido, assim como a entrada de turistas estrangeiros, certa estabilidade desde 2004. Se considerada a série de 2002 a 2009, o crescimento é de 39,95% no período. O ano de 2009 registrou uma pequena queda, inferior a 1%, em relação a 2008. É importante esclarecer que estes desembarques internacionais incluem, além dos turistas estrangeiros, também brasileiros voltando do exterior.

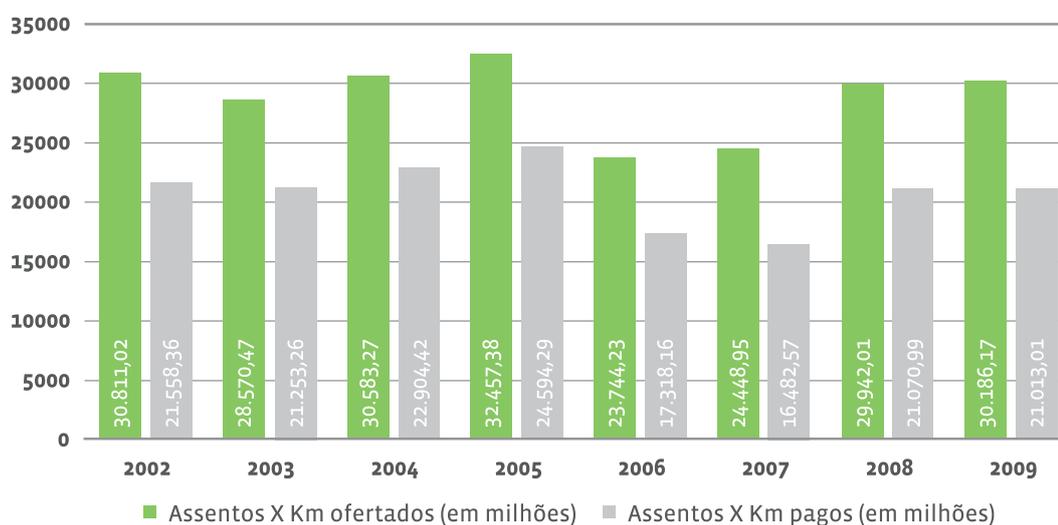
**Gráfico 3.16**  
Desembarques Internacionais (em milhões)



Fonte: Infraero

Outro indicador relativo ao mercado internacional do Turismo refere-se ao número de assentos-quilômetros oferecidos e assentos-quilômetros pagos, relativos às operações internacionais de empresas aéreas brasileiras, de acordo com os dados disponibilizados nos Anuários Estatísticos da Anac, apresentados no gráfico a seguir.

**Gráfico 3.17**  
Evolução do Tráfego Aéreo Internacional / 2002 a 2008



Fonte: Anuário do Transporte Aéreo 2008

Dados Estatísticos, extraído do site [www.anac.gov.br](http://www.anac.gov.br) em 08/02/2010.

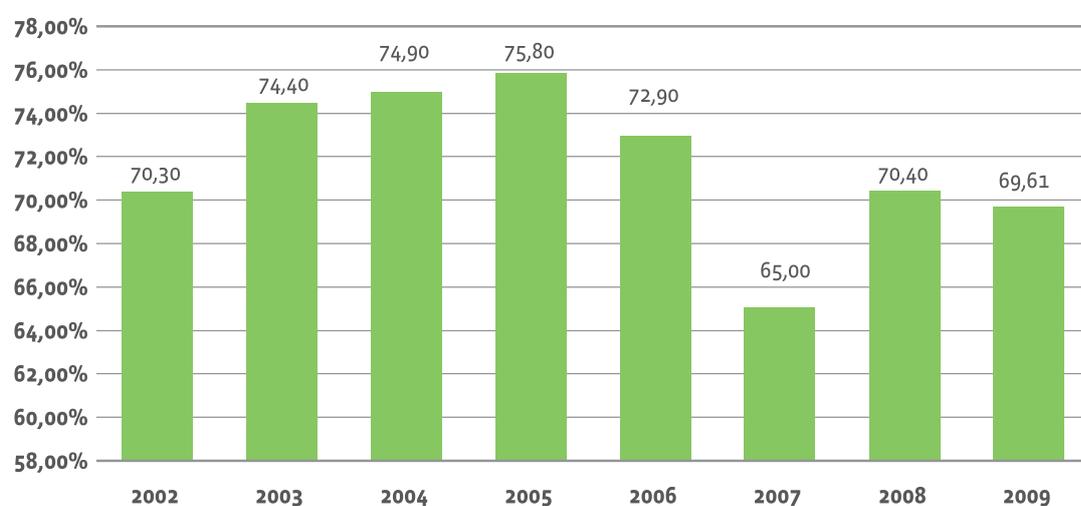
No mercado internacional, analisando apenas as empresas brasileiras, houve variação no número de assentos-quilômetros oferecidos ao longo dos anos. Em 2006, influenciado pela saída de operação da Varig, houve uma diminuição expressiva da ordem de 36,70% no número de assentos-quilômetros ofertados. Este patamar se manteve baixo também durante o ano de 2007. Entretanto, após esse período, houve aumento gradativo do número de assentos oferecidos. É importante destacar, no entanto, que mesmo com a recuperação gradativa, em 2009 ainda não havia sido recuperada a oferta disponível em 2005, não obstante a tendência de recuperação no início de 2010. Considerando a expansão da economia brasileira e mundial no período, o aumento do emissivo internacional brasileiro e da demanda internacional, evidencia-se a limitação importante representada pela oferta aérea no desenvolvimento do receptivo internacional brasileiro no período.

Por outro lado, o Brasil possui hoje mais frequências semanais com destinos internacionais. Segundo dados da Anac, em 2003 eram 563 frequências semanais regulares para 26 países. Em 2009, este número cresceu para 933 vôos semanais para 30 países. Embora a oferta de assentos disponíveis em 2006 não tenha sido recuperada, aumentou o número de companhias aéreas internacionais no mercado brasileiro, o que possibilitou o aumento da conectividade do país.

A ocupação média das aeronaves brasileiras em voos internacionais pode ser obtida pela relação entre os assentos-quilômetros ofertados e os assentos quilômetros- pagos. No

período que vai de 2002 a 2009, esta ocupação, de acordo com o gráfico a seguir, oscilou de 75,8% em 2005 a 65,0% em 2007. Os anos de 2008 e 2009 apontam para uma melhora nesta ocupação, girando em torno do patamar de 70,0%. A exceção de 2007, nos demais anos o setor apresenta um desempenho operacional melhor do que o mercado doméstico, com uma taxa de ocupação bastante competitiva.

**Gráfico 3.18**  
Aproveitamento dos Assentos-Quilômetros Oferecidos – Internacionais (%)



Fonte: Anuário do Transporte Aéreo 2008 – Dados Estatísticos, extraído do site [www.anac.gov.br](http://www.anac.gov.br) em 08/02/2010.

Um fator que influencia positivamente e sinaliza para a expansão do mercado internacional do Turismo no Brasil refere-se à realização de eventos internacionais no País. Nos últimos anos, o Brasil galgou posições no ranking da International Congress and Convention Association – ICCA relativo aos maiores captadores de eventos no mundo. O País passou da 19ª posição em 2003 para a 7ª posição. Em 2009, foram realizados 293 eventos internacionais. Além deste crescimento no número de eventos captados, é importante destacar que, a cada ano, um número maior de cidades brasileiras se insere no rol de hospedeiras de eventos internacionais, indicando uma desconcentração na oferta de destinos qualificados para o turismo de negócios. O ápice desse processo de captação de eventos internacionais se deu com a Copa do Mundo de 2014 e a Olimpíada de 2016, além de eventos conexos, que colocam o País em destaque no cenário mundial e abrem grandes perspectivas para o desenvolvimento do Turismo brasileiro.

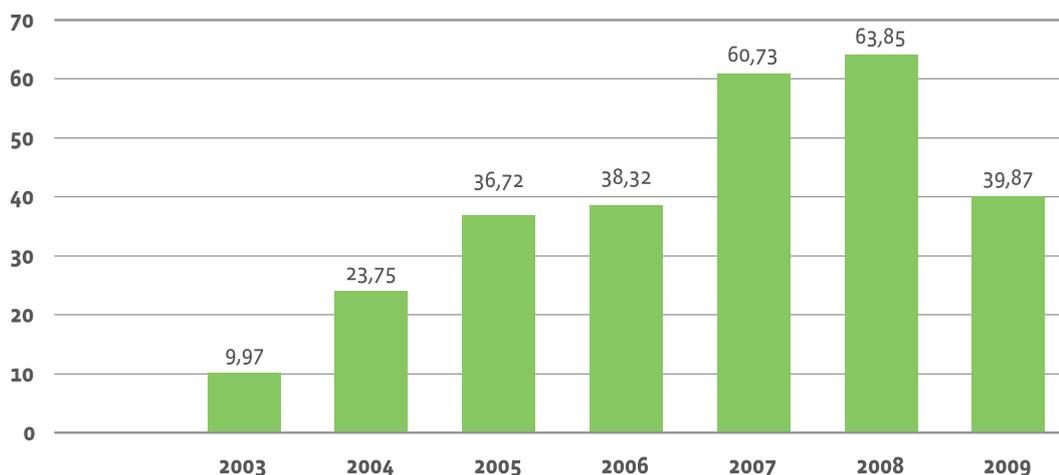
**Tabela 3.3**  
 Ranking ICCA 2009 / Número de Eventos Internacionais

Ranking ICCA 2009 - Países		
Ranking	País	Nº de eventos
1º	EUA	595
2º	Alemanha	458
3º	Espanha	360
4º	Itália	350
5º	Reino Unido	345
6º	França	341
7º	Brasil	293
8º	Japão	257
9º	China	245
10º	Áustria	236

Fonte: ICCA, Relatório Estatístico 2009.

Também pode ser observado, o crescimento nos investimentos em promoção externa, que visaram reposicionar a imagem do destino turístico Brasil no mercado internacional, a partir das diretrizes do plano de marketing internacional – Plano Aquarela – e do esforço de inserir o Brasil dentre os maiores destinos de realização de eventos internacionais. Em 2009, foram investidos US\$ 39,87 milhões em promoção externa do Turismo brasileiro, uma retração se comparado aos anos anteriores. Esta retração ocorreu em função do maior contingenciamento de recursos orçamentários, uma consequência da crise financeira internacional. O orçamento do ano de 2010 reverte essa queda e sinaliza com a disponibilidade recorde de US\$ 98 milhões.

**Gráfico 3.19**  
 Investimentos em Promoção Externa (Milhões US\$)



Fonte: SIAFI/STN / Embratur

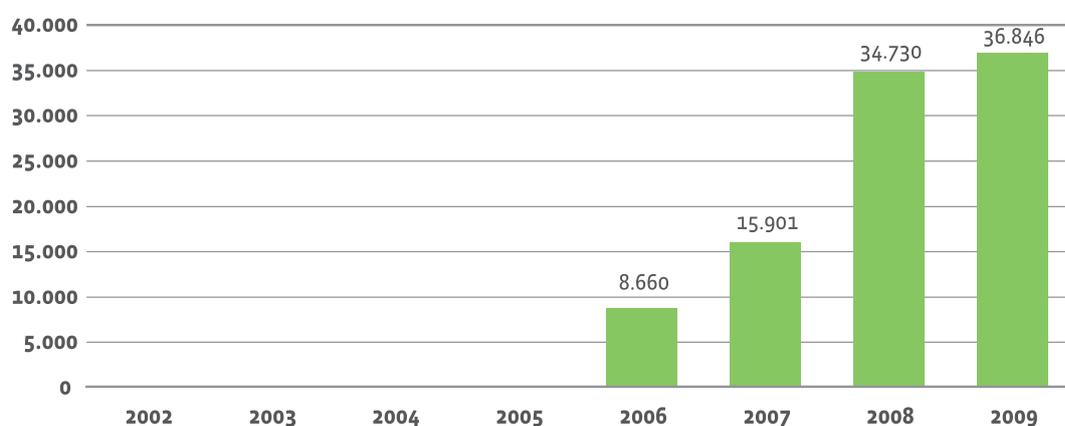
### 1.3.4 PRESTADORES DE SERVIÇOS TURÍSTICOS

A prestação de serviços turísticos no Brasil se desenvolveu de maneira informal em decorrência das dificuldades burocráticas inerentes ao processo de formalização empresarial. Com uma grande parcela destes prestadores de serviços composta por organizações familiares e de pequeno porte, o Turismo brasileiro ainda é uma atividade que opera com grande participação do mercado informal. Um objetivo permanente, como parte do processo de qualificação desses serviços, é a atração de um número cada vez maior desses agentes turísticos para a formalidade. A análise do processo de formalização pode auxiliar no diagnóstico das dificuldades da atividade e contribuir para a proposição de ações que atuem no enfrentamento deste gargalo.

Em face das limitações de informações sistematizadas sobre o mercado turístico no Brasil, buscou-se trabalhar com os dados de registros do Sistema de Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos – Cadastur, do Ministério do Turismo, além dos registros da Relação Anual de Informações Sociais – Rais, do Ministério do Trabalho e Emprego relativos a hotéis e agências de viagem. Estes registros traduzem uma expansão e maior formalização da atividade nos últimos anos. O cadastro no Ministério do Turismo se tornou obrigatório com a aprovação da Lei do Turismo, Lei nº 11.771/08, constituindo-se num forte indutor ao processo de formalização.

Os números retratam a quantidade de cadastros em situação regular no Cadastur no encerramento de cada ano. São regulares aqueles em situações de cadastro “inicial”, “renovação” e “análise de alteração”. Em 2009, existiam 36.846 prestadores de serviços cadastrados em situação regular, o que representa um aumento de 6,1% comparado a 2008.

**Gráfico 3.20**  
Prestadores de Serviços Turísticos cadastrados (unidade)

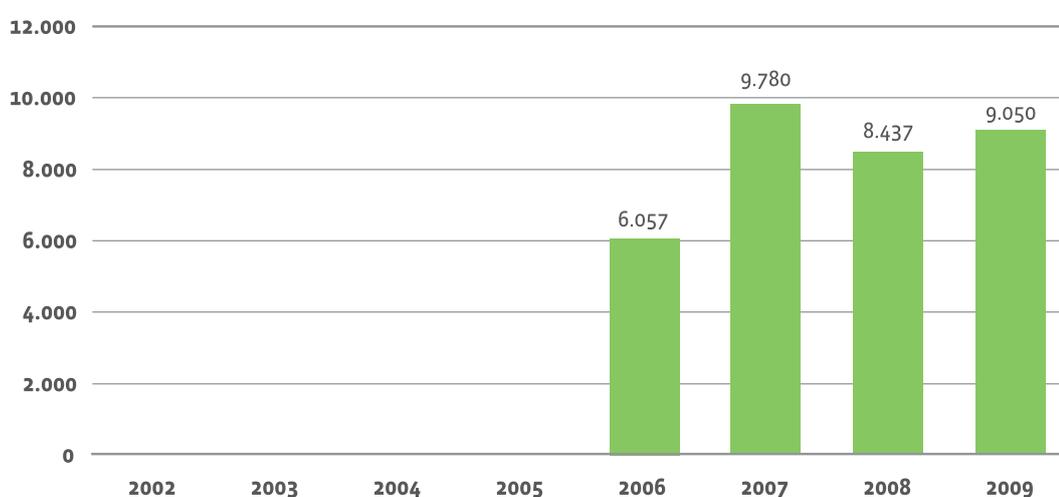


*Nota: O CADASTUR foi criado em 2006.*

*Fonte: Ministério do Turismo – CADASTUR*

Uma informação relevante sobre o processo de formalização da atividade refere-se ao número de novos cadastros regulares dos prestadores de serviços turísticos por ano, ou seja, cadastros oriundos somente da situação “cadastro inicial”. Conforme observa-se no gráfico a seguir, em média oito mil novos cadastros a cada ano são somados ao Sistema<sup>13</sup>.

**Gráfico 3.21**  
Novos Cadastros de Prestadores de Serviços Turísticos (unidade)



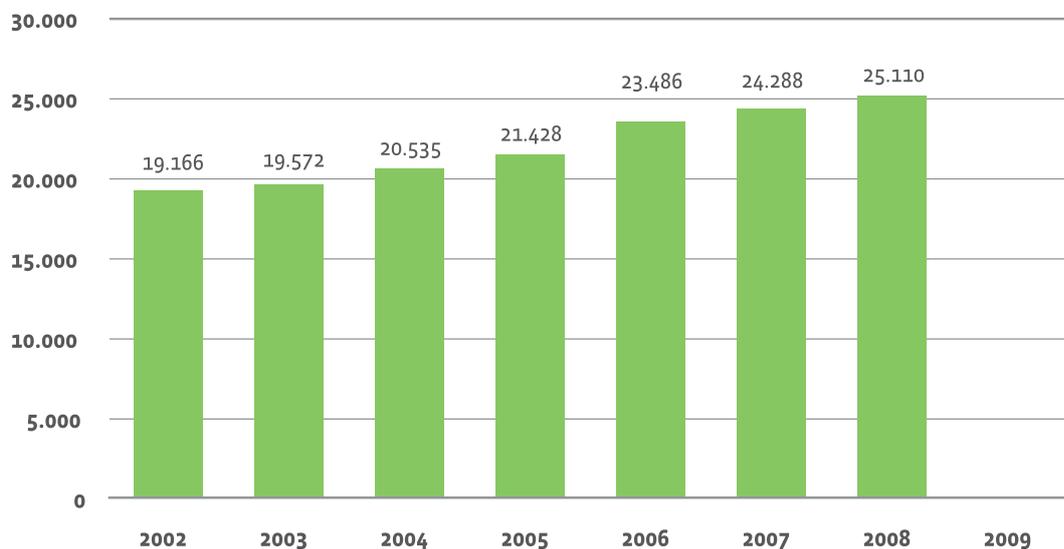
*Nota: O CADASTUR foi criado em 2006.*

*Fonte: Ministério do Turismo - CADASTUR*

O universo de registros da Rais abrange todas as atividades regulares, tendo, neste sentido, uma cobertura maior que o Cadastur. Na sequência, são apresentados os registros da Rais relativos a duas importantes categorias de prestadores de serviços que atendem predominantemente a turistas: alojamentos e agentes de viagem. A partir dos registros da Rais (grupo 551 da CNAE), é possível observar, como mostra o quadro a seguir, um contínuo aumento do número de estabelecimentos hoteleiros e outros tipos de alojamentos temporários formalizados no Brasil. No período de 2002 a 2008, o crescimento foi de 31,01%.

<sup>13</sup> Os prestadores que se tornaram regulares nos anos anteriores podem ou não estar em situação regular. Os valores mostram apenas os novos cadastros iniciais que se tornaram regulares a cada ano.

**Gráfico 3.22**  
Estabelecimentos Hoteleiros e outros tipos de Alojamento Temporário (unidade)

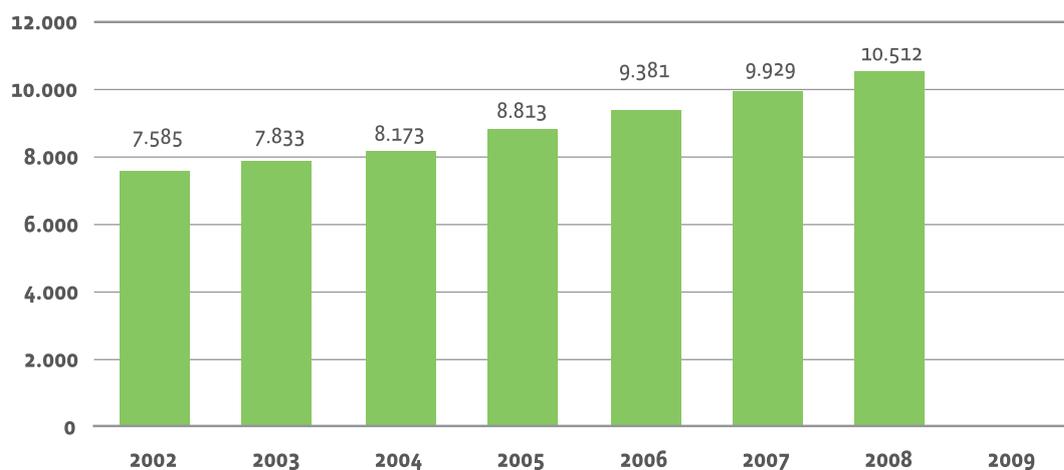


\* Dado não disponível na data de elaboração deste documento.

Fonte: RAIS / MTE

As agências de viagem formam um enorme contingente de micro e pequenas empresas que, segundo o Sebrae, movimentam mais de R\$ 60 bilhões por ano no Brasil. De 2003 a 2008, foram criadas 2.927 agências de viagem em todo o País, de acordo com os dados da Rais.

**Gráfico 3.23**  
Agências de Viagem e Operadores de Turismo (unidade)



\* Dado não disponível na data de elaboração deste documento.

Fonte: RAIS / MTE

A formalização das atividades é um caminho eficiente para se avançar no processo de qualificação dos serviços turísticos. Isso pode ser estimulado, não só por meio de campanhas de sensibilização junto aos agentes turísticos, mas também por meio de ações de incentivo relacionadas à simplificação dos procedimentos normativos e regulamentares, para os quais são particularmente sensíveis as pequenas e médias empresas, que predominam no universo de prestadores de serviços turísticos no País.

### 1.3.5 RESULTADOS REGISTRADOS PELA INICIATIVA PRIVADA

Os estudos realizados junto à iniciativa privada confirmam que o setor de Turismo no Brasil começa a atingir a maturidade econômica, com a ampliação da participação no mercado internacional e um crescimento setorial acima das taxas de crescimento geral da economia.

As empresas relacionadas ao Turismo vêm, de modo geral, registrando desempenho satisfatório nos últimos anos. Estes resultados, apresentados a seguir, revelam que, para estes ramos e para o universo que eles representam, a atividade turística no País vem se fortalecendo e se consolidando como um importante segmento gerador de negócios e de empregos diretos e indiretos.

**Tabela 3.4**  
Faturamento da iniciativa privada (% em relação ao ano anterior)

Faturamento da iniciativa privada (% em relação ao ano anterior)						
CATEGORIA/ANO	2004	2005	2006	2007	2008	2009
AGÊNCIA DE VIAGENS	20,1	2,8	17,7	-1,8	25,6	-4,7
MEIOS DE HOSPEDAGEM	17,5	23,5	12,0	12,9	19,9	2,9
OPERADORAS	47,0	17,3	18,5	18,1	47,1	2,9
FEIRAS E EVENTOS	5,7	13,9	27,3	19,5	13,5	11,8
LOCADORAS DE AUTOMÓVEIS	23,3	33,0	42,9	24,1	47,0	1,7
COMPANHIAS AÉREAS	-	21,5	22,8	22,8	30,1	1,2
TRANSPORTES RODOVIÁRIOS	-	-	-	2,0	12,6	2,6
TURISMO RECEPTIVO	13,5	15,0	-4,2	22,1	13,3	-29,4

Fonte: FGV / MTur

**Tabela 3.5**  
Postos de trabalho criados na iniciativa privada (% em relação ao ano anterior)

Postos de trabalho criados na iniciativa privada (% em relação ao ano anterior)						
CATEGORIA/ANO	2004	2005	2006	2007	2008	2009
AGÊNCIA DE VIAGENS	6,1	5,6	13,1	4,4	7,4	-1,6
MEIOS DE HOSPEDAGEM	11,6	10,3	6,7	2,5	3,9	-2,7
OPERADORAS	28,5	21,4	10,7	10,8	14,2	12,3
FEIRAS E EVENTOS	7,0	-1,0	19,6	-1,0	9,2	7,4
LOCADORAS DE AUTOMÓVEIS	9,3	21,0	19,8	15,4	22,7	1,7
COMPANHIAS AÉREAS	-	16,4	34,9	59,3	15,9	17,9
TRANSPORTES RODOVIÁRIOS	-	-	-	0,4	3,5	-0,2
TURISMO RECEPTIVO	9,2	7,1	2,8	-4,3	2,9	-24,1

Fonte: FGV / MTur

A Pesquisa Anual de Conjuntura Econômica do Turismo – Pacet<sup>14</sup>, realizada pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), mostra que desde 2004, ano em que a pesquisa foi iniciada, os resultados foram positivos para as atividades relacionadas ao Turismo, conforme apresentado a seguir, por segmento pesquisado:

### Agências de Viagens

As mais elevadas variações médias do faturamento foram verificadas em anos alternados, ou seja, 2004, 2006, 2008 e 2010 (neste caso, previsão). Os dois percentuais mais elevados ocorreram em 2008 e 2004 (25,6% e 20,1%, respectivamente), enquanto que os menores crescimentos (em realidade, quedas do faturamento) foram detectados em 2009 e 2007 (-4,7% e -1,8%, respectivamente). No que concerne aos postos de trabalho, verificou-se igualmente alternância, apresentando maiores aumentos nos anos pares e menores nos ímpares, acompanhando o desempenho do faturamento apurado pelas Pacet. Cabe destacar que com relação a emprego, as variações são menos amplas, sendo observado apenas um declínio na série histórica, ainda que ínfimo (-1,6% em 2009).

### Feiras e Eventos

A série de variação média do faturamento iniciou em 2004 com crescimento mínimo de 5,7%, o qual foi registrando incremento até atingir o máximo de 27,3% em 2006; a partir de então, constataram-se aumentos menos amplos, embora positivos. As variações médias dos postos de trabalho foram menos intensas, acusando tênues declínios (-1,0%) em 2005 e 2007 e percentual máximo em 2006 (+19,6%).

<sup>14</sup>A amostra pesquisada é formada pelas 80 maiores empresas, cujos segmentos relacionam-se ao Turismo. Em 2009, estas empresas faturaram 35,3 bilhões de reais.

### Locadoras de Automóveis

Tal ramo tem apresentado evolução anual bastante satisfatória, com elevados percentuais apurados principalmente no quinquênio 2004/2008. Ainda que o ano de 2009 tenha sido influenciado negativamente pela crise financeira internacional, ainda assim constatou-se ligeiro crescimento (1,7%), antevendo-se alguma recuperação para o corrente ano. Quanto ao contingente de pessoal, verificaram-se também resultados satisfatórios, embora as variações médias sejam de menor proporção.

### Meios de Hospedagem

Mais um ramo cujo desempenho tem sido considerado bastante favorável, registrando elevação do faturamento na faixa compreendida entre 12,0% e 23,5% no período 2004/2008. Em relação ao observado em 2009 e ao vislumbrado para 2010, os incrementos são menos amplos, mas igualmente positivos (2,9% e 7,6%, respectivamente). Acompanhando o comportamento geral, as variações do quadro de pessoal são menos intensas, tendo acusado maiores percentuais no biênio 2004/2005 (pouco mais de 10,0%) e decréscimo somente em 2009 (-2,7%).

### Operadoras

A expansão do montante auferido em 2004 e 2008 (+47,0% e +47,1% do que nos anos imediatamente anteriores, respectivamente) superou os prognósticos mais otimistas, sendo que à exceção de 2009 (+2,9%) os demais anos apresentaram variação média entre 11,1% e 18,5%. O aquecimento dos negócios estimulou os empresários em geral a realizarem contratações adicionais de pessoal ao longo de todos esses anos, mais fortemente no biênio 2004/2005 (+28,5% e +21,4%, respectivamente).

### Transporte Aéreo

Mais um ramo do Turismo a apresentar notável evolução tanto em termos de faturamento quanto a postos de trabalho. A série histórica iniciada em 2005 revelou crescimento até 2008 (desde 21,5% até atingir 30,1%), declinando drasticamente em 2009 (ainda assim positivo em 1,2%), detectando-se perspectiva de expansão de 21,2% no ano em curso. No que se refere a emprego, observaram-se maiores elevações percentuais nos anos de 2006 e 2007 (34,9% e 59,3%, respectivamente), bastante superiores às do faturamento (22,8% em cada um desses anos).

### Transporte Rodoviário

Trata-se do segmento que apresenta a série mais curta, iniciada em 2007, cujos incrementos percentuais são os mais modestos: no que diz respeito ao faturamento, a variação média atingiu um máximo em 2008 (+12,6%) e um mínimo em 2009 (+2,6%); quanto aos postos de trabalho, o maior e o menor valor foram detectados igualmente em 2008 e 2009 (+3,5% e -0,2%, respectivamente).

### Turismo Receptivo

Trata-se do ramo que apresentou maior instabilidade em termos de evolução da série histórica da Pacet. No que concerne a faturamento, os biênios 2004/2005 e 2007/2008 registraram resultados satisfatórios, mas 2006 (-4,2%) e principalmente 2009 (-29,4%) frustraram as expectativas empresariais. O nível de emprego também apresentou flutuações, cabendo destacar a ponderável queda apurada em 2009 (-24,1%), quando o segmento foi mais atingido pela crise financeira internacional. Os empresários, de modo geral, manifestam otimismo em relação ao montante a ser auferido (+17,9%) que, caso venha a se confirmar, induzirá a contratação de mão de obra adicional (prevista em 11,0%).

