

TURISMO NO BRASIL

2007 | 2010

JUNHO DE 2006

SUMÁRIO



Mensagem do Presidente do Conselho Nacional de Turismo	5
Entidades e Instituições do Conselho Nacional de Turismo	6
Apresentação	10
Capítulo I – Principais Resultados	12
1. Ambiente Econômico Nacional e Internacional	13
2. O Turismo no Contexto Internacional	21
3. Resultados do Turismo no Brasil nos Últimos Anos	24
4. Resultados Registrados pelo Setor Privado	40
5. Análise por Eixos Temáticos	48
5.1. PLANEJAMENTO E GESTÃO	48
5.2. ESTRUTURAÇÃO E DIVERSIFICAÇÃO DA OFERTA	49
5.3. FOMENTO	51
5.4. INFRA-ESTRUTURA	52
5.5. PROMOÇÃO, <i>MARKETING</i> E APOIO À COMERCIALIZAÇÃO	53
5.6. QUALIFICAÇÃO	54
5.7. INFORMAÇÃO	55
5.8. LOGÍSTICA DE TRANSPORTES	56
Capítulo II – Cenários	58
1. Cenários para o Turismo Brasileiro 2007 / 2010	59
2. Projeção das Metas para o Turismo no Brasil 2007 / 2010	65
Capítulo III – Propostas	86
1. Proposições por Eixos Temáticos	88
1.1. Eixo Temático PLANEJAMENTO E GESTÃO	88
1.2. Eixo Temático ESTRUTURAÇÃO E DIVERSIFICAÇÃO DA OFERTA	92
1.3. Eixo Temático FOMENTO	94
1.4. Eixo Temático INFRA-ESTRUTURA	96
1.5. Eixo Temático PROMOÇÃO, <i>MARKETING</i> E APOIO À COMERCIALIZAÇÃO	97
1.6. Eixo Temático QUALIFICAÇÃO	100
1.7. Eixo Temático INFORMAÇÃO	103
1.8. Eixo Temático LOGÍSTICA DE TRANSPORTES	105
Capítulo IV – Hierarquização das Propostas	108
Entidades e Instituições que Contribuíram para a Elaboração do Documento Turismo no Brasil 2007 / 2010	126
Referências Bibliográficas	128

MENSAGEM DO PRESIDENTE DO CONSELHO NACIONAL DE TURISMO



O setor de turismo no Brasil enfrenta, a partir do próximo ano, um grande desafio: dar continuidade às conquistas obtidas e avançar na construção e execução de políticas que coloquem o país entre os principais destinos do mundo para os brasileiros e estrangeiros que desejem nos visitar. Neste desafio insere-se também, o modelo institucional de gestão descentralizada e compartilhada entre o Governo Federal, governos estaduais e municipais, setor privado e organizações representativas da sociedade civil, onde discussões e decisões sobre tudo que envolve o turismo se dão de maneira amplamente democrática e transparente.

O Brasil tem hoje uma rede trabalhando em favor do turismo, pronta para dar prosseguimento a todas as conquistas alcançadas e a vencer novos desafios. A gestão compartilhada com todos que fazem acontecer o turismo no país, colocada em prática pelo Ministério do Turismo, criado pelo Presidente Luiz Inácio Lula da Silva em atendimento a uma antiga reivindicação do trade, é responsável pelo momento promissor que o turismo vive hoje.

Em 2003, o desafio colocado era reconhecer o turismo como atividade efetivamente capaz de alavancar o desenvolvimento econômico e social, contribuindo para a redução de desigualdades regionais, a distribuição da renda e o fomento à preservação de nossas heranças naturais e culturais, entre outros objetivos. Para que isso se concretizasse, foram estabelecidos objetivos e metas no primeiro Plano Nacional do Turismo, construído no mais representativo espaço do setor que é o Conselho Nacional de Turismo.

A eficácia das respostas dadas àquele desafio está reconhecida neste documento referencial Turismo no Brasil 2007 / 2010. Formado por 63 membros, representantes de todos os segmentos do setor, sendo 24 de instituições públicas e 39 do setor privado e sociedade civil organizada, o Conselho Nacional de Turismo comemorou três anos com uma rica experiência acumulada que se revela neste documento.

Os seus integrantes entendem que os estudos e análises das conquistas e dificuldades do setor, como também as projeções estimadas para os próximos anos, precisam ser repassadas para os que vierem a conduzir a formulação, regulamentação e implementação de políticas públicas para o turismo. Os futuros dirigentes não terão apenas um conjunto de boas idéias e boas intenções. Antes, terão um documento sólido, de contribuição de todos os segmentos para o desenvolvimento do turismo no Brasil.

Este documento referencial Turismo no Brasil 2007 / 2010 traduz o pensamento, a visão e o desejo do setor. Ele não encerra o debate sobre o turismo. Mas constitui, de forma inédita, a colaboração do Conselho Nacional de Turismo para a Nação, na certeza de que as análises, estudos e propostas aqui apresentados se sobrepõem a governos e partidos.



Walfrido dos Mares Guia
Ministro de Estado do Turismo e
Presidente do Conselho Nacional de Turismo

Brasília, 5 de junho de 2006

ENTIDADES E INSTITUIÇÕES DO CONSELHO NACIONAL DE TURISMO

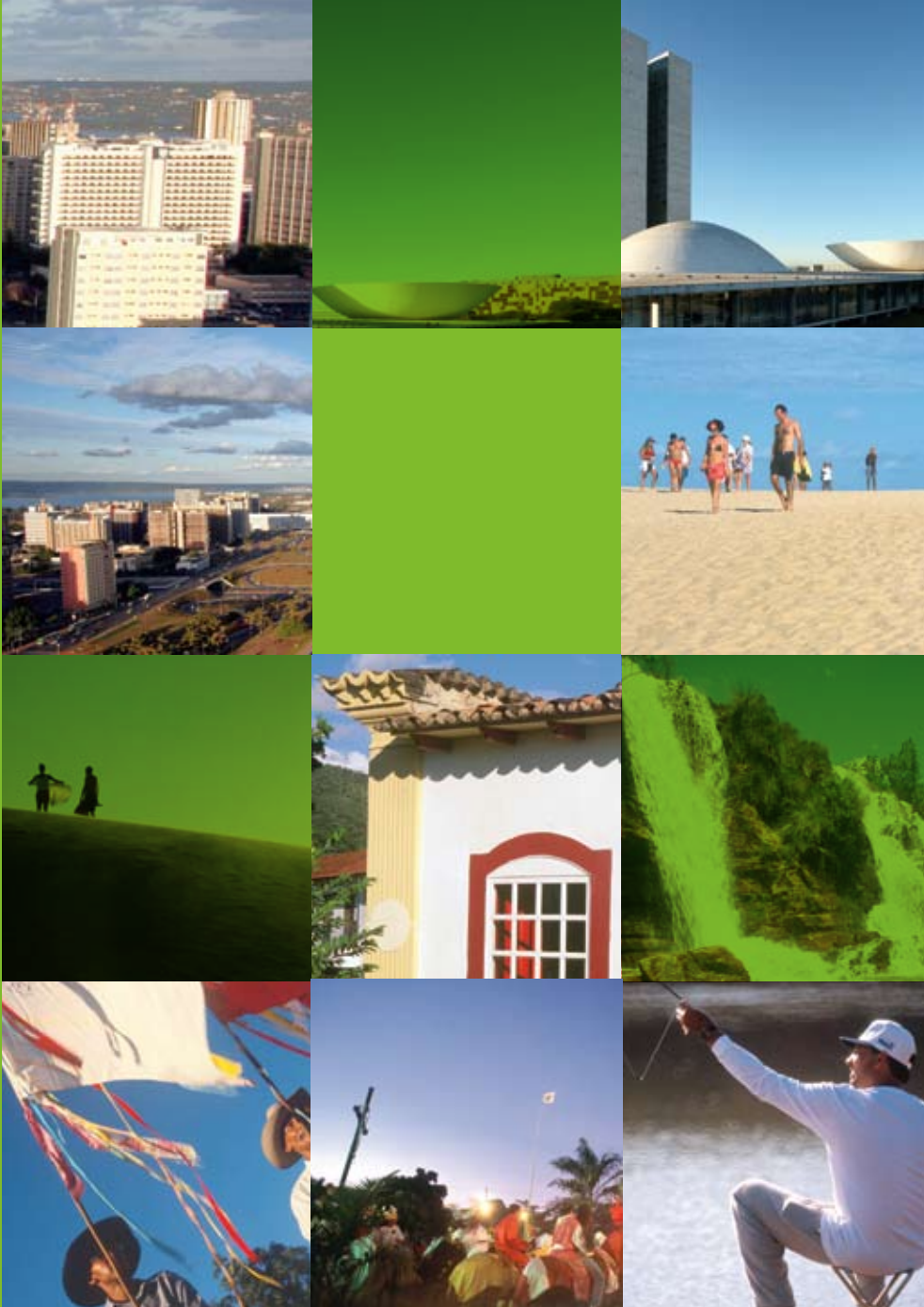


ENTIDADE / INSTITUIÇÃO	TITULARES	SUPLENTES
ABAV – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE AGÊNCIAS DE VIAGENS	JOÃO PEREIRA MARTINS NETO	JOÃO QUIRINO JUNIOR
ABBTUR – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE BACHARÉIS EM TURISMO	SÉRGIO FERNANDES MARTINS	CAETANA FRANARIN ALVES
ABCMI NACIONAL – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CLUBES DA MELHOR IDADE	GENILDA CORDEIRO BARONE	DECY BRUM VIGNALE DE CACICOLI
ABEOC – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE EVENTOS	SIMONE SACCOMAN MARQUES	VALÉRIA MARIA DE BRITO CAVALCANTE
ABETA – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS EMPRESAS DE TURISMO DE AVENTURA	FELIPE AUGUSTO ARAGÃO EVANGELISTA JÚNIOR	GUSTAVO FRAGA TIMO
ABETAR – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS EMPRESAS DE TRANSPORTE AÉREO REGIONAL	ÁTILA YURTSEVER	APÓSTOLE LAZARO CHRYSSAFIDIS
ABIH – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA HOTELEIRA	ERALDO ALVES DA CRUZ	ALEXANDRE SAMPAIO DE ABREU
ABLA – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS LOCADORAS DE AUTOMÓVEIS	JOSÉ ADRIANO DONZELLI	ALBERTO DE CAMARGO VIDIGAL
ABOTTC – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS OPERADORAS DE TRENS TURÍSTICOS CULTURAIS	SÁVIO LUÍS FERREIRA NEVES FILHO	ANDERSON SILVA PACHECO
ABR – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE RESORTS	ALEXANDRE ADILSON ZUBARAN DE OLIVEIRA	RUBENS AUGUSTO REGIS
ABRACAMPING – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CAMPISMO	LUIZ EDGAR PEREIRA TOSTES	LUIZ ANTÔNIO PINTO MATHEUS
ABRACCEF – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CENTROS DE CONVENÇÕES E FEIRAS	MARGARETH CARON SOBRINHO PIZZATO	RICARDO CORRÊA SANSON
ABRAJET – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE JORNALISTAS DE TURISMO	CLÁUDIO MAGNAVITA CASTRO	RICARDO GUERRA
ABRASEL – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE BARES E RESTAURANTES	PAULO SOLMUCCI JÚNIOR	MARIA DE FÁTIMA HAMÚ
ABRASTUR – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE COOPERATIVAS E CLUBES DE TURISMO SOCIAL	PAULO DE BRITO FREITAS	EDUARDO JOSÉ FERREIRA BARNES
ABRATURR – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE TURISMO RURAL	CARLOS ROBERTO SOLERA	PAULO EDUARDO JUNQUEIRA DE ARANTES
ABRESI – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS ENTIDADES DE GASTRONOMIA, HOSPITALIDADE E TURISMO	NELSON DE ABREU PINTO	RONALD STARLING SOARES
ADIBRA – ASSOCIAÇÃO DAS EMPRESAS DE PARQUES DE DIVERSÕES DO BRASIL	ALAIN JEAN PIERRE BALDACCI	ARMANDO PEREIRA FILHO
ANTTUR – ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE TRANSPORTADORES DE TURISMO, FRETAMENTO E AGÊNCIAS DE VIAGENS QUE OPERAM COM VEÍCULOS PRÓPRIOS	MARTINHO FERREIRA DE MOURA	DELMO PEREIRA VIEIRA
BANCO DA AMAZÔNIA S.A.	JOÃO BATISTA DE MELO BASTOS	EVANDRO BESSA DE LIMA FILHO

BB – BANCO DO BRASIL S.A.	RICARDO ALVES DA CONCEIÇÃO	SÉRGIO RICARDO MIRANDA NAZARÉ
BITO – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE TURISMO RECEPTIVO	ROBERTO ALMEIDA DULTRA	VERA MARIA MENDONÇA POTTER
BNB – BANCO DO NORDESTE DO BRASIL S.A.	ROBERTO SMITH	ROBÉRIO GRESS DO VALE
BNDES – BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL	CARLOS GASTALDONI	CARLOS EDUARDO CASTELLO BRANCO
BRAZTOA – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS OPERADORAS DE TURISMO	JOSÉ ZUQUIM	RODOLPHO CARLOS GERSTNER
CEF – CAIXA ECONÔMICA FEDERAL	MARIA FERNANDA RAMOS COELHO	FÁBIO LENZA
CASA CIVIL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA	SHEILA RIBEIRO FERREIRA	VINÍCIUS TEIXEIRA SUCENA
CNC – CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO	ANTÔNIO OLIVEIRA SANTOS	NORTON LUIZ LENHART
CNM – CONFEDERAÇÃO NACIONAL DOS MUNICÍPIOS	PAULO ROBERTO ZIULKOSKI	
CONTRATUH – CONFEDERAÇÃO NACIONAL DOS TRABALHADORES EM TURISMO E HOSPITALIDADE	MOACYR ROBERTO TESCH AUERSVALD	MOARIM CARLOS RODRIGUES
EMBRATUR – INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO	EDUARDO SANOVICZ	GERALDO LIMA BENTES
FAVECC – FÓRUM DAS AGÊNCIAS DE VIAGENS ESPECIALIZADAS EM CONTAS COMERCIAIS	GOIACI ALVES GUIMARÃES	MAURO DE OLIVEIRA SCHWARTZMANN
FBAJ – FEDERAÇÃO BRASILEIRA DOS ALBERGUES DA JUVENTUDE	CARLOS AUGUSTO SILVEIRA ALVES	MARIA JOSÉ GIARETTA
FBC&VB – FEDERAÇÃO BRASILEIRA DE CONVENTION & VISITORS BUREAUX	JOÃO LUIZ DOS SANTOS MOREIRA	PAULO CÉSAR BOECHAT LEMOS
FENACTUR – FEDERAÇÃO NACIONAL DE TURISMO	MICHEL TUMA NESS	MÁRIO EDMUNDO J. LOBO FILHO
FENAGTUR – FEDERAÇÃO NACIONAL DOS GUIAS DE TURISMO	CREUSA DOS SANTOS SOARES	IACY DA MATA VASCONCELOS
FNHRBS – FEDERAÇÃO NACIONAL DE HOTÉIS, RESTAURANTES, BARES E SIMILARES	NORTON LUIZ LENHART	ALEXANDRE SAMPAIO DE ABREU
FOHB – FÓRUM DE OPERADORES HOTELEIROS DO BRASIL	ROLAND DE BONADONA	RAFAEL GASPARI
FORNATUR – FÓRUM NACIONAL DOS SECRETÁRIOS E DIRIGENTES ESTADUAIS DE TURISMO	MARCELO DE OLIVEIRA SÁFADI	SÉRGIO RICARDO MARTINS DE ALMEIDA
FÓRUM NACIONAL DOS CURSOS SUPERIORES DE TURISMO E HOTELARIA	JUREMA MÁRCIA DANTAS DA SILVA	EDUARDO FLÁVIO ZARDO
INDICAÇÃO DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA	GUILHERME PAULUS	VIRGÍLIO NELSON DA SILVA CARVALHO
INDICAÇÃO DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA	MÁRIO CARLOS BENI	NORMA MARTINI MOESCH

INDICAÇÃO DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA	SÉRGIO FOGUEL	LUIZ FELIPE CARNEIRO DA CRUZ
INFRAERO – EMPRESA BRASILEIRA DE INFRA-ESTRUTURA AEROPORTUÁRIA	FERNANDO BENDAGLIA DE ALMEIDA	INGRID ELEONORE LUCK
MD – MINISTÉRIO DA DEFESA	ANTÔNIO CARLOS AYROSA ROSIERE	RIGOBERT LUCHT
MDA – MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO	ARNOLDO ANACLETO DE CAMPOS	GABRIELLE NUNES DE ANDRADE
MDIC – MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR	LUIZ FERNANDO FURLAN	EDSON LUPATINI JÚNIOR
MF – MINISTÉRIO DA FAZENDA	MARCELO LEANDRO FERREIRA	LEANDRO FONSECA DA SILVA
MI – MINISTÉRIO DA INTEGRAÇÃO NACIONAL	CARLOS AUGUSTO GRABOIS GADELHA	ROGÉRIO OLIVEIRA DE CASTRO VIEIRA
MINC – MINISTÉRIO DA CULTURA	ADAIR LEONARDO ROCHA	MÁRCIA GENÉSIA DE SANT’ANNA
MJ – MINISTÉRIO DA JUSTIÇA	MYRIAM BRÉA HONORATO DE SOUZA	
MMA – MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE	GILNEY AMORIM VIANA	ALAN MILHOMENS
MPOG – MINISTÉRIO DO PLANEJAMENTO, ORÇAMENTO E GESTÃO	MARCOS REGINALDO PANARIELLO	LILIAN GIL BARBOSA DE ARAGÃO
MRE – MINISTÉRIO DAS RELAÇÕES EXTERIORES	EMBAIXADOR MÁRIO VILALVA	SÉRGIO LUIZ CANAES
MT – MINISTÉRIO DOS TRANSPORTES	SÉRGIO HERMES MARTELLO BACCI	LUIZ CÉSAR BRANDÃO MAIA
MTE – MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO	ANDRES CIFUENTES SILVA	ALMÉRICO BIONDI LIMA
MTUR – MINISTÉRIO DO TURISMO	WALFRIDO DOS MARES GUIA	MÁRCIO FAVILLA LUCCA DE PAULA
SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS	LUIZ CARLOS BARBOZA	VINÍCIUS NOBRE LAGES
SENAC – SERVIÇO NACIONAL DO COMÉRCIO	SIDNEY DA SILVA CUNHA	ANTÔNIO HENRIQUE BORGES DE PAULA
SNEA – SINDICATO NACIONAL DAS EMPRESAS AEROVIÁRIAS	GEORGE ERMAKOFF	ADELITA GUASCO
SUFRAMA – SUPERINTENDÊNCIA DA ZONA FRANCA DE MANAUS	JOSÉ ALBERTO DA COSTA MACHADO	ELIANY MARIA DE SOUZA GOMES
UBRAFE – UNIÃO BRASILEIRA DOS PROMOTORES DE FEIRAS	DÁRCIO BERTOCCO	ARMANDO ARRUDA PEREIRA CAMPOS MELLO

APRESENTAÇÃO



A discussão da Política Nacional de Turismo e a elaboração do Plano Nacional de Turismo – PNT 2003 / 2007 constituíram um marco no processo democrático de reflexão sobre a realidade do setor no Brasil. O Plano, que sistematizou as proposições para a definição desta política setorial nacional, no âmbito do Governo Federal, foi elaborado de forma integrada às ações e programações das demais esferas de governo, numa ação articulada com a iniciativa privada e o terceiro setor.

A partir de 2003, o Plano Nacional de Turismo norteia as ações do Ministério do Turismo e, a considerar os resultados alcançados, a sua aceitação por diversos segmentos do turismo no país e sua legitimação pelas instituições representativas do setor, integrantes do Conselho Nacional de Turismo, tem se mostrado um instrumento eficaz e um referencial importante para a gestão da atividade em âmbito nacional.

O Conselho Nacional de Turismo reconhece os acertos na política desenvolvida e busca seu aprofundamento e aprimoramento. Nesse sentido, propõe a realização de estudos que possam consolidar um documento referencial sobre o Turismo no Brasil – período 2007 / 2010, e garantir a continuidade desta política e do processo democrático, participativo e descentralizado de gestão.

Assim, foi instaurado um processo de trabalho, coordenado pelo Ministério do Turismo, por meio da Secretaria Nacional de Políticas do Turismo, com participação da Secretaria Nacional de Programas de Desenvolvimento do Turismo e da EMBRATUR, que mobilizou um grande contingente de atores e instituições, em diversos fóruns. Foram realizados encontros com o Centro de Excelência em Turismo da UNB e com a Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas da FGV. No âmbito do Conselho Nacional de Turismo, foram realizadas doze reuniões com as diversas categorias de entidades. No total, 220 pessoas, representando 50 instituições, participaram diretamente destas reflexões e discussões.

Este processo se consolidou no presente documento referencial, denominado Turismo no Brasil 2007 / 2010, que analisa as perspectivas de desenvolvimento da atividade no país para os próximos anos e indica os caminhos a serem percorridos para a concretização do que de melhor poderá ser alcançado nestas perspectivas.

DIAGNÓSTICO

CAPÍTULO I



A elaboração de um documento de referência sobre o turismo no Brasil, com vistas a construção de cenários e propostas para o período 2007 / 2010, demanda diagnosticar o desenvolvimento da atividade turística no país, nos últimos anos, considerando o que estava posto na ocasião da elaboração do Plano Nacional de Turismo – PNT 2003 / 2007, de modo a garantir a continuidade das ações e programas que vêm sendo desenvolvidos e que têm respondido, de forma positiva, às questões identificadas. Busca ainda indicar outros pontos em que o processo de trabalho, nestes anos, aponta como relevantes e passíveis de aprofundamento ou revisão na orientação posta naquele documento, que estabelece as referências da Política Nacional de Turismo.

Apesar dos bons resultados apresentados pela atividade turística nos últimos anos, o País ainda não alcançou um patamar de estabilidade e não ocupa um lugar no mercado turístico, nacional e internacional, compatível com as suas potencialidades e vocações.

Neste sentido, este Diagnóstico se estrutura a partir das análises à luz da realidade atual dos temas indicados no Plano Nacional de Turismo, avançando e detalhando outros pontos que a evolução e a dinâmica do desenvolvimento da atividade impõem neste momento.

Como referências básicas para o Diagnóstico são apresentadas, inicialmente, informações relativas ao ambiente econômico nacional e internacional e ao comportamento da atividade no País e no mundo, nos últimos anos, com dados e informações que permitem avaliar os resultados relativos às metas definidas no PNT e outros aspectos de destaque no setor.

Na seqüência, é apresentada uma análise organizada por eixos temáticos, que tratam das principais questões diagnosticadas pelo PNT. Os temas são analisados com base nos dados da situação atual e na evolução da atividade nos últimos anos, de acordo com uma nova visão das perspectivas de desenvolvimento do turismo no País, projetadas para o período 2007 / 2010.

I. 1

AMBIENTE ECONÔMICO NACIONAL E INTERNACIONAL

A economia mundial atravessa um período de exuberância econômica e seu desempenho no ano de 2005 foi bastante positivo no que se refere ao crescimento econômico, estabilidade de preços, aumento nos fluxos comercial e de capital. A taxa de expansão mundial em 2004, de 5,1%, foi a mais alta em décadas. A de 2005, de 4,3%, também foi bastante significativa. A dispersão geográfica deste crescimento é um outro fator importante para análise, uma vez que esse crescimento tem afetado positivamente não somente as nações ricas, mas também as em desenvolvimento ou até mesmo as pobres. Como conseqüência, o que se vê mundo afora é produção e consumo em alta, desemprego e miséria em queda, uma tendência generalizada de redução da pobreza absoluta.

Este cenário reflete um novo padrão de crescimento para a economia mundial, caracterizado pelo nível de crescimento sustentável com baixa volatilidade; inflação baixa que tem possibilitado a adoção de taxas de juros menores em nível mundial; a liquidez abundante nos mercados internacionais que tem reduzido as taxas de juros reais; melhoria tecnológica principalmente no ramo da informação; e o comércio internacional em expansão e principalmente a liderança do crescimento pela iniciativa privada.

Outro fator importante a ser ressaltado é que este crescimento tem sido generalizado para todas as economias e regiões. A liderança desse processo continua sendo feita pela economia norte-americana, mas com a participação significativa de novos atores como a China, Índia e Rússia.

TABELA 1 - EVOLUÇÃO DA ECONOMIA MUNDIAL (%)

ECONOMIA MUNDIAL							
REGIÃO	2000	2001	2002	2003	2004	2005 (*)	2006 (*)
COMÉRCIO INTERNACIONAL	5,0	-1,0	3,0	4,5	10,3	7,0	7,4
MUNDO	4,5	2,3	1,8	4,0	5,1	4,3	4,0
ESTADOS UNIDOS	5,1	0,3	2,4	2,7	4,2	3,6	3,3
ÁREA DO EURO	3,5	1,4	0,8	0,7	1,6	1,3	1,8
INGLATERRA	2,9	2,1	2,0	2,6	3,2	2,9	2,2
JAPÃO	1,5	-0,3	-0,2	2,5	2,7	2,4	2,0
PAÍSES EM DESENVOLVIMENTO	3,9	4,6	5,0	6,5	7,3	6,4	6,1
ECONOMIAS ASIÁTICAS	5,5	5,5	6,0	8,1	8,2	7,8	7,2
AMÉRICA LATINA E CARIBE	4,0	0,6	-0,1	2,2	5,6	4,1	3,8
BRASIL	4,2	1,5	1,9	0,2	4,9	2,3	3,5

Fonte: Fundo Monetário Internacional (*) Estimado

Sendo assim, as projeções em relação ao desempenho da economia mundial para os próximos anos apontam para uma continuidade de crescimento, mas com alguns condicionantes.

Os preços do petróleo podem ser considerados hoje uma das principais incertezas da conjuntura econômica mundial. A sucessão de altas históricas desta *commodity* vem sendo causada, não apenas por aspectos conjunturais, mas alguns outros estruturais, o que leva a um cenário de preços elevados a curto, médio e longo prazos. Por sua vez, um aumento no preço do petróleo tende a gerar pressões inflacionárias, o que poderá gerar um aumento nas taxas de juros em nível mundial e, conseqüentemente, frear o ritmo de crescimento da economia mundial.

No que se refere aos aspectos conjunturais, pode-se ressaltar instabilidade geopolítica no Oriente Médio, principalmente, no que se refere ao futuro do Iraque e à incerteza quanto ao conflito Irã X EUA. Já em relação aos aspectos estruturais, de acordo com a Agência Internacional de Energia, a capacidade sustentável de produção de petróleo da Organização dos Países Exportadores de Petróleo – OPEP está em torno de 31 milhões de barris / dia (mdb). Contudo, estimativas apontam que, em 2020, a produção da OPEP deveria ser de cerca de 49 mdb para atender à demanda projetada, ou seja, um aumento de cerca de 60%, o que é pouco provável que ocorra.

GRÁFICO 1 - EVOLUÇÃO DO PREÇO DO PETRÓLEO US\$/BBL (CRUDE OIL)



Fonte: OPEP, (AIE) 2006

Em relação aos países emergentes, o aumento do preço das *commodity* ajudou no crescimento econômico, principalmente dos países da América Latina. O que pode afetar ainda estes preços são as negociações da Organização Mundial do Comércio – OMC, que definiu 2013 como ano limite para o fim do subsídio à exportação agrícola em todas as suas formas.

Um outro fator que poderá afetar o desempenho da economia mundial nos próximos anos é o comportamento da taxa de juros nos Estados Unidos. Com elevados e crescentes déficits fiscais e de conta corrente, existe uma tendência natural da desvalorização da moeda norte-americana e a possibilidade de aparecimento de focos inflacionários. Além das incertezas ligadas aos desequilíbrios, fiscal e de conta corrente, a mudança na direção do *Federal Reserve Department* – FED, o presidente Ben Bernanke no lugar de Allan Greenspan, pode afetar negativamente as expectativas de inflação.

Para conter as pressões inflacionárias e demonstrar o seu compromisso com a estabilidade de preços, o FED poderá adotar uma postura excessivamente conservadora, o que poderá reduzir o nível de crescimento da economia norte-

americana e afetar o desempenho da economia mundial como um todo.

A preocupação do FED já foi demonstrada nas últimas duas reuniões do *Federal Open Market Committee*, que aumentou a taxa de juros – *Federal Funds* de 4,25% para 4,75% nos três primeiros meses de 2006. Ademais, os sinais emitidos pelo FED não apontam para uma taxa limite, mas sim para uma taxa que sustente a estabilidade de preços na economia norte-americana. Desta forma, dependendo da durabilidade da trajetória de aumento da taxa de juros norte-americana, o desempenho da economia mundial poderá ser afetado nos próximos anos.

Além desses fatores ligados à economia norte-americana, os resultados da economia mundial para os próximos 4 anos serão determinados pelo ritmo de crescimento da economia chinesa e da recuperação das economias européia e japonesa.

