

# A força do turismo

**O** Brasil é descrito como país privilegiado pela existência de exuberantes recursos naturais, pelo clima agradável e pela cultura receptiva. Por si só, essas características poderiam ser razão suficiente para o país atrair um elevado número de turistas. Contudo, um balanço da situação atual do setor revela que o Brasil está muito aquém do ideal no tocante à exploração de seu potencial turístico. O artigo analisa as razões dessa defasagem e sugere ações a serem priorizadas para a reversão desse quadro.

por **Ana Lygia Monteferrario Leite** Pezco Pesquisa & Consultoria e **Frederico Araujo Turolla** FGV-EESP e ESPM

O turismo vem adquirindo grande importância como atividade econômica mundial. Para muitos países, como México, Estados Unidos e França, essa é uma atividade relevante em diversas dimensões da economia, pois contribui significativamente para a geração de renda e de empregos de forma capilarizada e eficiente. Para muitas

nações, as divisas estrangeiras propiciadas pelo turismo receptivo são importantes fontes de financiamento externo (Figura 1).

A atividade também é internacionalmente reconhecida como um instrumento eficaz para a redução da pobreza. No Brasil, entretanto, os fluxos de turismo receptivo internacio-

nal encontram-se abaixo de seu potencial, havendo espaço para obter maiores retornos de sua atividade turística.

Neste artigo, analisamos os principais benefícios econômicos proporcionados pelo turismo, tais como geração de renda, emprego e divisas para o país. O artigo ainda mostra

**A atividade turística é internacionalmente reconhecida como meio eficaz para a redução da pobreza, além de propiciar a geração de renda, empregos e de divisas para financiar o balanço de pagamentos.**

que, apesar de caracterizar-se como um setor estratégico e em evidência em muitos outros lugares do mundo, o Brasil ainda está aquém de explorar seu potencial nessa área. Exploramos, por fim, algumas razões para esse subaproveitamento e propomos algumas formas de contornar a situação.

**Renda.** A importância do setor turístico na economia da geração de renda não é facilmente medida em razão do detalhamento insuficiente das estatísticas oficiais sobre os

fluxos da atividade. Em parte, isso se deve à capilarização que atinge, já que é difícil mensurar o montante gasto pelos turistas espalhados pelo território nacional com a compra de bens e serviços em pontos de comércio e de serviços também freqüentados por brasileiros.

De acordo com o *World Travel & Tourism Council (WTTC)*, o fluxo turístico receptivo internacional será responsável por mais de 6% das exportações do país (US\$ 10,2 bilhões) em 2007, o que representa uma contribuição relevante para um setor econômico individual.

**Emprego.** Atividades de serviços costumam ter maior intensidade de empregos que as atividades de manufatura. Para verificar isso, é útil recorrer a um exemplo trivial. Luís adquiriu um novo carro, que custou 20 mil reais. José, por sua vez, preferiu gastar a mesma quantia levando a família para um mês inteiro de férias em um dos melhores hotéis do Rio de Janeiro. A princípio, como os dois realizaram o mesmo dispêndio, pode-se supor que a geração de empregos a partir das decisões de gasto foi idêntica.