No que concernem aos resultados do ano de 2009, os empresários afirmaram que houve estabilidade no faturamento quando comparado a 2008, influenciado pela crise econômica mundial e pela gripe H1N1. Vale ressaltar que o crescimento médio das atividades características do Turismo em 2009 alcançou 1,1%, impulsionado principalmente pelos segmentos eventos e feiras.

O crescimento da atividade turística teve reflexo positivo sobre o quadro de pessoal, o qual elevou-se de 2008 para 2009. Assim, essa atividade foi grande contratante, aumentando seu efetivo de pessoal em 7,0%, com destaque para as companhias aéreas (+17,9%) e operadoras de turismo (+12,3%) e feiras (8,3%).

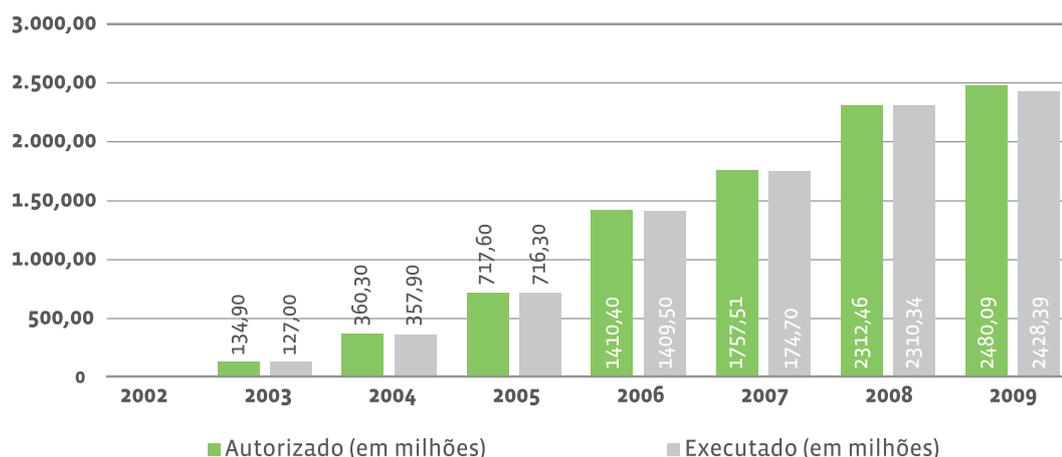
## 1.3 6 ORÇAMENTO, CRÉDITO E INVESTIMENTOS

Desde a criação do Ministério do Turismo e a reativação do Conselho Nacional de Turismo, em 2003, a atividade vem ganhando o devido reconhecimento como um importante vetor de desenvolvimento socioeconômico. Institucionalmente, isto se reflete na credibilidade que o Ministério do Turismo tem obtido na formulação e implementação das políticas públicas para o setor, no âmbito de um processo aberto e democrático decorrente de uma proposta de gestão descentralizada. A elaboração do Plano Nacional de Turismo, em suas duas edições 2003/2007 e 2007/2010, contou com a ampla participação dos setores representativos e foi precedida de momentos de reflexão, no âmbito do Ministério do Turismo e do Conselho Nacional de Turismo, sobre as perspectivas para o desenvolvimento da atividade.

A prioridade dada ao Turismo pelo governo federal se reflete nos orçamentos anuais e sua execução. No período de janeiro de 2003 a dezembro de 2009, o Ministério do Turismo aplicou, em apoio às atividades, ações e projetos do setor, o valor correspondente a R\$ 9,2 bilhões, incluindo recursos de programação e emendas parlamentares. Considerando os limites autorizados anualmente, conforme decretos de programação financeira, desde a

sua criação o Ministério tem procedido a execução de quase 100% do limite disponibilizado, o que enfatiza o seu compromisso frente ao setor.

**Gráfico 3.24**  
Execução Orçamentária do Ministério do Turismo (R\$ milhões)



*Nota: O Ministério do Turismo foi criado em 2003.*

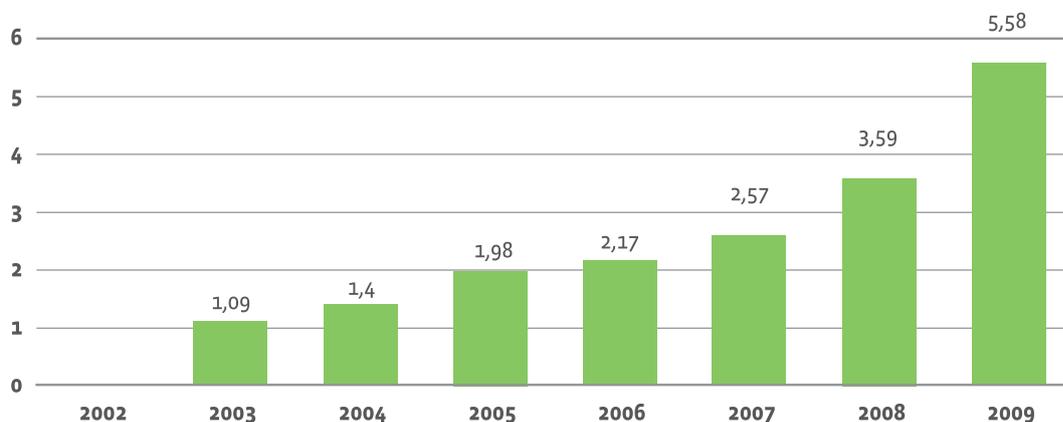
*Fonte: SIAFI/STN*

No período de 2003 a 2009, os investimentos do Ministério do Turismo, em infraestrutura turística, foram da ordem de R\$ 5,82 bilhões, sem considerar a contrapartida federal do Programa de Desenvolvimento do Turismo Nacional – Prodetur. De 2007 a 2009, o Ministério do Turismo repassou para estados e municípios recursos do Orçamento Geral da União da ordem de R\$ 620 milhões para fazer frente às contrapartidas do PRODETUR.

Nas áreas de promoção e apoio à comercialização, foram investidos R\$ 196,57 milhões entre 2004 a 2009 em promoção interna e US\$ 263,24 milhões em promoção externa.

Outro indicador da expansão do Turismo nacional e de sua posição cada vez mais significativa na economia brasileira é o crescimento do volume de crédito destinado ao setor. Tomando como referência os valores concedidos por instituições financeiras oficiais (Banco Nacional do Desenvolvimento – BNDES, Banco do Brasil – BB, CAIXA, Banco da Amazônia – Basa e Banco do Nordeste – BNB), observa-se um crescimento da ordem de 400% desde 2003, ano da criação do Ministério do Turismo. Em 2009, o valor dos financiamentos concedidos pelas instituições financeiras federais chegou a R\$ 5,58 bilhões, um aumento de 55,5% se comparado ao ano anterior.

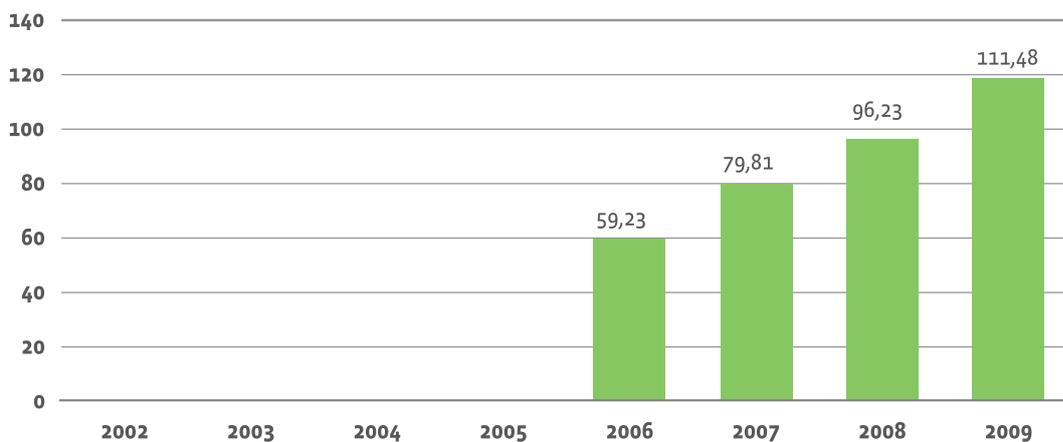
**Gráfico 3.25**  
Financiamentos concedidos para o Turismo (R\$ bilhões)



Fonte: DFPIT/Ministério do Turismo.

O financiamento ao consumidor final também constitui outro relevante insumo para o desenvolvimento do Turismo. Os bancos oficiais vêm desenvolvendo novos produtos e serviços financeiros em que o crédito é oferecido ao turista, de forma desburocratizada, com grande aceitação pelos consumidores e com impactos positivos na comercialização de produto no mercado interno. O número disponível relativo ao crédito ao consumidor refere-se unicamente ao valor das autorizações do Cartão Turismo CAIXA, com recorte dos segmentos específicos do Turismo.

**Gráfico 3.26**  
Crédito ao Consumidor / Cartão Turismo Caixa (R\$ milhões)



Nota: O Cartão Turismo Caixa foi lançado no final de 2005.

Fonte: Caixa Econômica Federal - CAIXA

Observa-se um crescimento contínuo do valor das autorizações do Cartão Turismo CAIXA desde sua criação. No período de 2006 a 2009, esse crescimento foi de 100,88%, ou seja, em três anos o valor dobrou. Em 2009, o valor chegou a 118,98 milhões, o que corresponde a um aumento de 23,64% quando comparado ao ano anterior.

O montante de recursos governamentais e de financiamentos concedidos pelas instituições oficiais de crédito à iniciativa privada, para a produção e o consumo, tem sido um grande alavancador do desenvolvimento do turismo interno no País.

### 1.3.7 COPA DO MUNDO E COMPROMISSOS ASSUMIDOS

A escolha do Brasil para sediar a Copa do Mundo de 2014, assim como a Copa das Confederações em 2013, e a realização da Olimpíada no Rio de Janeiro em 2016 são grandes desafios e oportunidades excepcionais para o desenvolvimento do Turismo brasileiro. Trata-se dos maiores eventos esportivos do mundo, com forte apelo midiático e significativa capacidade de geração de emprego e renda para os setores envolvidos, direta e indiretamente, em sua realização, principalmente àqueles vinculados ao Turismo. O legado, porém, deve ultrapassar a promoção dos atrativos turísticos nacionais, bem como a melhoria da infraestrutura e a qualidade dos serviços turísticos. Para tanto, é preciso criar as condições necessárias para que tais eventos sejam capazes de consolidar o Brasil como um dos principais destinos turísticos mundiais.

Considerando a data limite para conclusão das reformas e construções necessárias, a preparação para estes eventos antecipa e prioriza os investimentos no desenvolvimento da infraestrutura básica e turística. Diversos acordos e compromissos vêm sendo assumidos por entes governamentais e instituições privadas no sentido de priorizar os investimentos necessários a sua realização.

O quadro a seguir, elaborado a partir da Matriz de Responsabilidades celebrada entre União, Estados e Municípios, refere-se aos compromissos assumidos para os temas “mobilidade urbana” e “estádios/arenas”, cujos recursos estão divididos entre privado, municipal, estadual e federal. Os recursos privados são da ordem de R\$333 milhões, sendo de responsabilidade dos clubes brasileiros de futebol profissional que são proprietários de estádios a serem utilizados. Os investimentos municipais serão de R\$1,48 bilhões, os estaduais de R\$3,99 bilhões, e os federais de R\$11,36 bilhões, totalizando mais de R\$ 17,17 bilhões.

**Tabela 3.6**  
Matriz de Responsabilidades das cidades-sedes para a Copa de 2014

MATRIZ DE RESPONSABILIDADES DAS CIDADES-SEDES PARA A COPA DE 2014			
INVESTIMENTOS	MOBILIDADE URBANA	ESTÁDIO/ARENA	TOTAL
	VALOR (R\$ MILHÕES)	VALOR (R\$ MILHÕES)	RECURSOS
PRIVADOS	R\$ 0,0	R\$ 333,0	R\$ 333,0
MUNICIPAIS	R\$ 1.400,8	R\$ 79,1	R\$ 1.479,9
ESTADUAIS	R\$ 2.381,5	R\$ 1.614,7	R\$ 3.996,2
FEDERAIS	R\$ 7.685,4	R\$ 3.677,6	R\$ 11.363,0
TOTAL	R\$ 11.467,7	R\$ 5.704,4	R\$ 17.172,1

*Fonte: Matriz de Responsabilidades. Casa Civil. Brasil 2010.*

Estão previstos ainda, em complemento à matriz de responsabilidades, investimentos em portos e aeroportos com recursos da ordem de R\$ 6,0 bilhões, já garantidos pelo governo federal. Encontra-se ainda em fase de negociação a participação dos estados e municípios nestes investimentos em portos e aeroportos, além dos recursos destinados à promoção, segurança, telecomunicações, saúde, energia e meio ambiente.

Além dos compromissos assumidos de acordo com a Matriz de Responsabilidades, o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES lançou programa específico de financiamento para a Copa do Mundo de 2014 destinado ao setor de hospedagem, com recursos da ordem de R\$ 1,0 bilhão. É importante destacar que outras áreas também podem ser objeto de financiamentos concedidos pelo Banco.

A preparação para a realização dos eventos referidos constitui, ao mesmo tempo, um desafio e uma oportunidade, não só para a consolidação e reconhecimento do Turismo como importante fator de desenvolvimento socioeconômico para o País, mas também para a construção de um novo patamar de qualidade dos territórios e da rede de cidades no Brasil, particularmente no que se refere à acessibilidade e à mobilidade urbana.

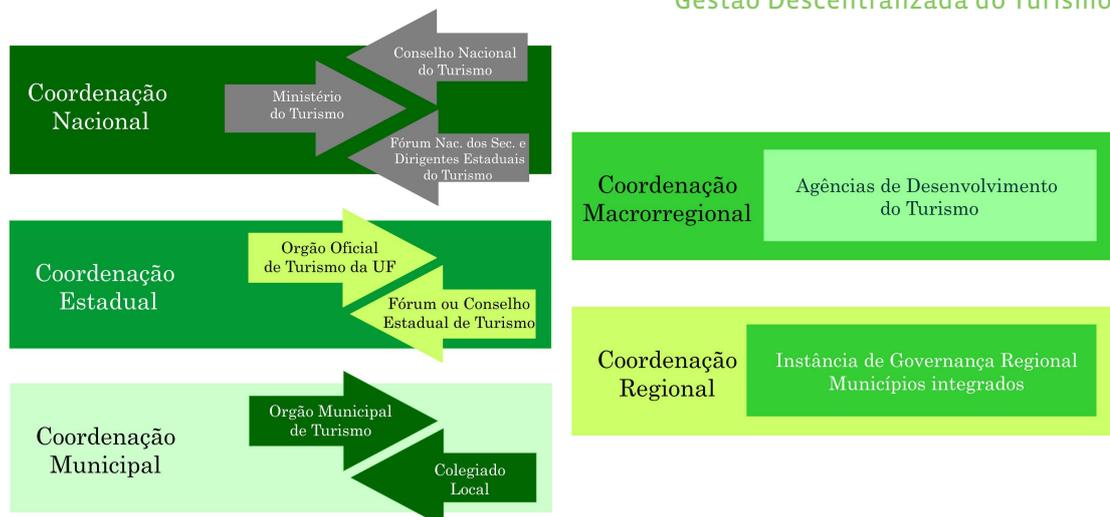
## 1.4 SITUAÇÃO ATUAL POR EIXOS TEMÁTICOS

Considerando o estágio atual do Turismo no País, tendo como referência os resultados apresentados, foram diagnosticados os principais desafios e entraves ao desenvolvimento da atividade para os próximos anos. Estes pontos são descritos a seguir, e devem ser tratados de forma a garantir a continuidade e a melhoria dos avanços conquistados. Os temas referidos estão agrupados por eixos temáticos, com o objetivo de facilitar a compreensão, e permitir abordagens específicas e articuladas. É importante ressaltar que os eixos estão relacionados entre si e devem ser entendidos de forma abrangente e complementar, para a otimização dos resultados pretendidos.

### 1.4.1 PLANEJAMENTO E GESTÃO

A proposta de gestão descentralizada e compartilhada vem fomentando a consolidação de uma rede em prol do Turismo em todo o território nacional, envolvendo o poder público nas três esferas de governo, a iniciativa privada e o terceiro setor. Esse modelo, iniciado em 2003, foi regulamentado com a aprovação da Lei do Turismo (Lei nº 11.771 / 2008) que instituiu o Sistema Nacional de Turismo. Este sistema é formado por um núcleo estratégico de âmbito nacional composto pelo Ministério do Turismo, pelo Conselho Nacional de Turismo – CNT e pelo Fórum Nacional de Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo – Fornatur, e por uma rede de gestão descentralizada composta pelas Instâncias de Governança Macrorregionais, os Órgãos Estaduais de Turismo, os Fóruns e Conselhos Estaduais de Turismo, as Instâncias de Governança Regionais, os Órgãos Municipais de Turismo e os Colegiados Municipais de Turismo.

**Figura 4.1**  
Gestão Descentralizada do Turismo



Entendida como uma estratégia necessária para implementar a Política e o Plano Nacional de Turismo, a gestão descentralizada tem permitido somar esforços, recursos e reunir talentos em favor da atividade turística, envolvendo, direta e indiretamente, instituições públicas e privadas, vinculadas ao setor em todo o País. Não obstante os resultados e avanços decorrentes da descentralização e da participação propostas, ainda são necessários esforços para promover a integração entre as diferentes esferas de governo e entre os setores público e privado. Do ponto de vista dos processos de gestão, compartilhar e alinhar ações repercutem positivamente no planejamento, na articulação e na avaliação dos resultados almejados.

Ainda que se tenha institucionalizado uma rede de cooperação por meio de colegiados organizados, envolvendo representações governamentais e da sociedade civil, nos âmbitos federal, estadual, municipal, regional e macrorregional, a participação destas instâncias no processo de gestão ainda requer ajustes, em função dos diferentes níveis de articulação e organização local, tanto do poder público quanto dos diferentes segmentos da iniciativa privada e das organizações sociais.

O processo de descentralização é um processo de transferências sucessivas, pelo qual a capacidade de decisão e de recursos perpassa gradativamente os escalões governamentais e chega até a base, podendo ocorrer de maneiras diferentes, e isso depende do grau de articulação e maturidade dos atores sociais. É uma tarefa complexa da construção da democracia e requer mudanças de concepções de gestão não só dos agentes públicos, mas do próprio cidadão, rompendo uma tradição de imposição das ações do estado e do não reconhecimento como agente atuante na política.

Para a consolidação do Sistema Nacional do Turismo, será necessário aperfeiçoar a interlocução e a qualificação dessa rede, a partir de um processo coordenado pelo Núcleo Estratégico Nacional, com desdobramentos para as regiões, estados e municípios. Este processo deve estabelecer as conexões, rotinas e critérios para a evolução dessas práticas, considerando as especificidades de cada grupo social e gerando intervenções adequadas a cada situação.

Registra-se também a carência de referenciais de planejamento e gestão para o Turismo nestas diversas escalas. Poucos Estados e Municípios possuem políticas ou planos setoriais de turismo, e mesmo os orçamentos, quando existem, são pouco expressivos para fazer frente às demandas. O setor apresenta também carências no que se refere à profissionalização para a gestão, particularmente no nível gerencial, tanto no âmbito governamental quanto no setor privado.

Em âmbito nacional, o Conselho Nacional de Turismo vem consolidando seu papel como colegiado representativo, buscando ampliar sua autonomia e proatividade nas pautas do Turismo nacional. No entanto, as entidades que compõem o Conselho ainda carecem de uma maior articulação por afinidades e de organização por categorias de atividades, de modo a tratar de forma integrada as questões relativas aos diversos segmentos do Turismo.

O fortalecimento e a qualificação dos colegiados tem se configurado como atividade sistemática do Ministério do Turismo, no sentido de avançar com novas propostas na formação institucional, em que o conhecimento assume um papel preponderante. Nos últimos anos, tem sido contínuo o apoio aos fóruns e conselhos estaduais de turismo, para que se fortaleçam e constituam legados de gestão independentes, com capacidade de superar os períodos de alternâncias e descontinuidades de governo.

No nível macrorregional, vêm sendo organizadas agências de desenvolvimento para uma ação focada na estruturação e promoção dos produtos turísticos, particularmente àqueles cujas áreas de abrangência extrapolam os territórios estaduais. Além de limitações operacionais em algumas agências e de indefinições quanto a sua autonomia e manutenção, se recente também de uma articulação mais estreita e permanente com os respectivos Órgãos Estaduais de Turismo e com o Furnatur.

As instâncias de governança regional, apesar de uma significativa evolução nos últimos anos, ainda não estão organizadas em sua totalidade, de modo a constituírem uma interlocução eficiente nas regiões turísticas, o que dificulta a estruturação da oferta turística. Já os colegiados municipais têm apresentado uma organização insipiente e uma participação limitada, deixando uma lacuna que coloca em risco a abrangência da rede e a perenidade no processo de gestão local do Turismo.

A expectativa é que a proposta de gestão descentralizada funcione como uma rede nacional, em que fique clara a participação e a responsabilidade de cada nível, com as suas respectivas parcerias. Trata-se de um grande desafio que impõe uma permanente atuação para o fortalecimento e a integração entre todos os atores que formam esta rede de gestão do Turismo.

No âmbito das relações institucionais internacionais, destacam-se os entraves ao desenvolvimento da atividade turística entre países vizinhos, e os controles e imposições burocráticos, tais como a obtenção de vistos e a imposição de taxas. Para fazer frente a tais desafios, o Ministério do Turismo vem aprimorando sua atuação em fóruns e organismos internacionais, em negociações de acordos de cooperação internacional e na realização

de estudos de prospecção e difusão de melhores práticas internacionais, para subsidiar a elaboração de políticas nacionais.

No que se refere à regulamentação, o caráter multifacetado do Turismo é um fator de dificuldade. Em sua evolução, a atividade foi regulamentada por um complexo conjunto de normas que dispõe sobre seu funcionamento e operação. Contudo, sem uma sistemática que integre ou articule essas normas, a regulamentação passa a ser um arcabouço de difícil entendimento e aplicação. A aprovação da Lei do Turismo constituiu um marco importante, ao propiciar à Política Nacional de Turismo a institucionalidade desejada, assim como ao Sistema Nacional de Turismo. Falta ainda avançar em seus decretos regulamentadores, viabilizando a totalidade de sua operacionalização, bem como seus desdobramentos para as Unidades da Federação e Municípios. Diversos aspectos peculiares ao funcionamento do Turismo ainda devem ser considerados no âmbito da regulamentação da atividade, tais como aqueles relativos ao trabalho temporário, controle de qualidade dos serviços prestados, defesa dos interesses do consumidor, a intermediação na prestação dos serviços pelos agentes de viagens etc.

Por fim, o maior desafio para os próximos anos é a preparação do País para sediar a Copa do Mundo de Futebol FIFA™, em 2014, e os Jogos Olímpicos, no Rio de Janeiro, em 2016, eventos que exigem um planejamento estruturado de ações, que tem sido articulado pelo governo federal, envolvendo diversos setores governamentais. Os trabalhos são liderados pelo Grupo Executivo da Copa, composto por cinco ministérios, entre os quais o Ministério do Turismo.

Neste contexto, o Ministério do Turismo vem planejando investimentos e ações, primeiramente por meio do levantamento das principais demandas, de forma particularizada para cada uma das cidades-sede. Em complemento a este trabalho, o MTur articula-se com outros países buscando a troca de experiências sobre a organização de megaeventos esportivos.

Para o sucesso destas iniciativas, é fundamental a articulação, de forma institucionalizada, dos órgãos governamentais e das representações da sociedade civil, no planejamento, coordenação e acompanhamento das ações a serem empreendidas, buscando potencializar os recursos demandados para os dois eventos. Para tanto, considera-se que colegiados fortalecidos, onde interagem estes diversos atores, constituem os ambientes propícios que devem permitir uma maior visibilidade, transparência e participação no planejamento das ações.

**Tabela 4.1**  
Análise SWOT para o eixo temático Planejamento e Gestão

Ambiente Externo	
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sedar a Copa do Mundo de Futebol FIFA, em 2014, e os Jogos Olímpicos, no Rio de Janeiro, em 2016;</li> <li>• Desenvolvimento de instrumentos de monitoramento da Política Nacional de Turismo nos entes da Federação;</li> <li>• Ampliação do orçamento (verba de programação) do MTur;</li> <li>• Fortalecimento da posição do MTur nos megaeventos;</li> <li>• Eleição de representante do Turismo brasileiro para direção executiva da OMT.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reduzida capacidade para a gestão no nível gerencial, tanto no âmbito governamental quanto no setor privado;</li> <li>• Entraves ao desenvolvimento da atividade turística entre países vizinhos, através de mecanismos de controles e imposições burocráticos, tais como a obtenção de vistos e a imposição de taxas;</li> <li>• Extinção do MTur;</li> <li>• Redução do Orçamento;</li> <li>• Falta de Adesão dos entes da Federação ao PNT.</li> </ul>
Ambiente Interno	
Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestão descentralizada do Turismo;</li> <li>• Consolidação do Conselho Nacional de Turismo como colegiado representativo;</li> <li>• Apoio aos fóruns e conselhos estaduais e regionais de turismo;</li> <li>• Aprovação da Lei do Turismo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pouca integração entre as diferentes esferas de governo e entre os setores, público e privado;</li> <li>• Frágil participação das instâncias no processo de gestão (Instâncias de Governança Macrorregionais, os Órgãos Estaduais de Turismo, os Fóruns e Conselhos Estaduais de Turismo, as Instâncias de Governança Regionais, os Órgãos Municipais de Turismo e os Colegiados Municipais de Turismo);</li> <li>• Carência de maior articulação por afinidades e de organização por categorias de atividade por parte das entidades que compõem o Conselho Nacional de Turismo;</li> <li>• Carência de planos diretores de turismo em Estados e Municípios;</li> <li>• Colegiados municipais com organização insipiente e participação limitada;</li> <li>• Orçamentos de turismo estaduais e municipais sem expressividade frente às demandas.</li> </ul>

## 1.4.2 INFORMAÇÃO

A dificuldade de obtenção de dados produzidos e organizados de forma sistemática e contínua não é um problema exclusivo do setor turístico, mas, especificamente, para esta atividade, são imprescindíveis informações que subsidiem as decisões. Por se tratar de uma atividade relativamente recente, este fato é agravado pela falta de referência conceitual. Além disso, trata-se de uma atividade econômica que não se define pela produção, mas pelo consumo, o que impõe grandes limitações na obtenção de dados pelos métodos estatísticos tradicionais. Grandes avanços vêm sendo obtidos com relação à produção de estudos e pesquisas sobre o setor, o que tem propiciado maior efetividade nos processos de gestão. Mas ainda existem lacunas para um conhecimento mais aprofundado da atividade e seus impactos.

A continuidade dos esforços para a produção de informações sobre a oferta e demanda turística, que possibilite apurar a dimensão da atividade, bem como mensurar seus impactos econômicos e sociais, é essencial para a estruturação e implantação de um sistema nacional de estatísticas de Turismo, ferramenta estratégica para orientar a tomada de decisões do setor público e da iniciativa privada. A produção e a disseminação de informações baseadas em pesquisas contínuas e confiáveis proporcionam o surgimento de uma nova cultura, facilitando a profissionalização e otimizando a aplicação dos recursos públicos e privados. Para tanto, os estudos e pesquisas, que vêm sendo permanentemente elaborados, configuram importante avanço para a consolidação deste sistema. O processo de geração, sistematização e disseminação destas informações demanda constante aprimoramento e, portanto, este tema deve ser sempre priorizado.

A existência de um sistema que defina as bases para a coleta, sistematização, tratamento e disseminação dos dados é indispensável para a garantia da validade e comparabilidade dos dados nas instâncias administrativas internacional, nacional, estadual, regional e municipal. Os dados e informações provenientes deste sistema são elementos fundamentais ao acompanhamento das metas do Plano Nacional de Turismo e para o atendimento às disposições da Lei Geral do Turismo.

Especificamente em relação à sistematização de informações sobre a oferta turística, é fundamental progredir na implementação do inventário. Além disso, é necessário investir na padronização dos dados de demanda e fluxos turísticos domésticos, de forma que se possa avançar, efetivamente, no aprimoramento do sistema nacional de informações sobre e para o Turismo. O Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos – Cadastur do Ministério do Turismo também se insere no âmbito das iniciativas que visam prover o mercado e o governo de informações confiáveis.