Por enquanto, as projeções (Banco Mundial) têm apontado para continuidade no crescimento dessas economias, mas em um ritmo menor do que o registrado no biênio 2004-2005. Diante deste cenário, as projeções do Banco Mundial para a economia mundial são as seguintes:

TABELA 2 - PROJEÇÃO PARA A ECONOMIA MUNDIAL (%)

VARIAÇÃO PIB REAL	2004	2005	2006	2007
MUNDIAL	3,8	3,2	3,2	3,3
PAÍSES DE RENDA ALTA	3,1	2,5	2,5	2,7
ESTADOS UNIDOS	4,2	3,5	3,5	3,6
PAÍSES EM DESENVOLVIMENTO	6,8	5,9	5,7	5,5
LESTE ASIÁTICO E PACÍFICO	8,3	7,8	7,6	7,4
AMÉRICA LATINA E CARIBE	5,8	4,5	3,9	3,6
SUDESTE ASIÁTICO	6,8	6,9	6,4	6,3

Fonte: Banco Mundial

As projeções apontam para um crescimento da economia mundial de 3,2% e 3,3% para 2006 e 2007, respectivamente. Para os países de renda alta é projetado um crescimento de 2,5% em 2006 e de 2,7% em 2007, liderado pelos Estados Unidos, que deverá crescer 3,5% e 3,6% no biênio 2006-2007.

A projeção para os países em desenvolvimento é de continuidade de crescimento, mas em níveis um pouco menores. Para 2006 é projetado um crescimento de 5,7%, inferior aos 5,9% de 2005, e de 5,5% para 2007. Esse crescimento será liderado pelos países do sudeste asiático que deverão crescer 6,4% em 2006 e 6,3% em 2007. Para os países latino-americanos e do Caribe as projeções apontam para o crescimento de 3,9% e 3,6% em 2006 e 2007, respectivamente.

As economias do leste da Ásia e Pacífico deverão continuar expandindo rapidamente, liderado pela China. As projeções são de crescimento do PIB regional de 7,6% em 2006 e 7,4% em 2007. As mudanças marginais nos regimes cambiais da China e da Malásia não deverão ter maiores impactos sobre o nível de crescimento da economia desses países. Embora as projeções tenham apontado para uma redução no ritmo de crescimento da economia chinesa, ela deverá continuar impulsionando a economia mundial nos próximos anos.

As projeções para os países da América Latina e Caribe apontam para uma possível redução no ritmo de crescimento da economia, derivado principalmente da redução nos preços das *commodity* no mercado internacional. Aqui é importante ressaltar que a redução nos preços dos produtos exportados pelos países emergentes, como o Brasil, e a conseqüente redução nas receitas com as exportações podem ser compensados pela melhora no desempenho do mercado interno.

No caso do Brasil, a tendência de redução na taxa de juros, estabilidade financeira, estabilidade de preços e contas externas equilibradas podem

gerar incentivos ao investimento e estimular o crescimento a partir de um impulso interno.

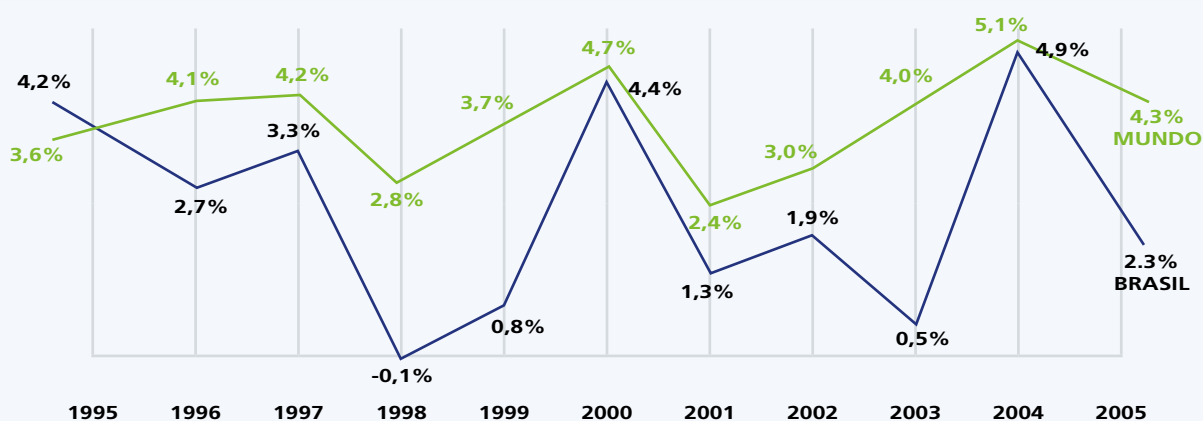
O bom desempenho das economias dos países em desenvolvimento e as projeções otimistas, em relação ao crescimento sustentado no médio prazo, podem ser explicados pelas reformas econômicas implementadas a partir do ano de 1990. A combinação de inflação baixa, regimes de câmbio flexível e redução nos déficits fiscais e de conta corrente têm reduzido as incertezas, o que tende a aumentar o fluxo de investimento para os mercados emergentes nos próximos anos.

Em relação às finanças internacionais, a alta liquidez internacional e as baixas taxas de inflação têm possibilitado o registro de baixas taxas de juros reais, reduzindo o custo de financiamento das economias emergentes e possibilitado uma tendência de declínio nas taxas de juros internacionais. No entanto, este quadro pode ser alterado com o aumento da taxa de juros americana, o que pode reduzir o fluxo de capitais para os mercados emergentes e aumentar a incerteza em relação ao financiamento externo desses países.

Em relação às projeções de longo prazo, estas apontam para uma continuidade no crescimento da economia mundial e do nível de renda *per capita*, com a manutenção do peso da economia norteamericana na expansão mundial, aproximadamente 16%, mas relativamente menor que a China, que deverá ser responsável por 27% do crescimento da economia mundial nos próximos 15 anos. Neste cenário, a economia brasileira deverá crescer em torno de 3,5% a 4% a.a. no biênio 2006-2007 e colaborar com apenas 2,4% para o crescimento da economia mundial até 2020.

Mesmo com essas condições favoráveis, nos últimos anos o crescimento da economia brasileira tem sido inferior à média mundial e as estimativas apontam para a continuidade dessa tendência. No entanto, o cenário interno da economia brasileira para os próximos anos é favorável à continuidade do crescimento econômico.

GRÁFICO 2 - CRESCIMENTO ECONÔMICO BRASILEIRO X MUNDIAL (%)



Fonte: FMI (2006)

No plano político, a transição democrática da última eleição deixou claro o avanço e a consolidação da democracia no País; tal fato foi comprovado recentemente com o baixo "contágio" da economia frente à crise política vivida pelo país.

No âmbito econômico, a continuidade das políticas macroeconômicas tem demonstrado o compromisso do País em relação à responsabilidade fiscal e estabilidade monetária.

Além disso, o regime de câmbio flutuante adotado em 1999, permitiu o ajustamento das contas externas, o que diminuiu de forma considerável a vulnerabilidade externa do País. Essa arquitetura macroeconômica sólida possibilitou uma renegociação voluntária da dívida externa, com o melhoramento do seu perfil. Neste cenário, a vulnerabilidade vem se reduzindo sistematicamente.

GRÁFICO 3 - TAXA DE CÂMBIO (R\$ / US\$)



Fonte: BACEN

GRÁFICO 4 - SALDO DA BALANÇA COMERCIAL (US\$ MILHÕES)



Fonte: MDIC

Com a estabilidade macroeconômica interna e a redução na vulnerabilidade externa, o Risco Brasil caiu significativamente e a tendência é que,

num futuro próximo, a economia brasileira poderá ser classificada como *investment-grade*.

GRÁFICO 5 - RISCO PAÍS (EM PONTOS)



Fonte: Banco Central

Um outro fator importante é que o processo de crescimento da economia brasileira vem sendo liderado pela demanda externa (exportações, descontadas as importações), que contribuiu 0,9 ponto percentual no crescimento de 2,3 % do PIB em 2005. Vale ressaltar que, no mesmo

ano, o comércio exterior brasileiro obteve os melhores resultados da história – as exportações atingiram a marca de US\$ 118,31 bilhões, o saldo comercial ficou em US\$ 44,76 bilhões e a conta corrente de comércio (soma das exportações mais importações) chegou a US\$ 191,85 bilhões.

Tal resultado elevou o grau de abertura da economia brasileira para 30%.

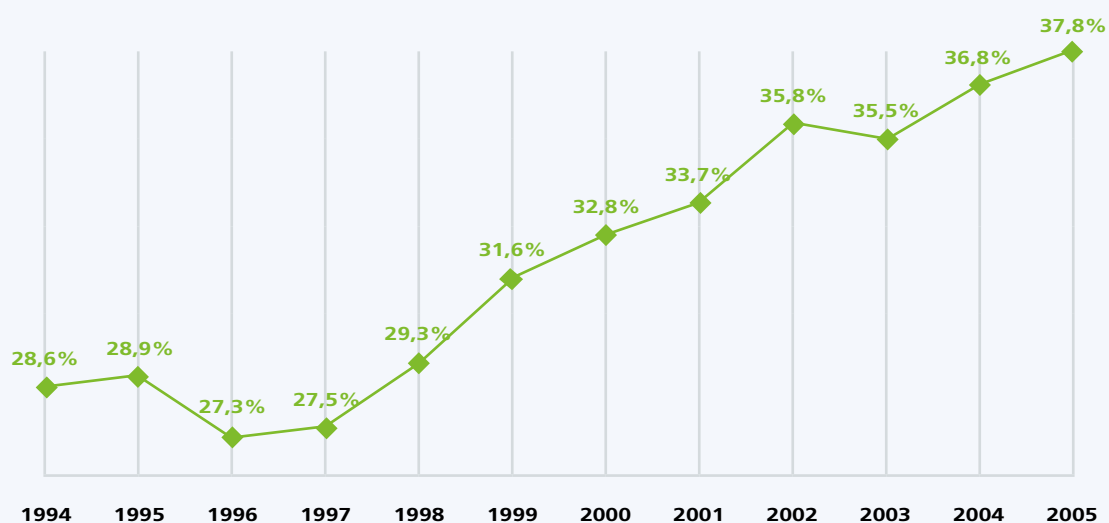
Outro fator positivo para a economia brasileira foi o aumento do consumo das famílias, que registrou uma expansão acima da média de crescimento da economia, graças a um aumento do volume de crédito às pessoas físicas e ao crescimento da massa salarial: as famílias gastaram 3,1% mais em 2005 do que em 2004. No que se refere ao consumo do Governo, verifica-se que o mesmo aumentou 1,6% em 2005, ante à expansão de 0,1 % no ano anterior.

Para uma expansão maior da economia brasileira nos próximos anos, alguns fatores precisam ser tratados como prioritários, de forma a melhorar o ambiente de negócios e, assim, não

prejudicar o desenvolvimento brasileiro de curto e médio prazos: alta carga tributária, altas taxas de juros praticados no mercado interno, taxa de investimento baixo, excesso de burocracia, problema fiscal e estabilidade política.

Com uma carga tributária extremamente elevada, aumentam os custos de produção, o que reduz a competitividade dos produtos nacionais em relação aos estrangeiros. Enquanto a carga tributária brasileira é de aproximadamente 38% do PIB, outros países emergentes como a Argentina (21%) e o México (18%) apresentam taxas bem inferiores. Assim, para crescer a taxas maiores e de forma sustentável, o próximo governo deverá procurar estratégias para reduzir o peso dos impostos sobre a produção nacional.

GRÁFICO 6 - EVOLUÇÃO DA CARGA TRIBUTÁRIA BRASILEIRA - 1994-2005 (%)



Fonte: BPT

Um outro fator que tem influenciado o ritmo de crescimento da economia tem sido o elevado custo de capital derivado das altas taxas de juros praticados no mercado interno. Para conter focos

inflacionários e atingir as metas de inflação, o Banco Central tem adotado uma política monetária restritiva, com juros elevados.

TABELA 3 - TAXA DE JUROS DESCONTANDO A INFLAÇÃO - (JANEIRO/2005 - DEZEMBRO/2005)

RANKING	PAÍS	TAXA ANO
1	BRASIL	12,6%
2	TURQUIA	7,5%
3	MÉXICO	5,6%
4	CINGAPURA	5,2%
5	POLÔNIA	5,1%
6	HUNGRIA	4,1%
7	CHINA	4,1%
8	CORÉIA DO SUL	3,8%

Fonte: FMI

Com a trajetória de redução na taxa de juros Selic a partir do início de 2006, a política monetária deve ser favorável ao crescimento econômico no ano.

A taxa de investimento da economia brasileira (de aproximadamente 19% do PIB) é baixa para financiar o crescimento da economia de forma sustentada. Assim, para aumentar o nível de crescimento se faz necessário aumentar a taxa de investimento da economia.

Melhorar a gestão pública e reduzir a burocracia representa um outro desafio para o País, se a pretensão é crescer a taxas maiores e de forma sustentável. Segundo estudo do Banco Mundial, somente nos 30 países mais desenvolvidos do mundo, observam-se bons padrões de governança: nestes, para um índice máximo de 100, a média é de 90,8. Para os países da América Latina e Caribe, o índice é de 55,4. No Brasil, é de 54,4, o que evidencia expressivos desvios em relação às boas práticas de governança pública.

Em relação à política fiscal, o país vem apresentando um avanço nos últimos anos, com

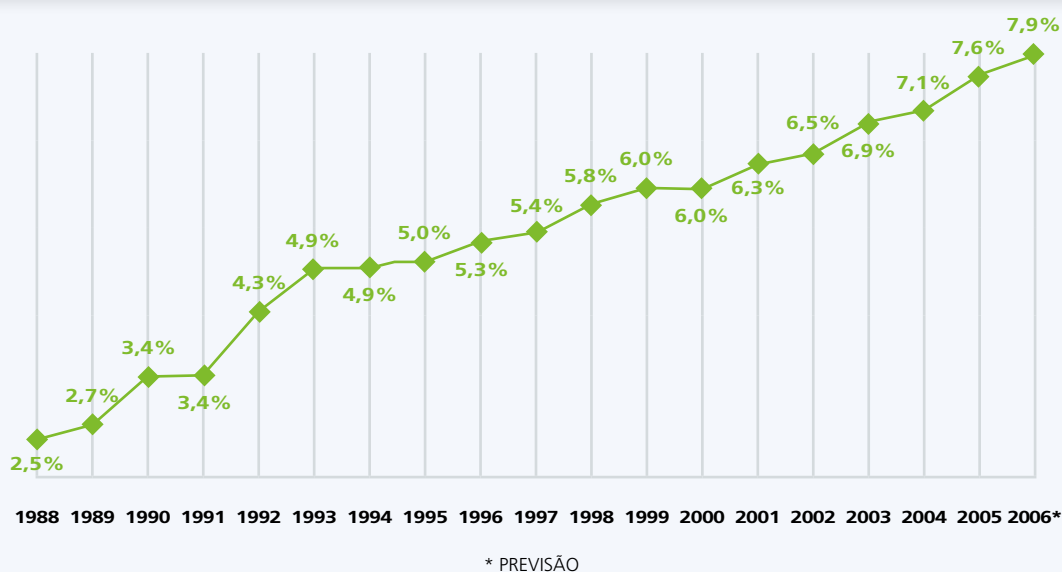
a instituição da Lei de Responsabilidade Fiscal e a adoção das metas de superávit primário em torno de 4,25% do PIB.

Contudo, essas medidas não reduziram a relação entre dívida / PIB, uma vez que não foi possível eliminar o déficit nominal. O aumento dos gastos públicos, principalmente com a previdência, e das despesas com pagamento de juros, têm sido os principais responsáveis pelo resultado nominal negativo.

Assim, um dos desafios do próximo governo será controlar e melhorar a qualidade dos gastos e enfrentar o problema da previdência como uma questão fundamental para garantir o equilíbrio fiscal de longo prazo.

Finalmente, a estabilidade política será essencial para agilizar as reformas tributária, da previdência e do trabalho, consideradas importantes para melhorar a eficiência do mercado na alocação dos recursos e possibilitar o crescimento sustentado.

GRÁFICO 7 - DESPESAS DO INSS (EM % PIB)



Fonte: Giambiagi (2006)

1.2

O TURISMO NO CONTEXTO INTERNACIONAL

Os dados econômicos internacionais mostram uma forte relação entre o ambiente econômico e o crescimento do turismo, em todo o mundo. O crescimento do PIB potencializa o crescimento do turismo, tanto no sentido positivo quanto negativo. No período de 1975 a 2000 o turismo cresceu a um ritmo médio de 4,4 % anual, enquanto o crescimento econômico mundial médio, medido pelo PIB, foi de 3,5% ao ano.

No período de exuberância que atravessa a economia mundial nos últimos anos, conforme item 1 deste Diagnóstico, o turismo se destaca como um dos setores socioeconômicos mais significativos do mundo, incluindo as viagens de negócios, visitas a amigos e familiares, viagens por motivações de estudos, religião, saúde, eventos esportivos,

conferências e exposições, além das tradicionais viagens de férias. Esse quadro é extremamente positivo para a geração de trabalho e renda, em função da potencial capacidade de geração de ocupação da atividade. Aproximadamente, de 6 a 8% do total de empregos gerados no mundo depende do turismo, segundo informação da Organização Mundial do Turismo.

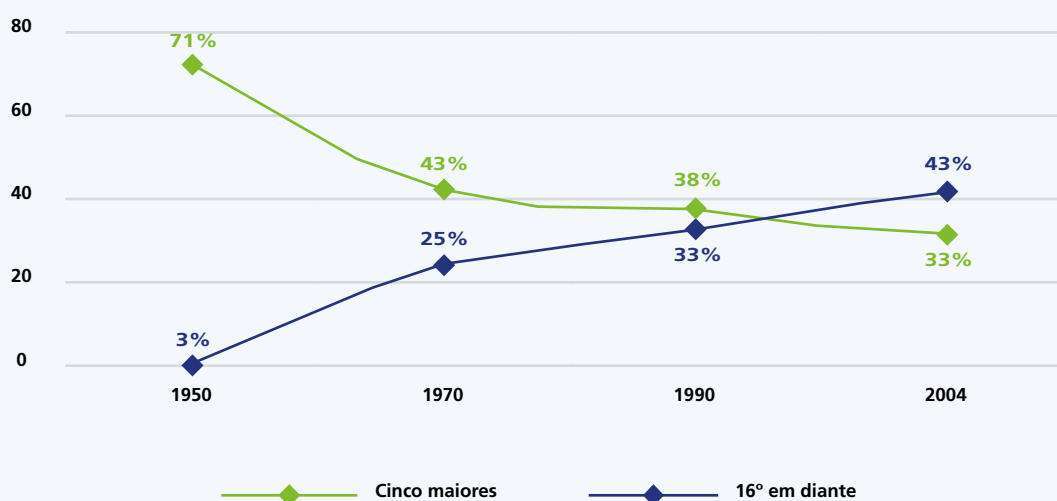
As chegadas internacionais de 2004 foram da ordem de 766 milhões de turistas, superando em mais de 25 vezes as chegadas registradas em 1950, o que significa um crescimento médio anual de 6,5%, desde 1950. O mercado das viagens representou, em 2004, em torno de 30% do total das trocas internacionais de serviços comerciais, constituindo um dos seus maiores componentes.

No período de 1995 a 2000 o fluxo internacional de turistas apresentou um crescimento anual da ordem de 4,8%. Este crescimento apresentou um decréscimo nos anos subseqüentes, em função da tragédia de 11 de setembro em Nova York, e no quinquênio 2000/2005 este crescimento foi da ordem de 3,4%. Ao longo dos últimos dez anos, 1995 / 2005, a taxa média de crescimento mundial foi da ordem de 4,1%. Nos últimos anos, porém, houve uma recuperação neste crescimento do fluxo internacional de turistas no mundo, que registrou um crescimento de 9,9% de 2003 para 2004 e de 5,5% de 2004 para 2005.

E neste contexto de crescimento da atividade no mundo, uma tendência observada

ao longo dos últimos anos é de desconcentração dos fluxos internacionais de turistas, com a inclusão de novos destinos nestas rotas. Em 1950, somente 3% das chegadas internacionais se dirigiram para fora dos 15 principais países receptores (Estados Unidos, Canadá, México e países da Europa). Já em 2004, 43% do total de chegadas internacionais se realizaram fora destes 15 países receptores principais. O gráfico abaixo apresenta a evolução das chegadas de turistas internacionais no período que vai de 1950 a 2004, para os cinco maiores países receptores do mundo e para o grupo de países classificados a partir da 16ª colocação no ranking, entre os quais se encontra o Brasil.

GRÁFICO 8 - TENDÊNCIAS DE MERCADO - CHEGADA DE TURISTAS INTERNACIONAIS POR GRUPO DE PAÍSES (%)



Fonte: Organização Mundial do Turismo

Mesmo desconsiderando os resultados insatisfatórios para os Estados Unidos da América, em função dos impactos negativos do atentado de 11 de setembro, os números para o restante do mundo indicam um forte crescimento para os países da Ásia, Pacífico, África e Oriente Médio, e para o Brasil em

particular, contra percentuais bem menores de crescimento para a Europa.

De acordo com o quadro a seguir, enquanto as chegadas internacionais em todo o mundo tiveram um crescimento da ordem de 50% no período de 1995 a 2005, no Brasil, estes números cresceram em 170%, no mesmo período.

TABELA 4 - CHEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONAIS (EM MILHÕES)

PERÍODO	1995	2003	2004	2005*	% 1995-05	% 2003-05	% 2004-05
MUNDO	538,0	697,0	766,0	808,0	50,2	15,9	5,5
EUROPA	309,0	408,6	425,6	443,9	43,7	8,6	4,3
ÁSIA E PACÍFICO	85,0	114,2	145,4	156,2	83,8	36,8	7,4
AMÉRICAS	109,0	113,1	125,8	133,1	22,1	17,7	5,8
AMÉRICA DO SUL	12,0	13,7	16,0	18,0	50,0	31,4	12,5
BRASIL	2,0	4,1	4,8	5,4	170,0	31,7	12,5
ÁFRICA	20,0	30,7	33,3	36,7	83,5	19,5	10,2
ORIENTE MÉDIO	14,0	30,0	35,9	38,4	174,3	28,0	7,0

Fonte: Organização Mundial do Turismo – OMT 2006 & Anuário Estatístico EMBRATUR 2001

(*) Dado preliminar

Este é um forte indicador das perspectivas de crescimento para destinos novos, antecipando que a competição entre regiões para atrair visitantes se intensificará nos próximos anos com o objetivo de criação de empregos e de desenvolvimento econômico sustentável e responsável. Novos atores devem entrar na disputa pelas viagens e turismo na escala mundial, provocando uma concorrência acirrada entre os destinos e os operadores de viagens. Aqueles que se adaptarem melhor as orientações do mercado e apresentarem, com maior êxito, as características geográficas e a singularidade dos seus destinos, relativamente à paisagem, cultura, patrimônio e serviços, terão mais sucesso na consolidação da atividade. Trata-se de uma chamada de atenção para os destinos tradicionais e uma oportunidade para os destinos novos. Isto propiciará, seguramente, um desenvolvimento mundial mais desconcentrado, remodelando e reconfigurando o processo de globalização, e contribuindo para a universalização dos benefícios do direito ao desenvolvimento para todos.

Esta pode se constituir numa importante dimensão dos esforços a serem empreendidos para reduzir as desigualdades regionais no plano nacional e internacional e para promover um ambiente favorável ao desenvolvimento, especialmente nas áreas de comércio e finanças. Significa também, seguramente, uma via de inclusão do turismo na estratégia de luta contra a pobreza, vinculando a atividade com os marcos e os objetivos de Desenvolvimento do Milênio.

No entanto, isto só poderá ser realizado para as comunidades objeto de recepção dos fluxos de turistas, com base numa gestão responsável, que realize um equilíbrio entre os aspectos ambientais, econômicos e socioculturais de desenvolvimento sustentável do turismo. Sem isso, o turismo torna-se vulnerável e suscetível aos problemas de degradação, massificação e fragmentação que, em última instância significam sua autodestruição.

A prática de uma 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. Pelo lado da produção e da oferta da atividade, com a criação de novos postos de trabalho e ocupação, e com a ampliação da renda. E pelo lado do consumo, com a inclusão de novas parcelas de consumidores em diversas escalas, no ambiente doméstico.

De acordo com as análises da Organização Mundial do Turismo, calcula-se ser o turismo interno dez vezes maior que o volume de turismo internacional. Este índice, não obstante poder ser bem menor para os países periféricos, ainda assim, aponta para uma perspectiva de consolidação da atividade nestes países, oportunizando a melhoria da qualidade dos serviços prestados e contribuindo para o desenvolvimento equilibrado do conjunto da economia.

No contexto de um ambiente nacional e internacional favorável e como resultado do esforço do Governo, da prioridade dada ao turismo e da gestão descentralizada e compartilhada proposta pelo Plano Nacional e executada com apoio do Conselho Nacional e Fóruns Estaduais, o turismo do Brasil vem batendo recordes que evidenciam um crescimento acima da média mundial. Conforme exposto no item anterior, o crescimento do turismo internacional no mundo, em chegadas de turistas estrangeiros, em 2004 e 2005, foi da ordem de

5,5%¹, enquanto no Brasil este crescimento, no mesmo período, foi da ordem de 12,5%.

A execução dos Programas e Ações do Plano Nacional de Turismo 2003 / 2007, inseridos no Plano Plurianual de Governo 2004 / 2007, considerando a eficiente execução orçamentária de 2004 e de 2005 e, ainda, a conjuntura externa favorável, propiciaram as condições para que o País obtivesse, nos últimos três anos, os seus melhores resultados em relação a todo o histórico do setor.

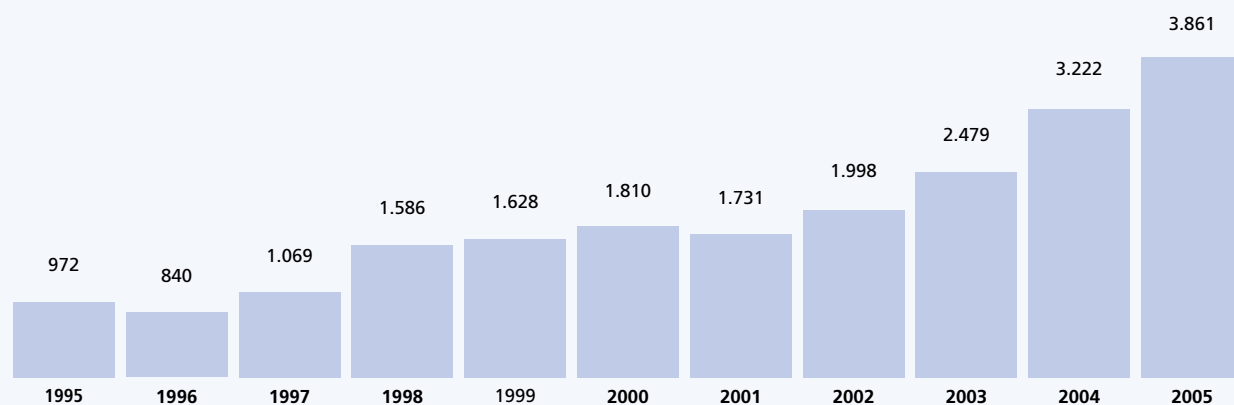
Um resultado que aponta para a performance excepcional da atividade turística no mercado internacional e que merece destaque, após três anos de existência do Ministério do Turismo, é a receita cambial turística.

Em 2005, o Brasil alcançou a receita cambial turística de US\$ 3,86 bilhões, superior em 19,83% ao ano de 2004 (US\$ 3,22 bilhões), atingindo a

marca de 34 meses consecutivos de crescimento, desde março de 2003.

Em 2004, esta receita atingiu o montante de US\$ 3,22 bilhões, superior em 30% em relação ao ano anterior (US\$ 2,479 bilhões), registrando um superávit da ordem de US\$ 351,0 milhões, o maior dos últimos 15 anos, superando em 61% o superávit de 2003, de US\$ 218,0 milhões.