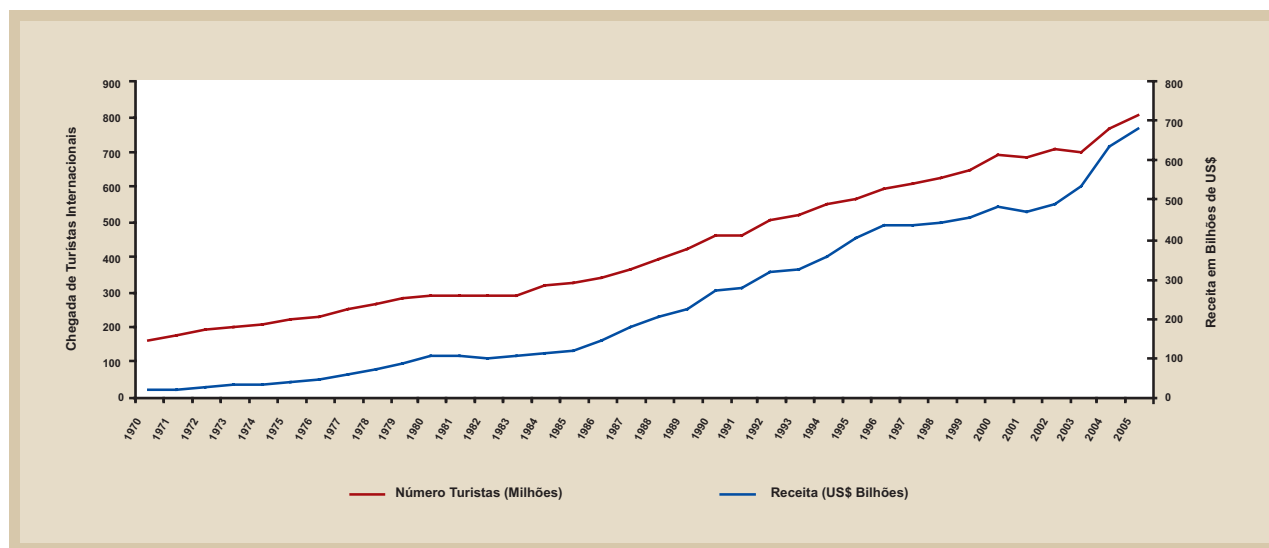


Figura 1 – Evolução do turismo mundial

Fonte: Elaboração dos autores a partir de dados da OMT – Organização Mundial do Turismo e Banco Central do Brasil

Na prática, entretanto, o impacto sobre o emprego das duas decisões depende da intensidade de trabalho, relativamente ao capital (máquinas e equipamentos), que será utilizada na produção dos bens consumidos por Luís e por José. Sabemos que a indústria automobilística emprega mais máquinas por trabalhadores que a indústria de turismo. Esta última, por outro lado, caracteriza-se como trabalho-intensivo em relação à indústria automobilística. Portanto, a consequência direta da decisão de consumo de José será a de gerar mais empregos que a de Luís, ainda que a quantia gasta pelos dois tenha sido exatamente a mesma.

Uma importante consequência dessa diferença de intensidades relativas de emprego entre setores econômicos pode ser refletida em uma receita para governos interessados em gerar empregos com base na orientação de esforços em setores com alta intensidade de mão-de-obra. Se, por um lado, é necessário que o país continue a desenvolver segmentos intensivos em capital, como a indústria aeronáutica e o agronegócio da soja, que possuem alto grau de mecanização, por outro é fundamental que sejam aperfeiçoadas as políticas voltadas para o incentivo a atividades intensivas em mão-de-obra.

Entre tais atividades, a indústria do turismo sobressai-se como uma das grandes campeãs no *ranking* de geração de empregos para cada real investido e, portanto, é chave no esforço nacional de geração de empregos. Para o Brasil, o WTTC estima que serão gerados cerca de 5 milhões e 876 mil empregos no setor turístico em 2007, 6,4% do total de empregos, ou 1 em cada 15,5 empregos gerados.

**Dólares.** O turismo receptivo internacional, por sua vez, oferece um elevado potencial de contribuição para os saldos em conta corrente do balanço de pagamentos. A atividade pode ser entendida como importante fonte de recursos em moeda estrangeira para um país e, para outros, como o Quênia, trata-se da principal fonte de receitas brutas (algo em torno de 90%), segundo a OMT (Organização Mundial do Turismo). Com base nesses argumentos, nos anos 1990, o turismo receptivo internacional tornou-se alvo de um conjunto de políticas públicas, especialmente no âmbito federal.

A receita anual do Brasil com turismo receptivo internacional é de 4,3 bilhões de dólares (dado de 2006, segundo



a Embratur). De acordo com o Ministério do Turismo, os resultados de 2006 representam um grande avanço apesar de o país ter sido atingido pela valorização do câmbio, pela crise nos aeroportos que ganhou o apelido de “apagão aéreo” e pelas dificuldades operacionais e financeiras de algumas empresas áreas.

## Com uma coordenação adequada e boas iniciativas do setor privado, o Brasil poderá se transformar em uma potência turística, criando milhões de novos empregos nesse setor.