Apesar dos grandes avanços obtidos, o aprimoramento das metodologias de aferição ainda significa um desafio. A exemplo do que acontece em outros países, que têm políticas de fronteira semelhantes, deve-se evoluir na uniformização das informações e nos métodos de coleta, de modo que os serviços de imigração possam ser utilizados também como fontes preciosas de informações, contribuindo com dados sobre o mercado em geral e com pesquisas sobre emissivo e receptivo, consolidadas e reconhecidas internacionalmente.

Também as limitações relativas à comunicação e à disseminação das informações constituem um gargalo para o desenvolvimento das ações, tanto dos setores governamentais quanto dos agentes privados. No que tange à disseminação dos dados, pode-se destacar o portal do Ministério do Turismo na internet, que desde seu desenvolvimento, passou por diversos aprimoramentos que possibilitaram uma busca mais rápida e objetiva das informações disponíveis. No entanto, não existe ainda uma ferramenta que possibilite o envio automático de informações a usuários cadastrados, o que limita seu alcance e sua eficácia como ferramenta de apoio à tomada de decisão para os gestores públicos e privados.

Como se trata de uma atividade multifacetada, a produção e disseminação de informações e dados sobre o Turismo sugere uma interação com instituições acadêmicas, de pesquisa e de produção de dados e registros estatísticos das mais diversas áreas do conhecimento. Isto impõe uma articulação complexa que ainda não tem sido fomentada em toda a amplitude demandada, de modo a consolidar uma verdadeira plataforma interinstitucional.

A perspectiva de implementação efetiva da metodologia das Contas Satélites do Turismo no Brasil, de acordo com a recomendação da OMT, impõe a consolidação desta plataforma interinstitucional como condição essencial para que o País possa produzir indicadores de resultados e impactos da atividade, de forma a integrar-se a um sistema que propicie a comparabilidade no mercado internacional.

**Tabela 4.2**  
Análise SWOT para o eixo temático Informação

Ambiente Externo	
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Padronização dos dados de demanda e fluxos turísticos;</li> <li>• Redução de custos das tecnologias de informação e comunicação;</li> <li>• Unificação metodológica;</li> <li>• Produção de dados pelas instituições do CNT;</li> <li>• Metodologia das Contas Satélites</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Descontinuidade metodológica dos grandes centros de pesquisa;</li> <li>• Descontinuidade da produção de pesquisas pelos grandes centros de pesquisa;</li> </ul>
Ambiente Interno	
Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudos e pesquisas;</li> <li>• CADASTUR;</li> <li>• Portal do Ministério do Turismo;</li> <li>• Relacionamento permanente com o setor empresarial através das sondagens conjunturais.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestão da Informação;</li> <li>• Carência de dados censitários sobre os serviços turísticos;</li> <li>• Divulgação insuficiente dos dados levantados;</li> <li>• Levantamento das demandas de qualificação profissional;</li> <li>• No âmbito da qualificação profissional para o setor, há grande carência de dados que permitam sua mensuração;</li> <li>• Falta de entendimento sobre o conceito de Turismo;</li> <li>• Falta de cultura do setor privado no fornecimento de dados às pesquisas;</li> <li>• Informalidade empresarial;</li> <li>• Carência de instrumento de disseminação das informações;</li> <li>• Insuficiência de dados da participação do turismo na economia.</li> </ul>

### 1.4.3 ESTRUTURAÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA

A dimensão e diversidade do território brasileiro são de tal ordem que a estruturação e organização da oferta turística do país constituem um dos maiores desafios para a gestão e o desenvolvimento sustentável da atividade. A estruturação da oferta turística pode ser potencializada se considerada em sua dimensão regional, onde diversos municípios se integram e se complementam na prestação de serviços aos turistas, agregando valor aos territórios. Tendo este princípio como referência, o Ministério do Turismo criou e vem implementando o Programa de Regionalização do Turismo, pelo qual os municípios são incentivados a um trabalho conjunto de estruturação e promoção, no qual cada peculiaridade local pode ser contemplada, valorizada e integrada num mercado mais abrangente.

No âmbito deste Programa, o MTur vem realizando em conjunto com Estados e Municípios, o mapeamento turístico do País, para identificar as regiões e roteiros que devem ser objeto do ordenamento, estruturação, gestão, qualificação e promoção, com visão de curto, médio e longo prazos. Em 2006, foram identificadas 200 regiões turísticas, envolvendo 3.819 municípios. Em função de adequações e reordenamento, processo habitual que reflete a própria dinâmica da atividade, o mapa atual apresenta 276 regiões turísticas, envolvendo 3.635 municípios/distritos.

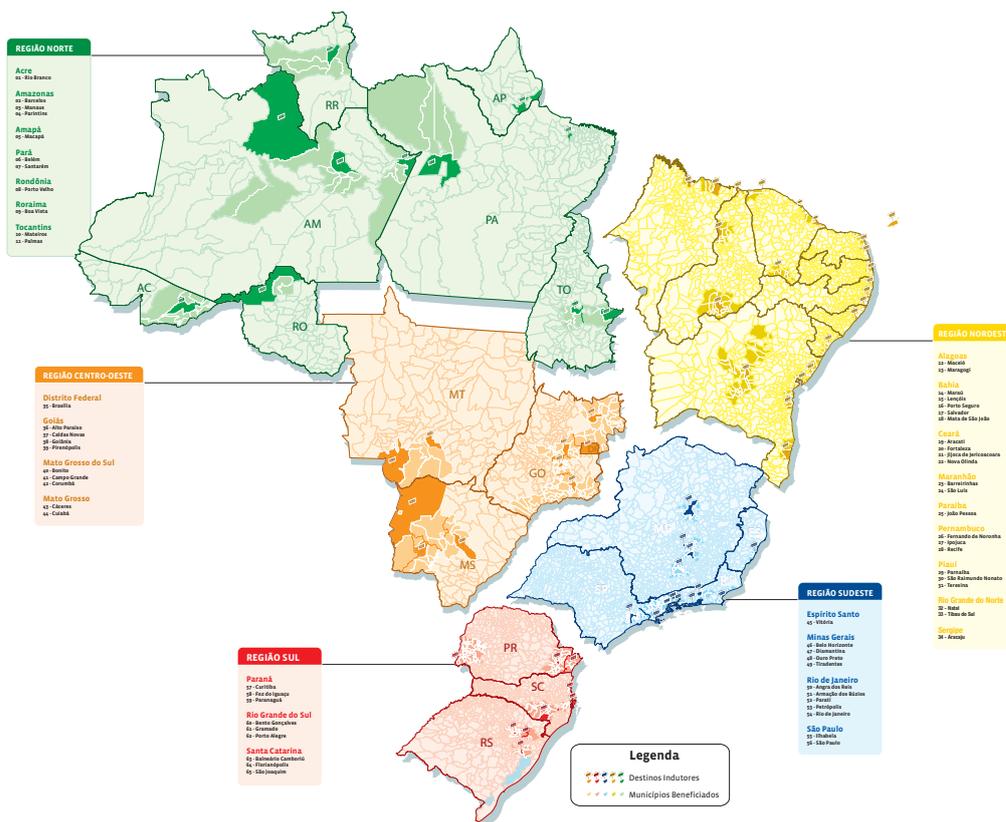
Em função da diversidade de destinos turísticos do País, o Ministério optou por uma estratégia de priorização, que permitisse foco e potencialização dos recursos disponíveis. Para isso, foi definido o conceito de destino indutor, que é aquele capaz de induzir o desenvolvimento regional. A seleção dos destinos indutores considerou os 87 roteiros apresentados no 2º Salão do Turismo em 2006, as avaliações e valorações do Plano de Marketing Turístico Internacional – Plano Aquarela e do Plano de Marketing Turístico Nacional – Plano Cores do Brasil, além de outros estudos e investigações sobre investimentos do governo federal e sobre as potencialidades desses destinos. Como resultado foram selecionados 65 destinos considerados indutores. Esses destinos, presentes em todas as Unidades Federadas, vêm recebendo investimentos técnicos e financeiros do MTur com o objetivo de aprimorá-los, e suas experiências e práticas exitosas devem ser multiplicadas.

A ação ministerial junto aos 65 destinos indutores se dá em três frentes: diagnóstico, fortalecimento da governança e aprimoramento da gestão local. O diagnóstico compreende o Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional, que tem por objetivo monitorar anualmente a evolução do grau de competitividade dos destinos. O diagnóstico considera em 13 dimensões todos os aspectos relevantes para a estruturação adequada de um destino turístico. No fortalecimento da governança, são realizadas ações de capacitação e fortalecimento das lideranças locais, fomentando

a interrelação com as respectivas Regiões Turísticas. Estas vertentes se complementam oferecendo os subsídios básicos para a gestão local dos destinos indutores.

O foco nos 65 destinos indutores não significa, no entanto, que os demais destinos turísticos brasileiros não devam ser apoiados na sua estruturação, qualificação e apoio à comercialização. Estados, Municípios, e o próprio Ministério do Turismo, também atuam no apoio à consolidação dos demais destinos. O foco nos destinos indutores busca acelerar o processo de qualificação, de modo a promover um efeito indutor regional, buscando potencializar a permanente qualificação dos destinos turísticos brasileiros.

**Figura 4.2**  
Destinos Indutores de Desenvolvimento Turístico Regional



Os resultados alcançados pelo Programa de Regionalização do Turismo são apresentados anualmente no Salão do Turismo, uma das estratégias de mobilização, promoção e comercialização dos roteiros turísticos. O evento resulta de um esforço conjunto do poder público e da iniciativa privada, e constitui um marco no desenvolvimento da atividade turística no país, gerando resultados e abrindo perspectivas de desenvolvimento socioeconômico para as regiões turísticas. No 4º Salão do Turismo, realizado em 2009 no Anhembi, em São Paulo, foram apresentados 337 roteiros, com ênfase em 87 que agrupam 359 municípios de 116 regiões turísticas.

Ainda no que diz respeito à estruturação da oferta, a segmentação turística precisa ser desenvolvida de forma a aproximar a oferta da demanda e dos novos nichos de mercado. A identificação e conceituação dos segmentos mais expressivos da oferta turística nacional são referências para o planejamento e para a promoção nos mercados nacional e internacional. A ação ministerial avançou na articulação estratégica, junto ao mercado e ao poder público com atuação em assuntos que afetam segmentos específicos em todo o território nacional, como é o caso da cabotagem para o turismo náutico e da formalização de serviços temporários para o turismo de eventos. Estes esforços são importantes, tanto para a consolidação dos produtos existentes, quanto para a criação de novos produtos que possam ampliar e diversificar a oferta turística brasileira.

Não obstante todas as limitações, o Brasil possui hoje um conjunto de produtos e segmentos diversificado, possibilitando expandir a oferta e sua comercialização para um mercado de consumo ampliado e diverso. Mas ainda há muito a avançar neste processo de segmentação, particularmente no que se refere aos segmentos de estruturação mais recente e que tem um grande potencial de crescimento, devido não só as características e peculiaridades da oferta de novos produtos no Brasil, como ao surgimento de importantes nichos de consumo, tanto no mercado nacional quanto no mercado internacional. Há que se considerar também a acessibilidade para pessoas com deficiência, não só porque constituem um mercado em expansão, mas também pela dimensão da inclusão e do respeito às diferenças, que pode ser potencializada e deve ser valorizada por um modelo de desenvolvimento do Turismo que se propõe incluyente.

Ainda no âmbito da estruturação dos produtos turísticos, deve haver uma atenção especial com a perspectiva da inclusão da produção local como fator de sustentabilidade, particularmente em territórios fragilizados economicamente. Não considerar a produção local no desenvolvimento do Turismo pode consolidar casos graves de exclusão social que devem ser evitados.

Em termos de produção associada ao Turismo, o Ministério do Turismo iniciou um processo de mudança na abordagem desta produção em relação ao Turismo. Inicialmente, trabalhou-se junto à produção propriamente dita, na sua estruturação, buscando o aperfeiçoamento e estimulando a sua qualidade, o que acabava por fugir ao escopo da ação do MTur. Atualmente, o enfoque recai na comercialização, visando formas de inserir a produção associada no processo de comercialização do destino turístico. Desta forma, a produção associada e o Turismo de base comunitária devem ser compreendidos como uma alternativa estratégica de valorização e qualificação dos destinos, com grande impacto para o desenvolvimento local e que contribuem para a promoção da diversificação da oferta turística.

**Tabela 4.3**  
Análise SWOT para o eixo temático Estruturação da Oferta Turística

Ambiente Externo	
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisão do Programa de Regionalização do Turismo;</li> <li>• Estrutura de governança;</li> <li>• Tendência de mercado por produtos regionais.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Descontinuidade das políticas e programas do Turismo.</li> </ul>

Ambiente Interno	
Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programa de Regionalização do Turismo;</li> <li>• Ação ministerial junto aos 65 destinos indutores;</li> <li>• Produtos e segmentos diversificados, possibilitando expandir a oferta e comercialização;</li> <li>• Política de segmentação.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Governanças do Turismo regional e municipal;</li> <li>• Falta de cultura de planejamento e de gestão compartilhada e participativa;</li> <li>• Falta de compreensão do Programa de Regionalização nos municípios.</li> </ul>

#### 1.4.4 FOMENTO

O fomento à iniciativa privada é essencial para o desenvolvimento do Turismo, seja na disponibilização e acesso ao crédito, na captação de investimentos, na promoção de incentivos fiscais e na desoneração tributária como fator indutor para o aumento da competitividade. Diversas ações vêm sendo implementadas neste sentido, como a ampliação dos valores de financiamentos concedidos pelas instituições oficiais de crédito. Nesse sentido, são visíveis os avanços obtidos com melhorias nas condições operacionais das linhas de crédito, notadamente em termos de disponibilidade de recursos, prazo de pagamento, limite financiável e spread bancário. Destacam-se ainda as ações de promoção das oportunidades de negócios turísticos no País, no sentido de potencializar a captação de investimentos para o setor, tanto no mercado interno quanto no mercado internacional.

Um indicador da posição cada vez mais significativa do Turismo na economia brasileira é o crescimento do volume de crédito que vem sendo destinado ao setor pelas institu-

ições oficiais (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES, Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal – CAIXA, Banco do Nordeste – BNB e Banco da Amazônia – Basa). Em 2009, foram concedidos financiamentos da ordem de R\$ 5,58 bilhões, o que representa um crescimento de 56% em relação aos financiamentos concedidos em 2008, e de 512% com relação a 2003, ano da criação do Ministério do Turismo. O valor acumulado de financiamentos concedidos ao longo destes sete anos chega a R\$ 18,38 bilhões. Além disso, vem se trabalhando na disponibilização de linhas de crédito para capital de giro das empresas do setor, em que merece menção a linha do FAT Giro Setorial, que oferece capital de giro isolado para prestadores de serviços turísticos cadastrados no Ministério do Turismo, em condições bastante favorecidas.

O financiamento ao consumidor é outro relevante insumo para a expansão do turismo doméstico que também integra a esfera de ação do Ministério. Os bancos oficiais vêm desenvolvendo novos produtos e serviços em que o crédito é oferecido ao turista, de forma desburocratizada, para compra de pacotes, passagens ou hospedagem, com juros e prazos de pagamento diferenciados em relação aos praticados no mercado. Um indicador importante do fortalecimento do setor pode ser medido pela expansão deste crédito ao consumidor, com base no Cartão Turismo da CAIXA, que disponibilizou R\$118,98 milhões em 2009. Desde 2006, ano do seu lançamento, o Cartão Turismo Caixa já disponibilizou um montante de crédito ao consumidor da ordem de R\$ 354,25 milhões.

Tendo em vista os preparativos para a Copa do Mundo de Futebol FIFA™ 2014, e para incentivar a revitalização do parque hoteleiro, o setor obteve importantes conquistas na política de aplicação dos recursos do BNDES e dos Fundos Constitucionais de Financiamento do Norte (FNO), Nordeste (FNE) e Centro-Oeste (FCO). A partir de 2010, as programações de financiamento dos Fundos já disponibilizam maior volume de recursos para o setor, além de ampliar o prazo de pagamento nas operações com meios de hospedagem, que passou a ser de até 20 anos, incluída a carência de até cinco anos. Em ação articulada com o BNDES, foi criada a linha de crédito Pró-Copa Turismo, destinada ao setor hoteleiro para reforma, ampliação e construção de novos hotéis. A linha oferece condições favoráveis em termos de taxa de juros, prazo de pagamento e limite financiável. O novo produto disponibilizado inova ao trabalhar os conceitos de Hotel Padrão, Hotel Eficiência Energética e Hotel Sustentável, estabelecendo regras diferenciadas para cada categoria.

Apesar dos importantes avanços verificados na política de crédito para o setor, muito ainda deve ser feito na construção de uma maior sinergia entre as instituições financeiras e seus clientes do trade turístico, visto que as empresas ainda apontam dificuldades para acessar as linhas de crédito existentes no mercado. É fundamental, portanto, continuar promovendo a aproximação dos agentes econômicos da cadeia do Turismo com as instituições financeiras oficiais, em busca de soluções que permitam, de forma clara e simpli-

ficada, maior disponibilidade de recursos e, conseqüentemente, ampliação do volume de investimentos para o desenvolvimento da atividade no país. Outra limitação no acesso ao crédito está relacionada ao funcionamento do sistema bancário, que se pauta por um programa de pontuação da eficácia das suas agências e, muitas vezes, não prioriza os programas oficiais de crédito para o Turismo.

No que trata do acesso ao crédito, além das limitações relativas ao funcionamento do sistema bancário, há que se destacar também a precariedade de profissionalização dos gestores privados, tanto no que se refere à apresentação dos projetos como na regularização da documentação demandada. A informalidade empresarial ainda é bastante evidente e, muitas vezes, interfere na prestação dos serviços turísticos e nos enquadramentos normativos e regulamentares dos diversos empreendimentos. Ações de incentivo à formalização e de qualificação na área de gestão podem contribuir para reduzir estas deficiências e potencializar o acesso ao crédito, com grande impacto no desenvolvimento da atividade.

Ainda no âmbito do fomento, deve-se avançar na articulação e aprofundar as discussões relacionadas à desoneração tributária do setor, particularmente de segmentos que apresentam fragilidades de competitividade. Como resultado de ações transversais, envolvendo órgãos da administração direta, as atividades turísticas desenvolvidas pela iniciativa privada contam com incentivos fiscais, tributários e financeiros, tais como: depreciação acelerada para bens móveis, redução de alíquota do imposto sobre produtos industrializados, e possibilidade de opção pelo Simples Nacional.

No mercado internacional, o Turismo é uma atividade exportadora de bens imateriais – os lugares turísticos – por meio da oferta de serviços a consumidores estrangeiros, que pagam com recursos que são auferidos no exterior. A peculiaridade da atividade está no fato que, ao contrário dos demais produtos de exportação que se deslocam para os locais de consumo, no Turismo quem se desloca é o consumidor, que sai do seu país de origem para consumir serviços turísticos em outro país. Neste sentido, vêm sendo empreendidos esforços para o reconhecimento do Turismo como uma atividade típica de exportação, o que lhe garante um conjunto de facilidades com referência na legislação tributária vigente.

**Tabela 4.4**  
Análise SWOT para o eixo temático Fomento

Ambiente Externo	
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reconhecimento do Turismo como uma atividade típica de exportação;</li> <li>• Ampliação de linhas de crédito e melhorias nas condições para MPes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informalidade empresarial;</li> <li>• Carga tributária do setor.</li> </ul>

Ambiente Interno	
Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• FUNGETUR;</li> <li>• PIB do Turismo;</li> <li>• Financiamento ao consumidor final;</li> <li>• Linha de crédito Pró-Copa Turismo, destinada ao setor hoteleiro;</li> <li>• Melhoria das condições operacionais e ampliação dos valores das linhas de crédito concedidas pelas instituições oficiais de crédito.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dificuldades para acessar as linhas de crédito existentes;</li> <li>• Funcionamento do sistema bancário, que se pauta por um sistema de pontuação da eficácia das suas agências que muitas vezes não prioriza os programas oficiais de crédito para o turismo;</li> <li>• Precariedade de profissionalização dos gestores privados, tanto no que se refere à apresentação dos projetos como na regularização da documentação demandada para financiamentos.</li> </ul>

### 1.4.5 QUALIFICAÇÃO

Existe no País um conjunto de instituições que atua na área de qualificação profissional de uma maneira geral e na qualificação para o Turismo em particular. Entretanto, nem sempre esta atuação se dá de forma integrada e articulada, resultando em sobreposição de esforços e desperdício de recursos. Além disso, são bastante frágeis ou inexistentes as análises, responsáveis por levantar, quantitativa e qualitativamente, as necessidades de ações de qualificação profissional e empresarial para o Turismo. Outra limitação resultante da falta de articulação das instituições executoras é a ausência do estabelecimento de padrões mínimos para os cursos, que possam incorporar a demanda de empresários e trabalhadores, em políticas públicas voltadas ao desenvolvimento do Turismo.

De forma geral, o setor ainda necessita de uma política objetiva e unificada de qualificação dos recursos humanos, que se aproprie de toda a capacidade instalada para a oferta de qualificação profissional e empresarial, que se desenvolva em parceria com as entidades que atuam na área, bem como com as diversas categorias de empresas e profissionais prestadores de serviços turísticos, seja na educação formal, seja na área de formação técnica específica,

Em relação às ações de qualificação desenvolvidas pelo Ministério do Turismo, pode-se dizer que estas aconteceram sem que houvesse a definição estratégica de objetivos e metas claras. As ações foram implementadas de acordo com as demandas, em particular identificadas pelas instituições de representação de classe integrantes do Conselho Nacional de Turismo, sem o estabelecimento prévio de uma diretriz que garantisse a identidade e a convergência dos esforços empreendidos.

Neste contexto, uma pesquisa para mapear a oferta de qualificação de diferentes perspectivas, está em fase de realização pela Fundação Universa, sendo que os resultados preliminares indicam que, no âmbito dos projetos apoiados pelo MTur, foram qualificados no período de 2003-2008 cerca de 355.712 profissionais, nas regiões turísticas priorizadas pelo Ministério, nos segmentos de hotelaria, gastronomia, transportes, agências de viagem, organizadores de eventos, profissionais autônomos, gestores público e privado do Turismo. Os cursos foram em sua maioria presenciais e atenderam os profissionais estratégicos no atendimento ao turista.

Além da qualificação profissional, a qualidade dos serviços turísticos pode ser promovida e ampliada por meio do sistema de certificação, com referências de padrões mínimos para serviços e produtos, capazes de impactar positivamente sua competitividade e gerar melhorias significativas na prestação dos serviços e no atendimento ao consumidor. Neste sentido, foi desenvolvido um conjunto de normas técnicas brasileiras para empreendimentos e profissionais do Turismo, publicadas pela ABNT. Este conjunto de normas deve ser ampliado e divulgado para garantir a qualidade e segurança para o setor, servindo como importante referencial na estruturação do País para a Copa de 2014. No entanto, a inexistência de um sistema abrangente de classificação/certificação dos serviços turísticos, e de um padrão referencial de qualidade para os diversos níveis e categorias de empreendimentos, dificulta ainda a comercialização e a promoção dos produtos turísticos brasileiros, particularmente no mercado internacional.

Uma experiência bem-sucedida em termos de qualificação de serviços turísticos foi realizada no âmbito do turismo de aventura, com o objetivo de normatizar e qualificar os prestadores de serviços para oferecer níveis adequados de segurança. O Programa Aven-

tura Segura visa qualificar profissionais, por meio da adoção de referências normativas para o setor. Esta iniciativa promove a qualificação de empreendedores do segmento para práticas seguras, ambientalmente responsáveis e socialmente justas. O programa executa ainda ações para o desenvolvimento de destinos referenciais e conscientização de consumidores como mecanismo de indução à adoção de normas e padrões de qualidade e segurança.

Para a Copa do Mundo de Futebol FIFA™, o Ministério do Turismo elaborou o Programa de Qualificação Profissional em Turismo com foco nas ocupações relacionadas ao atendimento e hospitalidade do turista. A implementação do programa foi iniciada em 2009 e deverá ser concluída até 2014, com a meta de qualificar cerca de 306 mil profissionais do Turismo.

Em síntese, na área de qualificação de equipamentos e prestadores de serviços turísticos, os desafios continuam muitos, embora alguns avanços tenham sido obtidos. A definição de uma política estruturante para orientar as ações e programas segue como tema de máxima prioridade e importante desafio a ser enfrentado. O mapeamento das demandas de qualificação profissional, com base nas informações do mercado, também constitui um importante insumo para a atuação na área.

**Tabela 4.5**  
Análise SWOT para o eixo temático Qualificação

Ambiente Externo	
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conjunto de normas técnicas brasileiras para empreendimentos e profissionais do Turismo, publicadas pela ABNT;</li> <li>• Convergir os esforços de qualificação dos diversos agentes (Sistema S, MTur etc).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Outros setores concorrem com o Turismo na demanda por profissionais, oferecendo remuneração mais atraente;</li> </ul>

Ambiente Interno	
Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• No período de 2003-2008, cerca de 355.712 profissionais qualificados, nas regiões turísticas priorizadas pelo Ministério;</li> <li>• Programa Aventura Segura;</li> <li>• Elaboração das normas de certificação para as ocupações do Turismo;</li> <li>• Desenvolvimento de metodologias específicas de qualificação profissional e a experiência obtida na aplicação destas;</li> <li>• Programa de qualificação para a Copa;</li> <li>• Redes e estrutura de qualificação do Sistema S: SENAC, SEBRAE.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sobreposição de esforços de qualificação</li> <li>• Ausência de análises voltadas a levantar, quantitativa e qualitativamente, as necessidades de ações de qualificação profissional e empresarial para o Turismo;</li> <li>• Ausência do estabelecimento de padrões mínimos para os cursos, que possam incorporar a demanda de empresários, trabalhadores e políticas públicas voltadas ao desenvolvimento do turismo;</li> <li>• Ausência de uma política objetiva e unificada de qualificação dos recursos humanos;</li> <li>• Ausência de avaliação de resultados dos programas de qualificação;</li> <li>• Ausência de avaliação dos egressos dos cursos;</li> <li>• Inexistência de um sistema abrangente de classificação/certificação dos serviços turísticos e de um padrão referencial de qualidade, para os diversos níveis e categorias de empreendimentos, dificulta a comercialização e a promoção.</li> </ul>

### 1.4.6 INFRAESTRUTURA

Um dos principais limitadores do crescimento da atividade turística no País, e da desejada expansão, diversificação, qualificação e desconcentração da oferta turística, refere-se à carência de infraestrutura. Esta carência se dá tanto no que se refere à infraestrutura básica, particularmente com relação à acessibilidade, à mobilidade urbana e ao saneamento, como também à infraestrutura turística, sobretudo nos itens sinalização turística e equipamentos receptivos, tais como: centros de recepção e informação ao turista, centros de convenções e feiras, terminais de passageiros e atracadores. A implementação e o funcionamento das infraestruturas constitui atribuição e competência governamental, nas três esferas de governo, por via direta ou por concessão a terceiros.

É importante destacar que os recursos para a infraestrutura básica ou infraestrutura de apoio ao turismo não são administrados pelo Ministério do Turismo, e demandam uma permanente articulação interministerial, para que outros setores governamentais considerem as indicações e prioridades do turismo nas respectivas programações orçamentárias. Do mesmo modo, nas outras esferas, a infraestrutura de apoio ao Turismo está também sob a responsabilidade de diversos órgãos governamentais, e não necessariamente das secretarias ou órgãos oficiais de Turismo.

Os investimentos em infraestrutura turística vêm crescendo ano após ano, resultado de um esforço do Ministério do Turismo em dotar de qualidade os destinos turísticos brasileiros através de programas de acessibilidade, de mobilidade urbana, de sinalização turística e de restauração do patrimônio histórico. No que se refere aos recursos do Orçamento Geral da União – OGU para a infraestrutura turística, sob gestão do Ministério do Turismo, a cada ano o montante de investimentos têm sido incrementado para ações como melhorias de marinas, portos e aeroportos regionais, reurbanização de orlas marítimas e fluviais, acesso ferroviário e rodoviário, recuperação de mercados e feiras, além de construção, ampliação e reforma de centros de eventos e convenções, parques de exposições, terminais de turismo, mirantes etc.

Foram investidos em infraestrutura turística pelo MTur, de 2003 a 2009, R\$ 5,90 bilhões. Estes valores não incluem as contrapartidas assumidas pelo Ministério na implantação do Programa de Desenvolvimento do Turismo Nacional – Prodetur. O programa se constitui numa importante estratégia de financiamento da infraestrutura, tanto turística quanto de apoio ao Turismo, com recursos disponibilizados aos estados e municípios pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento – BID. O governo federal, por sua vez, entra com uma contrapartida correspondente a 40% dos investimentos para os contratos com os Estados e 50% para os Municípios. Importante esclarecer que esta contrapartida é a fundo perdido, com recursos do Orçamento Geral da União.