GRÁFICO 9 - RECEITA CAMBIAL TURÍSTICA (MILHÕES US\$)



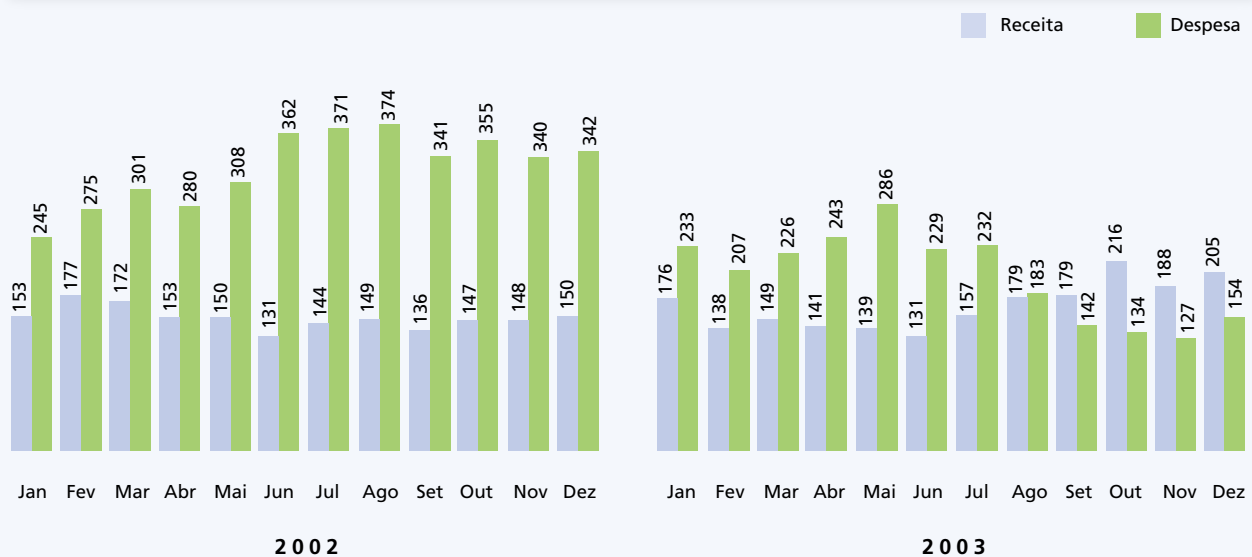
Fonte: Banco Central do Brasil

1 Organizacion Mundial del Turismo.

Analisando a série histórica mensal, entre janeiro de 2002 e dezembro de 2005, observa-se um crescimento consistente da receita cambial turística e, ainda, que em todos os meses de 2004 e 2005, houve aumento de gastos de estrangeiros

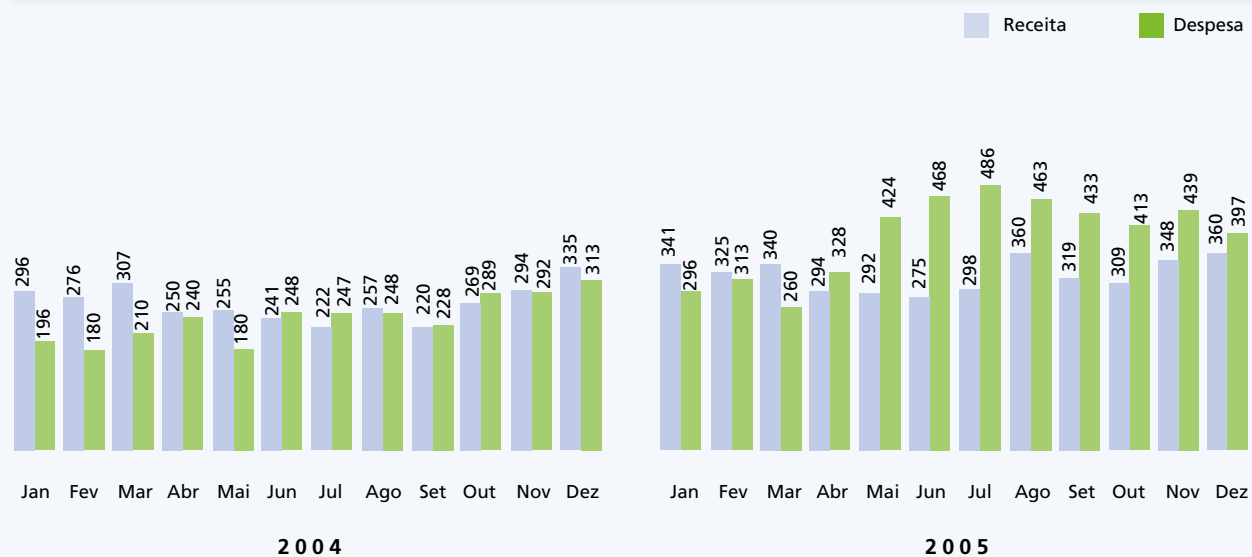
no Brasil, em relação ao mesmo período observado em 2003 e 2004, respectivamente, com recordes registrados pelo BC, que desde 1969 faz essa estatística. Em agosto e dezembro de 2005 chegou-se ao resultado de US\$ 360 milhões no mês.

GRÁFICO 10 - COMPARATIVO DA DESPESA E RECEITA CAMBIAL MENSAL 2002 E 2003 (MILHÕES US\$)



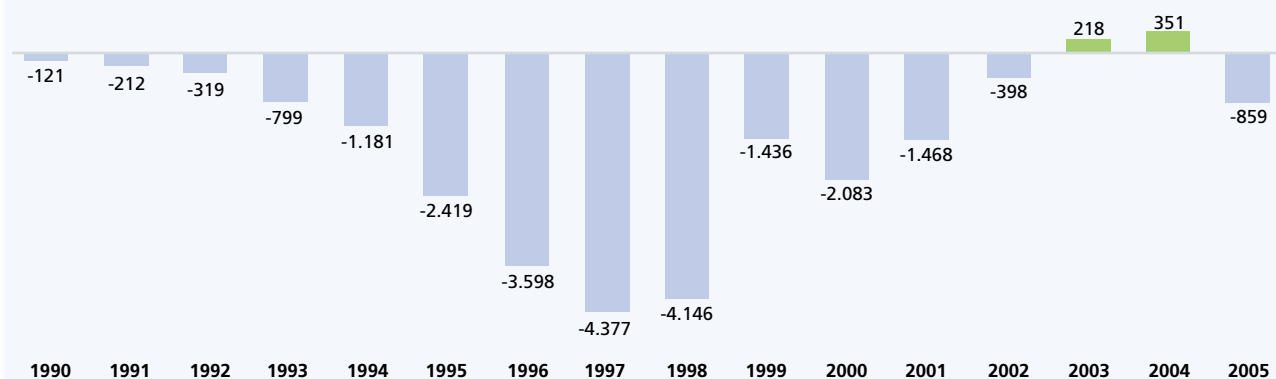
Fonte: Banco Central do Brasil

GRÁFICO 11 - COMPARATIVO DA DESPESA E RECEITA CAMBIAL MENSAL 2004 E 2005 (MILHÕES US\$)



Fonte: Banco Central do Brasil

GRÁFICO 12 - SALDO CAMBIAL LÍQUIDO DO TURISMO - PERÍODO 1990 A 2005 (MILHÕES US\$)



Fonte: Banco Central do Brasil

O saldo da balança comercial foi positivo em 2003 e 2004, após mais de 10 anos com saldos negativos, até 2002. Estes déficits chegaram a US\$ 4,38 bilhões e US\$ 4,15 bilhões, em 1997 e 1998, respectivamente. Em 2005, mesmo com o crescimento expressivo da receita, a balança

comercial apresentou um déficit de US\$ 859 milhões, em função da estabilidade econômica e da valorização do real em relação ao dólar, o que motivou muitos brasileiros a realizarem viagens ao exterior.

I.3.2

ENTRADA DE TURISTAS ESTRANGEIROS

O crescimento da entrada de turistas estrangeiros no País, depois de experimentar uma queda em 2001 e 2002, apresentou uma tendência de recuperação e crescimento em 2003, que se manteve constante até 2005. Considerando o ano de 2002 como referência,

o crescimento até 2005 foi da ordem de 43%, tendo sido de 12,5% entre 2004 e 2005.

Os resultados a partir de 1996, até 2005, apontam um crescimento na entrada de turistas estrangeiros no Brasil da ordem de 103%.

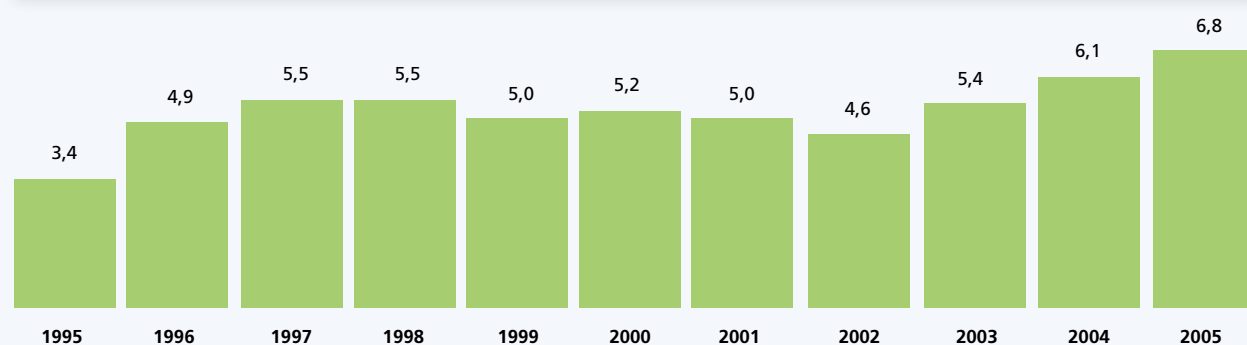
TABELA 5 - ENTRADA DE TURISTAS NO BRASIL (NÚMERO DE TURISTAS)

ANO									
1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005(*)
2.665.508	2.849.750	4.818.084	5.107.169	5.313.463	4.772.575	3.784.898	4.132.847	4.793.703	5.400.000

Fonte: DPF e EMBRATUR

(*) Resultado estimado

GRÁFICO 13 - DESEMBARQUES INTERNACIONAIS (MILHÕES)



Fonte: Infraero

Em 2005, o País recebeu cerca de 6,8 milhões de passageiros de vôos internacionais, incluindo brasileiros voltando do exterior e turistas estrangeiros, valor superior em 10,52% ao total dos desembarques no período de 2004 (6,1 milhões). São 36 meses consecutivos de crescimento, desde janeiro de 2003.

Em 2004, os desembarques de vôos internacionais atingiram 6,1 milhões de passageiros, com um incremento de 14,19%, em relação ao ano de 2003 (5,4 milhões).

I. 3.3

DESEMBARQUES NACIONAIS E VÔOS *CHARTERS*

Em 2005, o desembarque de passageiros de vôos nacionais foi de 43,1 milhões, 17,75% acima do verificado no mesmo período do ano anterior, quando o número de passageiros desembarcados foi de 36,6 milhões.

Em 2004, os desembarques de vôos nacionais totalizaram 36,6 milhões de passageiros, contabilizando um crescimento de 18,95%, em relação aos 30,7 milhões de passageiros desembarcados em 2003.

GRÁFICO 14 - DESEMBARQUES NACIONAIS (MILHÕES)



Fonte: Infraero

Desempenhos semelhantes apresentaram os vôos *charters* (fretados), nacionais e internacionais, que transportam exclusivamente turistas. Com recorde histórico, de janeiro a dezembro de 2005, foram 3,15 milhões de desembarques nacionais, sendo este número 42,74% superior a 2003 (2,20 milhões).

Já em relação aos desembarques internacionais, foram contabilizados 349,58 mil desembarques, uma alta de 103,02% em relação a 2003 (172,15 mil). Em 2005, os vôos *charters* nacionais e internacionais cresceram, respectivamente, 11,92% e 6,81%, em relação a 2004.

GRÁFICO 15 - VÔOS *CHARTERS* DESEMBARQUE NACIONAL E INTERNACIONAL



Fonte: Infraero

I.3.4

NOVOS PRODUTOS DE QUALIDADE

O Ministério do Turismo realizou o mapeamento turístico do País, para identificar as regiões e roteiros turísticos que devem ser objeto do ordenamento e estruturação territorial, gestão, qualificação e promoção, com visão de curto, médio e longo prazos. O trabalho, realizado através do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, em 2004, identificou 219 regiões turísticas, envolvendo 3.203 municípios. Dentre as 219 regiões turísticas, 134 apresentaram 451 roteiros turísticos no Salão do Turismo – Roteiros do Brasil, realizado em 2005 em São Paulo, nos módulos “Feira” e “Rodada de Negócios” do evento.

O Salão do Turismo – Roteiros do Brasil resultou de um esforço conjunto do poder público e da iniciativa pública, sob a coordenação do Ministério do Turismo, que trabalharam em sintonia para colocar o produto turístico brasileiro nas prateleiras das agências e operadoras de turismo. Constituiu um marco do desenvolvimento da atividade turística no país, gerando resultados que estabelecem um novo patamar para a sua expansão, abrindo perspectivas de desenvolvimento socioeconômico para diferentes regiões. Os principais resultados do Salão 2005 são apresentados a seguir:

- Público: 108,6 mil pessoas (3,9 mil expositores; 6,2 mil autoridades / convidados; e 17 mil profissionais, além dos visitantes).
- Feira de Produtos / Roteiros Turísticos: apresentação de 451 produtos / roteiros turísticos, com o envolvimento de 134 regiões turísticas e 959 municípios.
- Vitrine do Brasil: mostra de artesanato com 24 mil peças vendidas (retorno de R\$ 212 mil), mobilizando 270 associações de artesãos representativas das 27 UFs;
- Mostra Gastronômica: vendidas 60 mil refeições, representando 54 pratos típicos diferenciados.
- Manifestações Culturais: 78 apresentações das cinco Macrorregiões do País.
- Mercado da Agricultura Familiar: todas as mercadorias foram comercializadas – retorno de R\$ 130 mil em vendas.
- Rodada de Negócios: 348 agências de receptivo (vendedores) e 111 operadores (compradores) – realizaram 2 mil agendamentos.
- Núcleo de Conhecimento: 5 mil pessoas participaram dos debates / palestras – 45 palestras proferidas por 108 palestrantes.
- Movimentação da hotelaria de São Paulo durante o Salão: R\$ 16 milhões.
- Investimentos no Salão: R\$ 15 milhões Ministério do Turismo / parceiros; R\$ 6 milhões dos municípios; e R\$ 3,8 milhões dos estados.
- Mão-de-obra contratada para montagem e organização do Salão: 5,2 mil profissionais.

Os resultados das Rodadas de Negócios estão abaixo discriminados com os números relativos aos valores estimados em expectativa de negócios, que totalizam R\$ 74,6 milhões em 12 meses.

TABELA 6 - RODADA DE NEGÓCIOS - COMPRADORES

NÚMERO DE PROFISSIONAIS	111
INVESTIMENTO PARA O SALÃO (R\$)	124.140,00
VALOR ESTIMADO NAS NEGOCIAÇÕES (R\$)	22.425.000,00

TABELA 7 - RODADA DE NEGÓCIOS - VENDEDORES

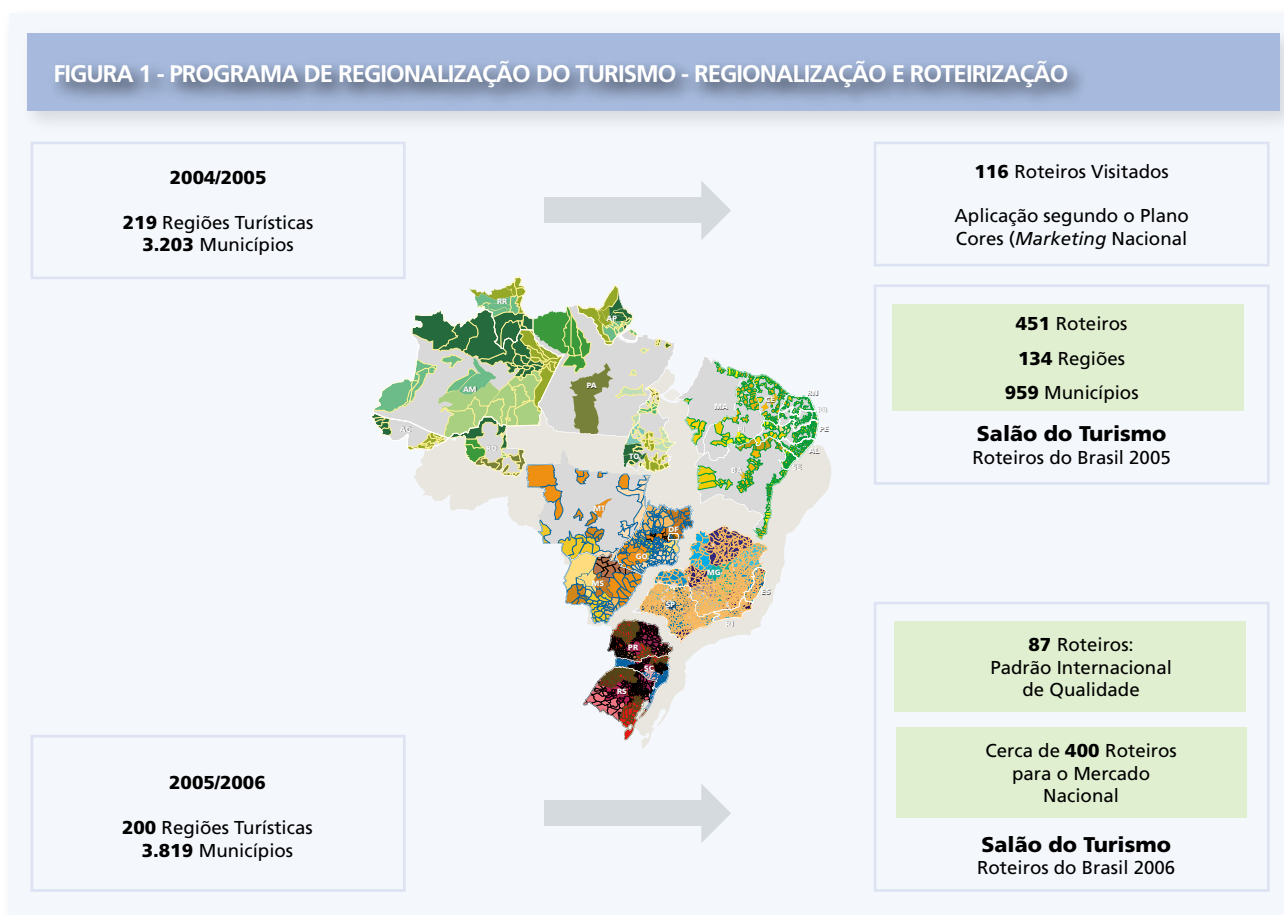
NÚMERO DE PROFISSIONAIS	348
INVESTIMENTO PARA O SALÃO (R\$)	484.184,00
VALOR ESTIMADO NAS NEGOCIAÇÕES (R\$)	52.240.600,00

Fonte: Pesquisa NEATH/EBAPE-FGV – Ministério do Turismo

No âmbito do Programa de Regionalização, o processo de estruturação de novos roteiros turísticos, com vistas à comercialização nacional e internacional, encontra-se em andamento. Em função de adequações e ajustes das regiões turísticas, atualmente o País conta com 200 regiões turísticas envolvendo 3.819 municípios. Durante a estruturação da oferta dessas regiões, foram selecionados 87 roteiros turísticos abrangendo

116 regiões em 474 municípios, para obtenção de padrão internacional de qualidade, os quais serão apresentados no Salão do Turismo 2006. Esta segunda edição do Salão apresentará, também, cerca de 400 novos roteiros para o mercado nacional. A ilustração a seguir resume os dados da regionalização e da roteirização do Programa de Regionalização do Turismo.

FIGURA 1 - PROGRAMA DE REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO - REGIONALIZAÇÃO E ROTEIRIZAÇÃO



I.3.5

NOVA GESTÃO DO TURISMO

A proposta de gestão descentralizada do Plano Nacional de Turismo vem fomentando a consolidação de uma rede de entidades e instituições, em todo o território nacional, envolvendo o poder público nas três esferas de governo, a iniciativa privada e o terceiro setor. Este universo de agentes relacionados ao turismo tem promovido a realização de diversos fóruns de discussão e deliberação sobre a Política Nacional de Turismo e seus desdobramentos, nas diferentes escalas territoriais do País.

O próprio mapeamento do turismo no País, referido anteriormente, resultou do amplo processo de gestão descentralizada proposto pelo Plano, através da realização de encontros diversos e oficinas que definiram as regiões e os roteiros a

serem trabalhados, subsidiando e legitimando as propostas respectivas.

A Figura 2 a seguir ressalta a dimensão do universo de atores mobilizados em todas as regiões do País, por meio das instituições representativas do turismo, integrantes do Conselho Nacional de Turismo, do Fórum Nacional de Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo e dos Fóruns / Conselhos Estaduais de Turismo nas 27 Unidades da Federação, que vêm participando deste processo da gestão descentralizada, compartilhando experiências e somando esforços para a consolidação do turismo nacional. No conjunto, essa é uma brigada que envolve 1.156 representantes de instituições, públicas e privadas, relacionadas ao turismo em todo o País.

FIGURA 2 - PROGRAMA DE GESTÃO DESCENTRALIZADA - PARTICIPAÇÃO DAS ENTIDADES PRIVADAS / INSTITUIÇÕES PÚBLICAS NOS FÓRUNS / CONSELHOS ESTADUAIS

UF	PÚBLICAS	%	PRIVADAS	%	TOTAL
BRASIL (27 UFS)	580	50,2%	576	49,8%	1.156



MACRORREGIÃO NORTE					
UF	PÚBLICAS QTD.	%	PRIVADAS QTD.	%	TOTAL
ACRE	11	55,0%	9	45,0%	20
AMAZONAS	51	62,2%	31	37,8%	82
AMAPÁ	36	57,1%	27	42,9%	63
PARÁ	9	37,5%	15	62,5%	24
RONDÔNIA	19	52,8%	17	47,2%	36
RORAIMA	20	55,6%	16	44,4%	36
TOCANTINS	11	39,3%	17	60,7%	28
TOTAL NORTE	157	54,3%	132	45,7%	289

MACRORREGIÃO NORDESTE					
UF	PÚBLICAS QTD.	%	PRIVADAS QTD.	%	TOTAL
ALAGOAS	42	71,2%	17	28,8%	59
BAHIA	32	45,7%	38	54,3%	70
CEARÁ	16	34,8%	30	65,2%	46
MARANHÃO	22	56,4%	17	43,6%	39
PARAÍBA	12	46,2%	14	53,8%	26
PERNAMBUCO	25	65,8%	13	34,2%	38
PIAUI	60	65,9%	31	34,1%	91
RIO GRANDE DO NORTE	13	36,1%	23	63,9%	36
SERGIPE	20	71,4%	8	28,6%	28
TOTAL NORDESTE	242	55,9%	191	44,1%	433

MACRORREGIÃO SUDESTE					
UF	PÚBLICAS QTD.	%	PRIVADAS QTD.	%	TOTAL
ESPÍRITO SANTO	12	38,7%	19	61,3%	31
MINAS GERAIS	9	34,6%	17	65,4%	26
RIO DE JANEIRO	18	48,6%	19	51,4%	37
SÃO PAULO	15	51,7%	14	48,3%	29
TOTAL SUDESTE	54	43,9%	69	56,1%	123

MACRORREGIÃO SUL					
UF	PÚBLICAS QTD.	%	PRIVADAS QTD.	%	TOTAL
PARANÁ	7	28,0%	18	72,0%	25
RIO GRANDE DO SUL	6	11,5%	46	88,5%	52
SANTA CATARINA	46	62,2%	28	37,8%	74
TOTAL SUL	59	39,1%	92	60,9%	151

MACRORREGIÃO CENTRO-OESTE					
UF	PÚBLICAS QTD.	%	PRIVADAS QTD.	%	TOTAL
DISTRITO FEDERAL	17	48,8%	18	51,4%	35
GOIÁS	20	54,1%	17	45,9%	37
MATO GROSSO	17	36,2%	30	63,8%	47
MATO GROSSO DO SUL	14	34,1%	27	65,9%	41
TOTAL CENTRO-OESTE	68	42,6%	92	67,6%	160

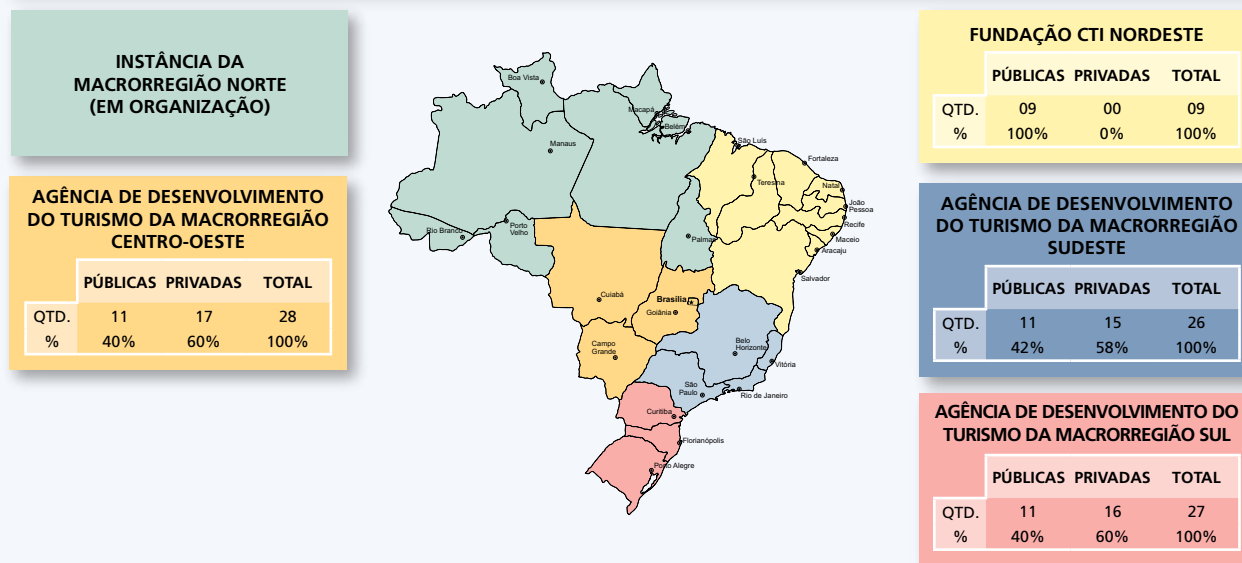
INSTITUIÇÃO	PÚBLICAS	%	PRIVADAS	%	TOTAL
CONSELHO NACIONAL DE TURISMO	24	38%	39	62%	63

As representações no Conselho Nacional do Turismo têm a composição conforme o quadro acima. O Fórum Nacional de Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo – FORNATUR é integrado por representantes das vinte e sete Unidades da Federação do País.

O processo de gestão descentralizada, em 2005, avançou numa escala territorial interestadual,

com a implantação ou incorporação das instâncias de governança macrorregionais, congregando instituições públicas e entidades privadas, em organizações denominadas Agências de Desenvolvimento do Turismo, com representatividade tripartite, conforme a Figura a seguir:

FIGURA 3 - PROGRAMA DE GESTÃO DESCENTRALIZADA - PARTICIPAÇÃO DAS ENTIDADES PRIVADAS / INSTITUIÇÕES PÚBLICAS NAS AGÊNCIAS



1.3.6

GERAÇÃO DE EMPREGO E RENDA

O turismo é uma atividade de importância fundamental para o crescimento da economia do País devido, não somente a sua contribuição significativa para o aumento do PIB, como também pela sua potencial capacidade de geração de trabalho, ocupação e renda, com impactos na melhoria da qualidade de vida da população.

Segundo a Organização Mundial do Turismo, a atividade 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 recente da Fundação Instituto de Pesquisa Econômica – FIPE², a hotelaria, um segmento intensivo em mão-de-obra e com peso importante na atividade turística, demanda em torno de R\$ 16.198,60 de valor da produção da atividade requerida para geração de uma unidade de emprego, valor este

bem menor do que aquele 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).

De acordo com dados da Relação Anual de Informações Sociais – RAIS, do Ministério do Trabalho e Emprego, e considerando o recorte do turismo com base em uma matriz que agrega 12 setores da economia, de acordo com metodologia da OMT³, o mercado formal de trabalho em turismo no País passou de 1.499.497 pessoas empregadas, em 2001, para 1.913.936 pessoas empregadas, em 2005, o que representa um crescimento da ordem de 28% em 4 anos.

O crescimento acumulado em 2003, 2004 e 2005 foi da ordem de 16%. Foram gerados, neste período, 262.914 empregos formais nas diversas categorias econômicas que integram, diretamente, o setor do turismo.

² FIPE, Meios de Hospedagem: Estrutura de Consumo e Impactos na Economia, 2006.

³ A definição das atividades econômicas que compõem o Turismo segue as diretrizes da Organização Mundial do Turismo para a construção das contas satélites do Turismo (WTO, 2000a) e está de acordo com as definições providas na literatura especializada, conforme Lage e Milone (1991), Lundenberg et al (1995) e Espanha (1996).

TABELA 8 - EVOLUÇÃO NO NÚMERO DE EMPREGOS FORMAIS NA ATIVIDADE TURÍSTICA

2001	2002	2003	2004	2005 (*)	ACUMULADO 2003/2004/2005
1.499.497	1.651.022	1.724.587	1.825.526	1.913.936	262.914

Fonte: MTE / RAIS (*) Dados preliminares oriundos do CAGED, que poderá sofrer alterações em função da publicação da RAIS definitiva de 2005.

GRÁFICO 16 - EVOLUÇÃO NO NÚMERO DE EMPREGOS FORMAIS NA ATIVIDADE TURÍSTICA



Este número de empregos gerados no mercado formal pode ser extrapolado para se chegar a uma avaliação do mercado informal, considerando estudos que indicam uma relação de três empregos totais para um emprego formal⁴. Como o setor é intensivo em mão-de-obra, com

predominância de mão-de-obra informal, a utilização deste multiplicador para se avaliar o número de empregos gerados pelo turismo, no mercado formal e informal, conforme o quadro abaixo, apresenta um resultado que pode ser considerado conservador.