Os dados mostram que os desembarques internacionais em “vôos *charters*” (transporte exclusivo de turistas estrangeiros) foram de 423.514 passageiros em 2006, contra 349.654 desembarcados em 2005. Os bons resultados obtidos em meio a tantas dificuldades e entraves domésticos têm grande contribuição em um momento excepcional da economia internacional, que estimula a emissão de turistas nos países desenvolvidos e em desenvolvimento. Trata-se,

assim, de momento auspicioso para a indústria do turismo mundial, do qual o Brasil também é beneficiado.

Os motivos da visita de estrangeiros ao Brasil são diversos. No *ranking* das cidades mais visitadas, conforme o leitor pode observar na Figura 2, a cidade do Rio de Janeiro é a preferida dos turistas internacionais, enquanto São Paulo

desponta como centro de atração de viajantes estrangeiros a negócios.

Segundo estudos da Embratur e da Fipe, os gastos *per capita* diários de turistas estrangeiros revelaram que o turismo de negócios responde, em termos absolutos, pelo maior valor dispendido

no Brasil. Entretanto, ao considerar o gasto *per capita* total, a viagem por motivo de estudos e cursos destaca-se frente às demais modalidades. É possível ainda verificar que os turistas oriundos do Cone Sul, em especial a Argentina, são mais numerosos nas cidades brasileiras, mas apresentam um gasto médio diário inferior ao dos turistas europeus e norte-americanos. O leitor pode conferir isso na Figura 3.

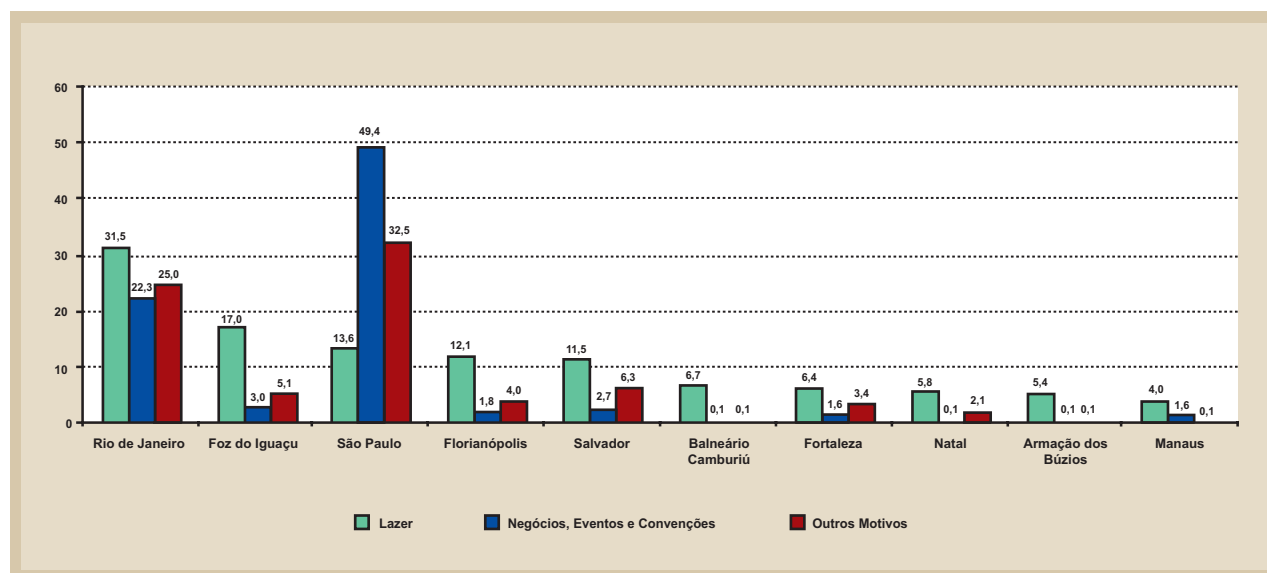


Figura 2 – Cidades mais visitadas - ordenadas por lazer - 2005 (em%)

Fonte: Elaboração dos autores com dados da EMBRATUR/FIPE.