No âmbito da alocação de recursos governamentais para infraestrutura básica e de apoio ao Turismo, é preciso ainda haver um trabalho mais sistemático de articulação intersetorial para a definição dos investimentos, no qual sejam priorizadas as demandas do Turismo, particularmente com relação aos setores relacionados ao desenvolvimento urbano (saneamento e mobilidade urbana), transportes e defesa (acessibilidade terrestre, aérea e aquaviária). Neste sentido, aliada à metodologia de focalização dos destinos turísticos prioritários, espera-se obter novos avanços, no âmbito federal, a partir da instituição do Comitê Interministerial de Facilitação Turística, previsto na Lei do Turismo. O Comitê tem, dentre seus objetivos, o de articular a promoção, o planejamento e a execução de obras de infraestrutura, tendo em vista seu aproveitamento para finalidades turísticas.

Conforme dados publicados pela Anac, o setor de transporte aéreo de passageiros tem apresentado um forte aumento na demanda, o que vem caracterizando um desequilíbrio com a capacidade instalada de alguns aeroportos. Soma-se a isto o descompasso com a concretização dos investimentos, o que, em princípio, pode representar um comprometimento no nível de qualidade dos serviços. Nesse contexto, diante da necessidade de vultosos aportes financeiros, bem como de tempo para execução das obras de infraestrutura dos aeroportos, não é temerário afirmar que os principais sistemas aeroportuários do Brasil enfrentam restrição de capacidade, o que se traduz em um ambiente saturado ou em vias de saturação.

As ações de preparação para a Copa do Mundo de Futebol FIFA™ de 2014 tem propiciado avanços nos arranjos intergovernamentais, intersetoriais e nas parcerias entre o poder público e a iniciativa privada, conforme fica demonstrado pela Matriz de Responsabilidades apresentada no item 1.3.7 deste diagnóstico. Nesta matriz são alocados recursos para financiamentos públicos e privados para as cidades-sedes da Copa, nas áreas de mobilidade urbana, estádios/arenas, meios de hospedagem, infraestrutura aeroportuária, segurança pública, energia e desenvolvimento tecnológico.

O compromisso com a realização da Copa do Mundo constitui uma grande oportunidade para o fortalecimento da articulação intersetorial e da priorização dos investimentos governamentais, demandados pelo Turismo, nas três esferas da gestão pública. A constituição do Grupo Executivo da Copa e os compromissos assumidos na Matriz de Responsabilidade constituem um exercício de diálogo pelo qual o Turismo pode ganhar cada vez maior reconhecimento como fator de desenvolvimento econômico e repercussão na alocação de recursos públicos e privados demandados para infraestrutura.

**Tabela 4.6**  
Análise SWOT para o eixo temático Infraestrutura

Ambiente Externo	
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realização da Copa do Mundo;</li> <li>• PAC;</li> <li>• Direcionamento dos investimentos de outros ministérios/emendas parlamentares/ PAC, considerando o Turismo como matriz de desenvolvimento;</li> <li>• PAN (Plano Aeroviário Nacional).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de foco das emendas parlamentares;</li> <li>• Ausência de planejamento na implantação da regulamentação aeronáutica;</li> <li>• Alocação de recursos governamentais para infraestrutura básica e de apoio ao Turismo, ressentido-se ainda de um trabalho mais sistemático de articulação intersetorial para a definição dos investimentos.</li> </ul>
Ambiente Interno	
Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recursos do Orçamento Geral da União - OGU para a infraestrutura turística;</li> <li>• Programa de Desenvolvimento do Turismo Nacional – Prodetur;</li> <li>• Eficácia do MTur na execução do orçamento destinado à infraestrutura;</li> <li>• Capacidade de articulação intersetorial;</li> <li>• Matriz de responsabilidades/ PAC da Copa (mobilidade urbana e estádios).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cultura/herança de gestão governamental setorializada;</li> <li>• Falta de levantamento dos equipamentos turísticos (Inventário dos equipamentos turísticos.);</li> <li>• Carência de infraestrutura básica, (acessibilidade, mobilidade urbana, saneamento);</li> <li>• Carência de infraestrutura turística (sinalização turística, equipamentos receptivos, centros de convenções e feiras, terminais de passageiros e atracadores, infraestrutura aeroportuária e aeronáutica);</li> </ul>

### 1.4.7 LOGÍSTICA DE TRANSPORTES

Uma das principais questões no âmbito deste tema diz respeito à vulnerabilidade do transporte aéreo que, entre outros problemas, apresenta uma limitação de oferta que pode vir a se constituir num entrave para a expansão do setor e para o desenvolvimento do Turismo nacional. Devem ser igualmente consideradas também as limitações relativas aos transportes terrestres (rodoviário e ferroviário) e aos transportes aquaviários (fluvial e marítimo). A viabilidade da proposta de inclusão de novas parcelas de consumidores no mercado turístico doméstico passa, necessariamente, pelo enfrentamento destas limi-

tações. Neste sentido, discussões com órgãos correlatos têm sido realizadas e devem ter continuidade. O desafio de consolidação de uma eficaz rede de acesso se faz ainda mais premente em virtude da preparação do País para receber a Copa do Mundo de Futebol FIFA™, em 2014.

No mercado internacional, a saída de operação da Varig significou um grande gargalo para os fluxos aéreos brasileiros. De 2005 para 2006, houve uma redução de 36,70% nos assentos ofertados por quilômetro pelas empresas aéreas brasileiras para o mercado internacional, número que até 2009 não havia sido recuperado. Esforços vêm sendo feitos para esta recuperação por meio de negociação com empresas aéreas estrangeiras. Neste sentido, é importante destacar que foram abertos ou ampliados novos portões de entrada de turistas estrangeiros nos últimos anos, com a operação de vôos internacionais para Belo Horizonte, Brasília, Fortaleza, Recife, Manaus e Salvador.

No mercado doméstico, a grande expansão da aviação civil nos últimos anos provocou uma ocupação de praticamente toda a margem operacional da infraestrutura aeroportuária nos principais destinos turísticos do País. Com a perspectiva de abertura para o aumento da participação do capital estrangeiro nas empresas aéreas nacionais, prevê-se uma expansão nos próximos anos, e o segmento se vê na eminência de ter limitado seu desenvolvimento por esta falta de infraestrutura.

A inclusão de destinos turísticos que apresentam limitações de acesso, ou fluxos reduzidos de passageiros aos circuitos da comercialização, demanda uma rede aérea que contemple também a aviação regional. Há, também, de se pensar na maior integração das linhas aéreas de longo alcance com as linhas aéreas regionais de pequeno curso. Nos últimos anos, houve uma dramática redução nas localidades atendidas pela aviação aérea regional. De 232 localidades atendidas em 1998, hoje, a aviação regional cobre apenas 127 localidades, em 14 Unidades da Federação, de acordo com os dados da Associação Brasileira de Empresas de Transporte Aéreo Regional. Com o intuito de subsidiar políticas públicas para o transporte aéreo regional, vêm sendo desenvolvidos estudos e abertas discussões com órgãos envolvidos na temática. É fundamental, entretanto, que esta articulação seja permanente, e ainda mais fomentada nos próximos anos.

A integração entre os modais é uma dimensão fundamental para o bom desempenho da logística de transporte no País, possibilitando o acesso a destinos turísticos mais remotos, que têm sido muito procurados por nichos de mercado como o ecoturismo e o turismo de aventura. Nas áreas urbanas, a integração entre modais também apresenta sérias limitações em decorrência das carências relativas à mobilidade urbana, particularmente nas grandes cidades do País. Observa-se que os transportes terrestres e fluviais são de vital importância para a operacionalização dos roteiros turísticos, mesmo para os acessos ini-

ciais realizados por via aérea, pois os percursos dos roteiros e os acessos aos atrativos demandam a utilização de outros modais.

O Brasil, em virtude de sua situação geográfica, mantém, historicamente, acordos de transporte internacional terrestre, principalmente rodoviário, com quase todos os países da América do Sul (o acordo ainda está em negociação com a Colômbia, Equador, Suriname e Guiana Francesa). Tais acordos buscam facilitar o incremento do comércio, turismo e cultura entre os países, no transporte de bens e pessoas, permitindo que veículos e condutores de um país circulem com segurança, com trâmites fronteiriços simplificados nos territórios dos demais. No entanto, as redes de transportes terrestres apresentam sérios déficits de qualidade para que estes acordos multilaterais possam ser plenamente exercitados e também para os fluxos internos.

De acordo com estudo realizado pela Câmara Brasileiro de Turismo da Confederação Nacional de Comércio, o transporte turístico rodoviário no Brasil opera hoje com uma demanda que corresponde a 20% da demanda registrada em 1985. O referido estudo aponta para um conjunto de fatores relacionados a esta queda, como o reduzido número de destinos operados com transportes terrestres, a qualidade do sistema viário terrestre, dos terminais turísticos rodoviários e dos pontos de parada, as limitações relativas aos regramentos da atividade que limitam a rotatividade de turistas durante um mesmo circuito, além da concorrência com o modal aéreo. Com relação às limitações do regramento, contatos com a Agência Nacional de Transportes Terrestres – ANTT vêm sinalizando para avanços que propiciarão a cabotagem terrestre, com impacto positivo no transporte turístico rodoviário. Os registros da ANTT sobre os transportes rodoviários também vêm registrando queda nos últimos anos, conforme os dados apresentados no item 1.3 deste diagnóstico.

Como o tema Logística de Transportes perpassa várias esferas de governo, existe um grande conjunto de estudos, propostas e referenciais sobre o assunto, de diversas fontes públicas e privadas. No entanto, percebe-se a necessidade de organizar e estruturar a gestão dessas informações, permitindo encaminhamentos e articulações mais consistentes. Neste sentido, o desdobramento das questões relacionadas à Logística de Transportes envolve uma complexa rede de fatores a ser analisada, demandando dos órgãos de Turismo uma ação articulada com diversas instituições e entidades do poder público e da iniciativa privada. O que se constata é que existe um grande número de propostas traduzidas nos diversos planos e programas de diversos setores de governo em articulação com a iniciativa privada para os diversos modais de transporte. No entanto, este rico conjunto de informações e proposições não vem sendo gerenciado com a agilidade, a profundidade e a diversidade de expertises que a complexidade de fatores envolvidos demanda.

O MTur teve sua capacidade de articulação neste assunto dificultada, pela ausência de

uma área técnica específica em sua estrutura organizacional que tratasse deste tema. O estabelecimento desta área, formada por uma equipe multidisciplinar, já foi demandando ao Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. A constituição deste grupo técnico permitirá uma leitura mais clara da complexidade de fatores envolvidos com o tema nas suas diversas formas de manifestação e propiciará, seguramente, um posicionamento mais estratégico do setor de Turismo frente a outros setores governamentais e à iniciativa privada, possibilitando uma atuação mais eficaz e com resultados positivos para o Turismo nacional.

**Tabela 4.7**  
Análise SWOT para o eixo temático Logística de Transportes

Ambiente Externo	
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acordos de transporte internacional;</li> <li>• Cruzeiro rodoviário;</li> <li>• Potencial de crescimento do setor (Crescimento da economia e do poder de consumo das famílias).</li> <li>• Vulnerabilidade dos transportes;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vulnerabilidade dos transportes;</li> <li>• Limitação de oferta aérea e rodoviária, face à falta de infraestrutura;</li> <li>• Redução do número de assentos ofertados pelas empresas aéreas brasileiras para o mercado internacional;</li> <li>• Ausência do setor de Turismo nas instâncias de decisão (agências reguladoras).</li> </ul>
Ambiente Interno	
Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abertura e ampliação de novos portões (aéreo) de entrada de turista estrangeiros;</li> <li>• Capacidade de atração de navios de cruzeiro;</li> <li>• Turismo rodoviário, ferroviário, marítimo, náutico, aéreo;</li> <li>• Interconectividade da malha aeroviária doméstica;</li> <li>• Estudos e documentos elaborados sobre o setor de transporte.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Legislação restritiva ao Turismo rodoviário;</li> <li>• Condições das vias;</li> <li>• Precariedade dos terminais;</li> <li>• Redução nas localidades atendidas pela aviação aérea regional;</li> <li>• Falta de integração entre modais;</li> <li>• Ausência de uma área técnica específica na estrutura organizacional do Ministério para tratar deste tema;</li> <li>• Falta de interconectividade da malha aeroviária doméstica x internacional;</li> <li>• Serviços aduaneiros;</li> <li>• Excesso de movimentação nos principais aeroportos.</li> </ul>

### 1.4.8 PROMOÇÃO E APOIO À COMERCIALIZAÇÃO

O produto turístico possui uma característica peculiar que orienta todos os itens relativos à promoção e apoio à comercialização: a decisão de compra do produto pelo consumidor final ocorre em um momento anterior a sua fruição. Neste sentido, a expansão da atividade no mercado interno e sua inserção de forma marcante no mercado internacional demandam uma ação estratégica e planejada de promoção, para que o produto possa, efetivamente, chegar ao público-consumidor. Esta ação exige articulação entre poder público e iniciativa privada, com o objetivo de apresentar o Brasil no mercado internacional como um produto competitivo em relação a outros destinos concorrentes, e no mercado interno em relação a outros produtos de consumo. Os destinos de curto alcance são aqueles que apresentam uma maior participação nos fluxos turísticos internacionais. Neste sentido, é importante destacar as ações de promoção que vêm sendo empreendidas para a América do Sul, e que devem ser potencializadas para o fortalecimento e a recuperação dos fluxos de visitantes estrangeiros ao País.

A criação do Ministério do Turismo ensejou uma ampla reestruturação da EMBRATUR, até então único órgão do Governo Federal responsável pelo setor turístico. Com o redirecionamento, desde 2003, o Instituto passou a cuidar da promoção e apoio à comercialização dos produtos, serviços e destinos turísticos brasileiros no exterior. Em 2005, foi elaborado o Plano de Marketing Turístico Internacional – Plano Aquarela, que traça as estratégias, diretrizes, objetivos e metas da promoção do Turismo brasileiro no exterior e projeta novos desafios até 2020, com a perspectiva de realização da Copa do Mundo de Futebol FIFA™ em 2014 e dos Jogos Olímpicos em 2016. A realização destes dois grandes eventos internacionais representa um momento único para potencializar o legado da grande exposição de imagem mundial e posicionamento do País como destino turístico, para que o Turismo continue sendo uma das atividades econômicas mais importantes na pauta de exportações do Brasil.

As ações promocionais da EMBRATUR têm foco nos principais mercados emissores mundiais, por meio dos programas relacionados à participação em feiras internacionais de Turismo voltadas para agentes de mercado e para o consumidor final; implantação de uma política de captação e promoção de eventos internacionais; instalação e operação dos Escritórios Brasileiros de Turismo – EBTs e do Escritório Brasileiro de Turismo da América do Sul, que coordena o trabalho dos Comitês Visite o Brasil; implantação do Projeto Caravana Brasil de viagens de familiarização com operadores internacionais; consolidação dos bureaux de comercialização; realização de seminários de treinamento e vendas voltados a operadores e agentes de viagem no exterior; implantação das parcerias de relações públicas nos países priorizados, realização de press trips – viagens de familiarização para

jornalistas estrangeiros; campanhas publicitárias e material promocional; realização de pesquisas periódicas que orientam o planejamento e as ações promocionais; dentre outras ações.

A cada ano, o Ministério do Turismo e a Embratur têm investido mais recursos em ações de promoção do produto turístico brasileiro, reafirmando seu compromisso de capacitar, qualificar e promover os destinos turísticos brasileiros dentro e fora do País. Esses recursos destinaram-se a ações promocionais e campanhas em mídia diversificada, material promocional, e apoio a eventos para promoção do turismo interno e do turismo internacional, com o objetivo de motivar o brasileiro e os estrangeiros a conhecerem o País. O crescimento nos investimentos em promoção externa pode ser observado no período compreendido entre 2005 e 2009, que visaram reposicionar a imagem do destino turístico Brasil no mercado internacional, a partir das diretrizes do Plano Aquarela e do esforço de inserir o Brasil dentre os maiores destinos de realização de eventos internacionais. Em 2009, foram investidos US\$ 39,87 milhões em promoção externa. Para 2010, este valor deve ultrapassar os US\$ 98 milhões.

Como resultado da estratégia e da aplicação do Plano Aquarela, pode ser destacada a significativa evolução dos seguintes indicadores, levados em conta no Plano de Marketing Turístico Internacional:

- O Brasil alcançou, em 2009, a meta proposta para 2010: ser o destino líder da América do Sul. Nos mercados emissores definidos como prioritários para a promoção internacional pelo Plano Aquarela, o Brasil é líder em 15 países e é o segundo nos seis restantes, comparado com seus competidores diretos da América Latina e Caribe.
- Desde 2005, a oferta internacional de produtos brasileiros cresceu 120% entre os operadores internacionais.
- O Brasil consolidou-se como destino de eventos internacionais, subindo da 19ª posição em 2003 para 7ª em 2008, no ranking ICCA (International Congress and Convention Association).

Esta evolução no número de eventos e a desconcentração de sua realização em todas as regiões do país ajudaram a desenvolver e qualificar os destinos brasileiros, e contribuiu para inserir o país na rota dos grandes eventos esportivos mundiais como a Copa do Mundo de Futebol da FIFA™ de Futebol e os Jogos Olímpicos de 2016.

No entanto, alguns dos resultados esperados, de acordo com as metas traçadas pelo Plano Nacional de Turismo 2007/2010, não vêm sendo alcançados, particularmente no que se refere à entrada de turistas estrangeiros, cujo número mantém-se em torno de cinco

milhões de turistas desde 2005. Apesar do não alcance da meta projetada, esta estabilidade pode ser reconhecida com uma capacidade de resistência frente a fatores adversos, tais como a retirada de mercado da Varig que deixou de operar, em junho de 2006, com 67 destinos internacionais, além da crise financeira internacional que se iniciou em 2008, e ainda vem impactando os principais mercados emissores de turistas estrangeiros para o Brasil.

De acordo com dados da OMT, os fluxos internacionais de turistas no mundo também se mantiveram praticamente estacionados entre 2007 e 2008, quando se registrou um crescimento de 1,7%, e estima-se uma retração nesses fluxos turísticos, entre 2008 e 2009, da ordem de 4,3%. As ações promocionais do Turismo brasileiro no mercado internacional devem acompanhar de perto os impactos da crise nos países emissores, de modo a adequar-se e a direcionar os seus investimentos e potencializar os seus resultados.

Vale lembrar que, se o número de visitantes estrangeiros mantém-se na faixa dos 5 milhões, houve grande evolução na receita de divisas em moeda estrangeira. Em 2008, este valor chegou a 5,8 bilhões, a meta prevista do PNT 2007/2010, apresentando em 2009 uma redução de 8,0% em decorrência da crise internacional.

A ação ministerial para o mercado interno vem sendo focada na inclusão do Turismo na pauta de consumo dos brasileiros, buscando aumentar o número de viagens com a inserção de novos consumidores advindos do aumento da classe C, e estimulando o público A e B a viajar pelo Brasil. Para tanto, criou-se uma campanha para a promoção dos 65 destinos indutores, com linguagem publicitária unificada, e valorizando não apenas os momentos de lazer e a experiência que uma viagem proporciona, mas também o aprendizado com relação à história, às riquezas naturais e à cultura. Foram realizadas campanhas para o verão, feriados, férias, Salão do Turismo, Melhor Idade, Cadastur, Viaje com Agente, Viagem Legal, e uma parceria com a Infraero, na campanha de incentivo ao turismo interno com a colocação das peças da campanha nos principais aeroportos do país. No que se referem ao mercado doméstico, os investimentos em promoção interna aumentaram 156% nos últimos cinco anos, tendo atingido a cifra de R\$ 58,10 milhões de reais em 2009, resultado de campanhas de estímulo ao turismo interno.

Uma ação de destaque no âmbito da promoção é a realização do Salão do Turismo, resultado do esforço conjunto do poder público e da iniciativa privada, para ampliar, fortalecer e renovar canais de distribuição dos produtos turísticos brasileiros, a fim de inserirlos no mercado nacional e internacional. Além de apresentar os resultados dos processos de regionalização e roteirização turística e os novos produtos turísticos ao público final, o Salão do Turismo congrega fornecedores dos diversos tipos de serviços turísticos. Esta

ação vem sendo também potencializada por meio da realização de Salões Estaduais de Turismo nas diversas Unidades da Federação, visando o apoio à promoção e à comercialização dos destinos e roteiros turísticos regionais, para sua inserção no mercado, fortalecendo o turismo regional e aumentando o fluxo de viagens interestaduais.

No que se refere à promoção interna, é necessário evoluir para ações mais focadas na demanda e nos perfis diferenciados dos consumidores. Há uma grande lacuna de informações e dados relativos aos hábitos de consumo dos turistas brasileiros, o que limita a eficiência dos resultados das ações de promoção. Este foco reforça a necessidade de se avançar na produção e sistematização de informações e dados sobre a demanda turística, de modo a potencializar os resultados das ações de promoção.

Do lado da iniciativa privada, a diversificação de produtos buscando atrair para viagens domésticas os novos consumidores e também disputando os turistas brasileiros que viajam para o exterior, aliada a estratégias mais agressivas de vendas, tem permitido atender ao crescimento da demanda. De toda forma, é necessário que se trabalhe na melhora constante da qualidade e nos custos dos produtos e serviços oferecidos, que precisam ser competitivos num mercado mundial que disputa o crescente contingente de turistas brasileiros.

É importante reconhecer a importância das ações dos diversos atores que atuam no desenvolvimento do Turismo, voltados para a estruturação da oferta, mas também é vital para o crescimento do setor que considere a demanda, com o objetivo de elaborar e especificar novos investimentos, programas e ações. O desenvolvimento do mercado interno é fundamental para dar sustentabilidade ao turismo no País, principalmente frente à perspectiva de expansão do consumo nas diversas classes sociais. O turismo pode e deve ocupar um espaço cada vez maior nesta pauta de consumo dos brasileiros.

**Tabela 4.8**  
Análise SWOT para o eixo temático Promoção e Apoio à Comercialização

Ambiente Externo	
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inclusão do turismo na cesta de consumo do brasileiro;</li> <li>• Visibilidade em decorrência dos Megaeventos: Copa FIFA 2014, Jogos Olímpicos 2016, Rio+20, Jogos Militares;</li> <li>• Facilitação burocrática para visitação entre os países da América do Sul;</li> <li>• Abertura do mercado latinoamericano;</li> <li>• Aumento do mercado consumidor interno (expansão da classe C).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Taxa de câmbio (R\$/USD);</li> <li>• Não construção de imagem única do país para os megaeventos;</li> <li>• Prolongamento da crise financeira internacional;</li> <li>• Explosão da demanda, com impactos negativos no meio-ambiente e na qualidade dos serviços.</li> </ul>

Ambiente Interno	
Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vigor do mercado interno;</li> <li>• Conjunto de iniciativas de comercialização existentes (EBTs, Caravanas etc);</li> <li>• EMBRATUR;</li> <li>• Nova posição do Brasil na geopolítica internacional;</li> <li>• Diversidade de produtos e segmentos turísticos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de sinergia entre os órgãos governamentais que atuam no exterior;</li> <li>• Ordenamento jurídico para promoção no exterior;</li> <li>• Falta de indicadores de performance das ações de promoção;</li> <li>• Falta de cultura de viagem no brasileiro (turismo é visto como produto de elite ou de estrangeiro);</li> <li>• Localização geográfica (distância dos grandes centros emissores internacionais);</li> <li>• Insuficiência dos canais de distribuição e venda do turismo brasileiro no exterior;</li> <li>• Custo Brasil;</li> <li>• Imagem Brasil (insegurança).</li> </ul>



# 2 CENÁRIOS E PROJEÇÕES

## 2.1 METODOLOGIA

A elaboração de cenários é uma das principais ferramentas auxiliares ao processo de planejamento e definição de estratégias. Considera a análise do passado e do presente dos principais eventos econômicos e não-econômicos para reduzir as incertezas em relação ao futuro. É útil para orientar os gestores, públicos e privados, a respeito das condições internas e externas que afetam a dinâmica da atividade, e fazê-los conscientes das variáveis que afetam o desenvolvimento do turismo no País. Entretanto, vale ressaltar que a elaboração de cenários é um exercício na tentativa de “previsão de incertezas”.

Em relação à construção de cenários, existe uma série de métodos de análise e um conjunto diversificado de técnicas utilizadas, entre os quais destacam-se:

### **Análise Lógica Indutiva**

não utiliza nenhum algoritmo matemático e admite que as decisões sejam fundamentadas em um conjunto de interrelações e interdependências adimensionais envolvendo variáveis sociais, políticas, tecnológicas, ambientais, e econômicas;

### **Análise de Impacto de Tendências**

baseia-se nas técnicas de previsão clássica (modelos econométricos combinados com técnicas de distribuição de probabilidades e análises qualitativas). Segundo Grumbach & Marcial<sup>15</sup>, a vantagem dessa análise é que ela proporciona sinergia entre os fatores qualitativos e os métodos analíticos.

### **Análise de Impactos Cruzados**

tem como pressuposto a existência de inter-relações de eventos futuros, que são quantificados e avaliados através do cruzamento de probabilidades. Apesar de ser bem mais flexível do que os modelos econométricos, a subjetividade na atribuição das probabilidades aos eventos pode comprometer o processo.

<sup>15</sup>GRUMBACH, Raul; MARCIAL, Elaine. Cenários Prospectivos. Rio de Janeiro: Fundação Getulio Vargas, 2002.

### Análise de Godet

método desenvolvido por Michel Godet e constituído por duas etapas: (i) a Construção da Base, que tem como objetivo a delimitação do sistema a ser analisado, a determinação das variáveis-chave através da análise estrutural e o estudo da estratégia de atores; e (ii) a Construção de Cenários que, além de elaborar hipóteses, deverá hierarquizar os cenários. Esse é o método mais utilizado para elaborar cenários que envolvem sistemas complexos.

Analisando essas metodologias, decidiu-se utilizar a combinação entre os métodos de Análise Lógica Indutiva e Análise de Impacto de Tendências na construção dos cenários do Turismo 2011-2014, por serem considerados os mais adequados para o conjunto de informações disponíveis.

A combinação das duas técnicas de análise permite identificar e selecionar as combinações coerentes e plausíveis, delimitando o conjunto de possibilidades para o futuro do Turismo brasileiro, para os próximos quatro anos.

Assim, utilizando os conceitos de crescimento do Turismo e de competitividade turística, e combinando as hipóteses alternativas para um conjunto de incertezas críticas externas e internas, foram desenhados três diferentes cenários para o Turismo brasileiro nos próximos quatro anos.

O primeiro cenário combina condições externas e internas favoráveis cujo resultado é o crescimento acelerado do Turismo com ganhos de competitividade turística. O segundo cenário combina condições externas e internas moderadamente favoráveis, o resultado é o crescimento moderado do Turismo com pequenos ganhos de competitividade turística. E, por último, o terceiro cenário, que combina as condições externas e internas desfavoráveis, cujo resultado é o crescimento inercial com problemas de competitividade.

## 2.2 PREMISSAS

---

Para a construção dos cenários para o turismo no Brasil no período 2011 a 2014 foi elencada uma série de premissas que impactam o desenvolvimento do setor. Essas premissas devem ser acompanhadas ao longo do tempo, em um processo permanente e sistemático de avaliação da realidade à luz do que foi antecipado, de forma a ajustar a estratégia na medida em que esta é implementada.

As premissas foram divididas em dois grandes grupos: condições externas ao setor de turismo e condições internas ao setor. No grupo de condições externas, encontram-se as variáveis que o setor de turismo brasileiro, público e privado, exercem pouca ou nenhuma governança. Dentre estas, as premissas externas foram divididas em:

- Dimensão Econômica
- Dimensão Política
- Dimensão Ambiental
- Dimensão Social
- Agenda Governamental

No grupo de condições internas, destacam-se as premissas que o setor de Turismo possui responsabilidade e influência direta sobre as decisões e, conseqüentemente, é responsável pelos resultados. Neste contexto, as premissas foram divididas em seis grupos:

- Estrutura de Mercado
- Governança e Investimentos Públicos
- Investimentos Privados
- Acesso e Mobilidade
- Turismo Internacional
- Turismo Doméstico

## 2.2.1 CONDIÇÕES EXTERNAS

### Dimensão Econômica

O Turismo é um setor econômico dinâmico, globalizado e fortemente influenciado por diversas variáveis, tais como, o nível de renda per capita, taxa de câmbio, crescimento da economia mundial, nível de crédito, taxa de juros, entre outras. A retomada do crescimento da economia mundial após a crise iniciada em 2008 deverá possibilitar uma expansão da economia nacional, o que será fundamental para impulsionar o setor de Turismo. No entanto, existem ainda alguns fatores que podem inibir o ritmo de crescimento da economia mundial em um período pós-crise e, conseqüentemente, da economia brasileira. Por exemplo, um possível aumento na taxa de juros dos Estados Unidos pode reduzir a capacidade de expansão da economia mundial e afetar negativamente a economia dos países emergentes, como o Brasil.