TABELA 9 - NÚMERO TOTAL DE EMPREGOS NA ATIVIDADE TURÍSTICA (FORMAIS E INFORMAIS)

2001	2002	2003	2004	2005 (*)	ACUMULADO 2003/2004/2005
4.499.491	4.953.066	5.173.761	5.476.578	5.741.808	788.742

Fonte: MTE/RAIS/UNB

⁴ De acordo com estudo realizado pelo CET / UNB, segundo Pastore (2005), em 1985 havia um emprego formal para cada 2,7 trabalhadores totais (formais + informais). Em 2002 essa proporção subiu de um emprego formal para três trabalhadores totais. Utilizando-se essa relação, pode-se fazer uma estimativa sobre a quantidade total de trabalhadores no turismo, como mostra a Tabela 9. Vale ressaltar que se chega a esses valores por uma aproximação, não sendo possível afirmar que estes números refletem integralmente a situação do mercado de trabalho para o turismo. Assim, estudos específicos sobre o mercado de trabalho para o turismo mostram-se de fundamental importância para diagnosticar a influência do setor em relação à geração de novos empregos.

GRÁFICO 17 - NÚMERO TOTAL DE EMPREGOS NA ATIVIDADE TURÍSTICA (FORMAIS E INFORMAIS)



De acordo com a Tabela 9, nos anos de 2003, 2004 e 2005, foram gerados pela atividade turística no País, 788.742 empregos, formais e informais, o que indica que a meta de geração de

1,2 milhão de empregos, até 2007, definida no Plano Nacional de Turismo 2003 / 2007, deverá ser alcançada com segurança, podendo, até mesmo, ser ultrapassada.

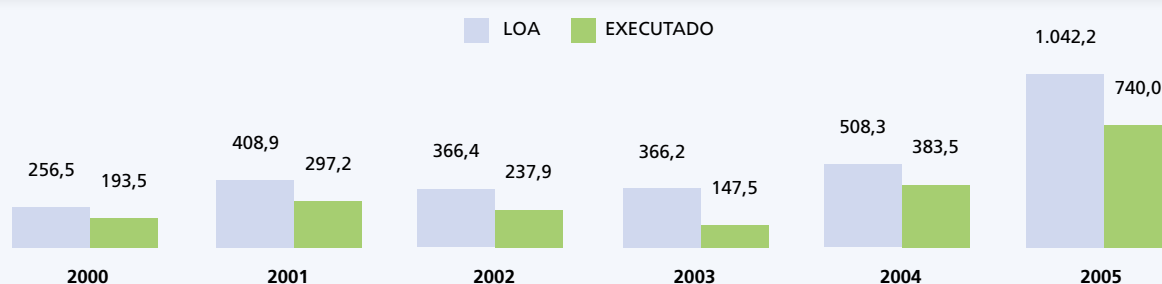
I.3.7

ORÇAMENTO, CRÉDITO E INVESTIMENTOS

A constatação de que o turismo passou a ser prioridade para o Governo Federal se configura por meio das Leis de Orçamento Anual – LOA e da sua execução. Em termos de execução orçamentária, o Ministério do Turismo, no período de janeiro

de 2003 a dezembro de 2005, aplicou, em apoio às atividades / ações e projetos do setor, o valor correspondente a R\$ 1,27 bilhão, valor este superior em 74,44% ao que foi aplicado no triênio anterior (R\$ 728,6 milhões).

GRÁFICO 18 - EXECUÇÃO ORÇAMENTÁRIA DO MINISTÉRIO DOS ESPORTES E DO TURISMO (2000/2002) E DO MINISTÉRIO DO TURISMO (2003/2005) (EM R\$ MILHÕES)



Fonte: SIAFI/SNT

Considerando os limites autorizados anualmente, conforme decretos de programação financeira, o Ministério do Turismo tem, desde a

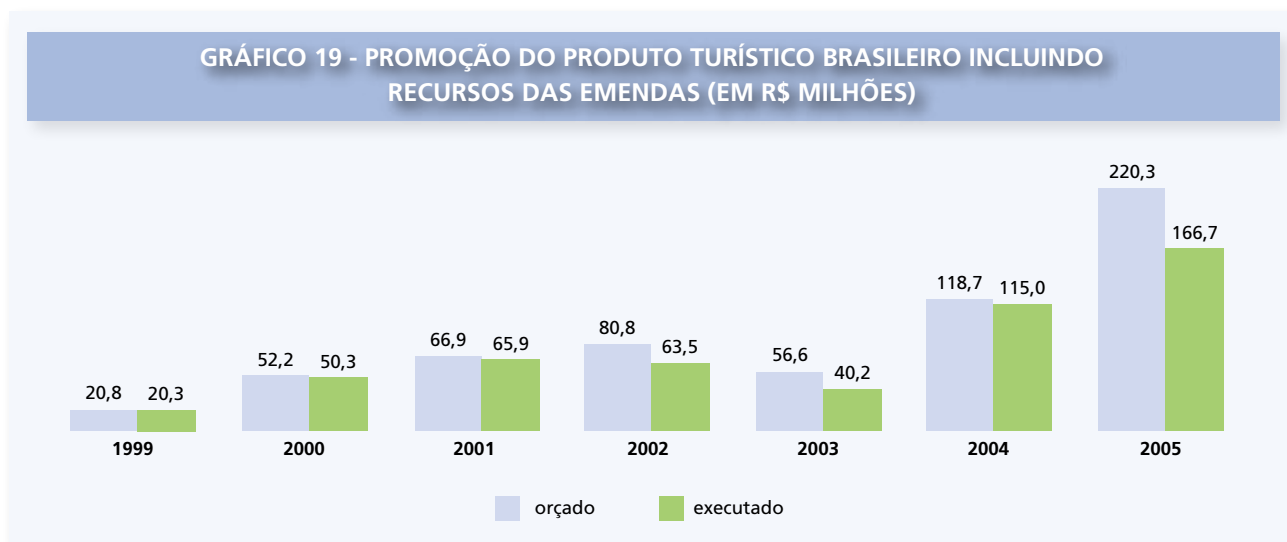
sua criação, procedido à execução de quase 100% do limite disponibilizado para o órgão, conforme tabela a seguir:

TABELA 10 - LIMITE DISPONIBILIZADO E ORÇAMENTO EXECUTADO PELO MINISTÉRIO DO TURISMO 2003, 2004 E 2005 (EM R\$ MILHÕES)								
2003			2004			2005		
LIMITE (A)	EXECUTADO (B)	% C = (B/A)	LIMITE (A)	EXECUTADO (B)	% C = (B/A)	LIMITE (A)	EXECUTADO (B)	% C = (B/A)
134,9	127,1	94,2	360,3	357,9	99,3	717,6	716,3	99,8

Fonte: SIAFI/STN

O setor foi contemplado com o maior volume de recursos orçamentários já executados em ações de promoção do Produto Turístico Brasileiro, em especial na promoção do destino Brasil no exterior. Estas ações, no Brasil e no exterior, focadas em promoção, *marketing* e apoio à comercialização de produtos, serviços e destinos

turísticos, como também no apoio à realização de eventos que atraem os turistas e que evidenciam as manifestações artísticas e culturais do povo brasileiro, receberam o montante de R\$ 321,9 milhões, referentes à execução de 81,37% do orçamento disponível (R\$ 395,6 milhões) de janeiro de 2003 a dezembro de 2005.



Fonte: Sistema SIAFI/STN

Somente em infra-estrutura turística, foram investidos R\$ 628.082.574,00, incluídos os investimentos em sinalização turística, recuperação de patrimônio histórico, implantação

de pontos náuticos, trechos ferroviários, centros de informações turísticas, saneamento básico e nos Programas de Desenvolvimento do Turismo – PRODETUR, conforme a tabela a seguir.

TABELA 11 - INVESTIMENTO EM INFRA-ESTRUTURA (R\$)

2003	2004	2005
EXECUTADO	EXECUTADO	EXECUTADO
20.908.857	187.435.717	419.738.000

Fonte: SIAFI/STN Obs.: inclui o Prodetur

Foram estabelecidas também diversas parcerias com órgãos do Governo Federal e instituições financeiras oficiais, com vistas ao financiamento das atividades do setor, bem como da infra-estrutura, destacando-se as seguintes: Ministério do Trabalho e Emprego, e Conselho Deliberativo do Fundo de Amparo ao Trabalhador – CODEFAT que, dentro do Programa Turismo é Emprego, viabilizaram linha de crédito específica;

Ministério da Integração Nacional, com a aplicação de 12% dos recursos dos fundos constitucionais (FCO, FNE e FNO) no desenvolvimento da cadeia produtiva do turismo e BNDES, no atendimento a empresas de qualquer porte, nacionais ou estrangeiras. Em três anos, 2003, 2004 e 2005, foi aplicado o montante de R\$ 4,5 bilhões, conforme a tabela abaixo.

TABELA 12 - FINANCIAMENTO PARA O TURISMO - INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS PÚBLICAS - 2003 A 2005 (R\$ MIL)

FINANCIAMENTO PARA O TURISMO - INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS PÚBLICAS (2003 A 2005)

EXERCÍCIO	INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS PÚBLICAS								
	BANCO DO BRASIL	CAIXA ECON. FEDERAL	BNDES				BANCO DO NORDESTE	BANCO DA AMAZÔNIA	TOTAL
			DIRETO	INDIRETO	Ñ REEMB.	TOTAL			
2003	738.504	244.399	4.025	55.550	9.503	69.078	48.416	5.746	1.106.143
%s / TOTAL	67%	22%	0%	5%	1%	6%	4%	1%	100,0%
2004	893.590	403.046	7.594	36.101	9.877	53.572	42.457	14.145	1.406.810
%s / TOTAL	63,5%	28,6%	0,5%	2,6%	0,7%	3,8%	3,0%	1,0%	100,0%
2004/03	21,0%	64,9%	88,7%	-35,0%	3,9%	-22,4%	-12,3%	146,2%	27,2%
2005	1.081.239	680.822	26.200	65.154	10.830	102.184	109.376	15.985	1.989.606
%s / TOTAL	54,3%	34,2%	1,3%	3,3%	0,5%	5,1%	5,5%	0,8%	100,0%
2005/04	21,0%	68,9%	245,0%	80,5%	9,6%	90,7%	157,6%	13,0%	41,4%
TOTAL 2003 A 2005	2.713.333	1.328.267	37.819	156.805	30.210	224.834	200.249	35.876	4.502.559
%s / TOTAL	60,3%	29,5%	0,8%	3,5%	0,7%	5,0%	4,4%	0,8%	100,0%

Fontes: Bancos Oficiais Federais - Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, BNDES, Banco do Nordeste e Banco da Amazônia.

Obs.: 1) Excluídos dos valores do BNDES indireto aqueles relativos aos Agentes Financeiros Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Banco do Nordeste e Banco da Amazônia.

2) Posição em 31/12/2005 e atualização em 04/05/2006.

No que se refere aos investimentos privados programados para os próximos anos, foram identificados R\$ 3,4 bilhões em projetos do segmento hoteleiro, com previsão de conclusão

até 2008, o que representará um aumento de 23,5 mil unidades habitacionais na capacidade hoteleira do País.

TABELA 13 – INVESTIMENTOS PREVISTOS PARA O TURISMO

REDE HOTELEIRA – INVESTIMENTOS NO PAÍS POR REGIÃO (2005-2008)

REGIÃO	QUANT. PROJETOS	INVESTIMENTO ESTIMADO		UH'S	
		VALOR (R\$)	DISTRIBUIÇÃO %	QUANTIDADE	DISTRIBUIÇÃO %
NORTE	11	150.008.000	4,39%	1.596	6,77%
NORDESTE	35	1.535.920.000	44,92%	8.245	34,99%
CENTRO-OESTE	13	247.050.000	7,22%	2.347	9,96%
SUDESTE	65	1.387.476.780	40,58%	10.281	46,64%
SUL	10	98.980.000	2,89%	1.092	4,63%
TOTAL	134	3.419.434.780	100,00%	23.561	100,00%

Fonte: BSH Internacional. Posição: Novembro 2005.

Ainda no âmbito dos investimentos, estão programados recursos no valor total de US\$ 400 milhões através do PRODETUR NE II, sendo US\$ 240 milhões de empréstimos do BID através do BNB, com contrapartida da União, através do Ministério do Turismo no valor de US\$ 140 milhões e US\$ 20 milhões de contrapartida dos estados e municípios.

O PRODETUR NE II abrange os nove estados da região Nordeste e o norte dos estados de Minas Gerais e do Espírito Santo, compreendendo 15 Pólos, envolvendo 122 municípios e tem como objetivo assegurar o desenvolvimento turístico sustentável e integrado da região Nordeste do Brasil. São três os seus componentes: (i) fortalecimento da capacidade municipal; (ii) planejamento estratégico, treinamento e infra-estrutura; e (iii) promoção de investimento do setor privado.

No âmbito do Programa foram celebradas operações de subempréstimos, até a presente data, com os estados do Rio Grande do Norte, Bahia, Ceará e Pernambuco, no valor total de US\$ 180,3 milhões, da parcela referente ao BID.

Em relação à Contrapartida Federal, o Governo Federal já aportou ao Programa, desde 2001, aproximadamente 50 milhões de reais. Por meio do Ministério do Turismo foram comprometidos entre janeiro de 2003 e abril 2006 cerca de 40 milhões de reais. Destes, foram investidos cerca de R\$ 12 milhões em infra-estrutura, como rodovias, urbanização de orlas, construção de aeroportos, SAA e SES; R\$ 5 milhões em planos, estudos e projetos, como Planos Diretores Municipais, projetos de capacitação, projetos executivos de obras; além de cerca de R\$ 6,5 milhões em bases cartográficas e

insumos fundamentais ao processo de planejamento do turismo, entre outros.

O Ministério do Turismo prioriza os investimentos em ações de fortalecimento da gestão de turismo e ações municipais: Planos Diretores Municipais, Planos de Gestão Administrativo Fiscal, Planos de Gestão Municipal do Turismo, Planos Diretores de Resíduos Sólidos, Planos de Manejo de Unidades de Conservação, saneamento básico e infra-estrutura urbana.

Também o PRODETUR Sul encontra-se em um estágio bastante avançado de preparação. Trinta por cento das ações que deverão ser implementadas no âmbito do programa encontram-se com seus projetos ou especificações técnicas prontas e aprovadas pelo Ministério do Turismo e Banco Interamericano de Desenvolvimento – BID. Estas ações têm valores estimados em mais de US\$ 46,9 milhões, soma equivalente a 19% do total previsto para todo o Programa.

Devido ao estágio avançado de preparação, em março de 2005, o BID submeteu o PRODETUR Sul à avaliação de seu Comitê de Empréstimo. Ainda em março, a operação de crédito foi aprovada no montante US\$ 150 milhões. Assim, os investimentos globais ficaram distribuídos da seguinte forma: US\$ 150 milhões serão aportados pelo BID (mediante contrato de empréstimo externo com o Banco do Brasil a ser repassado aos estados por meio de subempréstimos) e US\$ 100 milhões serão aportados a título de contrapartida nacional (40% do Ministério do Turismo e 60% dos estados e municípios) totalizando um montante de US\$ 250 milhões, que deverão ser utilizados ao longo de 5 anos.

O Programa já executa ações com recursos da contrapartida federal, via Ministério do Turismo. Desde 2003, foram comprometidos cerca de

R\$ 15,7 milhões e para o exercício de 2006, estão previstos aporte de recursos, a título de contrapartida federal, no montante de R\$ 18,0 milhões.

1.3.8

PROMOÇÃO, MARKETING E APOIO À COMERCIALIZAÇÃO

Buscando estabelecer referenciais fundamentados para as ações de promoção e *marketing* do turismo brasileiro, foram desenvolvidos o Plano de *Marketing* do Turismo para o mercado interno – “Plano Cores do Brasil” e o Plano de *Marketing* do Turismo Brasileiro no exterior – “Plano Aquarela”, que propõem uma estratégia de investimentos do Ministério do Turismo nos principais mercados emissores.

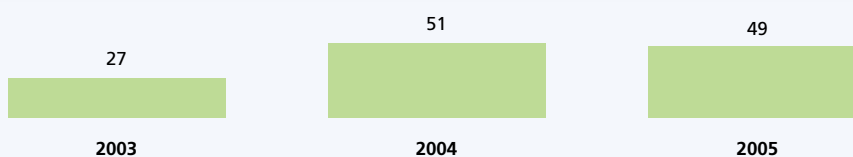
Como primeiro resultado direto do Plano Aquarela, a partir de 2005, a Marca Brasil passou a representar a imagem do turismo brasileiro e dos principais atributos de exportação do País no exterior. O símbolo está sendo incorporado a todo programa de promoção, divulgação e apoio à comercialização dos produtos, serviços e destinos turísticos brasileiros no mercado internacional.



A partir de 2003, o Ministério do Turismo adotou a estratégia de divulgar o País no exterior, ampliando a participação em feiras e eventos internacionais. Em 2005, participou de 39 feiras internacionais de turismo e em 10 feiras comerciais,

com lançamento, pela EMBRATUR, da Agenda de Promoção Comercial do Turismo Brasileiro no Mercado Internacional, ampliando, assim, a presença do país em eventos no exterior. A média anual de participação era de 16 feiras, até 2002.

GRÁFICO 20 - PARTICIPAÇÃO DO BRASIL NAS FEIRAS INTERNACIONAIS DE TURISMO E FEIRAS COMERCIAIS



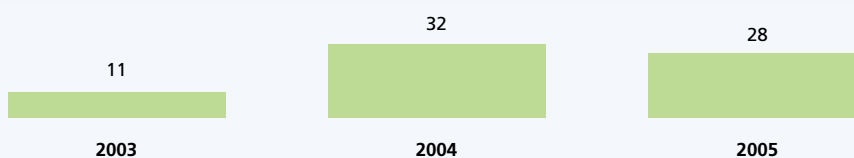
De janeiro de 2003 a outubro de 2005, foram captados, com apoio direto da EMBRATUR, um total de 71 eventos internacionais para o Brasil, que vão acontecer até 2012. Somente em 2004 chegou-se a 32 eventos internacionais captados que juntos devem atrair cerca de 90 mil estrangeiros e gerar US\$ 32 milhões em gastos desses turistas em território nacional.

Em 2005, foram captados 28 eventos internacionais para o Brasil que vão acontecer em

diversas cidades brasileiras. Juntos, eles devem atrair cerca de 23 mil estrangeiros e gerar US\$ 16 milhões em gastos desses turistas em território nacional.

Trata-se de uma conquista histórica, pois o Brasil é hoje o segundo país nas Américas, uma vez que ultrapassou o Canadá em número de eventos internacionais.

GRÁFICO 21 - EVENTOS INTERNACIONAIS CAPTADOS PARA O BRASIL



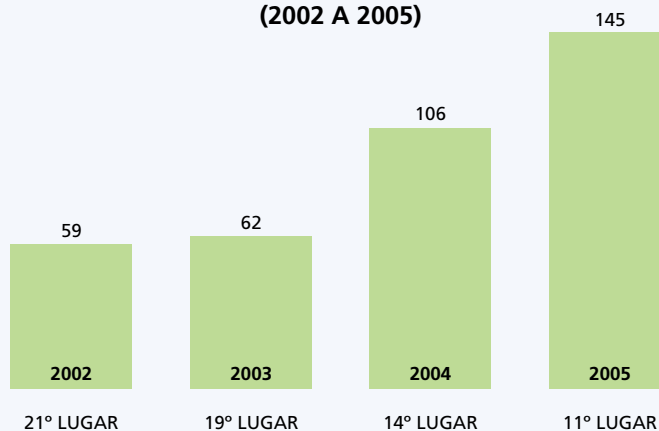
De acordo com a classificação do *International Congress & Convention Association* – ICCA, para o ano de 2005, o Brasil passou a ocupar a 11ª posição no ranking dos países que mais realizam eventos internacionais em todo o mundo. Em 2002, o país ocupava a 21ª posição neste ranking.

A cidade do Rio de Janeiro ocupa a primeira posição nas Américas, em realização de eventos internacionais, com 39 eventos, o que a coloca na 29ª posição no mundo.

GRÁFICO 22 - POSIÇÕES ICCA 2005 / REALIZAÇÕES DE EVENTOS INTERNACIONAIS

TOP 18 PAÍSES		
1º	ESTADOS UNIDOS	376
2º	ALEMANHA	320
3º	ESPAÑA	275
4º	REINO UNIDO	270
5º	FRANÇA	240
6º	HOLANDA	197
7º	ITÁLIA	196
8º	AUSTRÁLIA	164
9º	ÁUSTRIA	157
10º	SUIÇA	151
11º	BRASIL	145
12º	JAPÃO	142
13º	SUÉCIA	134
14º	CHINA	129
15º	SINGAPURA	125
16º	CANADÁ	123
17º	CORÉIA	108
18º	PORTUGAL	105

POSIÇÕES OCUPADAS PELO BRASIL NO RANKING ICCA (2002 A 2005)



Fonte: International Congress & Convention Association

As empresas relacionadas ao setor de turismo vêm registrando resultados positivos desde 2003. Estes resultados, apresentados a seguir, demonstram que, para estes segmentos e para o universo que eles representam, a atividade turística no País vem se fortalecendo e se consolidando nos últimos anos, como um importante segmento da economia nacional.

Segundo a Fundação Getúlio Vargas – FGV, em sua Pesquisa Anual de Conjuntura Econômica, os anos de 2004 e 2005 foram positivos para as atividades relacionadas com o turismo e as perspectivas para 2006 também são de crescimento.

Esta pesquisa apurou que 90% do mercado pesquisado, 80 maiores empresas do setor de turismo, que faturaram 25,3 bilhões de reais, afirmou que houve crescimento do faturamento em 2005, enquanto 6% afirmou que permaneceu estável e somente 4% indicou uma queda, resultando num saldo de respostas de 85%. Vale ressaltar que o crescimento médio do setor de turismo em 2005 alcançou 17,3%, impulsionado principalmente pelo setor aéreo, hotelaria e operadoras de turismo.

Neste cenário, o setor também foi grande contratante, aumentando seu efetivo de pessoal em 14,3%. No entanto, esse fato pode ter influenciado na alta dos custos das empresas, que subiu cerca de 11,7%.

Os preços praticados em 2005 permaneceram estáveis, influenciados pela redução nos preços nos setores aéreo e de operadoras, e majoração na hotelaria. Esta estabilidade aumentou o volume de viagens, ocasionando ganhos de escala e compensando o aumento dos custos.

Os resultados positivos de 2005 devem ser repetidos em 2006, com uma tendência de crescimento do faturamento de 14,7%, gerando uma contratação estimada em 13,6%. Os principais setores que tendem a impulsionar o turismo são transportes aéreos e hotelaria. As projeções apontam para um aumento nos custos em torno de 6,2%, e os empresários planejam repassar essa majoração dos custos aos preços praticados, com um aumento de 9,9%.

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. Desta forma, naturalmente, a tendência de crescimento deverá ser mantida em taxas decrescentes até o alinhamento com a economia do país.

A seguir, são discriminados os principais números da pesquisa para o mercado do turismo em geral e para cada um dos segmentos pesquisados, em particular:

TABELA 14 - CONSOLIDADO DO TURISMO

VARIÁVEL	CONSTATADO - 2004		ESPERADO - 2005		CONSTATADO - 2005		ESPERADO - 2006	
	SALDO	VARIAÇÃO %	SALDO	VARIAÇÃO %	SALDO	VARIAÇÃO %	SALDO	VARIAÇÃO %
FATURAMENTO	▲ 90%	24,1%	▲ 97%	16,4%	▲ 85%	17,3%	▲ 95%	14,7%
PREÇOS	▲ 63%	7,4%	▲ 50%	5,4%	▶ -9%	-1,8%	▲ 31%	9,9%
CUSTOS	▲ 38%	5,4%	▲ 67%	7,0%	▲ 79%	11,7%	▲ 52%	6,2%
POSTOS DE TRABALHO	▲ 61%	12,9%	▲ 77%	10,7%	▲ 39%	14,3%	▲ 38%	13,6%

TABELA 15 - CONSOLIDADO DO TURISMO - INDICADORES IMPORTANTES

VARIÁVEL	CONSTATADO - 2004		ESPERADO - 2005		CONSTATADO - 2005		ESPERADO - 2006	
	SALDO		SALDO		SALDO		SALDO	
ECONOMIA BRASILEIRA	▲ 91%		▲ 92%		▲ 35%		▲ 88%	
MERCADO DE TURISMO	▲ 77%		▲ 80%		▲ 84%		▲ 89%	

TABELA 16 - FEIRAS E EVENTOS

VARIÁVEL	CONSTATADO - 2004		ESPERADO - 2005		CONSTATADO - 2005		ESPERADO - 2006	
	SALDO	VARIAÇÃO %	SALDO	VARIAÇÃO %	SALDO	VARIAÇÃO %	SALDO	VARIAÇÃO %
FATURAMENTO	▲ 44%	5,7%	▲ 81%	5,0%	▲ 100%	13,9%	▼ -10%	N/R
PREÇOS	▲ 61%	6,8%	▲ 40%	4,0%	▲ 77%	7,4%	▲ 32%	2,4%
CUSTOS	▲ 100%	17,7%	▲ 100%	14,8%	▲ 94%	7,2%	▲ 73%	8,5%
POSTOS DE TRABALHO	▲ 61%	7,0%	▼ -25%	5,6%	▶ 6%	-1,0%	▶ -7%	-0,7%

TABELA 17 - RECEPTIVO

VARIÁVEL	CONSTATADO - 2004		ESPERADO - 2005		CONSTATADO - 2005		ESPERADO - 2006	
	SALDO	VARIAÇÃO %	SALDO	VARIAÇÃO %	SALDO	VARIAÇÃO %	SALDO	VARIAÇÃO %
FATURAMENTO	▲ 100%	13,5%	▲ 100%	10,5%	▲ 100%	15,0%	▲ -100%	-20,0%
PREÇOS	▲ 46%	3,4%	▲ 78%	4,1%	▲ 100%	8,3%	▲ 100%	16,7%
CUSTOS	▲ 100%	12,5%	▲ 100%	6,7%	▶ 0%	-	▲ 100%	19,5%
POSTOS DE TRABALHO	▲ 76%	9,2%	▲ 100%	11,4%	▲ 57%	7,1%	▶ 0%	-

TABELA 18 - AGÊNCIAS DE VIAGENS

VARIÁVEL	CONSTATADO - 2004		ESPERADO - 2005		CONSTATADO - 2005		ESPERADO - 2006	
	SALDO	VARIAÇÃO %	SALDO	VARIAÇÃO %	SALDO	VARIAÇÃO %	SALDO	VARIAÇÃO %
FATURAMENTO	▲ 91%	20,1%	▲ 100%	14,4%	▲ 28%	2,8%	▲ 88%	10,1%
PREÇOS	▲ 69%	9,0%	▲ 21%	2,6%	▼ -29%	-2,5%	▲ 30%	1,5%
CUSTOS	▼ -22%	-2,8%	▲ 40%	5,3%	▲ 100%	11,4%	▲ 59%	6,2%
POSTOS DE TRABALHO	▲ 40%	6,1%	▲ 69%	5,2%	▲ 10%	5,6%	▲ 44%	5,3%

TABELA 19 - OPERADORAS

VARIÁVEL	CONSTATADO - 2004		ESPERADO - 2005		CONSTATADO - 2005		ESPERADO - 2006	
	SALDO	VARIAÇÃO %	SALDO	VARIAÇÃO %	SALDO	VARIAÇÃO %	SALDO	VARIAÇÃO %
FATURAMENTO	▲ 100%	47,0%	▲ 100%	24,8%	▲ 86%	17,3%	▲ 99%	20,7%
PREÇOS	▲ 87%	9,1%	▲ 86%	9,0%	▼ -28%	-4,5%	▶ 9%	0,7%
CUSTOS	▲ 99%	15,6%	▲ 99%	9,2%	▲ 97%	13,7%	▲ 23%	7,7%
POSTOS DE TRABALHO	▲ 98%	28,5%	▲ 96%	25,0%	▲ 79%	21,4%	▲ 66%	9,4%

TABELA 20 - MEIOS DE HOSPEDAGEM

VARIÁVEL	CONSTATADO - 2004		ESPERADO - 2005		CONSTATADO - 2005		ESPERADO - 2006	
	SALDO	VARIAÇÃO %	SALDO	VARIAÇÃO %	SALDO	VARIAÇÃO %	SALDO	VARIAÇÃO %
FATURAMENTO	▲ 84	17,5	▲ 100	14,3	▲ 78	23,5	▲ 99	17,8
PREÇOS	▲ 46	5,1	▲ 90	9,4	▲ 79	9,9	▲ 95	9,8
CUSTOS	▲ 59	5,7	▲ 86	7,7	▲ 64	9,4	▲ 63	6,2
POSTOS DE TRABALHO	▲ 69	11,6	▲ 82	10,3	▲ 60	10,6	▲ 80	24,7

TABELA 21 - COMPANHIAS AÉREAS

VARIÁVEL	CONSTATADO - 2005		ESPERADO - 2005	
	SALDO	VARIAÇÃO %	SALDO	VARIAÇÃO %
FATURAMENTO	▲ 100	21,5	▲ 100	19,2
PREÇOS	▼ -56	-6,7	► 3	0,4
CUSTOS	▲ 79	14,2	▲ 41	N/R
POSTOS DE TRABALHO	▲ 18	16,4	▲ 18	N/R

TABELA 22 - LOCADORAS

VARIÁVEL	CONSTATADO - 2004		ESPERADO - 2005		CONSTATADO - 2005		ESPERADO - 2006	
	SALDO	VARIAÇÃO %	SALDO	VARIAÇÃO %	SALDO	VARIAÇÃO %	SALDO	VARIAÇÃO %
FATURAMENTO	▲ 100%	23,3%	▲ 100%	18,6%	▲ 100%	33,0%	▲ 100%	25,1%
PREÇOS	▼ -9%	-1,6%	► 0%	-	► 0%	-	► 0%	-
CUSTOS	▲ 91%	14,4%	▲ 74%	9,4%	▲ 100%	21,8%	▲ 100%	20,9%
POSTOS DE TRABALHO	▲ 64%	9,3%	▲ 100%	11,4%	▲ 100%	21,0%	▲ 100%	21,9%

Fonte: EBAPE-FGV/EMBRATUR

Notas: Saldo corresponde à diferença entre as assinalações de incremento e de declínio.