**Poucos turistas.** Até o começo dos anos 1990, o turismo receptivo internacional para o Brasil apresentou quadro de estagnação derivado tanto de um contexto econômico conturbado quanto de desafios que não foram bem superados pela própria organização interna do setor.

O contexto econômico caracterizou-se pela inflação, que dificultava a negociação de preços e a formatação de produtos e pacotes turísticos para a cadeia produtiva, além da constante mudança de regimes e moedas que traziam insegurança para operadores e turistas.

Do ponto de vista interno do setor, a infra-estrutura esteve marcada por baixos investimentos, pela falta de uma política de financiamento adequada, pelas imperfeições típicas do mercado de capitais e por políticas públicas que se revelaram pontuais e desarticuladas. A Embratur não constituía instrumento relevante de política, já que atuava de forma isolada. Até aquele momento, a percepção do turismo pela sociedade constituía um empecilho adicional ao seu desenvolvimento. Era uma atividade vista como de “elite”, sem a percepção da sua capacidade de geração de benefícios econômicos.

Apesar dos importantes avanços do Brasil como receptor de turistas estrangeiros, desde a década passada, o país ainda não se destaca no *ranking* internacional desse

segmento. O México, por exemplo, é um país latino-americano com características naturais e culturais de certa forma bastante semelhante às brasileiras e obtém, com o turismo, um ganho direto de aproximadamente 8,5% de seu PIB, contra 3% da participação do turismo no PIB brasileiro.

Esse fato desafia a percepção sobre o elevado potencial turístico do país, que possui produtos individuais de expressão internacional, tais como o Rio de Janeiro e São Paulo, conjuntos naturais expressivos como o Pantanal e a Amazônia, além de uma vasta extensão de costa, cuja porção nordeste possui atributos destacados e localização mais favorável em relação aos principais centros emissores mundiais.

**Forças e fraquezas.** Entre os pontos fortes que atraem turistas ao Brasil, pode-se mencionar o clima, a cultura, a geografia e o meio natural. Em particular, a grande diversidade cultural e natural constitui clara oportunidade para a atração turística. Aqui não há tsunamis nem furacões violentos e a temperatura média anual é agradável. Grande parte do tempo, o povo brasileiro é bastante receptivo, e a cultura e riquezas naturais são bastante diversificadas.

Há alguns segmentos nos quais o Brasil pode obter vantagens competitivas mediante suas características já des-

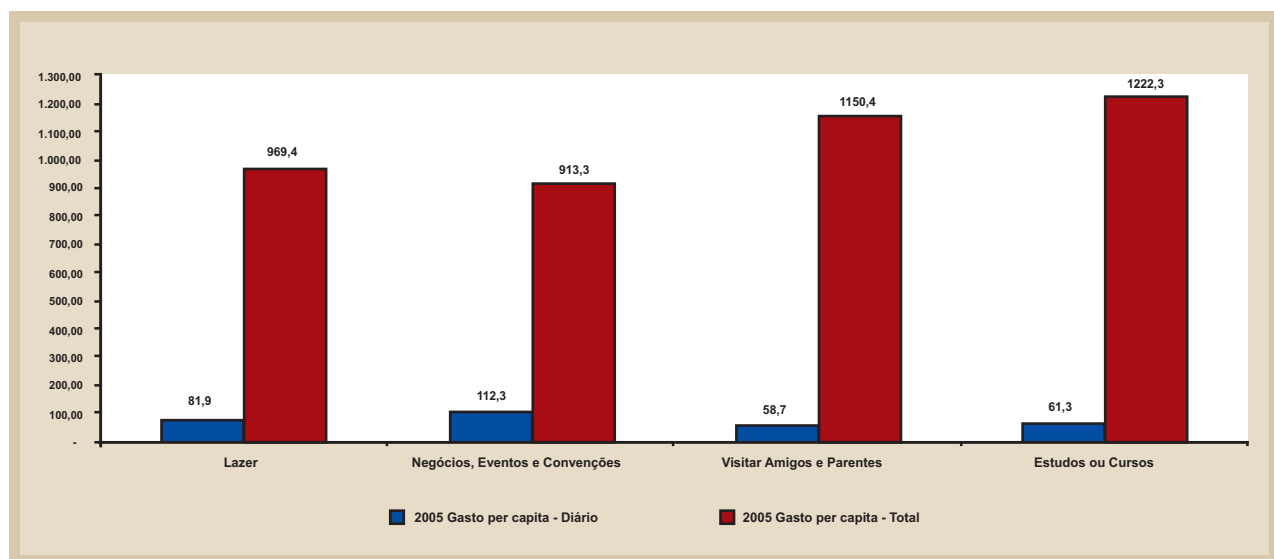


Figura 3 – Gasto por motivo de viagem - 2005 (em US\$)