Em relação às finanças internacionais, a alta liquidez internacional e as baixas taxas de inflação têm possibilitado o registro de taxas de juros reais menores, reduzindo o custo de financiamento das economias emergentes e possibilitando uma tendência de declínio nas taxas de juros internacionais. O bom desempenho das economias dos países em desenvolvimento e as projeções otimistas, em relação ao crescimento sustentado no

médio prazo, tende a aumentar o fluxo de investimento para esses mercados nos próximos anos.

No que tange à economia nacional, a continuidade das políticas macroeconômicas tem demonstrado o compromisso do país em relação à responsabilidade fiscal, estabilidade monetária e câmbio flutuante. É importante destacar que o regime de câmbio flutuante permitiu o ajustamento das contas externas, o que possibilitou uma renegociação voluntária da dívida externa, com o melhoramento do seu perfil. Neste cenário, a vulnerabilidade do país vem se reduzindo sistematicamente, trazendo impactos importantes para as variáveis que afetam diretamente o Turismo, como, por exemplo, a taxa de câmbio (US\$).

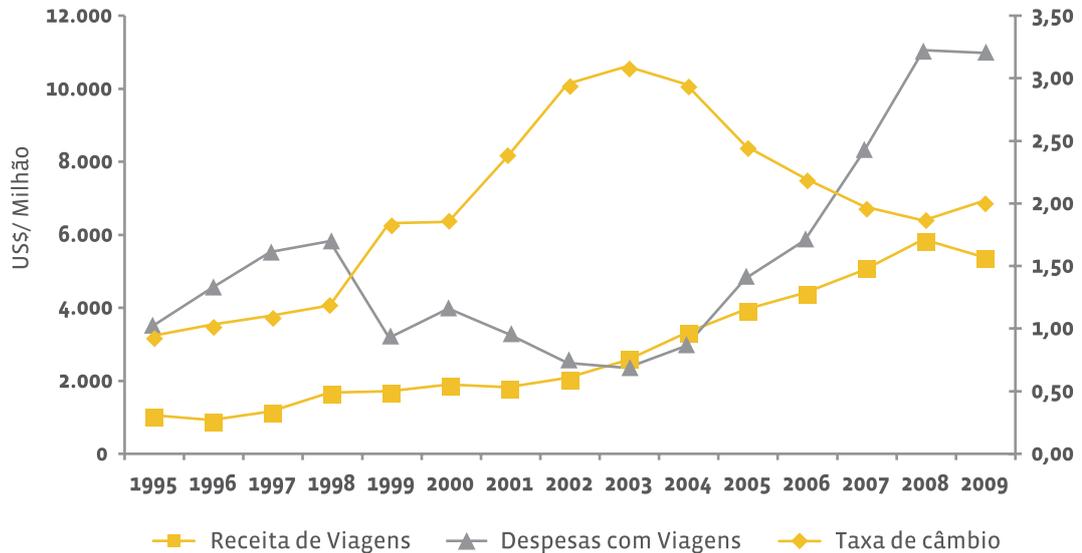
A valorização da moeda nacional tem favorecido a expansão das importações brasileiras, fator que tem sido considerado positivo para o País, uma vez que cerca de 70% das compras externas está diretamente vinculada à indústria, correspondendo à compra de matérias-primas e máquinas para a modernização do parque industrial. Com a estabilidade macroeconômica interna e a redução na vulnerabilidade externa, o Risco Brasil caiu significativamente e, como um dos resultados diretos, a economia brasileira obteve a classificação de *investment-grade*<sup>16</sup>. Com a classificação, as empresas brasileiras tiveram maiores facilidades para captar recursos no mercado internacional, o que deverá aumentar o ritmo de crescimento da economia nacional.

No entanto, essa valorização do real acabou afetando de maneira negativa o saldo da conta Turismo da balança de pagamentos, uma vez que a entrada de divisas é menos sensível à variação na taxa de câmbio do que as despesas, como mostra o gráfico a seguir. Essa menor sensibilidade da receita de divisas em relação à taxa de câmbio se explica por dois motivos: primeiro, apesar do fluxo intrarregional (a América Latina representa 38% do mercado emissor para o Brasil) ser muito sensível às variações no câmbio, o fluxo interregional, que representa 62% (principalmente América do Norte e Europa), é pouco sensível; segundo, as viagens de negócios são menos sensíveis à variação na taxa de câmbio do que as viagens de lazer. Assim, sendo tudo o mais constante gera uma desvalorização cambial, o que tende a aumentar a entrada de divisas, uma vez que, apesar de não afetar a vinda dos turistas europeus e norte-americanos, atrai mais turistas sul-americanos e, por conseguinte, mais divisas.

---

<sup>16</sup>*Investment-grade* é uma classificação utilizada pelas agências de classificação de risco para designar os países que oferecem risco baixo de moratória para os seus credores internacionais. Assim, na ausência de risco, os países com essa classificação tendem a receber mais investimentos estrangeiros e a terem maior facilidade para captar recursos no mercado financeiro internacional.

**Gráfico 5.0**  
Evolução da Conta Viagens Internacionais e da Taxa de Câmbio (1995-2009)



Fonte: Banco Central do Brasil

Para a dimensão econômica, foram avaliadas as seguintes premissas:

- Crescimento da economia mundial;
- Crescente investimento estrangeiro no Brasil;
- Comportamento do preço do petróleo;
- Comportamento da taxa de juros norte-americana;
- Manutenção da política macroeconômica vigente;
- Comportamento da taxa de juros reais do Brasil;
- Comportamento da Inflação no Brasil;
- Comportamento da taxa de câmbio;
- Comportamento do Risco-país;
- Evolução do crédito ao consumidor;
- Taxa de crescimento da renda per capita do brasileiro;
- Expansão do consumo das famílias;
- Aumento da poupança interna do brasileiro.

### Dimensão Política

A influência das políticas públicas tem se mostrado fundamental para o desenvolvimento do Turismo, uma vez que, a atividade turística necessita direta e indiretamente da estrutura institucional do estado e da infraestrutura pública para garantir melhores resultados em termos de geração de lucro para as empresas, emprego e renda para a economia.

Ressalta-se que o crescimento econômico sustentável depende da estabilidade política, que poderá possibilitar a continuidade nas reformas estruturais, criando melhores condições para atrair investimentos para a economia em geral e para o setor de Turismo em particular. Desta forma, para essa dimensão, foram avaliadas as seguintes premissas:

- Transição democrática e madura 2010/2011;
- Ambiente de estabilidade de regras para incentivar o investimento na economia brasileira;
- Execução dos programas de investimentos em infraestrutura, com vistas à realização da Copa do Mundo de Futebol FIFA™ em 2014 e dos XXXI Jogos Olímpicos Rio 2016;
- Realização de investimentos públicos acompanhando o desenvolvimento do setor privado;
- Consolidação do Brasil como liderança econômica e política na América do Sul.

### **Dimensão Social**

O Turismo pode ser considerado importante ferramenta de desenvolvimento social, uma vez que age como catalisador do desenvolvimento de outras atividades econômicas em seu entorno e contribui para a qualidade de vida da população. Outro fato que merece ser destacado é a capacidade do Turismo no processo de inclusão social em regiões com poucas alternativas de desenvolvimento.

Os programas sociais executados nos últimos anos no país têm contribuído para a redução do trabalho infantil, a ascensão socioeconômica das classes mais pobres e a dinamização de economias locais. O aumento da classe média tem efeitos sobre o consumo interno, inclusive de serviços e produtos turísticos. As condições macroeconômicas atuais contribuem para a continuidade deste quadro. Neste contexto, foram avaliadas as seguintes premissas para o período 2011-2014:

- Manutenção dos programas de transferência de renda;
- Ampliação da geração de postos de trabalho (formais e informais);
- Redução das desigualdades regionais;
- Redução dos níveis de pobreza;
- Oferta de vagas para qualificação profissional.

### **Dimensão Ambiental**

O agravamento dos problemas climáticos em nível mundial aumentou a discussão sobre as estratégias que deverão ser adotadas para garantir a sustentabilidade do Turismo nacional, essencial na preservação dos ecossistemas, uma vez que muitas de suas atividades acontecem em ambientes ecologicamente frágeis. Além disso, a utilização de práticas sustentáveis, além de representarem, a longo prazo, economia de recursos, contribui para a preservação do atrativo turístico.

Em relação às implicações das mudanças climáticas sobre o Turismo, a publicação do documento *Climate Change and Tourism – Responding to Global Challenges*, da Organização Mundial do Turismo, é o reconhecimento da importância do Turismo no processo de desenvolvimento sustentável. Segundo o documento, as alterações climáticas podem causar impactos diretos sobre os destinos turísticos, seus níveis de competitividade e de sustentabilidade. Principalmente, em determinadas regiões turísticas, onde o meio ambiente é o principal recurso para a atividade.

A realização da Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável (Rio+20) em 2012, no Rio de Janeiro, estimulará as discussões sobre o tema na mídia brasileira, o que pode influenciar padrões de consumo em todo país. Para essa dimensão, foram avaliadas as seguintes premissas:

- Ampliação das políticas de proteção ambiental;
- Maior conscientização sobre as consequências do aquecimento global;
- Maior utilização de práticas sustentáveis pelas empresas do setor;
- Maior compreensão do Turismo como forma de sustentabilidade econômica da proteção ambiental;
- Valorização do Turismo sustentável.

### **Agenda Governamental**

A carga tributária elevada aumenta os custos de produção, o que reduz a competitividade dos produtos e serviços nacionais em relação aos estrangeiros. Para crescer a taxas maiores e de forma sustentável, o governo deve procurar alternativas para reduzir o peso dos impostos sobre os produtos e serviços nacionais, sem reduzir o volume dos investimentos necessários. A redução da carga tributária poderá aumentar a competitividade do setor de Turismo nacional.

Do mesmo modo, a reforma da legislação trabalhista e a reforma previdenciária poderão contribuir para reduzir os custos de produção e para a redução da informalidade e melhoria das condições de trabalho no setor. São ações estratégicas não só para a composição de custo como também para o aperfeiçoamento da operação das empresas de Turismo, contribuindo para o desenvolvimento do setor. Sua realização melhorará o ambiente de negócios da economia brasileira, e o início de um novo governo abre espaço para a discussão e defesa desta agenda de reformas, que avançou pouco nos últimos anos. Nesse contexto, foram avaliadas as seguintes premissas:

- Realização de reforma tributária;
- Realização de reforma trabalhista;
- Realização de reforma previdenciária.

## 2.2.2 CONDIÇÕES INTERNAS

### Estrutura de Mercado

O aumento da competição deve dominar o cenário das empresas do setor de Turismo nos próximos anos. A concretização dos investimentos públicos para a Copa do Mundo de Futebol FIFA™ 2014 e para os XXXI Jogos Olímpicos Rio 2016 vão consolidar a confiança dos investidores privados, que serão estimulados a ampliarem seus investimentos. A ocorrência de novos atores no mercado promoverá uma concorrência por preço e qualidade. Novos arranjos comerciais devem ser observados, devido ao interesse de grandes grupos estrangeiros no mercado brasileiro. Isto poderá promover mudanças na estrutura de mercado tradicional observada no Brasil.

Este contexto sinaliza para a necessidade de melhoria de gestão, governança corporativa e investimentos em tecnologia. A internet tende a se consolidar como canal de vendas, a partir da demanda do mercado consumidor, que possuirá um papel cada vez mais ativo e independente. Para o quadriênio 2011/2014, foram avaliadas as seguintes premissas:

- Crescimento do setor turístico;
- Aumento do papel da internet como canal de comercialização dos serviços turísticos;
- Nível de exigência dos turistas, buscando melhor relação custo-benefício;
- Tendência à concentração de mercado como ameaça às pequenas e médias empresas;
- Investimentos em gestão, inovação e tecnologia para aumentar a produtividade das empresas da cadeia produtiva do Turismo;
- Ampliação da qualificação da mão de obra em toda a cadeia produtiva do Turismo;
- Expansão e renovação da oferta hoteleira.

### Governança e Investimentos Públicos

A manutenção da política específica para o setor de Turismo, executada através do Ministério do Turismo, deverá afetar positivamente a dinâmica do processo de desenvolvimento turístico. O Plano Nacional de Turismo lançado em 2003 e, atualizado em 2007, definiu as diretrizes do planejamento da atividade, destacando a sua relevância na geração de divisas, emprego, renda e inclusão social.

O Programa de Regionalização do Turismo tem contribuído para o processo de desenvolvimento do Turismo brasileiro e deve continuar a orientar as ações de estruturação da oferta turística. Os 65 destinos indutores poderão estar sujeitos à análise conforme desempenho do seu índice de competitividade, de forma a estimular a qualificação do produto turístico brasileiro. Os investimentos do Programa de Desenvolvimento do Turismo, Prodetur Nacional, deverão suprir algumas necessidades atuais para o desenvolvimento turístico dos estados habilitados a participar do programa.

Em paralelo, os megaeventos esportivos, que possuem uma grande influência na atividade turística, deverão demandar uma nova linha de prioridade de ação para o setor público. Estes megaeventos serão responsáveis por uma oportunidade sem precedentes em termos de cooperação institucional, tanto entre gestores públicos quanto na integração público-privada. Para essa dimensão, foram avaliadas as seguintes premissas:

- Mobilização e cooperação entre poder público e iniciativa privada, para a realização da Copa do Mundo de Futebol FIFA™ 2014 e dos XXXI Jogos Olímpicos Rio 2016;
- Garantia dos investimentos, das três esferas de governo para viabilizar a infraestrutura necessária à Copa do Mundo de Futebol FIFA™ 2014 e aos XXXI Jogos Olímpicos Rio 2016;
- Ação interministerial para a realização de investimentos ligados, direta e indiretamente, ao Turismo para a realização da Copa do Mundo de Futebol FIFA™ 2014 e dos XXXI Jogos Olímpicos Rio 2016;
- Manutenção e aceleração dos programas de investimentos em infraestrutura;
- Estímulo aos processos de participação e descentralização das políticas públicas de Turismo e fortalecimento das instâncias de governança;
- Monitoramento e avaliação do Plano Nacional de Turismo;
- Fortalecimento político-institucional da gestão pública do Turismo em âmbito nacional, estadual e municipal;
- Apoio do Congresso Nacional ao setor de Turismo;
- Implementação efetiva da Lei Geral do Turismo.

### Investimentos Privados

A estabilidade econômica e a manutenção das regras são fatores fundamentais para a ampliação dos investimentos privados no Turismo brasileiro. O setor de Turismo também possui particularidades quanto ao financiamento e adequação das linhas de financiamento existentes. Para o quadriênio 2011/2014, foram avaliadas as seguintes premissas:

- Adequação e ampliação das linhas de financiamento para o Turismo (prazo, taxas e garantias), com vistas à realização da Copa do Mundo de Futebol FIFA™ 2014 e dos XXXI Jogos Olímpicos Rio 2016;
- Ampliação dos investimentos em hotelaria, realizados por grupos nacionais e internacionais;
- Ampliação da capacidade de investimento nas empresas aéreas nacionais, com o aumento da participação do capital estrangeiro;
- Ampliação dos investimentos privados nos destinos turísticos;
- Qualificação dos tomadores de crédito.

## Acesso e Mobilidade

Uma das principais limitações para o desenvolvimento do Turismo brasileiro diz respeito às questões de acesso e mobilidade urbana. Desta forma, o desenvolvimento do Turismo no País está condicionado a uma mudança na regulamentação e regulação do transporte aéreo internacional para o Brasil, ao crescimento do número de voos internacionais, à melhora na regulamentação e regulação do transporte aéreo doméstico e à melhor e maior integração da malha aeroviária e das condições das vias de acesso terrestres e aquaviárias.

Em relação à infraestrutura, diversos investimentos relacionados à mobilidade urbana e à acessibilidade aérea, terrestre e aquaviária serão realizados, para permitir a realização bem-sucedida da Copa em 2014, quando são esperados cerca de 500 mil turistas, apenas no mês de realização do evento. O país terá uma substancial melhora em termos de logística de transporte, o que será extremamente positivo para o Turismo. Para essa dimensão, foram avaliadas as seguintes premissas:

- Execução do PAC da mobilidade urbana para a Copa do Mundo de Futebol FIFA™ 2014;
- Ampliação e melhora da infraestrutura aeroportuária e da capacidade de atendimento dos principais terminais aéreos do país;
- Ampliação do número de voos internacionais para o Brasil;
- Ampliação da oferta de assentos e destinos pelo transporte aéreo doméstico;
- Melhoria da integração da malha aeroviária doméstica;
- Capacidade das empresas aéreas brasileiras em atender a demanda futura;
- Fortalecimento da aviação regional;
- Melhoria das vias de acesso (terrestre e aquaviário) aos destinos turísticos;
- Melhoria da sinalização turística urbana e rodoviária;
- Gestão estratégica da informação relativa à logística de transportes para o Turismo.

## Turismo Internacional

Os principais destinos emissores dentre os países desenvolvidos ainda sofrerão com os impactos da crise econômica, principalmente pela elevação dos índices de desemprego e da dificuldade de acesso ao crédito. Isso terá impacto nas viagens de norteamericanos e europeus ao Brasil, um destino de longa distância e com custo ainda elevado. Os fluxos de Turismo internacional devem se intensificar com origem nos BRICS, principalmente China e Índia, alavancados por mútuos interesses comerciais. Adicionalmente, o Brasil terá um reforço espontâneo de exposição na mídia por conta da realização da Copa do Mundo de Futebol FIFA™ 2014 e dos XXXI Jogos Olímpicos Rio 2016. Estes eventos poderão também incentivar o aumento das viagens oriundas dos países vizinhos ao Brasil, reforçando o fluxo turístico intrarregional.

Outro ponto a ser ressaltado é o conjunto das ações do Ministério do Turismo, que por meio da Embratur, vem realizando um consistente trabalho na promoção do destino Brasil no exterior, iniciando a trajetória necessária para a consolidação do país como um destino turístico global. Para o quadriênio 2011/2014, foram avaliadas as seguintes premissas:

- Visibilidade ampliada do Brasil na mídia internacional, ao sediar os megaeventos Jogos Militares, Rio+20, Copa das Confederações, Copa do Mundo de Futebol FIFA™ 2014 e XXXI Jogos Olímpicos Rio 2016;
- Flexibilização dos acordos bilaterais com relação à entrada dos estrangeiros no país;
- Facilitação dos processos de emissão de vistos;
- Modelo operacional verticalizado para operadoras internacionais na comercialização do destino Brasil, sem integração com atores locais;
- Maior participação dos países em desenvolvimento no mercado global de Turismo;
- Consolidação do Mercosul como principal mercado para o Brasil;
- Fortalecimento da estratégia de promoção do Brasil no exterior;
- Consolidação do Brasil como destino para eventos internacionais.

### Turismo Doméstico

O mercado turístico doméstico tem crescido exponencialmente, sustentando a demanda em momentos em que a conjuntura externa apresentou-se desfavorável. Dessa forma, esse mercado consumidor vem ganhando relevância, alvo tanto de ações comerciais da iniciativa privada como de políticas públicas.

Para essa dimensão, foram avaliadas as seguintes premissas:

- Inclusão de novos mercados consumidores para o setor de Turismo;
- Maior participação do Turismo na cesta de consumo das famílias;
- Aumento do número de viagens domésticas;
- Melhoria da qualidade dos produtos e destinos turísticos;
- Consolidação dos produtos turísticos regionais.

Na sequência, são apresentadas as premissas e seu comportamento em cada um dos cenários analisados.

### 2.2.3 HIPÓTESES DAS PREMISSAS

As premissas podem apresentar alterações em seu comportamento, conforme o cenário projetado. As alternativas possíveis foram organizadas na forma de matriz, de forma a ilustrar cada cenário:

Condições Externas	Hipótese 1	Hipótese 2	Hipótese 3
<b>Dimensão Econômica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crescimento acelerado da economia mundial;</li> <li>• Crescente e contínuo investimento estrangeiro no Brasil;</li> <li>• Manutenção da política macroeconômica vigente;</li> <li>• Crescimento do PIB Brasileiro à taxa média de 5,5% a.a.;</li> <li>• Taxa de juros reais estáveis com tendência decrescente;</li> <li>• Inflação controlada;</li> <li>• Risco-país declinante;</li> <li>• Expansão contínua e monitorada do crédito ao consumidor;</li> <li>• Aumento da renda per capita do brasileiro;</li> <li>• Expansão do consumo das famílias;</li> <li>• Aumento da poupança interna do brasileiro</li> <li>• Taxa de câmbio com tendência de desvalorização de 5,75% a.a.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crescimento moderado da economia mundial;</li> <li>• Volume moderado de investimento estrangeiro no Brasil;</li> <li>• Manutenção da política macroeconômica vigente;</li> <li>• Crescimento do PIB Brasileiro à taxa de 4,0% a.a.;</li> <li>• Taxa de juros reais estáveis com tendência crescente;</li> <li>• Inflação controlada;</li> <li>• Risco-país declinante;</li> <li>• Expansão moderada do crédito ao consumidor;</li> <li>• Aumento moderado da renda per capita do brasileiro;</li> <li>• Expansão irregular do consumo das famílias;</li> <li>• Manutenção da poupança interna do brasileiro</li> <li>• Taxa de câmbio estável com ligeira desvalorização de 2,75% a.a.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Baixo crescimento da economia mundial;</li> <li>• Volume baixo de investimento estrangeiro no Brasil;</li> <li>• Manutenção da política macroeconômica vigente;</li> <li>• Crescimento do PIB Brasileiro à taxa média de 2,5% a.a.;</li> <li>• Taxa de juros reais crescente;</li> <li>• Inflação controlada, mas ligeiramente acima das metas do governo;</li> <li>• Risco-país estável;</li> <li>• Expansão do crédito ao consumidor em setores industriais específicos;</li> <li>• Aumento pouco significativo da renda per capita do brasileiro;</li> <li>• Manutenção do consumo das famílias;</li> <li>• Recuo da poupança interna do brasileiro</li> <li>• Taxa de câmbio estável e valorizado.</li> </ul>

Condições Externas	Hipótese 1	Hipótese 2	Hipótese 3
<b>Dimensão Política</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transição democrática e madura 2010/2011;</li> <li>• Ambiente de estabilidade de regras para incentivar o investimento na economia;</li> <li>• Ampliação e execução dos programas de investimentos em infraestrutura, com vistas à realização da Copa do Mundo de Futebol FIFA™ em 2014 e dos XXXI Jogos Olímpicos Rio 2016;</li> <li>• Realização de investimentos públicos acompanhando o desenvolvimento do setor privado;</li> <li>• Consolidação do Brasil como liderança econômica e política na América Latina.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transição democrática e madura 2010/2011;</li> <li>• Ambiente de estabilidade de regras para incentivar o investimento na economia;</li> <li>• Execução dos programas de investimentos em infraestrutura, com vistas à realização da Copa do Mundo de Futebol FIFA™ em 2014 e dos XXXI Jogos Olímpicos Rio 2016;</li> <li>• Realização de investimentos públicos acompanhando o desenvolvimento do setor privado;</li> <li>• Consolidação do Brasil como liderança econômica e política na América Latina.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transição democrática e madura 2010/2011;</li> <li>• Alguma instabilidade de regras para incentivar o investimento na economia em setores específicos;</li> <li>• Execução dos programas de investimentos em infraestrutura, com vistas à realização da Copa do Mundo de Futebol FIFA™ em 2014 e dos XXXI Jogos Olímpicos Rio 2016;</li> <li>• Realização de investimentos públicos acompanhando o desenvolvimento do setor privado;</li> <li>• Consolidação do Brasil como liderança econômica e política na América Latina.</li> </ul>

Condições Externas	Hipótese 1	Hipótese 2	Hipótese 3
<b>Dimensão Social</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ampliação dos programas de transferência de renda;</li> <li>• Ampliação gradual da geração de postos de trabalho;</li> <li>• Redução das desigualdades regionais;</li> <li>• Redução acentuada dos níveis de pobreza;</li> <li>• Ampliação da oferta de vagas para qualificação técnica profissional e educação superior.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manutenção dos programas de transferência de renda;</li> <li>• Manutenção das taxas de geração de postos de trabalho;</li> <li>• Redução das desigualdades regionais;</li> <li>• Redução gradual dos níveis de pobreza;</li> <li>• Manutenção da oferta de vagas para qualificação técnica profissional e educação superior.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Redução dos programas de transferência de renda;</li> <li>• Ampliação pouco significativa da geração de postos de trabalho;</li> <li>• Redução das desigualdades regionais;</li> <li>• Redução moderada dos níveis de pobreza;</li> <li>• Menor oferta de vagas para qualificação técnica profissional e educação superior.</li> </ul>

Condições Externas	Hipótese 1	Hipótese 2	Hipótese 3
<b>Dimensão Ambiental</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ampliação, coordenação e execução das políticas de proteção ambiental;</li> <li>• Maior conscientização sobre as consequências do aquecimento global;</li> <li>• Ampliação da utilização de práticas ambientalmente sustentáveis pelas empresas do setor;</li> <li>• Maior compreensão do Turismo como forma de sustentabilidade econômica da proteção ambiental;</li> <li>• Valorização do Turismo sustentável.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manutenção das políticas de proteção ambiental;</li> <li>• Maior conscientização sobre as consequências do aquecimento global;</li> <li>• Maior utilização de práticas ambientalmente sustentáveis pelas empresas do setor;</li> <li>• Maior compreensão do Turismo como forma de sustentabilidade econômica da proteção ambiental;</li> <li>• Valorização parcial do Turismo sustentável.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manutenção das políticas de proteção ambiental;</li> <li>• Conscientização pontual sobre as consequências do aquecimento global;</li> <li>• Baixa utilização de práticas ambientalmente sustentáveis pelas empresas do setor;</li> <li>• Incompreensão do Turismo como forma de sustentabilidade econômica da proteção ambiental;</li> <li>• Baixa valorização do Turismo sustentável.</li> </ul>

Condições Externas	Hipótese 1	Hipótese 2	Hipótese 3
<b>Dimensão Governamental</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realização de reforma tributária;</li> <li>• Realização de reforma trabalhista;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realização de reforma previdenciária.</li> <li>• Realização parcial de reforma tributária;</li> <li>• Realização parcial de reforma trabalhista;</li> <li>• Não realização de reforma previdenciária.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Não realização de reforma tributária;</li> <li>• Não realização de reforma trabalhista;</li> <li>• Não realização de reforma previdenciária.</li> </ul>

Condições Internas	Hipótese 1	Hipótese 2	Hipótese 3
<b>Estrutura de Mercado</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crescimento do setor acima das taxas de crescimento da economia brasileira;</li> <li>• Aumento do papel da tecnologia como canal de comercialização dos produtos e serviços turísticos;</li> <li>• Menor concentração de mercado;</li> <li>• Ampliação dos investimentos em gestão, inovação e tecnologia para aumentar a produtividade das empresas da cadeia produtiva do Turismo;</li> <li>• Ampliação da qualificação da mão-de-obra em toda a cadeia produtiva do Turismo;</li> <li>• Expansão e renovação da oferta hoteleira.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crescimento do setor similar às taxas de crescimento da economia brasileira;</li> <li>• Aumento do papel da tecnologia como canal de comercialização dos produtos e serviços turísticos;</li> <li>• Manutenção da concentração de mercado;</li> <li>• Manutenção dos investimentos em gestão, inovação e tecnologia para aumentar a produtividade das empresas da cadeia produtiva do Turismo;</li> <li>• Manutenção do investimento em qualificação da mão-de-obra em toda a cadeia produtiva do Turismo;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pequena expansão da oferta hoteleira.</li> <li>• Crescimento do setor abaixo das taxas de crescimento da economia brasileira;</li> <li>• Aumento do papel da tecnologia como canal de comercialização dos produtos e serviços turísticos;</li> <li>• Concentração de mercado como ameaça às pequenas e médias empresas;</li> <li>• Investimentos irregulares e pontuais em gestão, inovação e tecnologia para aumentar a produtividade das empresas da cadeia produtiva do Turismo;</li> <li>• Manutenção do investimento na qualificação da mão-de-obra, sem política estruturante;</li> <li>• Manutenção da oferta hoteleira.</li> </ul>