Variação % representa a variação média de expansão ou de contratação da variável, segundo percentuais ponderados das observações/previsões feitas pelos respondentes.

N/R - não respondido.

Vale ressaltar que os resultados apresentados pelas maiores empresas de turismo do País já vinham sendo apurados trimestralmente pelo Boletim de Desempenho Econômico do Turismo – BDET, elaborado pela FGV. O Boletim, que conta com cerca de 800 empresas respondentes a cada trimestre, vem demonstrando avaliações positivas ou estabilidade em quase todo o curso

da pesquisa (10 trimestres). Considerando-se apenas as edições de 2005, não há qualquer avaliação negativa sobre a evolução das variáveis apresentadas. Essa evolução demonstra que o turismo, segundo os respondentes do Boletim nos últimos 2 anos, evoluiu positivamente para as empresas privadas que nele atuam.

A tabela a seguir apresenta a avaliação dos diversos segmentos consultados sobre a variação do faturamento entre os anos de 2004 e 2005. Neste caso, há uma opinião muito forte sobre a evolução positiva do faturamento (colunas à

esquerda) e uma avaliação quantitativa da variação do faturamento em si. Os números da direita apresentam o crescimento do faturamento de cada segmento, de 2004 para 2005 segundo os respondentes do Boletim.

TABELA 23 - FATURAMENTO - RETROSPECTIVA ANUAL 2005 / 2004

SEGMENTO	OPINIÃO			VARIAÇÃO
	DIM. (-)	AUM. (+)	SALDO (%)	SALDO (%)
AGÊNCIAS	16%	83%	67%	19,4%
EVENTOS	9%	61%	52%	12,3%
HOTELARIA	10%	71%	61%	10,3%
OPERADORAS	2%	97%	95%	21,2%
PARQUES TEMÁTICOS E ATRAÇÕES TURÍSTICAS	9%	68%	59%	7,3%
RECEPTIVO	0%	52%	52%	7,6%
RESTAURANTES	11%	53%	42%	7,3%
TRANSPORTE AÉREO	0%	100%	100%	23,0%

Fonte: EBAPE-FGV/EMBRATUR Obs: Os números não consideram a inflação do período.

Em relação aos dados coletados diretamente por alguns segmentos organizados da iniciativa privada, cabe ressaltar os divulgados pelo Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil – FOHB, a Associação Brasileira de Resorts – ABR, o Fórum de Agências de Viagens Especializadas em Contas Comerciais – FAVECC e o Sindicato Nacional das Empresas Aeroviárias – SNEA. Estes resultados, apresentados a seguir, confirmam a boa performance da atividade turística no País, nestes segmentos, nos anos analisados.

• TAXA DE OCUPAÇÃO HOTELEIRA DE HOTÉIS ASSOCIADOS A FOHB

Os dados a seguir, apresentados pelo Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil – FOHB, indicam que, não só o Fórum aumentou consideravelmente o seu número de filiados, passando de 220 para 400 associados, como a taxa de ocupação dos hotéis associados, no período de 2002 a 2005, expandiu de 52% para 61%, significando um crescimento de 17% no período.

TABELA 24 - REDE DE HOTÉIS ASSOCIADOS AO FOHB - 2002 / 2005

	2002	2003	%	2004	%	2005	%	% 2002/2005
REDE DE HOTÉIS	11	15	36,4	18	20	19	5,6	72,7
HOTÉIS	220	215	(2,3)	265	23,3	400	50,9	81,8

FONTE: Meios de Hospedagem Associados ao FOHB

TABELA 25 - TAXA DE OCUPAÇÃO DA REDE DE HOTÉIS ASSOCIADOS AO FOHB (%)

	2002	2003	CRESC. %	2004	CRESC. %	2005	CRESC. %	CRESC. % 2002/2005
TAXA DE OCUPAÇÃO - %	52	55	5,77	56	1,82	61	8,93	17,31

FONTE: Meios de Hospedagem Associados ao FOHB

- OFERTA DE UNIDADES HABITACIONAIS DOS MEIOS DE HOSPEDAGEM FILIADOS À ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE RESORTS**

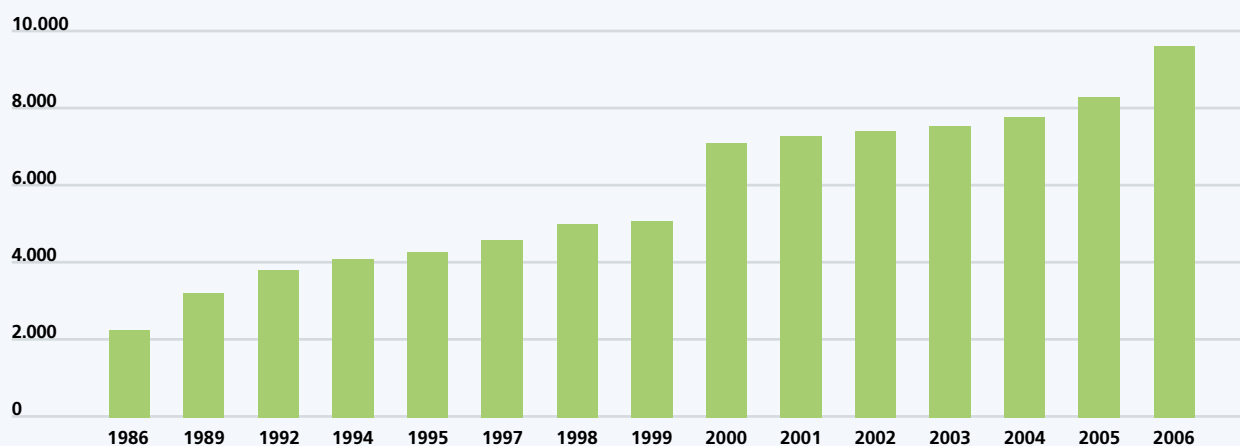
Os Meios de Hospedagem filiados à Associação Brasileira de *Resorts* – ABR vêm aumentando a sua oferta de Unidades Habitacionais no País, com uma projeção de quase 10.000 unidades para este ano de 2006, o que significa um

crescimento da ordem de 16% com relação a 2005. O crescimento da oferta de Unidades Habitacionais de 2005 com relação a 2004 foi de 6%.

A Associação Brasileira de *Resorts* – ABR possui 35 meios de hospedagem filiados, distribuídos por 11 estados no Brasil, com *resorts* de praia, de montanha e interior. Os 35 *resorts* da associação empregam 10.528 pessoas, com um faturamento anual de R\$ 612 milhões.

Os *resorts* no Brasil vêm se tornando cada vez mais competitivos no mercado internacional,

GRÁFICO 23 - EVOLUÇÃO DE UNIDADES HABITACIONAIS - RESORTS BRASIL

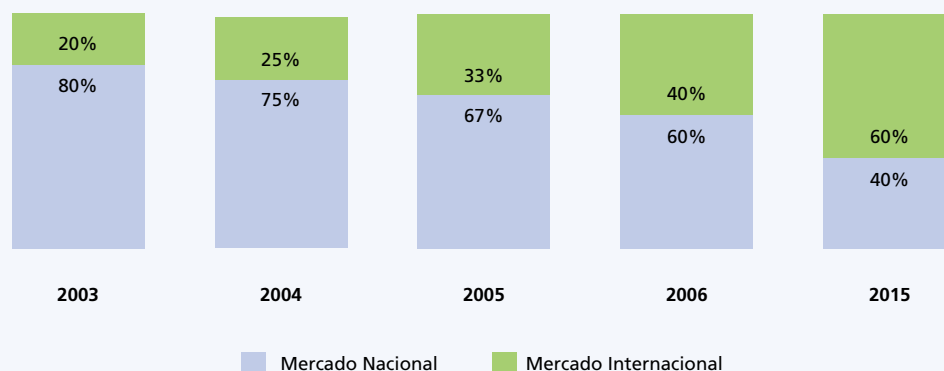


Fonte: Associação Brasileira de Resorts do Brasil - ABR

que ocupa, a cada ano, uma maior parcela das diárias vendidas nesses meios de hospedagem, conforme demonstra o quadro a seguir. O mercado

internacional respondeu, em 2005, por 33% das diárias vendidas, projetando-se chegar a 40% desta participação em 2006 e a 60% em 2015.

GRÁFICO 24 - PARTICIPAÇÃO NO MERCADO - RESORTS DO BRASIL



Fonte: Associação Brasileira de Resorts do Brasil - ABR

• **COMERCIALIZAÇÃO DE PASSAGENS AÉREAS - AGÊNCIAS ASSOCIADAS À FAVECC**

Também de acordo com os dados do Fórum de Agências de Viagens Especializadas em Contas Comerciais – FAVECC, os números relativos à comercialização de passagens aéreas, bem como

aqueles relativos a outros serviços prestados por estas agências, apontam para uma expansão de negócios, conforme demonstram os quadros a seguir.

É importante esclarecer que os dados apresentados resultam de uma variação da base amostral da FAVECC. Assim, a queda registrada em 2003 corresponde a uma redução da amostra no ano referido.

TABELA 26 - PASSAGENS AÉREAS - VENDAS 2000 / 2005 (EM R\$ MILHÕES)

TIPO	2000	2001	%	2002	%	2003	%	2004	%	2005	%	% 2000/2005
BASE AMOSTRAL/Nº DE AGÊNCIAS	25	25	0	28	12	23	(18)	23	0	27	17	8
NACIONAIS	1.219	1.454	19	1.674	15	1.262	(25)	1.533	21	1.710	12	40
INTERNACIONAIS	1.087	1.202	11	1.403	17	988	(30)	1.288	30	1.419	10	31
TOTAL	2.306	2.656	15	3.077	16	2.250	(27)	2.821	25	3.129	11	36

FONTE: FAVECC

TABELA 27 - PASSAGENS AÉREAS - VENDAS 2000 / 2005 (EM US\$ MILHÕES)

TIPO	2000	2001	%	2002	%	2003	%	2004	%	2005	%	% 2000/2005
BASE AMOSTRAL/Nº DE AGÊNCIAS	25	25	0	28	12	23	(18)	23	0	27	17	8
NACIONAIS	677	618	(9)	571	(8)	411	(28)	525	28	703	34	4
INTERNACIONAIS	604	511	(15)	478	(6)	321	(33)	441	37	584	32	(3)
TOTAL	1.281	1.130	(12)	1.050	(7)	733	(30)	966	31	1.288	33	1

FONTE: FAVECC

- EVOLUÇÃO DO TRÁFEGO AÉREO DAS EMPRESAS AEROVIÁRIAS VINCULADAS AO SNEA**

As tabelas e gráficos a seguir apresentam a evolução do tráfego aéreo nacional, vôos domésticos e vôos internacionais, das empresas aéreas vinculadas ao Sindicato Nacional das Empresas Aeroaviárias – SNEA, que congrega as maiores companhias aéreas

nacionais e uma grande parte das empresas aéreas regionais do País.

Os números relativos a este tráfego revelam um crescimento expressivo em 2004 e 2005, tanto para os quilômetros voados como para os assentos oferecidos e para os assentos utilizados, para os vôos domésticos e internacionais. O número mais expressivo refere-se aos quilômetros voados em vôos domésticos, que chegaram a crescer 44,8%, de 2004 para 2005.

TABELA 28 - EVOLUÇÃO DO TRÁFEGO AÉREO TOTAL - 2000 A 2005

ANO	2000	2001	2002	2003	2004	2005*
TRÁFEGO AÉREO DOMÉSTICO E INTERNACIONAL						
KMS VOADOS	554.785.333	581.827.882	547.602.754	471.339.434	483.587.344	654.255.534
CRESC. %		4,9	-5,9	-13,9	2,6	35,3
ASSENTOS OFERECIDOS		78.408.820	77.932.720	70.421.027	73.913.406	80.666.471
CRESC. %			-0,6	-9,6	5,0	9,1
ASSENTOS UTILIZADOS	47.955.663	48.815.340	48.269.537	46.449.081	51.551.440	58.615.913
CRESC. %		1,8	-1,1	-3,8	11,0	13,7

TABELA 29 - EVOLUÇÃO DO TRÁFEGO AÉREO DOMÉSTICO - 2000 A 2005

ANO	2000	2001	2002	2003	2004	2005*
KMS VOADOS	397.530.254	420.115.305	404.073.821	338.432.576	337.841.157	489.302.293
CRESC. %		5,7	-3,8	-16,2	-0,2	44,8
ASSENTOS OFERECIDOS		45.313.616	47.121.704	41.850.561	43.033.959	47.978.685
CRESC. %			4,0	-11,2	2,8	11,5
ASSENTOS UTILIZADOS	24.478.576	26.527.419	26.711.136	25.195.821	28.213.669	33.698.505
CRESC. %		8,4	0,7	-5,7	12,0	19,4

TABELA 30 - EVOLUÇÃO DO TRÁFEGO AÉREO INTERNACIONAL - 2000 A 2005

ANO	2000	2001	2002	2003	2004	2005*
KMS VOADOS	157.255.079	161.712.577	143.528.933	132.966.858	145.743.187	164.953.241
CRESC. %		2,8	-11,2	-7,4	9,6	13,2
ASSENTOS OFERECIDOS		33.095.204	30.811.016	28.570.466	30.879.447	32.687.786
CRESC. %			-6,9	-7,3	8,1	5,9
ASSENTOS UTILIZADOS	23.477.087	22.287.921	21.558.401	21.253.260	23.337.771	24.917.408
CRESC. %		-5,07	-3,27	-1,42	9,81	6,77

Fonte: DAC & SNEA (Anuário do Transporte Aéreo 2004)

* Os valores estimados de Km voados para o ano de 2005 seguiram a seguinte metodologia: foi calculado o coeficiente racional entre Km Voados por Assentos Utilizados, utilizando os dados dos anos de 2000 a 2004 e foi encontrada uma média entre os coeficientes do período disponível. Como os valores dos Assentos utilizados para o ano de 2005 são conhecidos, este foi multiplicado pela média do coeficiente racional.

GRÁFICO 25 - QUILOMETROS VOADOS EM VÔOS DOMÉSTICOS E INTERNACIONAIS - 2000 A 2005

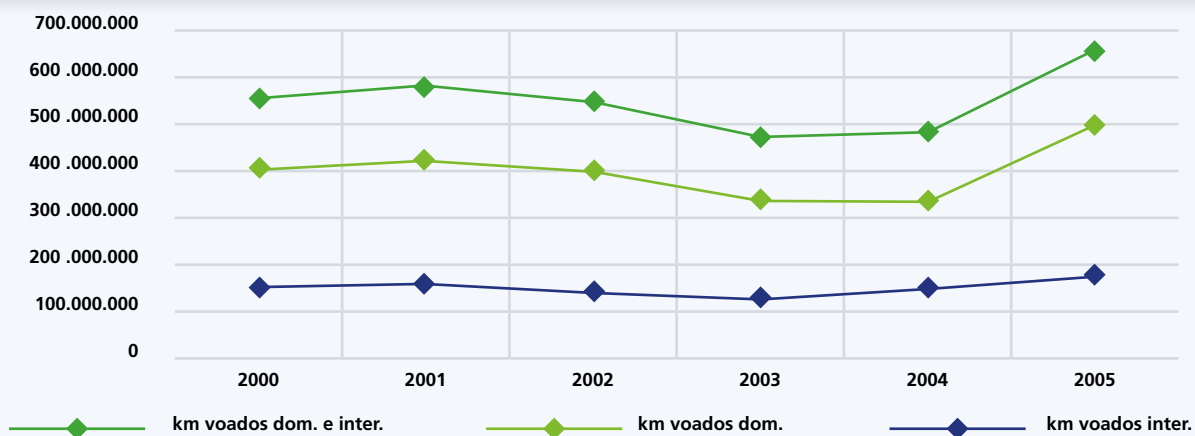


GRÁFICO 26 - EVOLUÇÃO DA UTILIZAÇÃO DOS ASSENTOS EM VÔOS DOMÉSTICOS E INTERNACIONAIS - 2000 A 2005

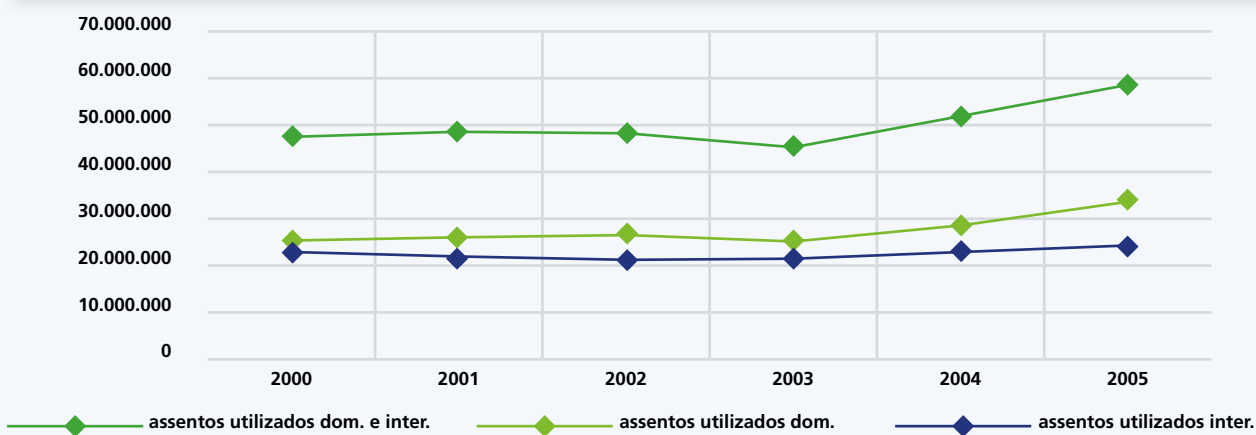
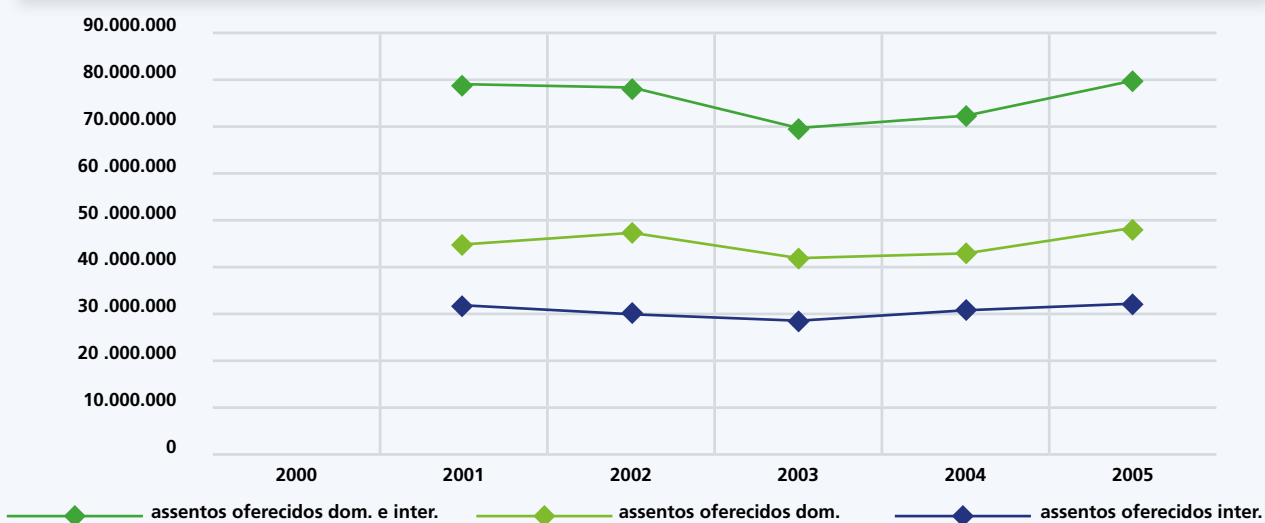


GRÁFICO 27 - EVOLUÇÃO DOS ASSENTOS OFERECIDOS EM VÔOS DOMÉSTICOS E INTERNACIONAIS - 2000 A 2005



Considerando o estágio atual de desenvolvimento do turismo no País, de acordo com as informações e dados apresentados nos itens anteriores e, a partir de uma consulta aberta e de uma ampla discussão com técnicos do Ministério do Turismo, com os representantes dos diferentes grupos de atividades integrantes do Conselho Nacional de Turismo, da iniciativa privada, do setor público e com os demais setores e atores relacionados aos *trade* turístico, foram diagnosticadas e apontadas as principais questões e limitações relativas ao desenvolvimento da atividade para os próximos anos.

Estas questões são apresentadas a seguir, como os principais itens que devem ser tratados na perspectiva do desenvolvimento da atividade no País, de forma a garantir a continuidade e a melhoria dos resultados alcançados.

Estes pontos são agrupados em eixos temáticos, de modo a propiciar um entendimento setorizado das questões mais importantes que o desenvolvimento da atividade coloca e, a permitir tratar, de forma articulada, no capítulo relativo às proposições, as questões afins, bem como indicar os programas que, pela sua abrangência, devem ser considerados na sua transversalidade. Trata-se de uma opção metodológica de organização, que permite relacionar limitações com soluções e objetiva facilitar a apresentação e implementação das ações propostas. Na realidade, todos os eixos temáticos estão intimamente relacionados e devem ser entendidos de forma abrangente e articulada para a otimização de resultados no desenvolvimento da atividade.

Nos últimos anos, o turismo no Brasil tem apresentado bons resultados em relação aos fluxos turísticos, nacionais e internacionais, o que mostra a atividade como um importante setor do desenvolvimento econômico do país. Não obstante estes resultados e os avanços obtidos com a Política Nacional do Turismo, decorrentes da descentralização e participação propostas pelo Plano Nacional de Turismo 2003 / 2007, ainda são apontadas limitações no que se refere à integração entre as diferentes esferas de governo e entre o setor público e o setor privado, com repercussão também no planejamento da atividade, na articulação e na avaliação dos resultados.

Ainda que se tenha institucionalizado uma rede de cooperação entre os governos, iniciativa privada e terceiro setor, nos âmbitos federal, estadual, municipal, regional e macrorregional,

a participação destas diversas instâncias no processo ainda é muito desigual, em função dos diferentes níveis de organização local, tanto do poder público, quanto dos diferentes segmentos da iniciativa privada, e da carência de um direcionamento mais focado com relação à complexidade de ações destes atores, nas diversas escalas territoriais.

É necessário avançar no modelo de gestão integrada e descentralizada, particularmente no que se refere à atuação e às respostas dos Fóruns e Conselhos Estaduais de Turismo e sua integração com a política nacional, buscando também uma maior articulação entre os diversos setores dos governos federal, estadual e municipal, bem como com as instâncias de representação regionais e macrorregionais do turismo e entre o setor público e o setor privado.

A proposta de gestão deve funcionar como um sistema nacional de planejamento, onde fique clara a participação e a responsabilidade de cada nível de administração pública e privada, com as suas respectivas parcerias. Para que isto aconteça é fundamental a definição de referenciais de planejamento e gestão para o turismo nestas diversas escalas de atuação, tais como planos e programas, de forma articulada.

Estes referenciais devem ter como foco o princípio da sustentabilidade econômica, social e ambiental, que deve ser internalizado nos programas e ações do Ministério do Turismo, numa ação articulada com os Ministérios do Meio Ambiente, da Cultura, das Cidades, e da Integração Nacional, entre outros.

Também deve se atentar para a avaliação e o monitoramento deste processo de gestão, buscando garantir a eficácia, a eficiência e a efetividade das ações encaminhadas e dos seus resultados, não só no âmbito nacional, como também nos âmbitos estaduais, regionais e municipais, de modo a se avaliar as contribuições das diferentes parcelas do território nacional para a consecução dos objetivos e metas propostos para o País.

Outra questão relacionada ao tema Gestão refere-se à regulamentação da atividade. O caráter multifacetado do turismo é um fator de dificuldade

para a organização do variado grupo de atividades que integra o setor. Além disso, na sua evolução, a atividade vem sendo regulamentada por um complexo conjunto de normas que dispõe sobre o seu funcionamento e operação, nas várias esferas de governo, sem uma sistemática ou uma lógica que as integre ou articule, constituindo um arcabouço de difícil entendimento e aplicação.

A falta de um referencial legal organizado acaba favorecendo o alto grau de informalidade, resultando em desconhecimento sobre o tamanho do setor e um baixo controle de qualidade na prestação de serviços com foco na defesa do consumidor. Este conjunto de aspectos acaba por promover uma grande confusão, requerendo uma revisão de toda a legislação pertinente ao setor. Neste sentido, foi desenvolvido um trabalho que busca sistematizar este conjunto de normas dispersas, que se consolidou na proposta de um projeto de Lei Geral do Turismo, atualmente em fase de análise para encaminhamento e submissão ao Congresso Nacional. Diversos entraves relativos à legislação correlata, tais como normas trabalhistas, acordos internacionais, classificação e enquadramento de atividades econômicas, etc. poderão ser superados, a partir de uma referência sistematizada, elaborada e discutida amplamente com a participação dos diversos segmentos do setor.

I.5.2

ESTRUTURAÇÃO E DIVERSIFICAÇÃO DA OFERTA

A dimensão e diversidade do território turístico do Brasil é de tal ordem que a estruturação e organização deste território constitui um dos maiores desafios que se colocam para a gestão e o desenvolvimento equilibrado, descentralizado e sustentável da atividade.

Tradicionalmente, os recursos turísticos do País colocados no mercado se restringiram, com raras exceções, aos recursos e atrativos relacionados ao segmento do sol e praia, o que explica a grande

concentração do desenvolvimento da atividade ao longo do litoral.

O aumento do número de produtos turísticos de qualidade, a diversificação dos produtos turísticos contemplando a pluralidade cultural, a riqueza natural e as diferenças regionais, o incentivo a estratégia de segmentação na estruturação de roteiros, a competitividade e a inclusão, são objetivos que devem ser perseguidos na estruturação e diversificação da oferta turística do País.

Neste contexto, deve também ser considerada a inserção da dimensão ambiental, especialmente quanto à definição de critérios para a qualificação dos roteiros turísticos, assim como na adoção de instrumentos metodológicos e jurídico-institucionais específicos para ordenamento territorial, de forma a garantir o desenvolvimento do potencial turístico de forma sustentável.

Estes são os princípios norteadores do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, em implementação no País. Este programa estabelece os referenciais para a concepção de planejamento e gestão de base territorial, objetivando integrar as características da oferta e da demanda, promover a estruturação de planos e ações e propiciar a consolidação de produtos turísticos de relevância para o mercado nacional e externo, considerando as peculiaridades e especificidades de cada região turística. A segmentação da atividade, da oferta e da demanda, neste contexto, é entendida como uma estratégia transversal para a estruturação e a diversificação da oferta no País.

A partir da implementação do Programa, o Ministério do Turismo apresenta uma estrutura institucional apta a planejar o espaço turístico nacional com diretrizes norteadoras e estruturantes do processo de regionalização do turismo, porém, se recente ainda de respostas no que se refere à descentralização deste processo. Estados, municípios e regiões turísticas enfrentam grandes dificuldades e obstáculos para assimilar, aplicar, operacionalizar e dar continuidade, em seus limites político-territoriais, às diretivas prescritas e aplicáveis em suas respectivas conjunturas.

Os empecilhos apresentam-se em dois cenários: o primeiro, refletindo a ausência de recursos humanos qualificados para absorver, entender e interpretar a conceituação e metodologia adotada, no sentido de harmonizá-la e compatibilizá-la à realidade local, bem como aos instrumentos operacionais disponíveis.

O segundo, revela-se pela grande fragilidade e incapacidade institucional para a gestão e planejamento do turismo, em muitas das regiões do País, apesar das sucessivas tentativas de programas de planejamento e de desenvolvimento integrado do turismo. No que se refere às instâncias de representação regionais, estas não estão, ainda, sistematicamente organizadas, de modo a constituir uma interlocução eficiente nas diferentes regiões, o que dificulta o processo de gestão para estruturação das cadeias produtivas do turismo.