Fonte: Elaboração dos autores com dados da EMBRATUR/FIPE.



critas. Destacamos o turismo de terceira idade e o religioso, modalidades turísticas que vêm apresentando acentuado crescimento global. A cidade paulista de Aparecida, no Vale do Paraíba, recebe todos os anos sete milhões de turistas religiosos. De acordo com a Prefeitura desse município, esse é um exemplo que certamente pode ser explorado pelo país.

Por outro lado, a grande distância entre o Brasil e as principais nações emissoras de turistas, a falta de planejamento turístico mais efetivo por parte do governo, os altos índices de criminalidade, infra-estrutura pouco eficiente em muitas regiões e a comunicação ainda incipiente com países estrangeiros constituem os nossos pontos fracos.

**O que fazer.** Há um claro espaço para as políticas públicas no segmento turístico, que poderiam alavancar novas regiões e acelerar o desenvolvimento da atividade turística brasileira. Entretanto, há muito a ser feito pelo próprio capital privado, tanto na exploração de novos destinos quanto na revigoração dos destinos mais tradicionais.

Um exemplo de desenvolvimento de novo destino é a cidade de Camocim, na costa cearense. De vila de pescadores, transformou-se em pouco tempo na sede de *resort* de padrão internacional. Outro exemplo é a região alagoana formada pelas cidades de Piaçabuçu, Penedo, Coruripe e Feliz Deserto. Essa região possui um conjunto natural e

histórico-arquitetônico exuberante, incluindo o espetacular delta do Rio São Francisco. A despeito disso, ainda não observamos iniciativas privadas de aproveitamento desse potencial de forma empreendedora.

Para a criação e desenvolvimento de novos destinos, é fundamental a existência de infra-estrutura, em especial de transportes e de saneamento básico. Programas, como o Prodetur, que financiam a expansão de infra-estrutura para o turismo, são essenciais para a criação das bases para que esses novos produtos possam contribuir decisivamente para a atração de turistas internacionais ao Brasil, ampliando o cardápio de opções disponíveis, assim como permitir que estes disputem parte do mercado com os destinos já existentes.

Destinos mais tradicionais poderiam ser revigorados. O exemplo mais marcante é a cidade do Rio de Janeiro. A metrópole vem perdendo participação na atividade turística, de acordo com as informações da ABIH-RJ. Segundo a entidade, em 2005, houve retração da taxa de ocupação dos hotéis cariocas: 59,65% contra 61,75% em 2004. Nesse caso, o conjunto de políticas públicas necessárias é mais amplo que o que deveria ser aplicado aos novos destinos. Aqui, cabe pensar em abordagens integradas envolvendo políticas de segurança pública, promoção comercial junto aos principais emissores, atenção ao turista para a fidelização de clientes, entre outras iniciativas.

Adicionalmente, diante da insuficiência das políticas públicas, não é preciso esperar pelo Estado: muito pode ser feito pelos próprios empresários através das associações setoriais, entidades em geral e mesmo pelas próprias empresas do setor. Com uma coordenação adequada e boas iniciativas, o Brasil poderá se transformar em uma potência turística, criando milhões de novos empregos nesse setor.

---

**Ana Lygia Monteferrario Leite**

Consultora da Pezco Pesquisa & Consultoria  
Bacharel em Administração de Empresas pela ESPM  
E-mail: anamonteferrario@pezco.com.br

**Frederico Araujo Turolla**

Doutor em Economia de empresas pela FGV- EAESP  
Prof. de Economia da FGV-EESP e da ESPM  
Sócio da Pezco Pesquisa e Consultoria Ltda.  
E-mail: frederico.turolla@fgv.br