Condições Internas	Hipótese 1	Hipótese 2	Hipótese 3
<p><b>Governança e Investimentos Públicos</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Garantia dos investimentos, em tempo hábil, das três esferas de governo para viabilizar a infraestrutura necessária à Copa do Mundo de Futebol FIFA™ 2014 e aos XXXI Jogos Olímpicos Rio 2016;</li> <li>• Ação interministerial para realização de investimentos ligados, direta e indiretamente, ao Turismo para a realização da Copa do Mundo de Futebol FIFA™ 2014 e dos XXXI Jogos Olímpicos Rio 2016;</li> <li>• Manutenção e aceleração dos programas de investimentos em infraestrutura e desenvolvimento turístico;</li> <li>• Fortalecimento das instâncias de governança do Turismo;</li> <li>• Monitoramento anual e avaliação do Plano Nacional de Turismo e constante aprimoramento.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento dos investimentos, das três esferas de governo para viabilizar a infraestrutura necessária à Copa do Mundo de Futebol FIFA™ 2014 e aos XXXI Jogos Olímpicos Rio 2016;</li> <li>• Problemas na articulação das ações interministeriais para realização de investimentos ligados, direta e indiretamente, ao Turismo para a realização da Copa do Mundo de Futebol FIFA™ 2014 e dos XXXI Jogos Olímpicos Rio 2016;</li> <li>• Manutenção dos programas de investimentos em infraestrutura e desenvolvimento turístico;</li> <li>• Moderado investimento no fortalecimento das instâncias de governança do Turismo;</li> <li>• Monitoramento bianual e avaliação do Plano Nacional de Turismo e constante aprimoramento.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Problemas na definição das prioridades dos investimentos necessários para a Copa do Mundo de Futebol FIFA™ 2014 e aos XXXI Jogos Olímpicos Rio 2016;</li> <li>• Falta de articulação nas ações interministeriais para realização de investimentos ligados, direta e indiretamente, ao Turismo para a realização da Copa do Mundo de Futebol FIFA™ 2014 e dos XXXI Jogos Olímpicos Rio 2016;</li> <li>• Manutenção dos programas de investimentos em infraestrutura e desenvolvimento turístico;</li> <li>• Baixo investimento no fortalecimento das instâncias de governança do Turismo;</li> <li>• Monitoramento moderado do Plano Nacional de Turismo.</li> </ul>

Condições Internas	Hipótese 1	Hipótese 2	Hipótese 3
<b>Investimentos Privados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ampliação das linhas de financiamento para o Turismo (prazo, taxas e garantias), com vistas aos eventos Copa do Mundo de Futebol FIFA™ 2014 e XXXI Jogos Olímpicos Rio 2016;</li> <li>• Ampliação dos investimentos em hotelaria por grupos nacionais e internacionais;</li> <li>• Ampliação da participação do capital estrangeiro e nacional na infraestrutura e no sistema de aviação civil.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manutenção das linhas de financiamento para o Turismo (prazo, taxas e garantias), com vistas aos eventos Copa do Mundo de Futebol FIFA™ 2014 e XXXI Jogos Olímpicos Rio 2016;</li> <li>• Manutenção dos investimentos em hotelaria por grupos nacionais e internacionais;</li> <li>• Ampliação restrita da participação do capital estrangeiro e nacional na infraestrutura e no sistema de aviação civil.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manutenção das linhas de financiamento para o Turismo (prazo, taxas e garantias), com vistas aos eventos Copa do Mundo de Futebol FIFA™ 2014 e XXXI Jogos Olímpicos Rio 2016;</li> <li>• Redução dos investimentos em hotelaria por grupos nacionais e internacionais;</li> <li>• Baixa participação do capital estrangeiro e nacional na infraestrutura e no sistema de aviação civil.</li> </ul>

Condições Internas	Hipótese 1	Hipótese 2	Hipótese 3
<p><b>Turismo Internacional</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visibilidade ampliada do Brasil na mídia internacional, ao sediar os megaeventos Jogos Militares, Rio+20, Copa das Confederações, Copa do Mundo de Futebol FIFA™ 2014 e XXXI Jogos Olímpicos Rio 2016;</li> <li>• Facilitação dos processos de emissão de vistos para estrangeiros;</li> <li>• Maior participação dos países em desenvolvimento no mercado global de Turismo;</li> <li>• Consolidação do Mercosul como principal mercado para o Brasil;</li> <li>• Fortalecimento da estratégia de promoção do Brasil no exterior;</li> <li>• Consolidação do Brasil como destino para eventos internacionais.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visibilidade ampliada do Brasil na mídia internacional, ao sediar os megaeventos Jogos Militares, Rio+20, Copa das Confederações, Copa do Mundo de Futebol FIFA™ 2014 e XXXI Jogos Olímpicos Rio 2016;</li> <li>• Melhorias nos processos de emissão de vistos para estrangeiros;</li> <li>• Maior participação dos países em desenvolvimento no mercado global de Turismo;</li> <li>• Consolidação do Mercosul como principal mercado para o Brasil;</li> <li>• Manutenção da estratégia de promoção do Brasil no exterior;</li> <li>• Consolidação do Brasil como destino para eventos internacionais.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visibilidade ampliada do Brasil na mídia internacional, ao sediar os megaeventos Jogos Militares, Rio+20, Copa das Confederações, Copa do Mundo de Futebol FIFA™ 2014 e XXXI Jogos Olímpicos Rio 2016;</li> <li>• Manutenção dos processos de emissão de vistos para estrangeiros;</li> <li>• Maior participação dos países em desenvolvimento no mercado global de Turismo;</li> <li>• Consolidação do Mercosul como principal mercado para o Brasil;</li> <li>• Manutenção da estratégia de promoção do Brasil no exterior; e</li> <li>• Manutenção da posição do Brasil no ranking de destinos para eventos internacionais.</li> </ul>

Condições Internas	Hipótese 1	Hipótese 2	Hipótese 3
<b>Turismo Doméstico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inclusão de novos mercados consumidores para o setor de Turismo;</li> <li>• Maior participação do Turismo na cesta de consumo das famílias;</li> <li>• Aumento do número de viagens domésticas a taxas superiores a 10% a.a;</li> <li>• Melhoria da qualidade dos atrativos turísticos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manutenção dos mercados consumidores para o setor de Turismo;</li> <li>• Ampliação moderada da participação do Turismo na cesta de consumo das famílias;</li> <li>• Aumento do número de viagens domésticas a taxas inferiores a 5% a.a;</li> <li>• Manutenção do estado atual de qualidade dos atrativos turísticos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Redução de novos mercados consumidores para o setor de Turismo;</li> <li>• Manutenção da participação do Turismo na cesta de consumo das famílias;</li> <li>• Aumento do número de viagens domésticas a taxas inferiores a 3% a.a;</li> <li>• Redução da qualidade dos atrativos turísticos.</li> </ul>



### Cenário 1

Crescimento acelerado com ganhos de competitividade



### Cenário 2

Crescimento moderado com pequenos ganhos de competitividade



### Cenário 3

Crescimento inercial com problemas de competitividade

## 2.3 CENÁRIOS

Os cenários apresentam situações estruturalmente diferentes, cujo objetivo é monitorar a evolução de “variáveis condutoras” que, interagindo de forma dinâmica, podem nos dirigir de um cenário presente para um dos plausíveis cenários futuros. Esses cenários são narrativas sobre o futuro, consistentes e cuidadosamente estruturadas entre variáveis, com o propósito de orientar o planejamento.

Tendo como referência os cenários futuros, são apresentadas as projeções compatíveis dos principais indicadores do Turismo no Brasil, de forma a propiciar seu acompanhamento. Estes indicadores, diretos e indiretos, são conceituados e apresentados no capítulo 1.3 (Turismo no Brasil) e têm constituído referências para a avaliação e monitoramento do Plano Nacional de Turismo.

Como ressaltado anteriormente, a partir da combinação das hipóteses alternativas para o conjunto das premissas descritas e da avaliação das variáveis econômicas que condicionam os principais indicadores do Turismo no país, foram desenhados três cenários para o período 2011-2014.

### 2.3.1 - CENÁRIO 1 CRESCIMENTO ACELERADO COM GANHOS DE COMPETITIVIDADE

Este cenário é constituído por uma combinação de condições externas e internas favoráveis ao processo de crescimento, desenvolvimento e de melhoria na competitividade turística. A Tabela 5.1 apresenta as projeções das variáveis econômicas quantitativas, consideradas mais importantes para o crescimento e desenvolvimento do Turismo, compatíveis com este cenário.

**Tabela 5.1**  
Projeção das Variáveis relativas ao Cenário 1

Variáveis	2010	2011	2012	2013	2014
Taxa de crescimento do PIB (%)	5,50	4,50	5,30	5,70	6,30
Taxa de Câmbio (R\$/US\$)	1,86	1,98	2,05	2,19	2,29
Taxa de juros (%)	11,25	11,00	9,25	8,25	8,00
Taxa de Inflação (%)	5,16	4,70	4,50	4,80	4,90
Taxa de Crescimento do PIB Mundial (%)	4,00	4,80	3,50	4,20	4,50

Fontes: BACEN, IBGE, Boletim Focus, FMI e FGV

Neste cenário, as condições externas favoráveis deverão permitir uma expansão das economias mundial e nacional, com impactos positivos sobre o setor de Turismo no Brasil. Uma expansão da renda internacional aumentará a demanda por viagens, o que beneficiará o País, considerando os importantes eventos internacionais que serão realizados no período. Também é importante ressaltar que esse cenário mundial positivo deverá estimular o volume de investimento estrangeiro no Brasil.

Por outro lado, as condições internas favoráveis deverão garantir a expansão da economia nacional, que, por sua vez, beneficiará o crescimento do turismo interno. Com a estabilidade nos preços, o Banco Central terá condições de reduzir a taxa de juros, o que poderá impulsionar os investimentos privados na economia em geral e no setor turístico em especial.

No entanto, devido à forte recuperação da economia brasileira a partir do último trimestre de 2009, o Banco Central do Brasil deverá aumentar a taxa de juros em 2010 e, possivelmente, deve mantê-la acima de 10% a.a em 2011. Este aumento na taxa de juros, apesar de não afetar o nível de atividade econômica em 2010, reduzirá o ritmo de crescimento em 2011.

A articulação das ações interministeriais para a realização de ações e investimentos ligados direta e indiretamente ao Turismo, aliada à manutenção e aceleração dos programas de investimentos em infraestrutura e à cooperação entre as três esferas do governo serão fundamentais na construção deste cenário, que terá como resultado o crescimento do Turismo e a melhoria expressiva da competitividade turística.

## Trajectoria

Este é o melhor cenário para o Turismo brasileiro no período 2011-2014. A trajetória de consolidação desse cenário compreende dois subperíodos, divididos por um ponto de inflexão, que corresponde a uma mudança na dinâmica do processo de crescimento e competitividade turística do país.

### Fase 1 – 2011-2012

Se por um lado, a volatilidade nos mercados financeiros internacionais e o baixo crescimento das economias são sinais de incerteza na economia mundial, a economia brasileira tem apresentando bons resultados no que se refere à estabilidade econômica e solidez financeira. Este período será marcado pelo aumento dos investimentos públicos na infraestrutura básica, visando à preparação para sediar os eventos internacionais. Essas

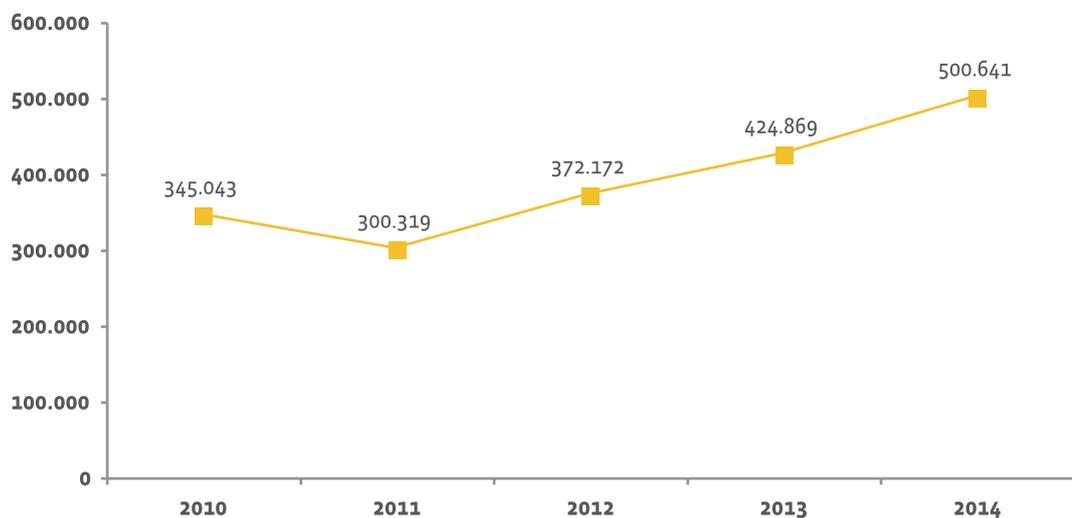
condições favoráveis deverão estimular o nível de investimento privado nas Atividades Características do Turismo, melhorando a competitividade dos serviços turísticos.

### Fase 2 – 2013-2014

Após o período de maturação das políticas econômicas nacionais e internacionais voltadas para a sustentabilidade do crescimento econômico, haverá uma expansão da renda em nível mundial e nacional. Porém, é importante ressaltar que os resultados desta fase dependerão do planejamento coordenado e cooperado das ações federais, estaduais e municipais e dos investimentos realizados na primeira fase, além da eficácia e eficiência do Estado na condução das reformas e regulação da economia nacional. Além disso, nesta fase haverá uma melhoria na competitividade turística derivada dos investimentos realizados na primeira fase.

O gráfico 5.1.1 representa a projeção das ocupações geradas nas Atividades Características do Turismo para o período de 2010-2014.

**Gráfico 5.1.1**  
Projeção de Ocupações criadas nas Atividades Características do Turismo para o período 2010-2014 (empregos)



Fontes: MTur, FGV

Para as projeções da geração de ocupação (emprego formal e informal) nas Atividades Características do Turismo, foram utilizados os dados da Rais (registro nacional de emprego formal) e um coeficiente de 1,3 para o emprego informal, ou seja, para cada emprego formal existem 1,3 empregos informais. Utilizando a hipótese da existência de correlação positiva entre o nível de emprego nas Atividades Características do Turismo e o PIB, verificou-se que a Relação é de 1,16, ou seja, o nível de emprego tende a crescer 16% acima

da taxa de crescimento do PIB. Sendo assim, aplicando 1,16 nas taxas de crescimento do PIB, projetadas para cada ano e para cada cenário, determinou-se o índice de variação do emprego nas Atividades Características do Turismo. O nível de emprego para cada ano e para cada cenário foi determinado aplicando o índice de variação do emprego na base de 5.408.192 empregados, de 2009.

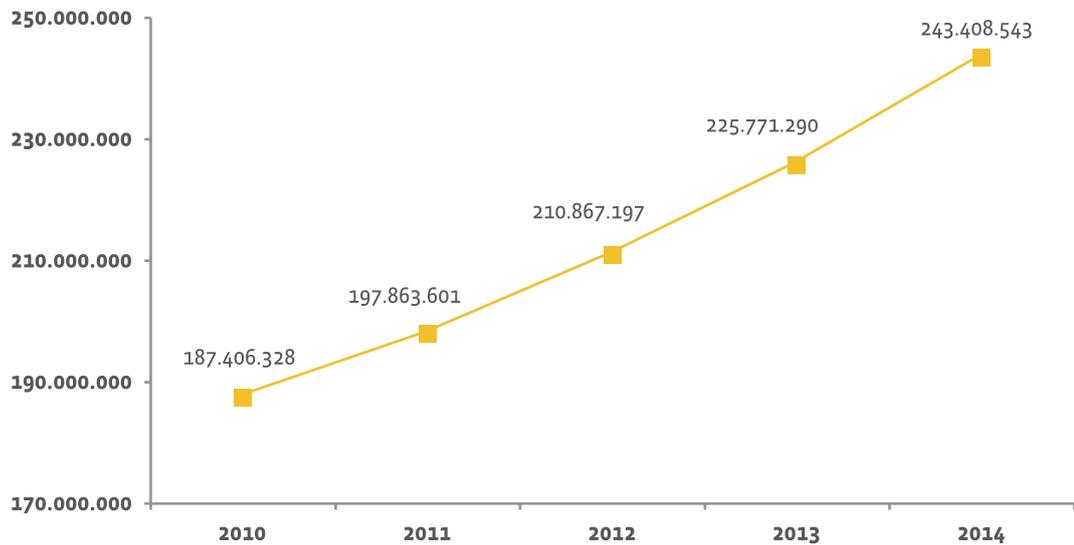
A tabela 5.1.1 apresenta as projeções, para este cenário, do nível de ocupação nas Atividades Características do Turismo e de alguns indicadores indiretos que podem influenciar ou/e representar o desempenho do mercado de trabalho no setor de Turismo.

**Tabela 5.1.1**  
Projeções de indicadores relacionados ao mercado de trabalho no Turismo para o período 2011-2014

Indicador direto	Unid.	2010	2011	2012	2013	2014
Empregos e Ocupações Criados nas Atividades Características do Turismo (ACT)	Mil	345.043	300.319	372.172	424.869	500.641
Indicadores indiretos	Unid.	2010	2011	2012	2013	2014
Número de Estabelecimentos Hoteleiros	Un	26.914	28.822	30.864	33.052	35.394
Financiamento Concedido para o Setor Privado pelos Bancos Federais	R\$ Bilhão	6,70	8,10	9,72	11,67	14,00
Empregos e Ocupações Criados no Setor Turismo	Mil	103.981	89.427	109.733	123.831	144.121
Empregos e Ocupações Formais nas Atividade Características do Turismo	Mil	5.753,235	6.053,553	6.425,726	6.850,595	7.351,236
Prestadores de Serviços Turísticos Cadastrados no Ministério do Turismo	Un	160.173	208.225	270.692	351.900	457.470

*Fontes: MTur, FGV.*

**Gráfico 5.1.2**  
Projeção de Viagens Domésticas para o período 2011-2014 (em unidade)



Fontes: MTur e FGV.

Para as projeções referentes às Viagens Domésticas, foi utilizada a hipótese de que essa variável possui uma forte correlação com a taxa de crescimento do PIB. Verificou-se que a relação é de 1,24, ou seja, as viagens domésticas crescem 24% acima da taxa de crescimento do PIB. Aplicando 1,24, nas taxas de crescimento projetadas para cada ano e para este cenário, foi determinado o índice de crescimento das Viagens Domésticas. Por fim, aplicando o índice na base 175.441.235 de 2009, foram encontrados as projeções para o período.

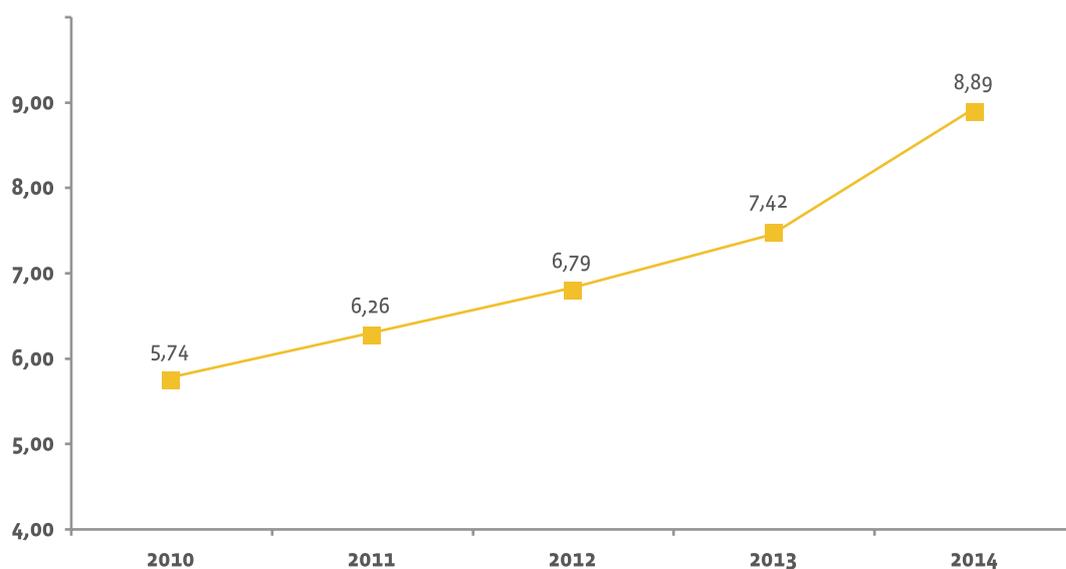
A tabela 5.1.2 apresenta as projeções das viagens domésticas e alguns indicadores indiretos que podem influenciar ou/e representar o desempenho do mercado turístico doméstico.

**Tabela 5.1.2**  
 Projeção de Indicadores relacionados ao mercado de Viagens Domésticas  
 para o período 2011-2014

Indicador direto	Unid.	2010	2011	2012	2013	2014
Viagens Domésticas Realizadas	Und	187.406.328	197.863.601	210.867.197	225.771.290	243.408.543
Indicadores indiretos	Unid.	2010	2011	2012	2013	2014
Desembarques em Voos Nacionais	Und	59.697.092	63.055.053	67.232.450	72.022.763	77.694.555
Aluguel de Veículos para Turista	Und	179.759	201.199	225.197	252.056	282.120
Preço Médio de Bilhete Aéreo - Doméstico Regular (YIELD)	R\$	325	338	351	365	387
Desembarque em Transporte Rodoviário Coletivo Regular	Und	59.496.017	57.871.324	56.290.997	54.753.825	53.258.630
Veículos Licenciados - Automóveis	Und	2.801.347	3.089.647	3.407.618	3.758.314	4.145.100

Fontes: MTur e FGV.

**Gráfico 5.1.3**  
 Projeção de Divisas Internacionais geradas pelo Turismo  
 para o período 2011-2014 (em R\$ bilhões)



Fontes: MTur e FGV

Considerando as projeções para a entrada de divisas internacionais a partir do turismo, foram realizados testes de correlação entre esta variável e [Taxa de Câmbio (TC); Taxa de variação do PIB Mundial (PIBMund.); Número de Assentos (Ass.); Desembarques Internacionais (Desemb. Int.); Fluxo Turístico Internacional (Tur. Int.); Gastos dos Estrangeiros com Cartão de Crédito (Gast. Est. Car.); e Entrada de Turistas (Entr. Tur)]. Com base na magnitude das correlações, foi definida uma função de variação na entrada de divisas:

Variação na entrada de Divisas = 0,15 Var.(TC) + 0,13 Var. (PIBMundial) + 0,15(Var.Ass.) + 0,07Var. (Desemb. Int.) + 0,15 Var. (Tur. Int.) + 0,2 Var. (Gast. Est. Cartão) + 0,15 Var.(Entr.Tur).

Tendo como ponto de partida a entrada de divisas de US\$5.300.000.000, registrado em 2009, as projeções foram construídas, aplicando o índice de variação (corrigido pela inflação projetada) ano a ano, para cada cenário.

A tabela 5.1.3 apresenta as projeções da entrada de divisas a partir da conta Viagens Internacionais, para este cenário e para alguns indicadores indiretos que podem influenciar ou/e representar o desempenho do Turismo receptivo internacional.

**Tabela 5.1.3**  
Projeção de Indicadores relacionados ao turismo internacional para o período 2011-2014

Indicador direto	Unid.	2010	2011	2012	2013	2014
Divisas Internacionais Geradas pelo Turismo	US\$ Bilhão	5,74	6,26	6,79	7,42	8,89
Indicadores indiretos	Unid.	2010	2011	2012	2013	2014
Chegada de Turistas Estrangeiros	Milhão	5,10	5,44	5,76	6,18	7,21
Desembarques em Voos Internacionais	Milhão	6,93	7,29	7,80	8,58	9,44
Nº de Assentos ofertados para vôos internacionais	Unid.	9.550,319	10.505,351	11.555,886	12.711,475	13.982,622
Gastos com Cartão de Crédito Realizados por Turistas Estrangeiros	US\$ Milhão	3.588	4.126	4.704	5.480	6.466

Fontes: MTur e FGV

Analisando as condições atuais das premissas e as projeções das variáveis ligadas direta ou indiretamente ao desempenho e competitividade da atividade turística, este é o cenário com maior probabilidade de realização. No entanto, é importante ressaltar que a concretização deste cenário dependerá principalmente da eficiência e da eficácia das políticas governamentais que de alguma forma afetam e afetarão a atividade turística.

### 2.3.2 - CENÁRIO 2 CRESCIMENTO MODERADO COM PEQUENOS GANHOS DE COMPETITIVIDADE

Este cenário combina condições externas e internas moderadamente favoráveis, o que significa que o setor de Turismo estaria perdendo uma oportunidade de aproveitar o momento da realização dos eventos internacionais no país para crescer e melhorar a sua competitividade. A tabela 5.2 apresenta projeções compatíveis com este cenário.

**Tabela 5.2**  
Projeção das Variáveis relativas ao Cenário 2

Variáveis	2010	2011	2012	2013	2014
Taxa de crescimento do PIB (%)	4,00	3,00	3,80	4,20	4,80
Taxa de Câmbio (R\$/US\$)	1,81	1,87	1,88	1,94	2,01
Taxa de juros (%)	12,25	12,00	10,25	9,25	9,00
Taxa de Inflação (%)	5,66	5,20	5,00	5,30	5,40
Taxa de Crescimento do PIB Mundial (%)	3,00	3,80	2,50	3,20	3,50

Fonte: BACEN, IBGE, Boletim Focus, FMI e Núcleo de Turismo da FGV

Este é o cenário intermediário para o Turismo brasileiro no período 2010-2014. Neste cenário, as condições externas moderadamente favoráveis deverão permitir uma recuperação das economias mundial e nacional, mas o crescimento será inferior ao registrado no período imediatamente anterior à crise financeira internacional. Sendo assim, o impacto sobre o crescimento do Turismo será moderado apesar de o Brasil sediar vários eventos internacionais no período. A possível volatilidade no crescimento da economia nacional será uma variável de incerteza que poderá influenciar negativamente o nível de investimento no setor turístico. Sendo assim, apesar dos investimentos do Estado em infraestrutura, o nível de competitividade dos serviços turísticos será pouco afetado devido ao baixo nível de investimento do setor privado e das condições de concorrência nos setores estratégicos do Turismo, como o transporte aéreo.

Neste cenário, apesar do fortalecimento político-institucional da Gestão Pública do Turismo em âmbito nacional, a deficiência nos mecanismos de incentivo, aliada aos problemas de articulação entre as três esferas de governo, também poderá inibir o nível de investimento privado no setor. Além disso, os investimentos na ampliação da capacidade de atendimento dos principais terminais aéreos do país e da melhoria da integração da malha aérea doméstica, devido à falta de concorrência nos setores de transporte, possivelmente não se traduzirá em redução de preços.

## Trajetória

### Fase 1 – 2011-2012

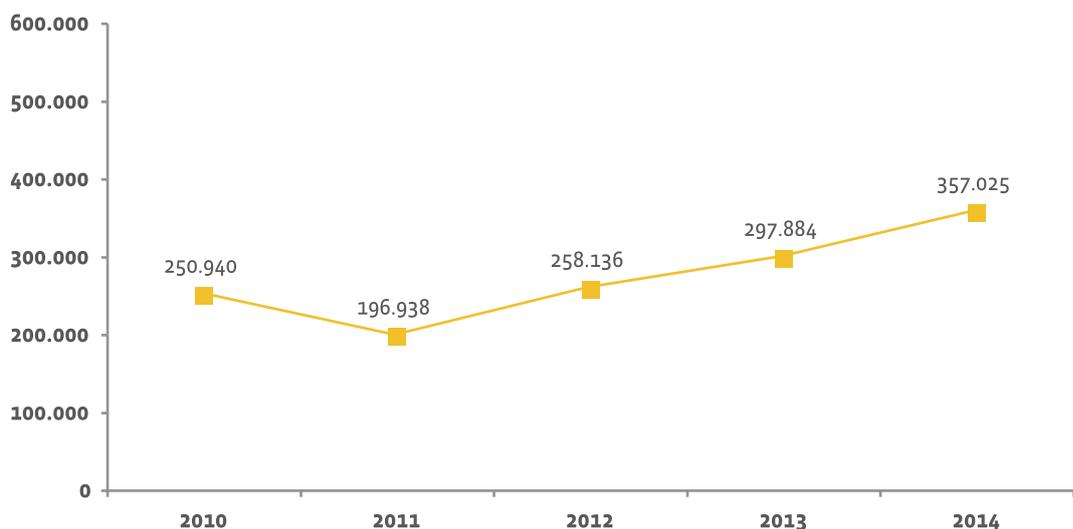
Apesar das mais recentes estimativas do Fundo Monetário Internacional (FMI) apontarem para uma recuperação das economias mundial e brasileira, as incertezas em relação à solidez dos mercados financeiros persistem. Sendo assim, neste período, a projeção é de baixo crescimento da economia internacional e de crescimento moderado da economia nacional. Nesta fase, uma possível redução no fluxo turístico internacional, derivado do baixo desempenho das economias dos países desenvolvidos será compensada pelo aumento do turismo interno, impulsionado pelo crescimento da renda interna. Devido à necessidade de se adequar às condições estabelecidas pela FIFA e o COI, para sediar a Copa do Mundo de 2014 e os XXXI Jogos Olímpicos Rio 2016, o governo realizará investimentos na infraestrutura básica. No entanto, falhas no planejamento e na articulação entre as três esferas do Governo poderão gerar distorções nas decisões de investimento, que, por sua vez, terão baixo impacto sobre a competitividade turística do país. Assim como essas condições pouco favoráveis poderão afetar negativamente o nível de investimento privado nas Atividades Características do Turismo.