No contexto da estruturação e diversificação da oferta deve ser considerada, ainda, a perspectiva da inclusão de parcelas da população brasileira na produção e no consumo do turismo no País. O Turismo Social, buscando identificar os diversos segmentos com potencial a ser trabalhado, deve ser visto como política transversal para promover inclusão, privilegiando a ótica de cada um dos distintos atores envolvidos na atividade: o turista, o prestador de serviços, o grupo social de interesse turístico e as comunidades receptoras e, neste sentido, deve ser entendido como a forma de conduzir e praticar a atividade turística, promovendo a igualdade de oportunidades, a solidariedade, a equidade e o exercício da cidadania na perspectiva da inclusão.

Uma dimensão importante da estruturação dos produtos turísticos, particularmente no que se refere ao desenvolvimento local integrado, é a inserção das atividades relacionadas ao turismo no ambiente socioeconômico onde elas se inserem, garantindo uma relação harmônica e não excludente na cadeia produtiva da atividade nas regiões turísticas. A produção associada ao turismo deve ser considerada, neste contexto, como uma alternativa estratégica de valorização e qualificação dos produtos, bem como de agregação de valor aos mesmos, com grande impacto e benefícios para o desenvolvimento local.

A atividade turística é executada, na ponta, fundamentalmente, pela iniciativa privada e envolve um amplo leque de oportunidades para a realização de empreendimentos e a oferta de serviços. A proposta de ampliação e diversificação da oferta turística e de interiorização do turismo no País tem tido, na área do fomento, entendida como a capacidade de investimentos privados e a disponibilidade e acessibilidade ao crédito e aos financiamentos, um dos seus grandes gargalos.

O crescimento do setor dependerá da desenvoltura dos agentes de fomento federais em entender a complexidade do setor do turismo assim facilitando a análise de operações propostas e a ampliação de suas carteiras para o setor. Para que estes agentes possam melhor atender este setor, é fundamental a predisposição dos mesmos em romper paradigmas, como prazos máximos, limites financiáveis, garantias, e *spreads* bancários.

Os membros da Câmara temática de Financiamento para o setor do turismo envidaram esforços para melhorar o conhecimento dos agentes de fomento federais em relação aos diversos segmentos do turismo. Buscando atender uma carência de crédito adequado para pequenos empresários do setor, o Ministério do Turismo conseguiu implementar um dos primeiros programas de financiamento do novo governo, o PROGER Turismo. Este programa ampliou o limite financiável de operações contratadas de R\$ 100.000 para R\$ 400.000 e o prazo de sete anos para dez anos com uma carência de trinta meses. A ampliação destes limites não só deu certo para o turismo, como também ajudou a reformar o Programa PROGER, que posteriormente adotou estes novos parâmetros em outros setores.

A Câmara temática de Financiamento também buscou adequar linhas de financiamento

para empresários de médio e grande portes. O BNDES eliminou do seu programa para financiamento do setor algumas exigências que constituíam obstáculo para os empreendedores. O BNDES não permitia a análise de operações de crédito que necessitavam de um prazo de financiamento acima de doze anos e hoje priorizou o turismo como setor estratégico para desenvolvimento. Agora, operações que precisam de financiamentos com prazos longos podem chegar ao banco. Além disso, os investidores estrangeiros que querem financiar a implantação de seus empreendimentos também podem ter acesso às mesmas linhas de crédito, com taxas de juros em reais. O Ministério do Turismo, por meio de sua participação no conselho do Fundo Constitucional do Centro-Oeste, também conseguiu estabelecer novos procedimentos para serem adotados nos Fundos Constitucionais do Norte e Nordeste. O Conselho do FCO conseguiu ampliar o prazo de financiamento de doze para quinze anos para investimentos no setor do turismo, e também conseguiu com que o FCO incluísse a compra de aeronaves em seus itens financiáveis, para fortalecer a aviação regional no Centro-Oeste brasileiro.

No que se refere ao crédito, além dos investimentos, o financiamento ao consumidor final é outra dimensão deste mercado que é de fundamental importância para o fortalecimento do mercado interno, facilitando o lazer do trabalhador em suas viagens no território brasileiro.

Uma iniciativa importante deste novo Governo foi o lançamento do Cartão do Turismo pela Caixa Econômica Federal. Este produto inovador contou com amplo apoio das associações de classe representadas no Conselho Nacional de Turismo e tem superado todas as projeções de cartões colocados no mercado.

A parceria entre os agentes de fomento federais e o segmento do turismo continua se consolidando. Em 2003 o Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, BNDES, Banco do Nordeste e Banco da Amazônia emprestaram um total de R\$ 1,1 bilhão para o setor do turismo. Em 2005, estas mesmas instituições quase dobraram seus empréstimos para R\$ 2 bilhões. Este compromisso com o setor já está impactando o volume de investimentos previstos em novos projetos turísticos no Brasil, com uma previsão de um total de R\$ 3,4 bilhões a serem investidos em 23,5 mil unidades habitacionais até o final de 2008.

Ainda existe muito a fazer para que as instituições financeiras conheçam melhor as potencialidades de seus clientes do *trade* turístico. Ao mesmo tempo, para estas instituições, o empresariado nacional não apresenta, de uma maneira geral, as condições ideais requeridas pelo sistema financeiro, que permitam o acesso ao crédito de forma ágil, em resposta as demandas do mercado. É fundamental continuar aproximando estes dois extremos da visão do problema, para chegar a uma solução que promova, efetivamente, de forma clara e simplificada, a disponibilidade de recursos e de investimentos para o desenvolvimento da atividade no País.

I.5.4 INFRA-ESTRUTURA

Um dos grandes limitadores para o crescimento da atividade turística no País, particularmente com relação à desejada expansão, diversificação e desconcentração da oferta turística, refere-se à carência de infra-estrutura, de uma maneira geral.

Esta carência se dá, tanto no que se refere à infra-estrutura básica, particularmente com relação à acessibilidade e ao saneamento (água e esgoto), como também naquela que é denominada infra-estrutura turística propriamente dita, particularmente no que se refere à sinalização turística e a equipamentos receptivos tais como: centros de recepção e informação ao turista, centros de convenções e feiras, terminais de passageiros, atracadores, etc.

Os resultados do desenvolvimento da atividade nos últimos anos, nos Pólos Turísticos que foram objeto do PRODETUR I, na região Nordeste do País, demonstram a importância de implantação da infra-estrutura.

Este programa está tendo continuidade e, na sua versão atual, o PRODETUR NE II prevê a aplicação de US\$ 400 milhões nos nove estados

da região Nordeste e o norte dos estados de Minas Gerais e Espírito Santo. O PRODETUR Sul foi aprovado pelo BID, no valor de US\$ 150 milhões. Estes dois programas, mais o PRODETUR JK e o PROECOTUR, devem contribuir significativamente para a dotação de infra-estrutura nas respectivas regiões. O Programa atual possui um componente de desenvolvimento institucional que objetiva preparar estas áreas para receber, com impactos minimizados, estes investimentos e os fluxos turísticos decorrentes.

No que se refere aos recursos do Orçamento Geral da União – OGU, foram investidos nos anos de 2003 a 2005, R\$ 628.082.574,00 com recursos do Ministério do Turismo, em ações de infra-estrutura em municípios, melhorias de marinas e pontos náuticos, reurbanização de orlas marítimas e fluviais, acesso ferroviário e rodoviário, e recuperação de mercados e feiras, além de construção, ampliação e reforma de centros de eventos, parques de exposições, terminais de turismo, mirantes, escolas de hotelaria, etc.

No âmbito da alocação de recursos do OGU para infra-estrutura básica, ressenete-se de um trabalho de

articulação interministerial sistemática para a definição dos investimentos do Governo Federal, onde sejam priorizadas as demandas do turismo, particularmente com relação aos Ministérios das Cidades (saneamento), Transportes e Defesa (acessibilidade terrestre, área e marítima). Esta integração intrasetorial deve se dar também nas outras esferas da administração pública, nos estados e municípios.

É importante registrar que a comercialização de qualquer destino deverá ser antecedida de sua estruturação, quer seja quanto à cobertura e qualidade dos serviços públicos oferecidos, quanto à gestão pública e quanto à qualidade dos serviços turísticos, de forma a minimizar os impactos negativos da atividade.

I.5.5

PROMOÇÃO, MARKETING E APOIO À COMERCIALIZAÇÃO

O produto turístico possui uma característica muito particular e peculiar. A decisão pela compra do produto se dá em um momento anterior a qualquer contato direto com o mesmo. Esta característica impõe uma importância vital aos itens relativos a promoção e a publicidade para o seu consumo.

Neste sentido, a expansão da atividade no mercado interno, bem como a sua inserção de forma marcante no mercado internacional, demandam uma ação agressiva de promoção do produto para que o mesmo possa, efetivamente, chegar aos agentes operadores responsáveis pela sua comercialização e ao consumidor final.

Esta ação exige uma estratégia de articulação entre o poder público e a iniciativa privada, com o objetivo de tornar o Brasil um produto turístico com competitividade no mercado internacional, com relação a outros destinos e, no mercado interno, com relação a outros produtos de consumo. Segundo os relatórios da *World Tourism Organization* – WTO há uma forte tendência mundial no uso de Parcerias Público Privadas no desenvolvimento do turismo, principalmente para a promoção, com o surgimento de organizações nacionais de gestão do turismo, com participação governamental e da iniciativa privada.

Nos anos de 2003 a 2005, foram aplicados R\$ 321,9 milhões pelo Ministério do Turismo, em ações de promoção do produto turístico brasileiro.

Estes recursos destinaram-se a ações promocionais e campanhas em mídia diversificada, folhetaria e apoio a eventos diversos para promoção do turismo interno com qualidade, para motivar o brasileiro a conhecer o País. Para a promoção internacional, foram aplicados na participação em feiras internacionais de turismo voltadas para agentes de mercado e para o público consumidor final, na implantação de uma política de captação e promoção de eventos internacionais, na participação em feiras comerciais internacionais dos principais segmentos de exportação de produtos, na instalação dos Escritórios Brasileiros de Turismo do Exterior – EBTs, na implantação do Projeto Caravana Brasil de viagens de familiarização com operadores nacionais e internacionais, na consolidação de *bureaux* de comercialização e em *press trips*, entre outras ações.

Como base para as ações de promoção do produto turístico brasileiro, de forma orientada de acordo com os mercados específicos a que as suas várias formas de segmentação e organização se destinam, foi desenvolvido o Plano de *Marketing* do Turismo para o mercado interno – “Plano Cores do Brasil” e o Plano de *Marketing* do Turismo Brasileiro no exterior – “Plano Aquarela”. Foi também criada e instituída a Marca Brasil, que passa a representar a imagem do turismo brasileiro e dos principais atributos de exportação do País no exterior.

No âmbito das ações de promoção do turismo no Brasil, foram realizadas duas edições do Fórum Mundial de Turismo para a Paz e o Desenvolvimento Sustentável, em 2004 em Salvador e 2005 no Rio de Janeiro e, uma edição do Salão do Turismo – Roteiros do Brasil, em 2005 em São Paulo, maior emissor para o mercado nacional. Merecem menção, pelo caráter de fortalecimento institucional desses setores, as participações na ABAV, UNCTAD, a realização do Seminário Ibero Americano no Rio de Janeiro em 2005, além de ações de agregação de valor, por meio do artesanato, da gastronomia, da cultura, das gemas e das jóias através da FENIT, FENNEART, EQUIPOTEL, Congresso da ABRASEL,

FENINJER FISPAL alimentos, Encontro Mineiro de Artesanato, Semana do Folclore de Diamantina, Mãos de Minas, FEIRATUR de Turismo Rural, Brasil Gem Show, etc., bem como a produção de livros de gastronomia e turismo e de catálogos de jóias e turismo.

Em função das demandas identificadas, o trabalho realizado até agora, principalmente no mercado internacional, foi direcionado, preponderantemente, para o público intermediário, tendo-se iniciado no final de 2005 o seu direcionamento, também, para o público final, o que deve constituir o foco das ações de promoção para os próximos anos.

I.5.6 QUALIFICAÇÃO

Existe no País um conjunto de instituições que atuam na área de qualificação profissional de uma maneira geral e da qualificação para o turismo em particular e, nem sempre, esta atuação se dá de forma integrada e articulada, resultando em sobreposição de esforços e desperdício de recursos. Além disto, são bastante frágeis ou inexistentes as análises diagnósticas, voltadas a levantar, quantitativa e qualitativamente, as necessidades de ações de qualificação profissional e empresarial para o turismo. Outra falha gerada pela ausência de articulação das diversas instituições executoras, é a 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.

Em relação à educação para o turismo e à busca de uma mudança de cultura em relação ao setor, voltada a disseminar práticas turísticas sustentáveis, encontram-se em implantação três projetos de grande abrangência: a) Brasil: Meu Negócio é o Turismo, que tem a meta de formação de 25.000 agentes locais de turismo; b) Caminhos

do Futuro, que tem como meta a formação de 700 professores da rede pública, que deverão formar em torno de 140.000 alunos do ensino fundamental e médio; e c) o Empreendetur, que tem como meta a sensibilização para o empreendedorismo de 14.500 professores e alunos dos cursos de graduação em turismo. Além disto, encontram-se em estruturação as Escolas de Gastronomia em Recife, Fortaleza e Manaus, que prestarão serviços de qualificação profissional ao setor.

Resultam ainda dos esforços do Ministério, a contratação de cursos de qualificação profissional para 12.250 gestores de hotéis e empresas de eventos e 65.000 profissionais operacionais, além de cursos de implantação orientada para atendimento às boas práticas de manipulação de alimentos em 1.100 empresas, 950 quiosques e 950 ambulantes. Outro importante resultado foi a mudança na lógica de apoio a projetos de qualificação profissional e empresarial, que passou a ser orientada pela demanda e não mais pela oferta.

Apesar de todo o esforço, no entanto, estas ações são consideradas insuficientes para atender a

todo o universo de demandas em qualificação, que se estende desde o nível gerencial, até o operador na ponta, dando conta da diversidade de produtos que são oferecidos e das diferenças culturais das regiões e dos recursos humanos que entram neste mercado a cada dia.

O setor ainda se recente de uma política objetiva e unificada de qualificação dos recursos humanos em turismo, que se aproprie de toda a capacidade instalada para a oferta de qualificação profissional e empresarial no País, seja na educação formal, seja na área de qualificação profissional e empresarial específica, e que se desenvolva em parceria com diversas entidades que atuam na área e com as diversas categorias de empresas e profissionais prestadores de serviços turístico.

Os programas de qualificação deveriam atender, prioritariamente, as necessidades dos pequenos e médios empresários, pois os produtos ora existentes são muitas vezes inadequados à demanda do mercado, o que inviabiliza sua

aplicação pelos pequenos e médios empresários.

Além da qualificação profissional, a qualificação dos serviços turísticos pode ser promovida e ampliada por meio de um sistema de certificação no turismo, que estabeleça referências e 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 elaborado, com subsídios do Ministério do Turismo e desenvolvido no âmbito da ABNT, um conjunto de normas técnicas brasileira para empreendimentos e profissionais do turismo.

Ainda limitado com relação à diversidade de formas de prestação de serviços turísticos, este conjunto de normas brasileiras deve ser ampliado, e um trabalho paralelo de disseminação da importância da certificação para garantir a qualidade e segurança no setor deve ser desenvolvido.

I.5.7 INFORMAÇÃO

A dificuldade de obtenção de informações e dados produzidos e organizados de forma sistemática e com continuidade, não é um problema exclusivo da atividade turística. No entanto, por se tratar de uma atividade de mercado relativamente recente, este fato é agravado pela falta de referência conceitual que permita auxiliar na organização destes dados. Além disso, trata-se também de uma atividade econômica que não se define pelo lado da produção, como as demais atividades econômicas, mas pelo lado do consumo, o que impõe grandes limitações na obtenção de dados pelos meios tradicionais de organização dos dados estatísticos sobre a economia do País.

A atividade turística depende intensamente de informações que facilitem o seu desenvolvimento.

É necessário um programa contínuo, que não só pesquise a oferta, como também a demanda. Um sistema que reúna informações de forma a permitir uma avaliação dos impactos da atividade na economia, e também no ambiente natural e social, criando condições para o fortalecimento do setor junto à sociedade. Os dirigentes públicos e privados necessitam de informações essenciais para a tomada de decisão gerencial e para a captação e implementação de novos empreendimentos turísticos.

A produção e disseminação das informações proporcionará o aparecimento de uma nova cultura, referencial no setor, baseada em números e pesquisas contínuos e confiáveis, facilitando a profissionalização e otimizando a aplicação dos recursos públicos e privados.

A partir de uma recomendação da OMT, foi dado um importante passo no que se refere a adoção, pelo Brasil, da metodologia das Contas Satélites do Turismo, em um trabalho que está sendo desenvolvido pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas – IBGE, e que disponibilizará dados sobre o comportamento da atividade no País. Está prevista para o último semestre de 2006, a divulgação dos dados referentes ao PIB do turismo brasileiro.

Além disto, vem sendo desenvolvido um conjunto de ações que objetivam de suprir as carências de informações necessárias à estruturação de um Sistema de Informações sobre o turismo no Brasil, tais como as melhorias em sistemas de gestão, cadastro e coleta de informações, conforme a seguir:

- Boletim de Desempenho Econômico do Turismo.
- Pesquisa Anual de Conjuntura Econômica do Turismo.
- Caracterização e dimensionamento do turismo internacional para o Brasil – perfil e tipo de gasto do turista.
- Caracterização e dimensionamento do turismo doméstico no Brasil – 2006.
- Estudo Econômico dos Meios de Hospedagem - Estrutura de Consumo e Impactos na Economia.
- Indicadores sobre mão-de-obra ocupada na área de turismo.
- Indicadores de ocupação hoteleira e perfil dos hóspedes nos meios de hospedagem.
- Monografias e Reportagens no setor de Turismo e Hotelaria para monografias e jornalismo (prêmio).
- Compilação de dados sobre desembarque e embarque de passageiros em aeroportos brasileiros, receita cambial, movimentação de visitantes.
- Seção de Dados e Fatos no Portal do Turismo brasileiro.
- Sistema Integrado de Gestão do Turismo – SIGTUR.
- Sistema de Cadastro de Empreendimentos, Serviços e Profissionais – CADASTUR.
- Sistema do Inventário da Oferta Turística – INVTur.
- Sistema de Gerenciamento de Informações do Programa de Regionalização do Turismo – PRTur.
- Site da Rede Nacional de Regionalização do Turismo.

O setor ainda apresenta grandes carências no que se refere às informações e dados sistematizados sobre os fluxos turísticos domésticos, números e tipos de empregos informais gerados no setor de turismo, bem como de informações mais consistentes sobre a oferta turística, em nível nacional e também sobre os riscos e potencialidades de investimento no turismo no Brasil.

1.5.8

LOGÍSTICA DE TRANSPORTES

Um tema que é recorrente em todos os encontros e oficinas realizados para a discussão sobre as perspectivas de desenvolvimento do turismo no Brasil para os próximos anos refere-se à logística dos transportes, seja com relação a malha aérea, seja com relação a infra-estrutura rodoviária, aquaviária e ferroviária.

No âmbito deste tema, uma das grandes questões diz respeito à vulnerabilidade do transporte aéreo nacional e internacional que,

entre outros problemas, apresenta uma limitação de oferta, que pode vir a se constituir num entrave para a expansão do setor e o desenvolvimento do turismo no País. Além disso, há que se pensar também numa maior integração, particularmente das linhas de grande alcance com as linhas regionais de pequeno curso, principalmente para as regiões do País onde a acessibilidade terrestre apresenta limitações relacionadas às suas características geográficas.

Num País com as dimensões do Brasil, e sem desconsiderar a importância dos transportes terrestres, a boa performance da aviação civil é fundamental para o desempenho da atividade.

A criação da Agência Nacional da Aviação Civil – ANAC, vem responder a uma demanda do setor e se constitui, efetivamente, numa avanço e num facilitador para o enfrentamento dos temas relacionados a este eixo temático.

Também no âmbito deste tema devem ser consideradas as limitações relativas aos transportes terrestres, rodoviários e ferroviários e aos transportes aquaviários, fluviais e marítimos. A viabilidade da proposta de inclusão de novas parcelas de consumidores no mercado turístico doméstico passa, necessariamente, pelo enfrentamento das limitações relativas à acessibilidade rodoviária no

País, bem como pela sua articulação com outros modais de transportes.

O encaminhamento das questões relacionadas a este tema envolve uma complexa rede de fatores a serem analisados e de atores envolvidos demandando do Ministério do Turismo uma ação articulada com diversas outras instituições e entidades do poder público e da iniciativa privada.

CENÁRIOS

CAPÍTULO II



Para o horizonte de 2007 a 2010 foi elencada uma série de condições que podem influenciar o crescimento e o desenvolvimento do setor de turismo: condições externas ao setor de turismo e condições internas ao setor.

No grupo de condições externas encontram-se as variáveis sobre as quais o setor de turismo brasileiro, público e privado, exerce pouca ou nenhuma governança. Desta forma as premissas externas foram divididas em:

- Cenário Econômico Mundial e Nacional.
- Cenário Político.
- Reformas Econômicas.

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 6 grupos.

- Governança Pública e Investimentos.
- Acessibilidade e Logística.
- Estrutura de Mercado.
- Turismo Internacional.
- Turismo Doméstico.
- Investimentos Privados.

Como resultado, foram desenhados quatro diferentes cenários para o setor de turismo nos próximos anos. Tais cenários foram construídos a partir da combinação de hipóteses alternativas para um conjunto de incertezas críticas, nacionais e mundiais, mapeadas previamente :

RUMO AO POTENCIAL

O cenário desejável é constituído por uma combinação de condições externas e internas favoráveis.

ÁREA DE INSTABILIDADE

Este cenário está associado a uma situação na qual as condições relacionadas diretamente ao setor de turismo sejam favoráveis, mas combinado com um ambiente externo, principalmente político e econômico, desfavorável.

DESPERDÍCIO DE OPORTUNIDADE

Este cenário combina condições externas favoráveis com condições internas desfavoráveis ao setor de turismo, o que significa que o setor de turismo estaria perdendo uma oportunidade de aproveitar o momento econômico e expandir.

CONJUNTURA ADVERSA

Embora não desejável, existe a possibilidade de uma combinação desfavorável das condições externas e internas no setor de turismo.

FIGURA 1 - CENÁRIOS



II. 1.2 CONDIÇÕES EXTERNAS

CENÁRIO ECONÔMICO

O turismo pode ser considerado um setor econômico globalizado e dinâmico e fortemente influenciado por diversas variáveis econômicas. A continuidade do crescimento da economia mundial deverá possibilitar uma expansão da economia nacional de forma sustentável, o que será fundamental para impulsionar o setor de turismo. No entanto, existem alguns fatores que podem inibir o ritmo de crescimento da economia mundial 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.

Para o quadriênio 2007 / 2010 algumas premissas podem ser consideradas importantes para o desenvolvimento do setor.

- Economia mundial aquecida e liquidez internacional.
- Crescimento do PIB brasileiro em taxas de 3,5 a 4,0%.
- Real valorizado em conseqüência de elevados saldos comerciais e em conta corrente.
- Inflação controlada.
- Queda das taxas de juros reais.
- Risco País declinante.
- Incerteza quanto ao preço do petróleo.
- Risco de elevação da taxa de juros norte-americanas.

CENÁRIO POLÍTICO

A influência de políticas públicas no setor de turismo tem se mostrado fundamental para o seu desenvolvimento, uma vez que, este é um setor, composto, principalmente, de pequenas e médias

empresas. Ressalta-se que o crescimento econômico sustentável depende da estabilidade política que deverá possibilitar a continuidade nas reformas estruturais, criando melhores condições para atrair investimentos para a economia em geral e o setor de turismo em particular.

Desta forma, ressaltamos algumas premissas políticas importantes para o desenvolvimento do setor:

- Transição democrática e madura 2006 / 2007.
- Manutenção do Ministério do Turismo.
- Manutenção do apoio do Congresso Nacional ao setor de turismo.
- Ambiente de estabilidade de regras para incentivar investimentos na economia brasileira.
- Ampliação dos programas de investimentos em infra-estrutura.
- Auxílio da União aos estados com baixa capacidade de financiamento.
- Realização de investimentos públicos acompanhando o desenvolvimento do setor privado.

REFORMAS ECONÔMICAS

As reformas econômicas avançaram pouco no Brasil nos últimos anos. Para os próximos anos é fundamental que estas reformas sejam realizadas de forma a melhorar o ambiente de negócios de economia brasileira. Assim, o crescimento sustentável também depende da aprovação das reformas microeconômicas como:

- Reforma Tributária: redução da carga tributária de forma a aumentar a competitividade das empresas nacionais.
- Reforma Trabalhista: flexibilização da legislação trabalhista, visando à redução da informalidade.
- Reforma Previdenciária: fundamental na busca pelo equilíbrio de longo prazo das finanças públicas. O equilíbrio fiscal é uma condição necessária para ter crescimento sustentável.

II. 1.3 CONDIÇÕES INTERNAS

GOVERNANÇA PÚBLICA E INVESTIMENTOS

O Estado possui importância estratégica como formulador de políticas públicas e indutor do desenvolvimento do turismo no Brasil. Neste cenário, o Ministério do Turismo possui papel relevante na articulação com os demais órgãos diretamente relacionados com o turismo e na condução de uma política de turismo nacional que contemple:

- Manutenção e aperfeiçoamento do Plano Nacional de Turismo.
- Fortalecimento de instâncias de governança para as regiões turísticas.
- Ação interministerial para aumentar o volume de investimentos ligados direta e indiretamente ao turismo.

- Auxílio da União aos estados com baixa capacidade de endividamento.
- Realização de investimentos públicos acompanhando o desenvolvimento do setor privado.
- Manutenção e aceleração dos programas de investimentos em infra-estrutura e desenvolvimento.
- Ampliação e manutenção das políticas de qualificação profissional e empresarial para o setor de turismo.
- Qualificação local para o desenvolvimento do turismo.

ACESSIBILIDADE E LOGÍSTICA

Uma das condições fundamentais para o desenvolvimento do turismo brasileiro diz respeito às questões de acessibilidade e logística para uma maior captura de turistas internacionais e melhor distribuição do fluxo de turismo doméstico. Desta forma, para o desenvolvimento do turismo nacional faz-se necessário:

- Flexibilização dos acordos bilaterais.
- Regulamentação e regulação do transporte aéreo internacional para o Brasil.
- Ampliação do número de vôos internacionais para o Brasil.
- Operação verticalizada das operadoras internacionais para o destino Brasil.
- Regulamentação e regulação do transporte aéreo doméstico brasileiro.
- Melhoria das estradas e vias de acesso.
- Melhor e maior integração da malha aeroviária.
- Capacidade das empresas aéreas nacionais em atender à demanda futura.
- Aumento do papel da internet como canal de distribuição das Companhias Aéreas.
- Continuidade da política de melhoria da estrutura aeroportuária.
- Realização de estudos estratégicos para desenvolvimento da acessibilidade e logística do turismo nacional.

ESTRUTURA DE MERCADO

O aumento da competição no setor privado deve dominar o cenário das empresas do setor de turismo nos próximos anos. Este cenário sinaliza para uma necessidade da melhoria de gestão e governança corporativa e investimentos em tecnologia. As empresas do setor esperam consolidar o crescimento constatado nos últimos anos, projetando as seguintes premissas:

- Recuperação de tarifas e ocupação do setor hoteleiro brasileiro.

- Superoferta hoteleira e lançamentos simultâneos em alguns destinos turísticos.
- Qualificação da mão-de-obra de toda a cadeia produtiva do setor de turismo.
- Turistas (corporativo e lazer) cada vez mais exigentes, buscando relação custo-benefício melhor e exigindo mais pelo dinheiro investido em uma viagem.
- Empresas mais conscientizadas quanto à necessidade do desenvolvimento sustentável.
- Investimentos em gestão e tecnologia para aumentar a produtividade.
- Inclusão de novos mercados consumidores para o setor de turismo.
- Crescimento do setor acima das taxas de crescimento da economia brasileira.
- Concentração do mercado, o que pode levar a um cenário complicado para as pequenas empresas.
- Estudos estratégicos para a realização de uma agenda microeconômica setorial.

TURISMO INTERNACIONAL

O Ministério do Turismo, através da EMBRATUR, vem realizando um consistente trabalho na promoção do destino Brasil no exterior, iniciando a trajetória necessária para a consolidação do país como destino turístico global. Desta forma, para o quadriênio 2007 / 2010 espera-se:

- Manutenção da estratégia de *marketing* do Brasil no exterior.
- Capacitação e melhoria do produto turístico brasileiro para o mercado internacional.
- Maior utilização da “Marca Brasil” em produtos exportados.
- Parceria para a viabilização das operações internacionais para o Brasil.
- Tendência crescente da internet como ferramenta de divulgação e comercialização.
- Divulgação de diferentes segmentos do turismo internacional.
- Consolidação do Brasil como destino para eventos internacionais.

TURISMO DOMÉSTICO

O turismo pode ser considerado um fenômeno econômico de demanda. Desta forma, além das dimensões econômicas de ampliação do consumo das famílias, firmas e Governo, para o crescimento do turismo doméstico faz-se necessário:

- Maior participação do turismo na cesta de consumo das famílias.
- Entrada de novos consumidores para o produto turismo.
- Preocupação com o desenvolvimento sustentável dos destinos turísticos.
- Estímulo à produção associada ao turismo para aumentar a “taxa de captura” dos destinos turísticos.
- Consolidação das regiões turísticas e de seus segmentos de mercado.
- Estímulo à cultura da viagem na população brasileira.
- Criar incentivos para o turismo interno.

INVESTIMENTOS PRIVADOS

O setor de turismo possui características de investimento diferentes dos setores tradicionais da economia, exigindo maior adequação das linhas de financiamento existentes. A estabilidade econômica e a manutenção das regras também são fatores fundamentais para a ampliação dos investimentos privados no turismo brasileiro. Para o quadriênio 2007 / 2010 espera-se:

- Adequação das linhas de financiamento à necessidade do setor de turismo (prazo, taxas e garantias).
- Capacitação dos tomadores de empréstimos.
- Polarização dos investimentos em hotelaria: investimentos em hotéis econômicos, principalmente no interior, e *resorts*.
- Investidores internacionais apostando principalmente nos investimentos de fundo imobiliário.
- Adequação e definição da legislação para o setor de turismo, de forma a garantir regras futuras.
- Novos destinos turísticos tanto para o mercado corporativo quanto para o mercado de lazer.

II. 1.4

VISÃO ATUAL DO CENÁRIO FUTURO

Deste modo, a trajetória do turismo brasileiro nos últimos anos, somada às condições externas, vêm combinando em proporções variadas que sinalizam em direção ao quadrante superior direito, rumo ao potencial, com reparos a serem feitos, principalmente em relação à turbulência causada pelo possível agravamento da crise da Varig, aumento da concentração de mercado em alguns setores do turismo (condições internas negativas) e a demora na votação do orçamento federal e manutenção do real valorizado (condições externas desfavoráveis).

No entanto, grande parte das premissas traçadas encontram-se bem posicionadas para o desenvolvimento do setor de turismo.

- Cenário econômico nacional e internacional favorável: alta liquidez internacional e taxas de juros internacionais em patamares reduzidos; tendência de continuidade de crescimento sustentável da economia mundial; tendência de redução na taxa de juros nominais no Brasil; contas externas favoráveis; superávit fiscal; inflação sobre controle. Essas condições deverão sustentar o crescimento da economia brasileira.

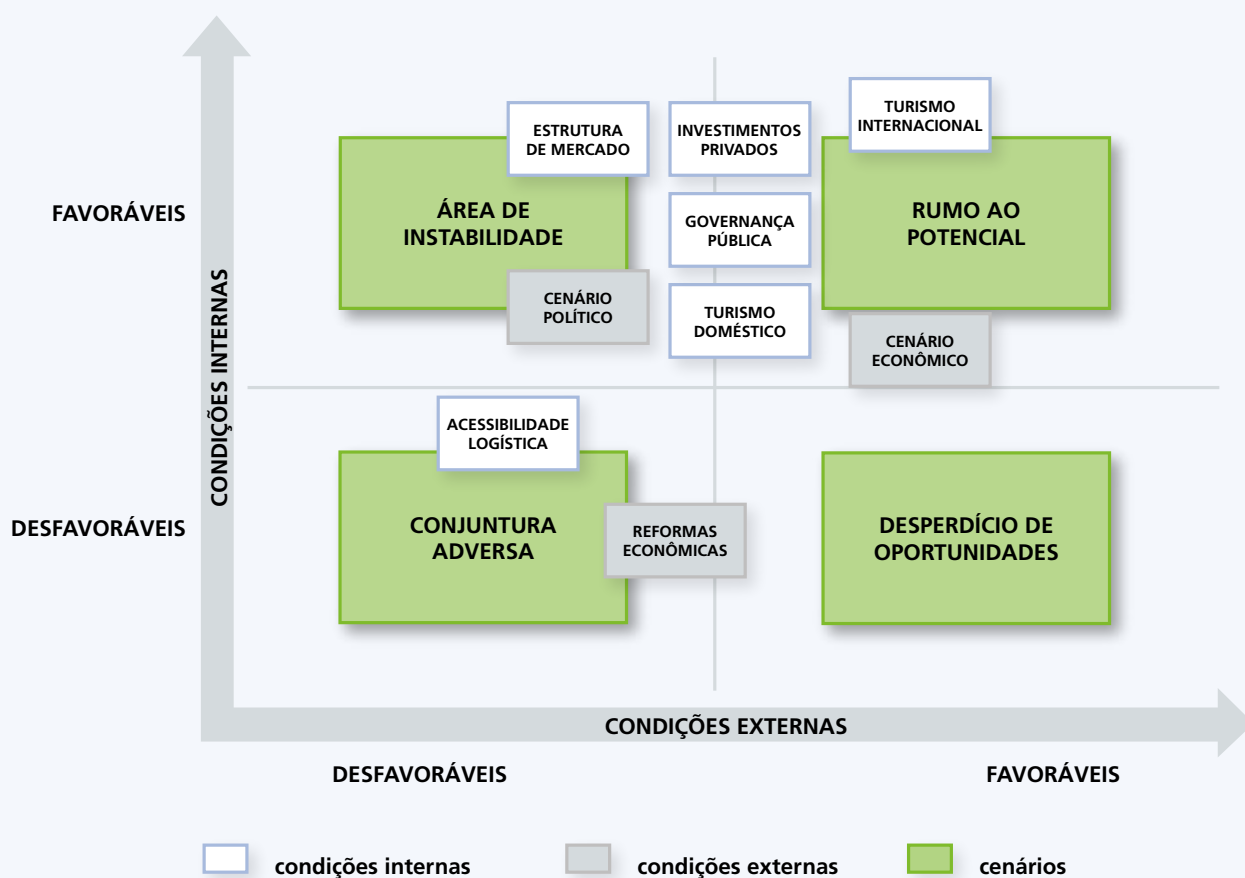
- Transição democrática e madura 2006 / 2007 o que não deverá afetar as regras econômicas e conseqüentemente a trajetória de crescimento econômico.
- Necessidade de realização de reformas estruturais para o desenvolvimento da economia brasileira. Reformas como da Previdência, Trabalhista e Fiscal deverão ser enfrentadas no próximo quadriênio.

No que tange as condições internas ao setor pode-se ressaltar:

- O competente trabalho realizado pelo Ministério do Turismo por meio da EMBRATUR na promoção do Brasil no exterior.

- Mudança estrutural percebida e sustentada do transporte aéreo doméstico apresentando taxas de crescimento de 20%.
- Os avanços obtidos na governança pública do turismo na última década.
- O crescimento sustentável que o setor privado do turismo nacional vem obtendo e as perspectivas de investimentos.
- Como condições internas negativas ressalta-se a baixa oferta de assentos disponíveis em vôos internacionais. Pode-se também concluir que a qualificação profissional do turismo faz-se fundamental e urgente para um crescimento sustentado do setor.

FIGURA 2 - CENÁRIO PROSPECTIVO



A implantação de políticas públicas eficazes depende de subsídios informativos quanto a cenários possíveis ao longo do tempo e de evolução provável de indicadores que auxiliem os responsáveis na escolha das estratégias mais adequadas.

A elaboração desses cenários e tendências, assim como a previsão das metas do Plano Nacional de Turismo – PNT, apresentadas a seguir, foi realizada a partir de estimativas de evolução dos indicadores do Sistema Integrado de Gestão do Turismo – SIGTUR, para monitoramento das metas do PNT. Na análise de cenários e tendências, os resultados obtidos para a entrada de turistas estrangeiros no País foram comparados com as previsões de longo prazo realizadas pela Organização Mundial do Turismo – OMT para o Brasil.

A elaboração das previsões para a economia do turismo até 2010 foi baseada no modelo agregado de oferta e demanda por turismo desenvolvido pelo CET / UNB para o Ministério do Turismo com o objetivo de monitorar o PNT. Esse modelo agregado representa o mercado de turismo por meio de uma função de oferta e demanda de turismo. A partir do equilíbrio de mercado, no qual oferta se iguala à demanda, são determinados o preço e a quantidade total de turistas domésticos e internacionais.

A função oferta de turismo, cujo resultado é expresso em quantidade de turistas, é definida como uma função de produção do tipo *Cobb-Douglas* onde, além dos fatores de produção trabalho e capital, entram também, de forma significativa, os gastos do Governo na área de turismo. Por outro lado, a função demanda por turismo denota a influência de um dos preços importantes para o setor, que é a taxa de câmbio, além dos gastos públicos em *marketing* doméstico e internacional e da renda *per capita* brasileira.

Observa-se, portanto, que as variáveis de conjuntura importantes para explicar o mercado de turismo, tanto pelo lado da oferta, como pelo da demanda, são a taxa de câmbio, o crescimento econômico do País e os investimentos privados no setor de turismo. Igualmente importante são as

despesas do Governo nesse setor, representadas pelo orçamento do Ministério do Turismo nos modelos de previsões. O orçamento do Ministério possui várias ações de políticas públicas para o turismo, entre as quais estão investimentos em *marketing*, infraestrutura turística, estruturação de roteiros e vários outros gastos. A implementação do procedimento de previsão para o mercado de turismo, portanto, requer que sejam realizadas estimativas para o comportamento das variáveis-chaves referidas acima para alimentar os modelos e gerar as previsões.

As trajetórias dessas variáveis básicas foram definidas a partir de critérios que serão discutidos nas próximas seções deste texto, e, ao longo dessas trajetórias, foram adicionados diversos mecanismos de incerteza que pudessem reproduzir a falta de informação, bem como a ocorrência de choques aleatórios que, porventura, viessem a atingir a economia brasileira ao longo do período analisado.

Uma vez definido o comportamento das variáveis-chaves ao longo do tempo, o modelo se encarrega de estimar os valores fundamentais para as cinco metas do PNT, a saber: geração de empregos e ocupações; entrada de turistas estrangeiros; entrada de divisas; desembarques domésticos; e índice de produto turístico de qualidade.

É importante qualificar as previsões geradas pelo modelo vis-à-vis outros modelos de previsão. Ao contrário da maioria dos modelos existentes, este é valorizado por incorporar não apenas o passado, mas também o futuro. O comportamento do passado está representado, em parte, no comportamento previsto para o PIB.

Aqui, como será visto adiante, utilizam-se modelos de séries de tempo que procuram capturar a dinâmica observada no passado. Assim, em contraposição à variável taxa de câmbio, bem como aos variáveis gastos do Governo e setor privado, esses modelos incorporam informações sobre o futuro. Ressalta-se que, em ambos os casos, foram consideradas informações sobre o comportamento esperado da política econômica na dinâmica das variáveis.

Salienta-se, por conseguinte, que as previsões geradas a partir do modelo contemplam o comportamento da política macroeconômica e, em particular, a que diz respeito à política voltada para

o setor de turismo. Isso permite que se compare o comportamento do mercado para diferentes expectativas de política econômica, conforme será esclarecido mais adiante.

II. 2.1

METODOLOGIA

Nesta seção são discutidos os aspectos metodológicos envolvidos, inicialmente, na geração das previsões para as metas do PNT. São destacados os procedimentos adotados nas previsões de cada uma das variáveis estruturais que alimentam o modelo agregado de oferta e demanda por turismo e também é explicado o método utilizado, a fim de se introduzir incerteza nas previsões realizadas. Os critérios adotados para cada variável são explicados separadamente.

2.1.1. MODELOS UTILIZADOS NAS SIMULAÇÕES

As previsões feitas para as metas do PNT referentes ao período 2007 a 2010 tiveram por base o modelo agregado de oferta e demanda por turismo, o qual foi construído para monitorar e simular as metas do PNT. A descrição detalhada do modelo agregado encontra-se no trabalho de Monitoramento do PNT, realizado anteriormente pelo CET / UnB para o Ministério do Turismo. Apresenta-se, a seguir, uma breve discussão sobre cada uma das equações que alimentam o modelo agregado.

A oferta de turismo é representada por uma função de produção para o setor de turismo. Essa função foi calibrada para o ano base de 2002, último ano com resultados oficiais de censos divulgados pelo IBGE. Ela combina: fatores de produção, representados por capital; trabalho, o qual foi dividido em mão-de-obra

qualificada e mão-de-obra não qualificada; gastos do Governo e nível de tecnologia; todos relacionados ao setor de turístico, para gerar a oferta de unidade de turismo.

O lado da demanda agregada por turismo é alimentado por três modelos, os quais representam demanda internacional, demanda doméstica e o modelo simultâneo de oferta e demanda por turismo em nível municipal. A demanda internacional é afetada por gastos em *marketing* internacional e pela taxa de câmbio. A demanda doméstica é determinada por gastos em *marketing* doméstico e pelo crescimento econômico do País. Por fim, o modelo de equações simultâneas para oferta e demanda por turismo em nível municipal capta os efeitos de variáveis específicas de cada localidade sobre o turismo. Entre essas variáveis estão o preço do turismo, violência, nível de educação, infraestrutura básica e turística, presença de praias e várias outras que se mostraram importantes para determinar o turismo nos municípios brasileiros.

As simulações são geradas a partir de variáveis de conjuntura, representadas pelos seguintes elementos: taxa de câmbio, crescimento econômico do País, investimento privado no turismo, além das ações de políticas para o setor de turismo, conforme definidas no orçamento do Ministério do Turismo. A partir de previsões realizadas para as variáveis de conjuntura econômica e para a evolução do orçamento do Ministério para o período

de 2007 a 2010, as previsões são geradas pela interação dos modelos descritos acima, usando os coeficientes estimados para cada um. Uma discussão mais detalhada sobre os valores obtidos nas previsões é apresentada a seguir.

2.1.2. TÉCNICA DE MONTE CARLO

Usando os modelos descritos acima, as simulações foram geradas a partir da técnica de Monte Carlo, que é largamente utilizada no meio acadêmico, especialmente em trabalhos econométricos, para gerar simulações a partir de choques aleatórios e introdução de incertezas nos modelos e variáveis a serem estimadas. Neste trabalho, os parâmetros utilizados na simulação de Monte Carlo foram definidos para as variáveis estruturais do modelo, as quais correspondem à taxa de câmbio, crescimento econômico, investimento privado no Turismo e orçamento do Ministério do Turismo.

A taxa de câmbio foi representada por um modelo *random walk* com média e desvio-padrão medidos a partir dos valores observados para a taxa de câmbio no período de janeiro 2000 até fevereiro de 2006, utilizando-se dados diários obtidos no Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA. Este intervalo foi escolhido porque corresponde ao período de câmbio flutuante na economia brasileira.

O crescimento econômico foi introduzido na simulação de Monte Carlo usando os parâmetros estimados pelo modelo ARMA, o qual foi estimado para gerar as previsões para esta variável. O experimento de Monte Carlo foi utilizado na simulação dos choques para o modelo acima e, portanto, para gerar incerteza no comportamento previsto para o crescimento econômico brasileiro. Mais detalhes sobre o modelo ARMA estimado são apresentados a seguir.

O orçamento do Ministério do Turismo, foi considerado como seguindo a taxa de

crescimento da economia. A incerteza, nesse caso, foi gerada assumindo a possibilidade de contingência de 0 a 20%, seguindo uma distribuição uniforme. Isso implica em associar igual probabilidade a todos os valores contidos no intervalo.

Finalmente, assumiu-se que o investimento privado no turismo segue a mesma taxa de variação do orçamento do Ministério do Turismo. Isto é justificado pela evidência de que investimentos públicos e privados na economia são complementares.

Uma vez fornecidos esses parâmetros básicos, a técnica de Monte Carlo foi utilizada para gerar 100 mil simulações para cada uma das cinco metas do PNT. O valor previsto, para cada meta, é determinado pelo valor médio das 100 mil simulações. O desvio padrão do valor previsto é calculado sobre o vetor de 100 mil valores simulados. Isso permite que sejam calculados intervalos possíveis para cada uma das previsões realizadas.

2.1.3. TAXA DE CRESCIMENTO DO PIB

Os valores para as taxas de crescimento do PIB real entre 2006 e 2010 foram estimados a partir de um modelo ARMA, utilizando a série histórica de taxas de crescimento do produto brasileiro entre 1948 e 2005 obtida no IPEADData. O modelo ARMA considera as informações fornecidas pela evolução histórica da série para gerar as previsões. Critérios estatísticos rigorosos são usados para selecionar o modelo que melhor se ajusta aos dados. São estimados coeficientes para os termos auto-regressivos (parte AR do modelo) e para os termos de médias móveis (parte MA), os quais refletem as incertezas geradas por choques exógenos na economia.

O modelo que melhor se ajustou foi um ARMA (1,1). Com base nele, as taxas de crescimento econômico do País foram projetadas para o período 2006 a 2010. Note-se que as

previsões realizadas estão muito próximas das estimativas previstas para até 2008, constantes nas projeções do modelo *Link-Ipea* conforme reportados na Tabela 1 a seguir.

TABELA 1 – CRESCIMENTO PROJETADO PARA O PIB (% a. a.)

ANO	ONU/LINK IPEA	PROJEÇÃO CET
2006	3,9%	4,1%
2007	3,9%	4,2%
2008	4,2%	4,2%
2009	-	4,2%
2010	-	4,1%

2.1.4. TAXA DE CÂMBIO

A trajetória da taxa de câmbio é particularmente importante, pois afeta consideravelmente o mercado de turismo. Por um lado, impacta a entrada de turistas estrangeiros no País e, por outro, a saída de brasileiros em busca de visitar outros países.

Os valores previstos para a taxa de câmbio foram determinados por um modelo *random walk*. Essencialmente, esse modelo assume que

a taxa de câmbio segue um comportamento aleatório determinado pelo valor observado no período anterior mais um choque aleatório. Essa representação tem larga aceitação no mercado financeiro e, basicamente, reflete a condição de não arbitragem que prevalece nos mercados financeiros eficientes. Os valores previstos para esta variável também estão bem próximos daqueles divulgados pelo IPEA, por meio do ONU / LINK, até o ano de 2008, conforme demonstrado na Tabela 2 abaixo.

TABELA 2 – TAXA DE CÂMBIO PROJETADA (R\$/US\$)

ANO	ONU/LINK IPEA	PROJEÇÃO CET
2006	2,50%	2,30%
2007	2,40%	2,40%
2008	2,60%	2,50%
2009	-	2,60%
2010	-	2,60%

2.1.5. ORÇAMENTO DO MINISTÉRIO DO TURISMO

O comportamento do orçamento do Ministério do Turismo nos últimos três anos aponta para um crescimento acelerado, passando de um percentual de participação no PIB de 0,009%, no ano de 2004, para um percentual de 0,02% em 2006. O aumento significativo da participação do orçamento do turismo no orçamento total da União deveu-se a uma conjugação especial de fatores, entre os quais está a pequena base inicial, a crescente importância do setor de turismo na economia e, também, a liderança do Ministério do Turismo no sentido de viabilizar emendas parlamentares que favoreçam o setor.

São adotados dois procedimentos para a elaboração dos cenários. O primeiro corresponde à

trajetória prevista, a qual supõe uma manutenção do nível orçamento – Turismo / PIB atual. O segundo indica a trajetória ideal, que admitiria a elevação da participação do Governo no turismo, até o ano de 2010, aos patamares dos países desenvolvidos e/ou com maior desenvolvimento do turismo, como o México, Inglaterra, Austrália e Grécia. Neste caso, o nível médio orçamento – Turismo / PIB chegaria a 0,06%, valor que representa a participação média do orçamento – Turismo no PIB dos países mencionados anteriormente.

Como os gastos em *marketing* promocional são ações específicas contidas no orçamento do Ministério do Turismo, o seu comportamento obedece à mesma trajetória do orçamento público para o turismo contemplado na Tabela 3 abaixo:

TABELA 3 – VARIAÇÃO PREVISTA PARA O ORÇAMENTO DO MINISTÉRIO DO TURISMO

ANO	ORÇAMENTO MINISTÉRIO DO TURISMO	CRESCIMENTO PIB
2006	4,1%	4,1%
2007	4,2%	4,2%
2008	4,2%	4,2%
2009	4,2%	4,2%
2010	4,1%	4,1%

2.1.6. INVESTIMENTO PRIVADO

Assim como o gasto público é fundamental, tanto para a oferta de turismo, quanto para a demanda, o comportamento do investimento privado é igualmente importante. Uma hipótese plausível para a trajetória do investimento privado é que o mesmo siga o comportamento do orçamento público do turismo. Uma razão para este comportamento é a existência de complementaridade entre o gasto público e o investimento privado. O retorno do investimento privado depende, em larga medida, do valor do

gasto público. Embora o investimento privado para turismo tenha sido uma parcela muito pequena do investimento privado total (0,17% em 2002), a razão entre o investimento privado em turismo e o PIB (0,024%) é maior do que a do gasto público em turismo e o PIB em 2002 (0,01%). Assim, adota-se a hipótese de que o crescimento nos investimentos privados no turismo segue a mesma taxa de crescimento do orçamento do Ministério do Turismo. A Tabela 4 a seguir apresenta a taxa de crescimento considerada para os investimentos privados no turismo para o período 2006 a 2010.

TABELA 4 – CRESCIMENTO DO INVESTIMENTO PRIVADO NO TURISMO

ANO	INVESTIMENTO PRIVADO TURISMO	ORÇAMENTO MINISTÉRIO DO TURISMO
2006	4,1%	4,1%
2007	4,2%	4,2%
2008	4,2%	4,2%
2009	4,2%	4,2%
2010	4,1%	4,1%

II. 2.2 PROJEÇÕES

2.2.1. PROJEÇÃO DAS METAS DO PNT PARA O PERÍODO DE 2007 A 2010

O modelo agregado de oferta e demanda por turismo foi construído para monitorar o desenvolvimento das cinco metas do PNT para o período 2003 a 2007. Ao se considerar os dados utilizados para elaborar o cenário intermediário, no item 1, e levando-se a termo que os dados efetivos de 2004 e 2005 para o setor de turismo, como um todo, e em particular para o orçamento efetivo do Ministério do Turismo de 2005 e a sua previsão para 2006 já estão disponíveis, é possível atualizar as simulações e obter uma estimativa mais precisa dos impactos das ações do PNT para o período 2007 / 2010, comparando-se então os resultados obtidos com as cinco metas estabelecidas.

Nesse processo, estima-se um conjunto de indicadores para simulação dos impactos das ações do PNT sobre as metas. Essas ações estão relacionadas com os modelos de determinação da demanda internacional de turismo, da demanda doméstica e da oferta de turismo, e também com as demandas e ofertas municipais de turismo. Ao calcular a oferta de turismo (função de produção), as demandas internacional e nacional e

as demandas e ofertas municipais, levando-se em consideração a condição de equilíbrio estabelecida no modelo, chega-se aos preços e às quantidades de equilíbrio. Assim como as ações do PNT afetam as demandas e oferta do turismo, elas também interferem nesse equilíbrio.

Assim, uma vez introduzidos os indicadores constantes no cenário intermediário do item 1 anterior e contempladas as mudanças esperadas no orçamento do Ministério do Turismo, o modelo gera automaticamente valores previstos para as cinco metas do PNT. São, portanto, produzidos valores previstos para geração de empregos no setor de turismo, entrada de turistas estrangeiros no Brasil, entrada de divisas, desembarques domésticos e para o índice de produto turístico de qualidade.

Os resultados obtidos nas simulações serão detalhados a seguir. Deve-se notar que em todas as estimativas aparece uma trajetória mais otimista, denominada de limite superior, e uma trajetória mais pessimista, chamada de limite inferior. Esses limites são construídos a partir da previsão média acrescentando-se dois desvios padrões, no caso da trajetória otimista, e, sob a mesma lógica, decrescendo-se no caso da trajetória pessimista.

- **EMPREGOS E OCUPAÇÕES DIRETOS**

A criação de empregos diretos no setor aumenta praticamente 70% em 4 anos. Este resultado não apenas reflete o aumento do PIB e dos gastos públicos e privados, mas também, e principalmente, a evolução do câmbio. Com efeito, o real apresenta uma desvalorização prevista diante do dólar de mais de 10%.

Conforme descrito na metodologia, o modelo é inicialmente atualizado considerando o orçamento previsto para o Ministério do Turismo

no ano de 2006. O Gráfico 1 permite a visualização das trajetórias de empregos e ocupações diretos. Partindo-se das previsões para o ano de 2007, percebe-se a geração, em média, de 334,9 mil novas ocupações diretas, chegando em 2010 a 491,9 mil. Em um cenário otimista, esses valores alcançariam os números de 404,0 mil em 2007, chegando em 2010 a 551 mil novas ocupações diretas. A Tabela 5 apresenta a evolução dos empregos e ocupações diretas, de acordo com o que foi plotado no Gráfico 1.

GRÁFICO 1 – EMPREGOS E OCUPAÇÕES DIRETOS GERADOS POR ANO: PREVISÃO

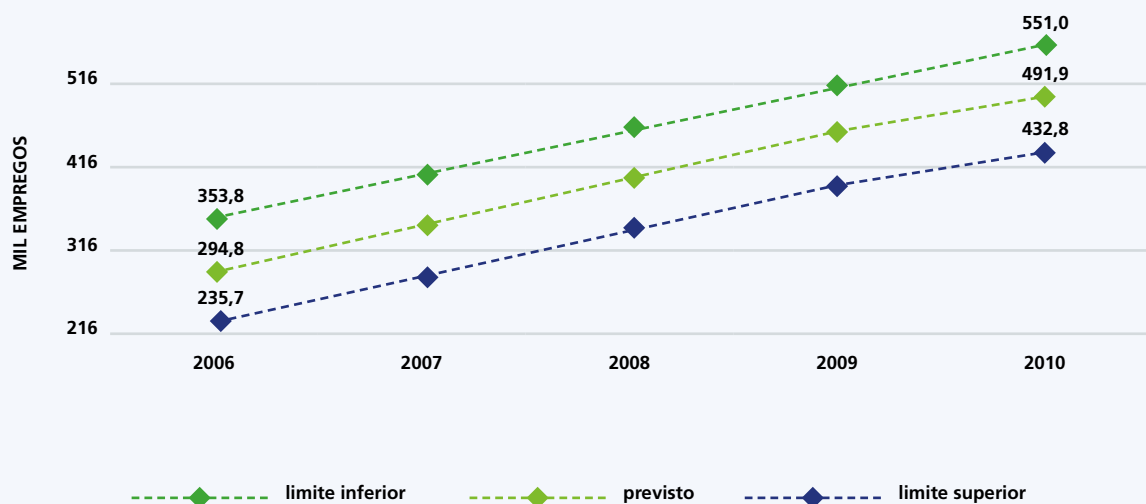


TABELA 5 - EMPREGOS E OCUPAÇÕES DIRETOS GERADOS POR ANO: PREVISÃO (EM MILHARES)

	2006	2007	2008	2009	2010
LIMITE SUPERIOR	353,8	404,0	459,3	508,1	551,0
VALOR PREVISTO	294,8	334,9	400,2	449,0	491,9
LIMITE INFERIOR	235,7	285,9	341,1	389,9	432,8

GRÁFICO 2 – EMPREGOS E OCUPAÇÕES DIRETOS GERADOS POR ANO: PREVISTO E OBSERVADO

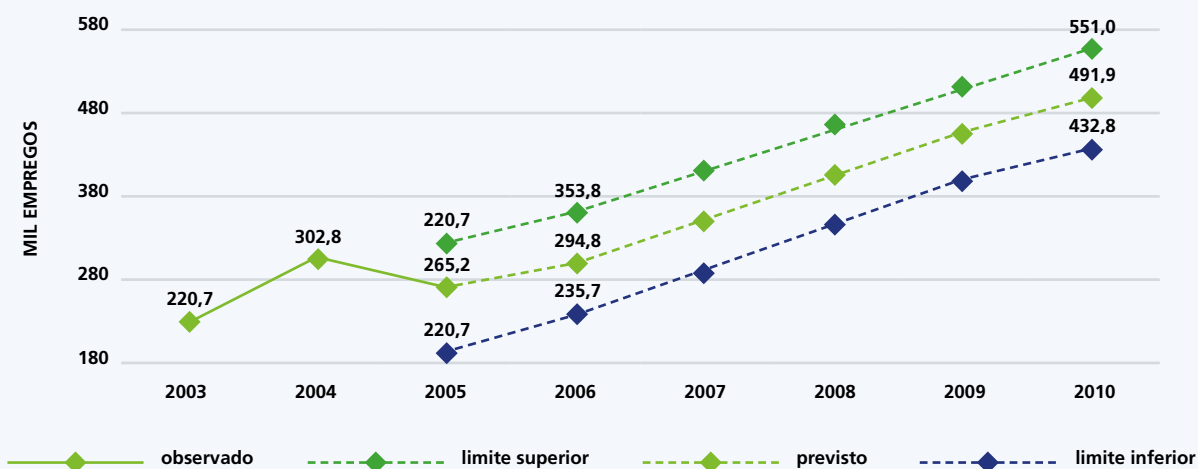


TABELA 6 - EMPREGOS E OCUPAÇÕES DIRETOS GERADOS POR ANO: VALORES OBSERVADOS (EM MILHARES)

	2003	2004	2005
VALOR OBSERVADO	220,7	302,8	265,2

Na Tabela 6 encontram-se os valores realizados para o número de empregos e ocupações diretos para o setor de turismo. Ressalta-se que estes dados foram informações repassadas pelo Ministério do Turismo / EMBRATUR. A partir destes números pode-se fazer uma comparação entre o

realizado em 2005, que foi de 265,2 mil novos empregos e ocupações diretos, com o estimado para 2006, sendo esse igual a 294,8 mil. Pode-se verificar que as previsões derivadas do modelo indicam um crescimento de quase 12% na geração de empregos e ocupações para o ano de 2006.