### Fase 2 – 2013-2014

A adoção de políticas monetárias contracionistas, voltadas para o controle da inflação, poderá reduzir o ritmo de crescimento da renda mundial. Os problemas de acessibilidade e logística podem comprometer o processo de melhoria na competitividade turística. Também é importante destacar que a falta de padronização e de fiscalização dos serviços turísticos poderá comprometer o nível de competitividade do Brasil como destino turístico internacional. Nesta fase, o crescimento do fluxo turístico, associado à realização dos eventos, aliado à falta de concorrência deverá implicar no aumento dos preços dos serviços turísticos.

O gráfico 5.2.1 representa a projeção, para este cenário, das ocupações geradas nas Atividades Características do Turismo para o período de 2010-2014.

**Gráfico 5.2.1**  
 Projeção de Ocupações criadas nas Atividades Características do Turismo  
 para o período 2010-2014 (empregos)



Fontes: MTur e FGV

Como no caso do primeiro cenário, as projeções de emprego para o cenário 2 foram determinadas, aplicando os 1,16 (relação entre a taxa de crescimento do emprego e as taxas de crescimento do PIB para este cenário), projetadas para cada ano.

A tabela 5.2.1 apresenta as projeções, para este cenário, do nível de ocupação nas Atividades Características do Turismo e alguns indicadores indiretos que podem influenciar ou/e representar o desempenho do mercado de trabalho no setor de Turismo.

**Tabela 5.2.1**  
 Projeções de indicadores relacionados ao mercado de trabalho no turismo  
 para o período 2011-2014

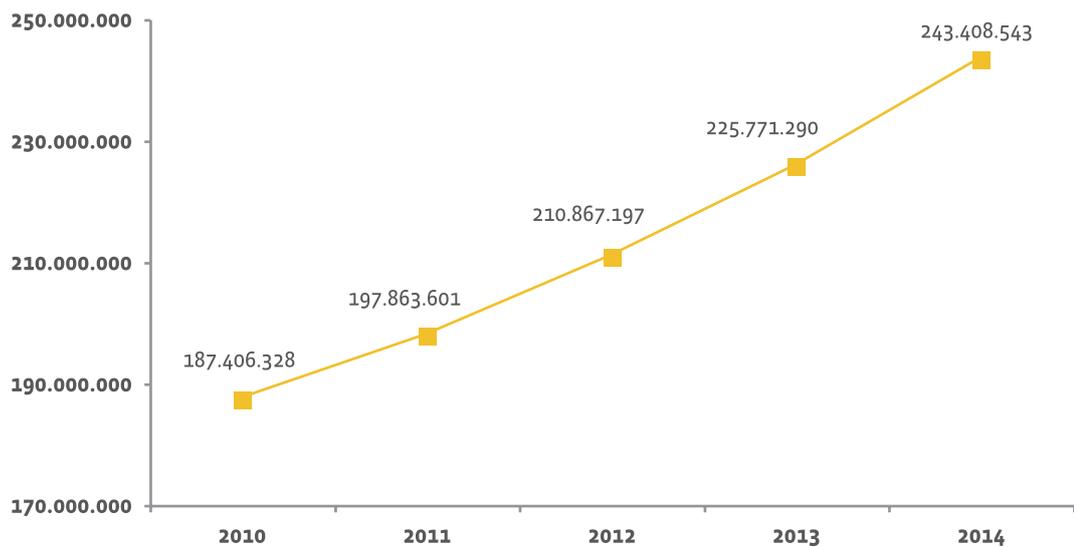
Indicador direto	Unid.	2010	2011	2012	2013	2014
Empregos e Ocupações Criados nas Atividades Características do Turismo (ACT)	Mil	250.940	196.938	258.136	297.884	357.025

Indicadores indiretos	Unid.	2010	2011	2012	2013	2014
Número de Estabelecimentos Hoteleiros	Un	24.223	25.940	27.778	29.746	31.855
Financiamento Concedido para o Setor Privado pelos Bancos Federais	R\$ Bilhão	6,14	6,75	7,43	8,17	8,99
Empregos e Ocupações Criados no Setor Turismo	Mil	75.622	58.827	76.593	87.647	104.080
Empregos e Ocupações Formais nas Atividade Características do Turismo	Mil	5.659.132	5.856.070	6.114.205	6.412.090	6.769.115
Prestadores de Serviços Turísticos Cadastrados no Ministério do Turismo	Un	144.156	187.402	243.623	316.710	411.723

Fontes: MTur e FGV

As viagens domésticas deverão atingir R\$ 222,931 milhões, em 2014, neste cenário.

**Gráfico 5.2.2**  
Projeção de Viagens Domésticas para o período 2011-2014 (em unidade)



Fonte: MTur e FGV

Para as projeções referentes às Viagens Domésticas, foi aplicado o índice 1,24 (relação entre a taxa de crescimento das viagens domésticas e o PIB para este cenário) nas taxas de crescimento projetado para a taxa de crescimento do PIB.

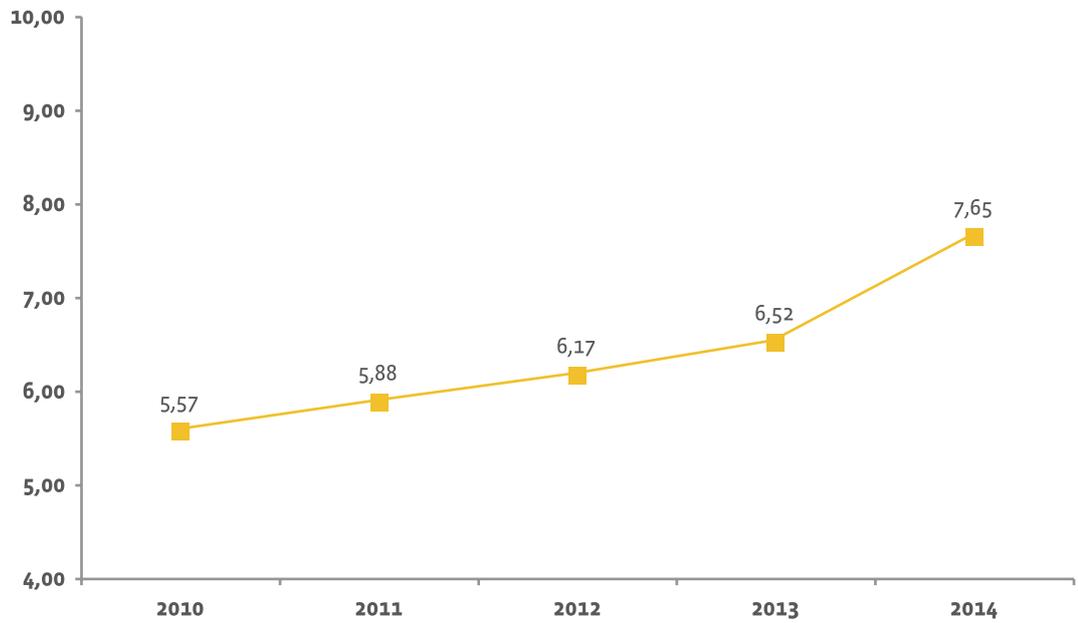
A tabela 5.2.2 apresenta as projeções, para este cenário, das viagens domésticas e alguns indicadores indiretos que podem influenciar ou/e representar o desempenho do mercado turístico doméstico.

**Tabela 5.2.2**  
Projeção de Indicadores relacionados ao mercado de Viagens Domésticas  
para o período 2011-2014

Indicador direto	Unid.	2010	2011	2012	2013	2014
Viagens Domésticas Realizadas	Und	184.143.121	190.993.245	199.992.847	210.408.474	222.931.986
Indicadores indiretos	Unid.	2010	2011	2012	2013	2014
Desembarques em Voos Nacionais	Und	58.649.774	60.849.141	63.739.475	67.085.798	71.110.945
Aluguel de Veículos para Turista	Und	170.239	180.454	191.281	202.758	214.923
Preço Médio de Bilhete Aéreo - Doméstico Regular (YIELD)	RS	337	364	393	425	467
Desembarque em Transporte Rodoviário Coletivo Regular	Und	56.662.873	55.115.546	53.610.473	52.146.500	50.722.505
Veículos Licenciados - Automóveis	Und	2.667.949	2.942.521	3.245.351	3.579.346	3.947.715

*Fonte: MTur e FGV*

**Gráfico 5.2.3**  
 Projeção de Divisas Internacionais geradas pelo Turismo  
 para o período 2011-2014 (em R\$ bilhões)



Fonte: MTur e FGV

Para as projeções de entrada de divisas para este cenário, a redução no ritmo de crescimento da entrada de turistas e no crescimento de assentos nos voos internacionais, geram resultados inferiores aos do cenário 1. As divisas deverão atingir R\$ 7,65 bilhões, em 2014.

A tabela 5.2.3 apresenta as projeções da entrada de divisas a partir da conta Viagens Internacionais, para este cenário e para alguns indicadores indiretos que podem influenciar ou/e representar o desempenho do turismo receptivo internacional.

**Tabela 5.2.3**  
 Projeção de Indicadores relacionados ao turismo internacional  
 para o período 2011-2014

Indicador direto	Unid.	2010	2011	2012	2013	2014
Divisas Internacionais Geradas pelo Turismo	US\$ Bilhão	5,57	5,88	6,17	6,52	7,65
Indicadores indiretos	Unid.	2010	2011	2012	2013	2014
Chegada de Turistas Estrangeiros	Milhão	4,98	5,17	5,32	5,56	6,37
Desembarques em Voos Internacionais	Milhão	6,74	6,94	7,22	7,72	8,26
Nº de Assentos ofertados para vôos internacionais	Unid.	9.285.032	9.749.284	10.236.748	10.748.586	11.286.015
Gastos com Cartão de Crédito Realizados por Turistas Estrangeiros	US\$ Milhão	3.397,25	3.703,00	3.999,24	4.419,16	4.949,46

Fontes: MTur e FGV

### 2.3.3 CENÁRIO 3 CRESCIMENTO INERCIAL COM PROBLEMAS DE COMPETITIVIDADE

Este seria o pior cenário para o Turismo brasileiro no período 2010-2014. Neste cenário, as condições externas e internas são desfavoráveis. As incertezas relacionadas ao sistema financeiro internacional deverão persistir, gerando um impacto negativo sobre as economias mundial e nacional. A tabela 5.3 apresenta as projeções das variáveis quantitativas consideradas mais importantes para o crescimento e desenvolvimento do Turismo, compatíveis com este cenário.

**Tabela 5.3**  
 Projeção das Variáveis relativas ao Cenário 3

Variáveis	2010	2011	2012	2013	2014
Taxa de crescimento do PIB (%)	2,50	1,50	2,30	2,70	3,30
Taxa de Câmbio (R\$/US\$)	1,76	1,76	1,72	1,73	1,71
Taxa de juros (%)	13,25	13,00	11,25	10,25	10,00
Taxa de Inflação (%)	6,16	5,70	5,50	5,80	5,90
Taxa de Crescimento do PIB Mundial (%)	2,00	2,80	1,50	2,20	2,50

Fonte: BACEN, IBGE, Boletim Focus, FMI e FGV

Neste cenário, o Turismo deverá apresentar um baixo crescimento, com problemas de competitividade. Apesar do fortalecimento da estratégia de marketing do Brasil no exterior e maior utilização da Marca Brasil, as condições desfavoráveis da economia mundial deverão impactar negativamente no fluxo turístico receptivo internacional.

Em relação à governança e investimentos públicos, os investimentos das três esferas de governo, para viabilizar a infraestrutura necessária para a realização da Copa do Mundo não será suficiente para garantir ganhos na competitividade turística, devido à falta de articulação nas ações interministeriais. A falta de cooperação entre as esferas de governo na condução das políticas relacionadas ao setor de Turismo também inibirá os ganhos de competitividade. Outro fator que poderá mitigar os efeitos dos investimentos sobre a competitividade do setor é a falta de políticas efetivas de qualificação profissional para o Turismo.

## Trajetória

### Fase 1 – 2011-2012

Nesta fase, o predomínio das incertezas na economia mundial deverá influenciar negativamente a dinâmica das economias mundial e nacional. É importante ressaltar que a economia brasileira será menos afetada, uma vez que seu desempenho tem sido sustentado pelo mercado interno. Assim, o turismo receptivo ficará estagnado e o turismo interno deverá crescer a taxas inferiores a 5% ao ano. Esta fase será marcada por vultosos investimentos públicos em obras de infraestrutura geral, visando à preparação para sediar a Copa do Mundo de Futebol, em 2014, e os XXXI Jogos Olímpicos Rio 2016.

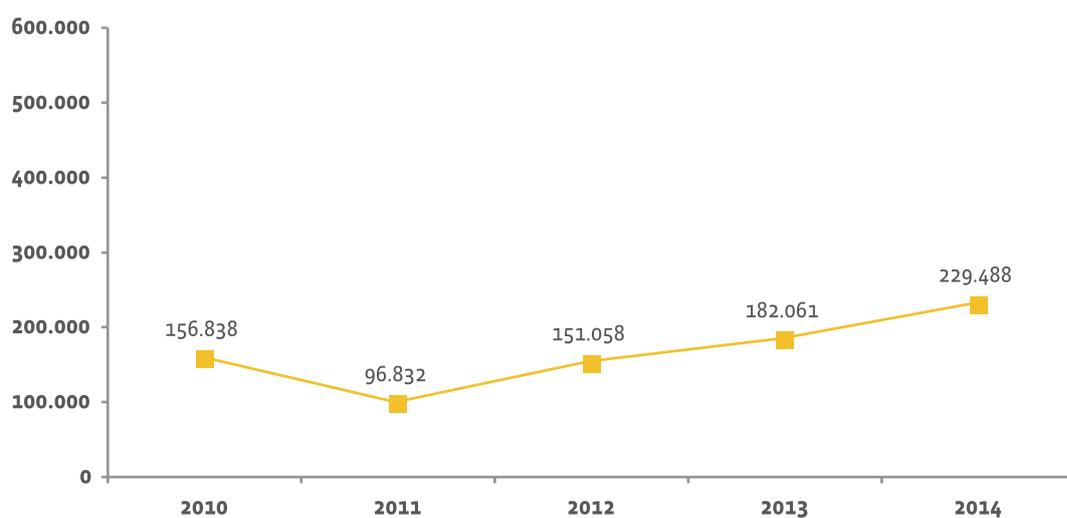
### Fase 2 – 2013-2014

A inflação passará a ocupar o centro das decisões econômicas nos países desenvolvidos. A adoção de políticas monetárias contracionistas poderá reduzir o ritmo de crescimento da renda mundial. Nesta fase, haverá algum crescimento no fluxo turístico interno, provocado pelos eventos internacionais que serão realizados no País. No entanto, devido à qualidade dos investimentos públicos realizados na primeira fase e do reduzido investimento do setor privado, o crescimento da demanda deverá aumentar os preços sem uma melhoria nos serviços ofertados. É importante destacar que devido à falta de articulação das ações interministeriais, para realização dos investimentos ligados direta e indiretamente ao turismo, e à deficiente cooperação entre as várias esferas do governo na condução das políticas relacionadas ao setor, os ganhos de competitividade turística serão insignificantes.

As projeções das variáveis compatíveis com este cenário são apresentadas a seguir.

O gráfico 5.3.1 representa a projeção das ocupações geradas nas Atividades Características do Turismo para o período de 2010-2014.

**Gráfico 5.3.1**  
Projeção de Ocupações criadas nas Atividades Características do Turismo para o período 2010-2014 (empregos)



Fontes: MTur e FGV

Utilizando as mesmas hipóteses e os mesmos procedimentos dos cenários 1 e 2, as projeções de emprego para o cenário 3 foram determinadas, aplicando os 1,16 (relação entre a taxa de crescimento do emprego e as taxas de crescimento do PIB para este cenário), no PIB projetado para cada ano.

A tabela 5.3.1 apresenta as projeções para o cenário 2, do nível de ocupação nas Atividades Características do Turismo e alguns indicadores indiretos que podem influenciar ou/e representar o desempenho do mercado de trabalho no setor de Turismo.

**Tabela 5.3.1**  
Projeções de indicadores relacionados ao mercado de trabalho no Turismo para o período 2011-2014

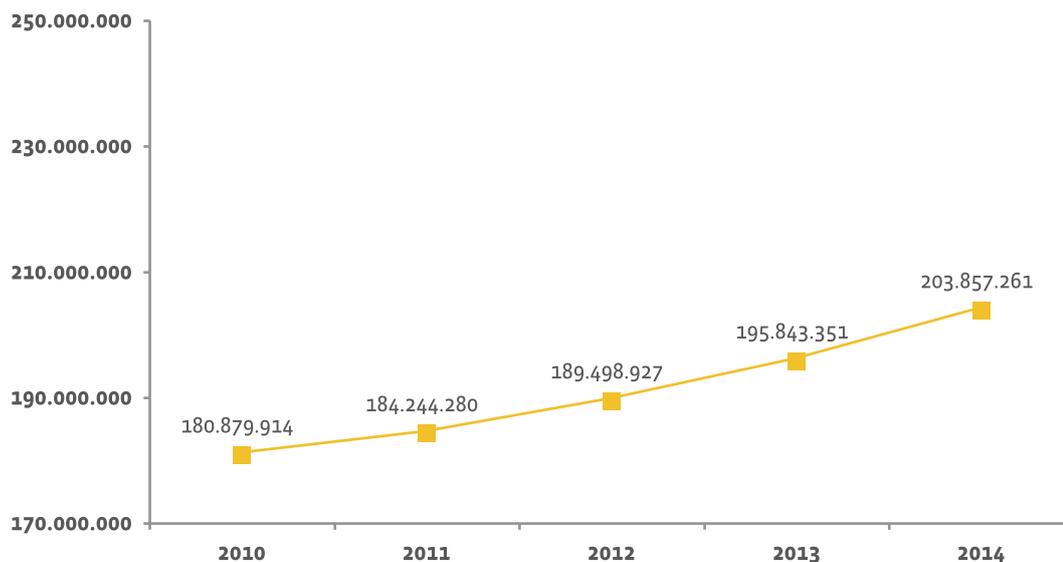
Indicador direto	Unid.	2010	2011	2012	2013	2014
Empregos e Ocupações Criados nas Atividades Características do Turismo (ACT)	Mil	156.838	96.832	151.058	182.061	229.488

Indicadores indiretos	Unid.	2010	2011	2012	2013	2014
Número de Estabelecimentos Hoteleiros	Un	21.801	23.346	25.000	26.772	28.669
Financiamento Concedido para o Setor Privado pelos Bancos Federais	R\$ Bilhão	5,86	6,15	6,46	6,78	7,12
Empregos e Ocupações Criados no Setor Turismo	Mil	47.264	29.018	45.114	54.093	67.774
Empregos e Ocupações Formais nas Atividade Características do Turismo	Mil	5.565.030	5.661.861	5.812.920	5.994.980	6.224.468
Prestadores de Serviços Turísticos Cadastrados no Ministério do Turismo	Un	129.740	168.662	219.261	285.039	370.551

Fontes: Boletim Focus, FMI e Núcleo de Turismo da FGV

Para este cenário, a projeção de baixo crescimento do PIB tem reflexo negativo sobre o ritmo e a magnitude de crescimento das viagens domésticas.

**Gráfico 5.3.2**  
Projeção de Viagens Domésticas para o período 2011-2014 (em unidade)



Fontes: MTur e FGV

Tendo por base as projeções referentes às viagens domésticas, para este cenário, foi aplicada a mesma taxa de 1,24 (relação entre a taxa de crescimento das viagens domésticas e o PIB deste cenário) nas taxas de crescimento projetadas para o PIB de cada ano.

A tabela 5.3.2 apresenta as projeções, para este cenário, da evolução das viagens domésticas e de alguns indicadores indiretos que podem influenciar ou/e representar o desempenho do mercado turístico doméstico.

**Tabela 5.3.2**  
Projeção de Indicadores relacionados ao mercado de Viagens Domésticas para o período 2011-2014

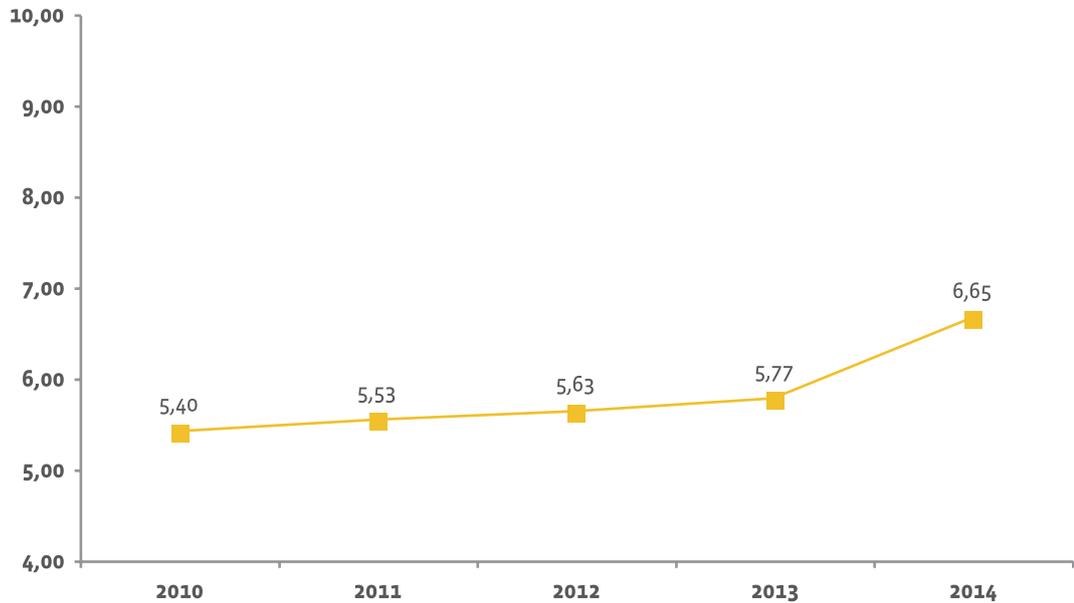
Indicador direto	Unid.	2010	2011	2012	2013	2014
Viagens Domésticas Realizadas	Und	180.879.914	184.244.280	189.498.927	195.843.351	203.857.261
Indicadores indiretos	Unid.	2010	2011	2012	2013	2014
Desembarques em Voos Nacionais	Und	57.602.457	58.682.503	60.369.625	62.407.100	64.981.393
Aluguel de Veículos para Turista	Und	165.421	170.384	175.496	180.760	186.183
Preço Médio de Bilhete Aéreo - Doméstico Regular (YIELD)	R\$	371	408	449	494	563
Desembarque em Transporte Rodoviário Coletivo Regular	Und	53.829.730	52.359.769	50.929.950	9.539.175	48.186.380
Veículos Licenciados - Automóveis	Und	2.534.552	2.795.395	3.083.083	3.400.379	3.750.329

Fontes: MTur e FGV

Para este cenário, as projeções de divisas refletem a situação externa desfavorável com baixo crescimento do PIB mundial, aliada a problemas de acesso que estão relacionados ao reduzido efeito dos investimentos na melhoria dos aeroportos e a problemas de ofertas de assentos nos voos internacionais.

**Gráfico 5.3.3**

Projeção de Divisas Internacionais geradas pelo Turismo para o período 2011-2014 (em R\$ bilhões)



Fontes: MTur e FGV

A tabela 5.3.3 apresenta as projeções da entrada de divisas através da conta viagens internacionais, para este cenário e para alguns indicadores indiretos que podem influenciar ou/e representar o desempenho do turismo receptivo internacional. Como pode-se observar, as condições externas e internas desfavoráveis terão impacto negativo na entrada de turistas estrangeiros e reduzido crescimento dos assentos nos voos internacionais.

**Tabela 5.3.3**

Projeção de Indicadores relacionados ao Turismo internacional para o período 2011-2014

Indicador direto	Unid.	2010	2011	2012	2013	2014
Divisas Internacionais Geradas pelo Turismo	US\$ Bilhão	5,40	5,53	5,63	5,77	6,65
Indicadores indiretos		2010	2011	2012	2013	2014
Chegada de Turistas Estrangeiros	Milhão	4,86	4,93	4,96	5,05	5,72
Desembarques em Voos Internacionais	Milhão	6,54	6,59	6,66	6,93	7,20
Nº de Assentos ofertados para voos internacionais	Unid.	9.019.746	9.200.141	9.384.143	9.571.826	9.763.263
Gastos com Cartão de Crédito Realizados por Turistas Estrangeiros	US\$ Milhão	3.206,75	3.302,95	3.369,01	3.520,62	3.731,85

Fontes: MTur e FGV



## 3 PROPOSIÇÕES POR EIXOS TEMÁTICOS

Tendo como referência as considerações sobre o ambiente econômico nacional e internacional e os resultados do Turismo no Brasil, particularmente as análises situacionais por eixos temáticos, foi elencado um conjunto de propostas para o fortalecimento da atividade ao longo dos próximos quatro anos.

A complexidade e interdependência das propostas demandam, para a sua implantação, uma ação articulada dos diversos atores que interagem na realização do Turismo no país (entes governamentais, agentes privados e terceiro setor), cada qual na sua respectiva área de atuação, de modo a potencializar os resultados.

As propostas estão organizadas por eixos temáticos, subdivididos em temas, de modo a melhor enquadrar os seus objetivos e a facilitar o processo de acompanhamento e avaliação dos resultados da sua implementação.

Quadro de Classificação das Propostas	
Eixos Temáticos	Temas
Planejamento e Gestão	Planejamento, Implementação, Monitoramento e Avaliação, Legislação e Relações Institucionais
Informação	Estatísticas, Estudos e Pesquisas e Divulgação
Estruturação da Oferta Turística	Regionalização e Roteirização, Segmentação e Produção Associada e Desenvolvimento Local
Fomento	Financiamento e Acesso ao Crédito, Captação de Investimentos e Política Tributária
Qualificação	Qualificação para o Turismo, Classificação e Certificação
Infraestrutura	Infraestrutura Básica e Infraestrutura Turística
Logística de Transportes	Logística de Transportes
Promoção e Apoio à Comercialização	Promoção Institucional, Promoção Interna e Promoção Externa

## 3.1 PLANEJAMENTO E GESTÃO

---

### 3.1.1 PLANEJAMENTO

- Promover a atualização do Plano Nacional de Turismo de forma democrática e participativa;
- Promover ações que fortaleçam a relação do Estado com a sociedade, mediante vasta e substantiva participação social na definição das políticas públicas;
- Incorporar ao planejamento princípios que promovam qualidade e competitividade aos produtos e prestadores de serviços turísticos;
- Incorporar ao planejamento, de forma transversal, princípios que promovam maior responsabilidade social no setor de Turismo, contribuindo para a valorização da dignidade humana através do enfrentamento à exploração sexual de crianças e adolescentes, da redução da pobreza e da inclusão social;
- Incorporar ao planejamento princípios que promovam a sustentabilidade ambiental e a redução dos impactos do Turismo no clima e no meio ambiente;
- Manter os atuais vetores de desenvolvimento do Turismo: promoção da igualdade de oportunidades, redução das desigualdades sociais e regionais, geração e distribuição de renda, geração de trabalho e ocupação, proteção do patrimônio histórico e cultural, respeito ao meio ambiente e propiciar ao brasileiro conhecer o Brasil;
- Promover ações que signifiquem aportes do setor de Turismo para o alcance dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio, particularmente em relação à erradicação da extrema pobreza e da fome, à promoção da igualdade entre os sexos e autonomia das mulheres, à sustentabilidade ambiental e ao estabelecimento de uma parceria mundial para o desenvolvimento;
- Utilizar a metodologia de Avaliação Ambiental Estratégica como subsídio à tomada de decisões, disponibilizando informações sobre os impactos ambientais das Políticas de Turismo, bem como suas alternativas mitigadoras;
- Apoiar a elaboração, implementação e o monitoramento e avaliação das Políticas de Turismo nos âmbitos estaduais, regionais e municipais.

### 3.1.2 IMPLEMENTAÇÃO

- Fortalecer a gestão pública federal do Turismo, garantindo apoio ao Ministério do Turismo, assim como orçamento e quadro técnico adequado;
- Fortalecer a Gestão Descentralizada do Turismo, assim como o Conselho Nacional de Turismo, o Fórum de Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo, os colegiados estaduais e municipais de Turismo, e as instâncias de governança macrorregionais e regionais;
- Fortalecer a integração interministerial com interface no Turismo, por meio do Comitê Interministerial de Facilitação Turística, instituído pela Lei nº11.771/2008;
- Dar mais operacionalidade e objetividade às reuniões do Conselho Nacional de Turismo, com o fortalecimento das Câmaras Temáticas e das Categorias de Atividade;
- Instituir grupo estratégico para apoiar as articulações das ações governamentais relacionadas ao Turismo frente às demandas do setor;
- Condicionar os repasses da verba descentralizada do MTur à elaboração de política estadual de Turismo, à existência de órgão oficial de Turismo, à organização dos colegiados e à destinação de orçamento estadual para o setor;
- Aprimorar o modelo de governança das agências macrorregionais de Turismo, com o objetivo de melhorar a gestão e obter maiores recursos financeiros públicos e privados;
- Criar um modelo público-privado de governança das ações propostas para a realização da Copa do Mundo de Futebol 2014;
- Estimular o envolvimento e a adesão dos atores da iniciativa privada aos programas e ações desenvolvidas pelo Ministério do Turismo de fomento à atividade.

### 3.1.3 MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO

- Acompanhar os resultados da política nacional do turismo nos âmbitos nacional, estadual e municipal;
- Fortalecer a implementação do Sistema Integrado de Gestão do Turismo como ferramenta de monitoramento e avaliação do Turismo em âmbito nacional;
- Promover o mapeamento georreferenciado das ações do Plano Nacional de Turismo, integrando as realizações, os investimentos públicos e privados e os resultados nos estados, municípios e regiões turísticas;
- Estabelecer parcerias para implementar instrumentos de monitoramento e controle dos impactos ambientais, sociais e culturais ocasionados pela atividade turística.

### 3.1.4 LEGISLAÇÃO

- Orientar o turista quanto aos seus direitos nas relações com os prestadores de serviços turísticos;
- Sistematizar as legislações correlatas aplicáveis aos prestadores de serviços turísticos;
- Regulamentação da Lei do Turismo e dos mecanismos para fiscalização dos prestadores de serviços turísticos;
- Articular com o Congresso Nacional para a adequação e regulamentação da legislação de interesse da atividade turística;
- Incentivar o cadastramento dos prestadores de serviços turísticos junto ao cadastro oficial do Ministério do Turismo – Cadastur, conforme legislação vigente;
- Revisar a legislação atual que limita o transporte interestadual em veículos comerciais de porte médio;
- Flexibilizar a legislação para a indicação de empreendimentos turísticos privados na sinalização rodoviária.

### 3.1.5 RELAÇÕES INSTITUCIONAIS

- Promover a articulação entre diferentes setores da sociedade e órgãos de governo com vistas ao desenvolvimento do setor, especialmente no que se refere à legislação e regulamentação, política de isenção de vistos, e capacitação de agentes públicos para o atendimento aos turistas;
- Estimular a participação do Ministério do Turismo nos foros multilaterais, dentre outros aspectos, nas negociações de liberalização de serviços turísticos em organismos internacionais, tais como a Organização Mundial do Comércio e o Mercosul;
- Facilitar os procedimentos de emissão de vistos de turistas estrangeiros para o Brasil;
- Simplificar os procedimentos de entrada de equipamentos importados para o setor de Turismo.

## 3.2 INFORMAÇÃO

### 3.2.1 ESTATÍSTICAS

- Atuar em consonância com os principais órgãos oficiais produtores de estatísticas nacionais, visando à consolidação da produção de dados sobre o Turismo;
- Aprimorar e ampliar o sistema nacional de informações sobre o Turismo;
- Consolidar e complementar o banco de dados sobre os indicadores do Turismo no Brasil;
- Implantar a Conta Satélite de Turismo no Brasil;
- Informatizar e integrar os instrumentos de coleta de dados entre o setor público e privado, como a Ficha Nacional de Registro de Hóspedes, o Boletim de Ocupação Hoteleira, e a Ficha de Passageiro do Transporte em Ônibus Regulares;
- Realizar o Inventário da Oferta Turística no país, de forma integrada e descentralizada, cadastrando atrativos e equipamentos turísticos.

### 3.2.2 ESTUDOS E PESQUISAS

- Levantar e acompanhar a estrutura de consumo dos diversos setores vinculados à cadeia produtiva do Turismo;
- Desenvolver estudos sobre o mercado de trabalho em Turismo;
- Realizar estudo detalhado dos espaços para convenções e feiras no País;
- Implantar sistema de acompanhamento de resultados da iniciativa privada;
- Apoiar pesquisas, produção científica, publicações e intercâmbios de conhecimento entre a gestão pública e as instituições de ensino;
- Investir em inteligência comercial a fim de tornar possível transformar as estatísticas, estudos e pesquisas em informações capazes de orientar estratégias que aumentem a competitividade das empresas e produtos turísticos nos mercados nacional e internacional;
- Realizar de forma padronizada pesquisas de mensuração de resultados, medindo o fluxo de turistas nos principais destinos, gasto médio diário, principais atividades realizadas, preço médio e canal de compra, companhia de viagem, dentre outras informações, com o objetivo de conhecer o perfil do turista e o reflexo econômico, ambiental e social da atividade.

### 3.2.3 DIVULGAÇÃO

- Disseminar as informações sobre Turismo no Brasil e sua importância socioeconômica;
- Utilizar as novas mídias para divulgação das informações sobre o Turismo.

## 3.3 ESTRUTURAÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA

---

### 3.3.1 REGIONALIZAÇÃO E ROTEIRIZAÇÃO

- Fomentar o planejamento turístico nos âmbitos estaduais, regionais e municipais;
- Promover a inclusão dos diferentes atores sociais no processo de planejamento territorial do Turismo;
- Qualificar os produtos, roteiros e destinos turísticos, com foco na sustentabilidade, qualidade e competitividade;
- Promover a diversificação da oferta turística por meio do ordenamento das regiões;
- Consolidar a Regionalização do Turismo como referência territorial às ações de estruturação da oferta turística;
- Apoiar a formatação de novos produtos turísticos com atrativos como os Parques Temáticos e Unidades de Conservação Ambiental e seu entorno;
- Articular a implementação do uso público nas Unidades de Conservação Ambiental.

### 3.3.2 SEGMENTAÇÃO

- Incentivar a formatação de novos produtos e serviços turísticos, com foco na segmentação e em novos nichos de mercado;
- Apoiar ações integradas para a estruturação e desenvolvimento dos segmentos turísticos;
- Apoiar a criação de grupos de trabalho para discussão e solução de entraves para o desenvolvimento dos segmentos turísticos.

### 3.3.3 PRODUÇÃO ASSOCIADA E DESENVOLVIMENTO LOCAL

- Consolidar o apoio à produção associada e ao Turismo de base comunitária como estratégia de diversificação da oferta turística, incentivando a inserção dos produtos aos destinos e roteiros;
- Qualificar produtos e serviços locais para a inserção na cadeia produtiva do Turismo;
- Incentivar o desenvolvimento da produção associada ao Turismo, promovendo os produtos junto aos operadores,
- Apoiar o desenvolvimento de ações junto aos fornecedores para a cadeia produtiva do Turismo;
- Fortalecer a estruturação das atividades do turismo comunitário com base territorial que induzam ao desenvolvimento local;
- Apoiar a realização de estudos, pesquisas e projetos sociais para o desenvolvimento sustentável do Turismo em regiões de baixo dinamismo econômico e com potencial turístico pouco explorado.

## 3.4 FOMENTO

---

### 3.4.1 FINANCIAMENTO E ACESSO AO CRÉDITO

- Articular programas de crédito e microcrédito específicos para o Turismo;
- Fortalecer o Fundo Geral de Turismo – Fungetur;
- Disponibilizar informações e orientação sobre crédito e financiamento para o setor de Turismo;
- Criar um programa de crédito e financiamento cooperativado;
- Promover o aprimoramento do sistema de fundos de aval como garantia de empréstimos para o setor de turismo;
- Criar mecanismos de incentivo aos empreendimentos turísticos sustentáveis e que promovam a conservação ambiental.

### 3.4.2 CAPTAÇÃO DE INVESTIMENTOS

- Criar e divulgar portfólio de oportunidades de investimentos em Turismo articuladas às regiões e roteiros turísticos prioritários;
- Criar banco de dados com informação de investidores em Turismo, nacionais e estrangeiros;
- Apoiar investidores interessados em desenvolver projetos localizados em regiões com potencial turístico.

### 3.4.3 POLÍTICA TRIBUTÁRIA

- Aprofundar as discussões sobre a desoneração tributária para os empreendimentos turísticos face às demandas que se apresentam ao setor relacionadas à Copa do Mundo de 2014 e aos Jogos Olímpicos de 2016;
- Conceituar a atividade hoteleira como setor exportador, ao receber turistas estrangeiros, mesmo que a vinda tenha sido intermediada por operadora nacional;
- Isentar de impostos as reservas feitas no exterior pela internet, que seriam tratadas como exportação;
- Adotar classificação de bens de capital para equipamentos ora considerados bens de consumo;
- Desonerar os equipamentos importados, sem similar nacional;
- Regulamentar os instrumentos que isentam a promoção dos serviços e produtos turísticos no mercado internacional;
- Apoiar estudos relativos a mecanismo de incentivo tributário para empreendimentos turísticos;
- Apoiar estudos que visem criar mecanismo de redução de custos em operações financeiras no mercado nacional e na comercialização do receptivo internacional;
- Criar um programa de turismo social com incentivo às empresas, mediante renúncia fiscal do imposto de renda.

## 3.5 QUALIFICAÇÃO

---

### 3.5.1 QUALIFICAÇÃO PARA O TURISMO

- Estabelecer critérios objetivos de qualidade e tempo de formação para qualificação de mão de obra em Turismo;
- Fortalecer e disseminar o conceito e a prática da hospitalidade como necessidade do acolhimento ao visitante nos destinos turísticos;
- Pesquisar e identificar as demandas do mercado para orientar a implantação de programas de qualificação de recursos humanos para o setor;
- Criar programas de qualificação profissional em parceria com o setor privado, de acordo com as necessidades e demandas do mercado turístico;
- Fortalecer os programas de qualificação para a gestão pública do Turismo no país;
- Implementar programas de atualização técnica para os egressos de cursos da educação formal para o Turismo;
- Fortalecer a implementação do ensino profissionalizante para o Turismo;
- Implementar mecanismos de qualificação à distância para prestadores de serviços turísticos;
- Criar programas de qualificação voltados para a inclusão de pessoas com deficiência;
- Criar instrumentos de acompanhamento da evolução da qualificação relativa ao mercado turístico brasileiro.

### 3.5.2 CLASSIFICAÇÃO

- Incentivar a implantação da classificação dos meios de hospedagem, desenvolvendo programas de qualificação, aperfeiçoamento e certificação.

### 3.5.3 CERTIFICAÇÃO

- Realizar campanha de promoção, difusão e incentivo à adoção de normas técnicas de certificação de empresas e pessoas;

- Criar parâmetros e critérios para o desenvolvimento e implantação de um Selo de Qualidade em prestação de serviços turísticos, tendo como fundamento legal a Lei nº 11637/2007;
- Fomentar a certificação das entidades de capacitação e qualificação.

## 3.6 INFRAESTRUTURA

---

### 3.6.1 INFRAESTRUTURA BÁSICA

- Articular ações governamentais intersetoriais para implantação de infraestrutura básica nos destinos turísticos, particularmente no que se refere a saneamento básico e acessibilidade;
- Adequar a infraestrutura básica para atender pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida;
- Criar um programa de contrapartidas sociais aos recursos liberados pelo governo federal a título de infraestrutura pública;
- Criar um programa de investimento e de gestão privada ou público-privada para os aeroportos regionais;
- Estimular parceria entre órgãos governamentais – sobretudo Polícia Federal, Receita Federal, Infraero e Anvisa – com o objetivo de dotar os pontos de fronteira terrestres, marítimos e aéreos de infraestrutura adequada para o tráfego de turistas.

### 3.6.2 INFRAESTRUTURA TURÍSTICA

- Apoiar o desenvolvimento de ações para conservação dos atrativos e equipamentos turísticos;
- Articular ações para promover a recuperação do patrimônio histórico-cultural;
- Fomentar parcerias público-privadas para investimentos em infraestruturas turísticas;
- Ampliar o programa de sinalização turística;
- Considerar a utilização de novas tecnologias e indicação eletrônica para modernizar o sistema de sinalização turística;

## 3.7 LOGÍSTICA DE TRANSPORTES

---

### 3.7.1 LOGÍSTICA DE TRANSPORTES

- Estimular a aviação regional e a criação de novas rotas entre pólos locais da América do Sul;
- Estimular uma forte retomada do turismo rodoviário;
- Qualificar os eixos turísticos rodoviários, ferroviários e aquaviários, os terminais de passageiros e o acesso aos destinos turísticos;
- Aumentar a representatividade institucional do Turismo junto às agências reguladoras de transporte (Anac, Antaq, ANTT);
- Estimular o desenvolvimento de ações e investimentos, públicos e privados, que fomentem a criação de ligações intermodais nos principais destinos turísticos;
- Estimular a promoção de pacotes turísticos que utilizem a aviação regional e o turismo rodoviário.

## 3.8 PROMOÇÃO E APOIO À COMERCIALIZAÇÃO

---

### 3.8.1 PROMOÇÃO INSTITUCIONAL

- Desenvolver estratégias de divulgação dos portais institucionais do Turismo brasileiro;
- Elaborar campanhas nacionais e internacionais voltadas ao setor de Turismo, na temática da prevenção e do combate à exploração sexual e ao tráfico de crianças e adolescentes;
- Promover a reflexão junto aos parceiros públicos e privados sobre a importância da adesão ao Código de Conduta Ética para o setor de Turismo;
- Fortalecer o Salão do Turismo como vitrine do Turismo brasileiro;
- Apoiar a realização de salões estaduais de Turismo.

### 3.8.2 PROMOÇÃO INTERNA

- Fortalecer as parcerias público-privadas no desenvolvimento da promoção;
- Promover e divulgar campanhas de incentivo ao turismo interno;
- Produzir e distribuir material promocional dos destinos turísticos em conformidade com Plano Nacional de Turismo;
- Analisar o calendário e a forma de participação em feiras e eventos para o consumidor final, com foco na promoção de roteiros e destinos turísticos;
- Apoiar a comercialização de produtos turísticos privados através de ações cooperadas, com foco no consumidor final;
- Criar um fundo de promoção com investidores privados dos segmentos financeiros e cartões de crédito, comércio, indústria, transportes, saúde, montadoras de veículos, combustíveis, telefonia, concessionárias de energia elétrica e outros;
- Desenvolver estratégia de posicionamento na web para a promoção de destinos turísticos brasileiros;
- Expandir a promoção dos destinos em conjunto com os Estados e Municípios, tendo como base o Programa de Regionalização;
- Apoiar e promover eventos de relacionamento e promoção com os operadores, agências, imprensa, formadores de opinião e público final para promoção e apoio à comercialização dos produtos e destinos turísticos brasileiros.

### 3.8.3 PROMOÇÃO EXTERNA

- Contemplar no Orçamento Geral da União (OGU) as recomendações da Organização Mundial do Turismo quanto à destinação de 2% da receita do Turismo internacional para investimentos em promoção externa;
- Desenvolver uma plataforma para promoção e comercialização de produtos turísticos brasileiros em ambiente web;
- Disponibilizar material promocional na internet, embaixadas do Brasil, companhias aéreas, e agências de viagens e turismo no exterior;
- Intensificar o programa de captação de eventos internacionais;
- Viabilizar a criação de escritórios físicos de representação turística brasileira no exterior, em países emissores preferenciais e estratégicos;
- Definir uma política de investimento em mídia web, TV aberta e paga, nos principais países emissores;

- Expandir a promoção do País em conjunto com outros países de interesse em mercados de longa distância;
- Estabelecer maior parceria entre EMBRATUR e as embaixadas brasileiras no exterior, inclusive utilizando o mesmo espaço físico;
- Trabalhar junto com outros órgãos de governo de promoção internacional, como forma de potencializar e racionalizar as ações de promoção;
- Promover eventos de relacionamento e promoção com agentes de viagem e outros atores da cadeia de distribuição;
- Realizar viagens técnicas de familiarização com imprensa, operadores generalistas, agentes de viagem e formadores de opinião para promoção e apoio à comercialização dos destinos turísticos brasileiros;
- Realizar ações com consumidores finais em shoppings, parques, cinemas, bares e restaurantes e demais áreas de lazer e entretenimento;
- Promover ações de estímulo à demanda através de ativação de conteúdo e promoções em redes sociais;
- Promover ações de disseminação de conteúdo formativo e informativo através de um “Bureau de Conteúdo”, com o objetivo de disseminar informações confiáveis sobre os produtos, tanto para o consumidor final quanto para a cadeia de distribuição e imprensa, que sirva tanto para o mercado interno como externo;



# REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS



## BANCO CENTRAL DO BRASIL.

Dívida Pública Líquida.

Disponível em: <http://www.bcb.gov.br/?COMPDLSP>.

Acesso em: 11 de Janeiro de 2010.

Taxa de juros Selic.

Disponível em: <https://www3.bcb.gov.br/sgspub/>

Acesso em: 11 de Janeiro de 2010.

Taxa de Câmbio.

Disponível em: [http://www.ipeadata.gov.br/ipeaweb.dll/ipeadata?SessionID=1645545186  
&Tick=1272999479667&VAR\\_FUNCAO=Ser\\_Temas%28126%29&Mod=M](http://www.ipeadata.gov.br/ipeaweb.dll/ipeadata?SessionID=1645545186&Tick=1272999479667&VAR_FUNCAO=Ser_Temas%28126%29&Mod=M).

Acesso em: 11 de janeiro de 2010.

## CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO.

Transporte Turístico Terrestre. CNC,

Rio de Janeiro, 2008.

## DATA AND STATISTICS,

International Monetary Fund, (IMF).

[www.imf.org](http://www.imf.org).

Acesso em 10/02/2010.

## EMBRATUR.

Plano Aquarela 2020 – Marketing Turístico Internacional do Brasil.

Brasília, Embratur, 2009.

## ENERGY INFORMATION ADMINISTRATION.

Annual Energy Outlook 2010 Reference Case.

Disponível em: <http://www.eia.doe.gov/oiaf/aeo/index.html>

Acesso em: 21 de janeiro de 2010

**FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS.**

Centro De Políticas Sociais. “Consumidores, Produtores e a Nova Classe Média: Miséria, Desigualdade e Determinantes das Classes”.

Disponível em: [http://www3.fgv.br/ibrecps/cpc/CPC\\_textofim\\_neri.pdf](http://www3.fgv.br/ibrecps/cpc/CPC_textofim_neri.pdf).

Acesso em: 8 de fevereiro de 2010.

**FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS.**

Instituto Brasileiro de Economia. Índice Geral de Preços. Disponibilidade Interna. Disponível em: <http://portalibre.fgv.br/main.jsp?lumPagelId=402880811D8E34B9011D9858DDE9492B>.

DDE9492B.

Acesso em: 12 de janeiro de 2010.

**GODET, Michel.**

Scenarios and strategic management.

London: Butterworths, 1987.

**WILEY, John**

Heijden, Kees van der - Scenarios, the art of strategic conversation, 1996.

**INTERNATIONAL MONETARY FUND.**

World Economic Outlook (WEO).

Disponível em: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2010/01/index.htm>

Acesso em: 26 de janeiro de 2010.

**INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA.**

Sistema de Contas Nacionais - Brasil 2003-2007.

Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/contasnacionais/referencia2007/default.shtm>

Acesso em: 26 de janeiro de 2010.

Pesquisa Mensal de Emprego.

Disponível em: [http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/trabalhoerendimento/pme\\_nova/default.shtm](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/trabalhoerendimento/pme_nova/default.shtm)

Acesso em: 13 de janeiro de 2010.

Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo – IPCA.

Disponível em: Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo – IPCA.

Acesso em: 6 de Janeiro de 2010.

**INSTITUTO BRASILEIRO DE PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO.**

Carga tributária Brasileira em 2009 e revisão dos períodos anteriores.  
Disponível em: [http://www.ibpt.com.br/img/\\_publicacao/13854/186.pdf](http://www.ibpt.com.br/img/_publicacao/13854/186.pdf)  
Acesso em: 28 de janeiro de 2010.

**INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA;  
SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E INVESTIMENTOS ESTRATÉGICOS.**

Objetivos de Desenvolvimento do Milênio: Relatório Nacional de Acompanhamento.  
Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/sites/000/2/download/TerceiroRelatorioNacionalODM.pdf>.  
Acesso em: 8 de fevereiro de 2010.

**JP MORGAN.**

Risco País. Disponível em: [http://www.portalbrasil.net/indices\\_dolar.htm](http://www.portalbrasil.net/indices_dolar.htm)  
Acesso em: 25 de janeiro de 2010.

**MACROPLAN.**

O Brasil e o Mundo na Crise e pós-crise.  
Disponível em: <http://www.macroplan.com.br/Documentos/MonitoramentoCenarioMacroplan2009102812540.pdf>.  
Acesso em 12/02/2010.

**MARCIAL**, Coutinho Elaine, **GRUMBACH**, Raul J. dos Santos.  
Cenários Prospectivos: Como construir um futuro melhor.  
Rio de Janeiro: FGV, 2002.

**MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR.**

Balança Comercial - dados consolidados: Panorama do Comércio Exterior Brasileiro - Janeiro-Dezembro 2009.  
Disponível em: [http://www.mdic.gov.br/arquivos/dwnl\\_1268057181.pdf](http://www.mdic.gov.br/arquivos/dwnl_1268057181.pdf).  
Acesso em: 25 de janeiro de 2010.

**MINISTÉRIO DO TRABALHO.**

Cadastro Geral de Empregados e Desempregados.  
Disponível em: <http://cagedestabelecimento.caged.gov.br/tela1.asp>.  
Acesso em: 05 de fevereiro de 2010.

**MINISTÉRIO DO TURISMO.**

Documento Referencial Turismo no Brasil 2007-2010. Brasília, MTur, 2007.

**MINISTÉRIO DO TURISMO.**

Plano Nacional de Turismo 2003-2007.  
Brasília, MTur, 2003.

**MINISTÉRIO DO TURISMO.**

Plano Nacional de Turismo 2007-2010.  
Brasília, MTur, 2007.

**ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO.**

Barômetro Mundial do Turismo, Vol. 8 Número 1. OMT, 2010.

**SCHWARTZ, P. – The Art of the Long View:**

Planning for the Future in an Uncertain World; Doubleday, 1991.

**WORLD ECONOMIC FORUM.**

The Global Competitiveness Report 2009-2010.

Disponível em: <http://www.weforum.org/pdf/GCR09/GCR20092010fullreport.pdf>

Acesso em: 4 de fevereiro de 2010.

**WORLD TRADE ORGANIZATION.**

Trade Profiles.

Disponível em: <http://stat.wto.org/CountryProfile/WSDBCountryPFHome.aspx?Language=E>

Acesso em: 9 de fevereiro de 2010.

**WORLD TOURISM ORGANIZATION.**

<http://www.unwto.org/index.php>. Acesso 10/02/2010.

Acesso em 15/02/2010.





# FICHA TÉCNICA



PRESIDENTE DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL

**Luiz Inácio Lula da Silva**

MINISTRO DE ESTADO DO TURISMO

**Luiz Eduardo Pereira Barreto Filho**

SECRETÁRIO-EXECUTIVO

**Mário Augusto Lopes Moysés**

INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO

**Jeanine Pires**

SECRETÁRIO NACIONAL DE PROGRAMAS DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO

**Frederico Silva da Costa**

SECRETÁRIO NACIONAL DE POLÍTICAS DE TURISMO

**Carlos Alberto da Silva**

COMITÊ GESTOR

**Alain Jean Pierre Baldacci**

Categoria de Atividade de Lazer e Entretenimento  
Câmara Temática de Financiamento e Investimento

**Álvaro Bezerra de Melo**

Categoria de Atividade de Hospedagem

**Antônio Henrique Borges de Paula**

Categoria de Atividade de Capacitação e Qualificação

**Apóstole Lázaro Chryssafidis**

Câmara Temática de Infraestrutura

**Carlos Alberto Amorim Ferreira**

Categoria de Atividades de Agências e Operadoras

**Cláudio Magnavita Castro**

Categoria de Atividade de Comunicação e Mídia

Câmara Temática de Segmentação

**Eraldo Alves da Cruz**

Categoria de Atividade de Organizações Patronais

**Fábio Lenza**

Categoria de Atividades de Instituições Financeiras

**Jean Claude Marc Razel**

Categoria de Atividades de Segmentos Turísticos

**João Luiz dos Santos Moreira**

Câmara Temática de Promoção e Apoio à Comercialização

**Margareth Sobrinho Pizzatto**

Categoria de Atividade de Eventos

**Martinho Ferreira de Moura**

Categoria de Atividade de Transportes

**Moacyr Roberto Tesch Auerswald**

Categoria de Atividade de Organização dos Trabalhadores

Câmara Temática de Qualificação Profissional

**Norton Luiz Lenhart**

Câmara Temática de Legislação

**Paulo Solmucci Júnior**

Categoria de Atividade de Alimentação

Câmara Temática de Turismo Sustentável e Infância

**Tânia Guimarães Omena**

Câmara Temática de Regionalização

**Nilde Clara de Souza Benites Brun**

Fórum Nacional de Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo – Fornatur

**Geraldo Lima Bentes**

Gabinete do Ministro / MTur

**Claudinei Pimentel Mota (Pirelli)**

Secretaria Executiva / MTur

**José Augusto Falcão**

Secretaria Nacional de Políticas de Turismo / MTur

**Kátia Terezinha Patrícia da Silva**

Secretaria Nacional de Programas de Desenvolvimento do Turismo / MTur

**Walter Luiz de Carvalho Ferreira**

Instituto Brasileiro de Turismo - Embratur

## MINISTÉRIO DO TURISMO

**COORDENAÇÃO GERAL**

**José Augusto Guedes Falcão**

**COORDENAÇÃO TÉCNICA**

**Ítalo Oliveira Mendes**

**EQUIPE TÉCNICA**

**Alessandra Bungenstab Sales**

**Ana Rebeca Ferrari**

**Carlos Henrique Ferraz de Vasconcelos**

**Raquel Santos Moura G. de Oliveira**

## FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS

**PRESIDENTE**

**Carlos Ivan Simonsen Leal**

## FGV PROJETOS

### DIRETORIA

#### DIRETOR EXECUTIVO

**Cesar Cunha Campos**

#### DIRETOR TÉCNICO

**Ricardo Simonsen**

#### DIRETOR DE CONTROLE

**Antônio Carlos Kfourir Aidar**

#### VICE-DIRETOR DE PROJETOS

**Francisco Eduardo Torres de Sá**

#### VICE-DIRETOR DE ESTRATÉGIA E MERCADO

**Sidnei Gonzalez**

## EQUIPE DE PRODUÇÃO

#### COORDENADOR

**Luiz Gustavo Barbosa**

#### EQUIPE TÉCNICA

**Gabriela Serpa Pinto Fontenelle Pereira**

**João Evangelista Dias Monteiro**

**Laura da Costa M. Monteiro**

**Leonardo Siqueira Vasconcelos**

**Isabel de Abreu Farias**

**Fabiola Martino de Barros**

**Paulo Cesar Stilpen**

**Vinicius Morais de Medeiros**

**Ique Lavatori Barbosa Guimarães**

**COORDENADORA DE COMUNICAÇÃO E MARKETING**

**Melina Bandeira**

**PROJETO GRÁFICO**

**Maria João Pessoa Macedo**

**Gabriela Rocha**

**COLABORAÇÃO**

**Airton Nogueira Pereira Júnior**

**Ana Clévia Guerreiro Lima**

**Antonio Paulo Barea Coutinho**

**Elisabeth Parronchi B. Bahia Figueiredo**

**Fábio Monteiro Rigueira**

**Fernanda Maciel M. A. Carneiro**

**Humberto Figueiredo**

**José Francisco de Salles Lopes**

**Jurema Monteiro**

**Lena Maria Alexandre Brasil**

**Marcos Pompeu**

**Patric Lottici Krahl**

**Rosiane Rockenbach**

**Saskia Freire Lima**

**Sergio Flores de Albuquerque**

**AGRADECIMENTOS ESPECIAIS**

**Caio Luiz de Carvalho**

**Marta Suplicy**

**Walfrido dos Mares Guia**