TABELA 6.1 - EMPREGOS E OCUPAÇÕES DIRETOS: VALORES ACUMULADOS A PARTIR DE 2003 (EM MILHARES)

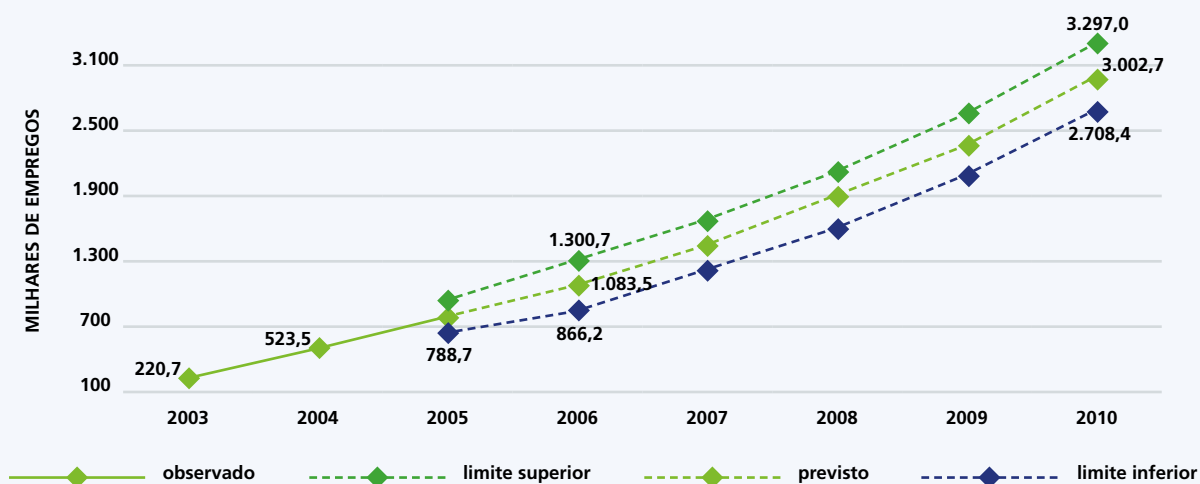
	2003	2004	2005	2006**	2007	2008	2009	2010
LIMITE SUPERIOR				1.300,7	1.680,2	2.134,9	2.673,2	3.297,0
VALOR PREVISTO	220,7	523,5	788,7	1.083,5	1.443,1	1.881,1	2.399,8	3.002,7
LIMITE INFERIOR				866,2	1.206,0	1.627,3	2.126,4	2.708,4

Nota: ** - Até 2005 são valores observados. De 2006 a 2010 são valores previstos pelo CET/UnB.

Na Tabela 6.1 encontram-se os valores realizados e previstos para o número de empregos e ocupações diretos para o setor de turismo, acumulados em totais anuais a partir de 2003.

Observa-se que o total de empregos e ocupações gerados pode atingir quase 2 milhões, no período 2007 / 2010. O Gráfico 2.1 ilustra a tendência de crescimento desses valores.

GRÁFICO 2.1 – EVOLUÇÃO DE EMP. E OCUP. DIRETOS: VALORES ACUMULADOS A PARTIR DE 2003



• **ENTRADA DE TURISTAS ESTRANGEIROS**

A geração de emprego direto e indireto no setor de turismo reflete o aumento da produção desse setor. Um dos indicadores fundamentais desses serviços corresponde à entrada de turistas estrangeiros.

Conforme o Gráfico 3, a previsão, em um cenário médio para 2007, sinaliza a espera

de entrada de novos turistas estrangeiros em 8,4 milhões, chegando em 2010 a 12,2 milhões. Em um cenário otimista, a previsão será a ocorrência de novas entradas de turistas estrangeiros em torno de 10,1 milhões em 2007 e de 13,9 milhões em 2010. Já para o cenário pessimista, esses valores poderão chegar a 6,7 milhões em 2007 e 10,5 milhões em 2010. Na Tabela 7 estão os números apresentados no Gráfico 3.

GRÁFICO 3 – ENTRADA DE TURISTAS ESTRANGEIROS: PREVISÃO (EM MILHÕES)

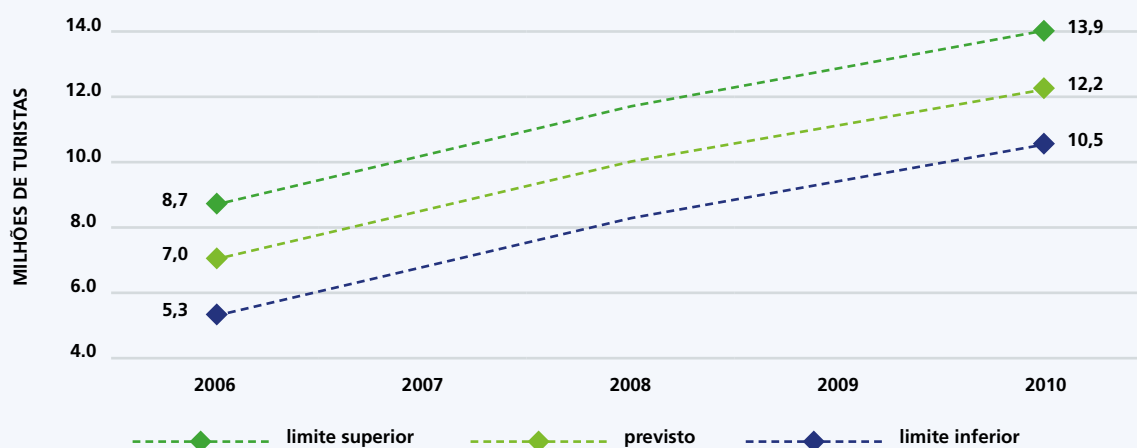


TABELA 7 – ENTRADA DE TURISTAS ESTRANGEIROS: PREVISÃO (EM MILHÕES)

	2006	2007	2008	2009	2010
LIMITE SUPERIOR	8,7	10,1	11,7	12,8	13,9
VALOR PREVISTO	7,0	8,4	10,0	11,0	12,2
LIMITE INFERIOR	5,3	6,7	8,3	9,3	10,5

GRÁFICO 4 – ENTRADA DE TURISTAS ESTRANGEIROS: PREVISTA E OBSERVADA

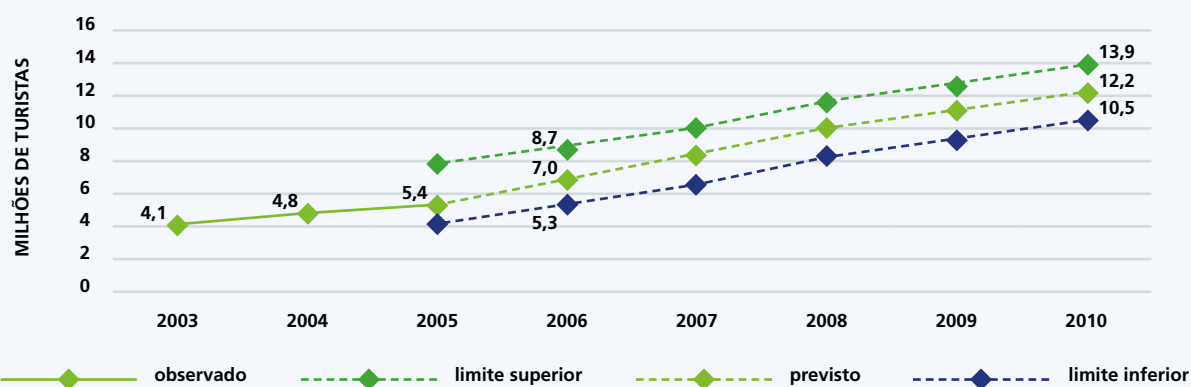


TABELA 8 – ENTRADA DE TURISTAS ESTRANGEIROS: OBSERVADA (EM MILHÕES)

	2003	2004	2005
VALOR OBSERVADO	4,1	4,8	5,4

De acordo com os números apresentados na Tabela 8, o crescimento médio da entrada de turistas estrangeiros, observado entre o período de 2003 a 2005, foi de 14,7%; logo, mantendo este crescimento pode-se prever que para o ano de 2006 o número de entrada alcance um valor próximo a 6,1 milhões, o que corrobora os valores estimados pelo modelo, apresentados na Tabela 7.

• ENTRADA DE DIVISAS

O comportamento da entrada de divisas estrangeiras segue a trajetória da entrada de

turistas estrangeiros. A suposição é que o turista estrangeiro gasta em média US\$ 812,00 em seu período médio de permanência, conforme informação obtida na EMBRATUR.

Os resultados encontrados nas simulações para as previsões da meta referente à entrada de divisas são apresentados no Gráfico 5 e na Tabela 9. Pode-se concluir que, em média, a previsão será de 6,4 bilhões de dólares em entrada de divisas para 2007, chegando em 2010 ao valor de 9,2 bilhões de dólares. Em um cenário otimista, os valores poderão variar entre 7,8 bilhões de dólares em 2007 e 10,6 bilhões de dólares em 2010. A previsão para um cenário pessimista será de 5,0 bilhões de dólares em 2007 e 7,8 bilhões em 2010.

GRÁFICO 5 – ENTRADA DE DIVISAS: PREVISÃO (EM BILHÕES US\$)

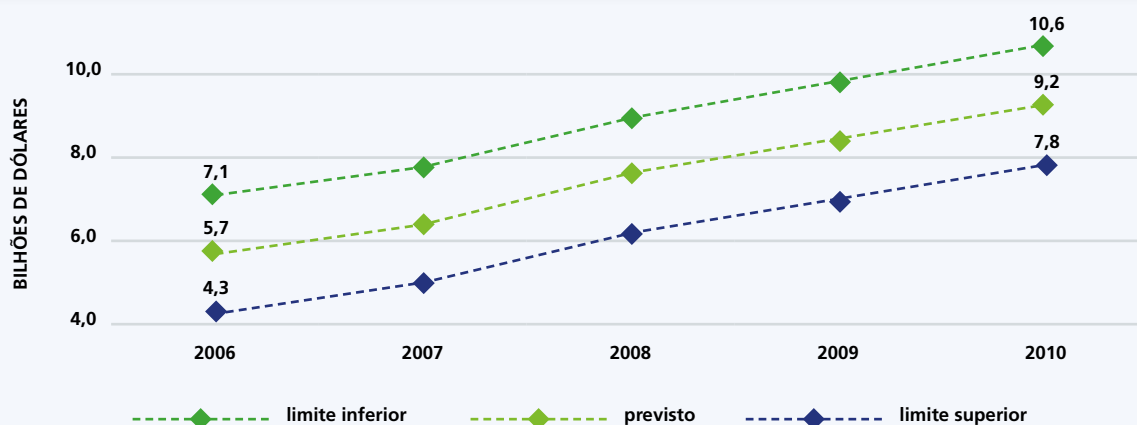


TABELA 9 – ENTRADA DE DIVISAS: PREVISÃO (EM BILHÕES US\$)

	2006	2007	2008	2009	2010
LIMITE SUPERIOR	7,1	7,8	9,0	9,7	10,6
VALOR PREVISTO	5,7	6,4	7,6	8,3	9,2
LIMITE INFERIOR	4,3	5,0	6,2	6,9	7,8

Na Tabela 10 encontram-se os valores realizados referentes à entrada de divisas no País. Estes dados foram obtidos junto ao Ministério do Turismo e EMBRATUR. No gráfico 6 estão as

trajetórias para entrada de divisas com referências aos períodos observados entre 2003 a 2005 juntamente com as previsões até 2010.

GRÁFICO 6 – ENTRADA DE DIVISAS: PREVISTO E OBSERVADO (EM BILHÕES US\$)

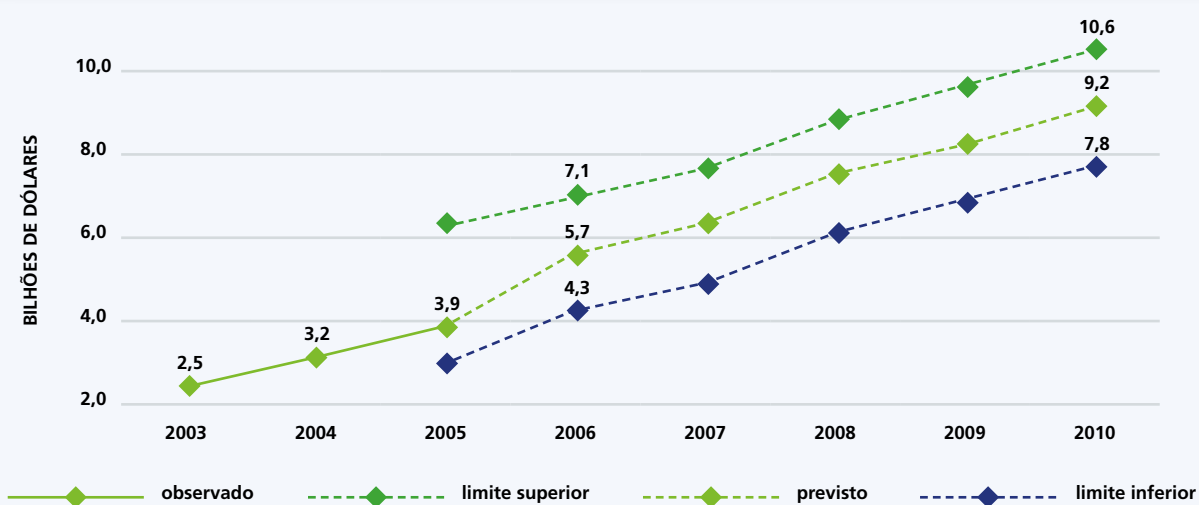


TABELA 10 – ENTRADA DE DIVISAS: OBSERVADA (EM BILHÕES US\$)

	2003	2004	2005
VALOR OBSERVADO	2,5	3,2	3,9

• **DESEMBARQUES DOMÉSTICOS**

Observa-se que o aumento de desembarques domésticos seguiu um comportamento bem mais tímido do que o dos turistas estrangeiros. Isso se deve à pouca relevância do efeito câmbio nas projeções. Entretanto, os desembarques domésticos são quase 8 vezes o fluxo de turistas estrangeiros entre os anos de 2003 e 2005, conforme pode ser observado, dividindo-se os valores apresentados na Tabela 11 pela Tabela 7.

Os valores disponíveis na Tabela 11 e no Gráfico 8 referem-se aos valores obtidos nas

simulações para a previsão da meta sobre os desembarques domésticos. Assim, pode-se inferir que, em média, a previsão é alcançar 51,7 milhões de desembarques domésticos em 2007, chegando em 2010 a um total de 63,2 milhões. Em um cenário otimista, a previsão é de 54,3 milhões de desembarques em 2007, alcançando em 2010 o número de 65,8 milhões de desembarques domésticos. Para um cenário pessimista, esses valores poderão chegar a 49,1 milhões em 2007 e 60,6 milhões em 2010.

GRÁFICO 7 – DESEMBARQUES DOMÉSTICOS: PREVISÃO

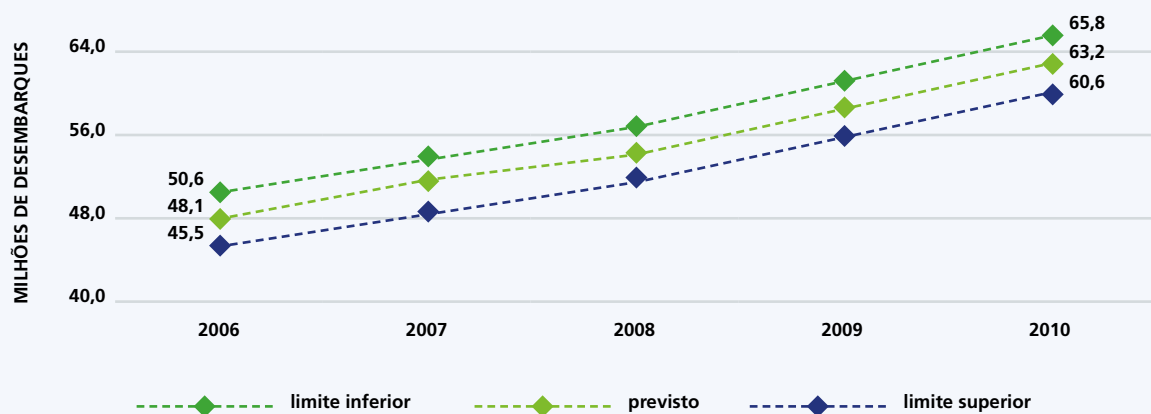


TABELA 11 – DESEMBARQUES DOMÉSTICOS: PREVISÃO (EM MILHÕES)

	2006	2007	2008	2009	2010
LIMITE SUPERIOR	50,6	54,3	57,2	61,3	65,8
VALOR PREVISTO	48,1	51,7	54,6	58,8	63,2
LIMITE INFERIOR	45,5	49,1	52,0	56,2	60,6

A Tabela 12 apresenta os números observados para desembarques domésticos entre os anos de 2003 e 2005. De acordo com estes dados, pode-se verificar um crescimento de 17,7% no período entre 2004 e 2005. Permanecendo a taxa de crescimento dos desembarques domésticos em torno de 15%, pode-se inferir que o crescimento para 2006 chegue em 49,5 milhões de desembarques domésticos. Este valor está próximo ao estimado no modelo e dentro do intervalo de confiança construído para as previsões apresentadas na Tabela 11.

Informações recentes obtidas junto ao Ministério do Turismo / EMBRATUR sugerem

que o crescimento de desembarques domésticos tem apresentado aceleração apontando para um crescimento de 20% ao ano. Esta tendência não pôde ser contemplada pelo modelo de previsão pois representa uma mudança estrutural no mercado. Esta transformação pode estar refletindo uma política de preços agressiva das companhias do setor de transporte aéreo, permitido o atendimento de uma demanda até então reprimida. Caso este crescimento se mantenha, os valores observados para 2007 e 2010 ficarão acima dos valores previstos pelo limite superior do modelo.

GRÁFICO 8 – EVOLUÇÃO DOS DESEMBARQUES DOMÉSTICOS: OBSERVADA E PREVISTA

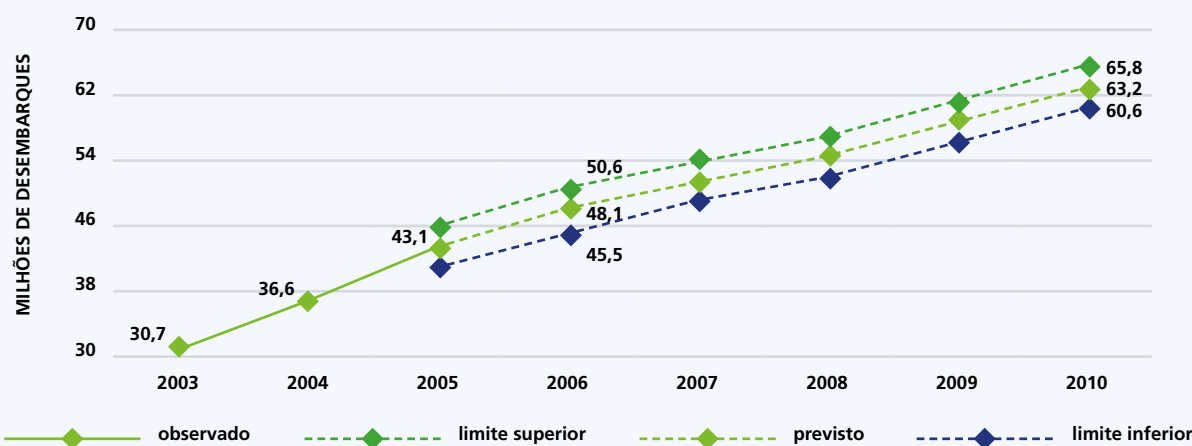


TABELA 12 – EVOLUÇÃO OBSERVADA DOS DESEMBARQUES DOMÉSTICOS

	2003	2004	2005
VALOR OBSERVADO	30,7	36,6	43,1

• ÍNDICE DE PRODUTO TURÍSTICO DE QUALIDADE

O Índice de Produto Turístico de Qualidade – IPTQ, calculado como uma média desse índice entre os municípios de cada estado, revela que os estados estão migrando de um IPTQ baixo para as classes superiores da distribuição. O número

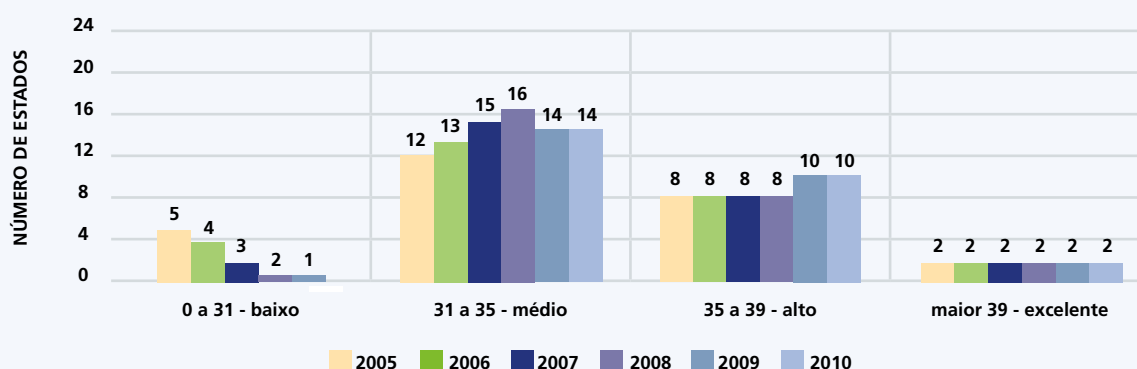
de estados que possui esse índice baixo se reduz de 5 em 2005 para apenas 1 em 2010. Por outro lado, o número de estados com IPTQ médio aumenta de 12 para 14, e o valor alto salta de 8 para 10 no mesmo período. Com qualidade excelente permanecem apenas 2 estados, apesar de outros alcançarem o limite superior da classe de IPTQ alto em 2010.

Assim, existe uma evolução positiva importante do IPTQ entre os anos de 2005 e 2010. Contribuem para essa evolução positiva os gastos do Ministério do Turismo, através de ações de políticas específicas para o setor de Turismo, conforme definidas no PNT,

os investimentos privados no turismo e as ações de outros ministérios que melhoram as condições de infra-estrutura básica nos diversos municípios brasileiros.

As previsões acima estão apresentadas no Gráfico 9 a seguir.

GRÁFICO 9 – ÍNDICE DE PRODUTO TURÍSTICO DE QUALIDADE (IPTQ) DISTRIBUIÇÃO DOS ESTADOS - 2005 A 2010



2.2.2. CENÁRIO DESEJÁVEL – ORÇAMENTO DO MINISTÉRIO DO TURISMO CRESCENDO 23% a.a.

Conforme esclarecido na Introdução, dois procedimentos foram seguidos para a previsão do modelo, os quais dizem respeito à projeção dos gastos públicos com turismo e, conseqüentemente, dos gastos privados também. Nas previsões apresentadas no item 2.2., segue-se a hipótese de que o orçamento do turismo vai se manter constante de 2006 em diante como proporção do PIB. Embora essa estratégia seja a mais segura, considerando-se as informações disponíveis atualmente no Ministério do Turismo, esta não é necessariamente a estratégia ideal.

A importância do turismo como gerador de emprego e de melhoria na distribuição pessoal de renda, aliada às potencialidades de produção de serviços de turismo no Brasil, é um dado que aponta a expectativa de uma maior participação

do orçamento do Governo e, conseqüentemente, do orçamento privado, nos gastos com turismo em relação ao PIB. Nesse sentido, contempla-se uma meta ideal a ser atingida pelo orçamento do turismo no PIB de cerca de 0,06% em 2010. Além disso, assume-se que o gasto médio do turista estrangeiro é de US\$ 1.187. Este gasto médio corresponde ao gasto médio observado para o ano de 2003, o qual foi publicado no anuário estatístico da EMBRATUR de 2004.

A consecução desse objetivo levaria a um incremento médio anual de 23% nos gastos de turismo. As implicações para emprego direto, entrada de turistas estrangeiros e, portanto, divisas e turismo doméstico são notáveis. Serão apresentados os principais resultados nas Tabelas a seguir, destacando-se sempre, além dos valores médios, o limite superior e inferior que segue a mesma metodologia definida anteriormente.

- **GERAÇÃO DE EMPREGOS E OCUPAÇÕES – CENÁRIO DESEJÁVEL**

Observa-se que o aumento médio do emprego direto, no caso do cenário desejável, seria em torno de 105%. Este incremento notável reflete o esforço dos gastos públicos no setor de turismo. Além do crescimento do PIB no período, o incremento do orçamento do turismo seria de 200% (a participação do orçamento no PIB passaria de 0,02% para 0,06%).

O Gráfico 10 permite a visualização das trajetórias de empregos e ocupações diretos.

Nas previsões para o ano de 2007, percebe-se a geração, em média, de 358 mil novas ocupações diretas, chegando em 2010 a 603 mil. Em um cenário otimista, esses valores alcançariam os números de 419 mil em 2007, chegando em 2010 a 662 mil novas ocupações diretas. Para um cenário pessimista, os valores alcançariam, em 2007, 301 mil e, em 2010, 544 mil. A Tabela 13 apresenta a evolução dos empregos e ocupações diretos, de acordo com o que foi plotado no Gráfico 10.

GRÁFICO 10 – EMPREGOS E OCUPAÇÕES DIRETOS GERADOS POR ANO: CENÁRIO DESEJÁVEL

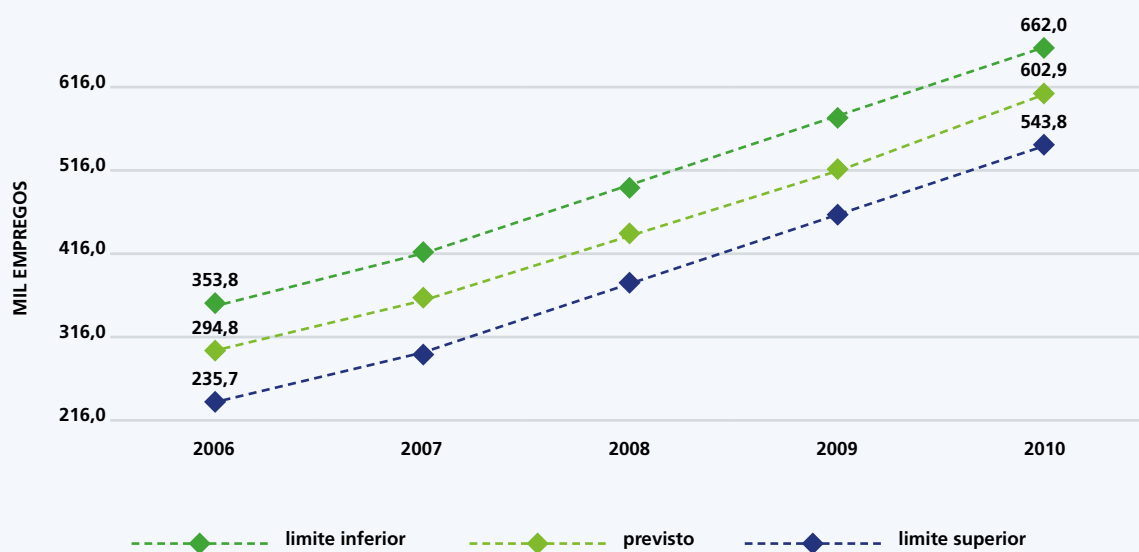


TABELA 13 – EMPREGOS E OCUPAÇÕES DIRETOS: CENÁRIO DESEJÁVEL (EM MILHARES)

	2006	2007	2008	2009	2010
LIMITE SUPERIOR	353,8	418,8	497,1	577,7	662,0
VALOR PREVISTO	294,8	359,7	438,0	518,7	602,9
LIMITE INFERIOR	235,7	300,6	378,9	459,6	543,8

- **ENTRADA DE TURISTAS ESTRANGEIROS: CENÁRIO DESEJÁVEL**

Conforme apresentado anteriormente nas previsões do modelo, a série de entrada de turistas estrangeiros é mais acelerada que as demais. No caso da política desejável, o aumento de turistas estrangeiros em 2010, comparado a 2007, é de cerca de 70%.

De acordo com o Gráfico 11, a previsão, em um cenário médio, para 2007, aponta para a entrada

de turistas estrangeiros em 8,8 milhões, chegando em 2010 a 15 milhões. Em um cenário otimista, a previsão será a ocorrência de entrada de turistas estrangeiros em torno de 10,5 milhões em 2007 e de 16,7 milhões em 2010. Já para o cenário pessimista, esses valores poderão chegar a 7,0 milhões em 2007 e 13,3 milhões em 2010.

Na Tabela 14 estão os números apresentados no Gráfico 11.

GRÁFICO 11 – ENTRADA DE TURISTAS ESTRANGEIROS: CENÁRIO DESEJÁVEL

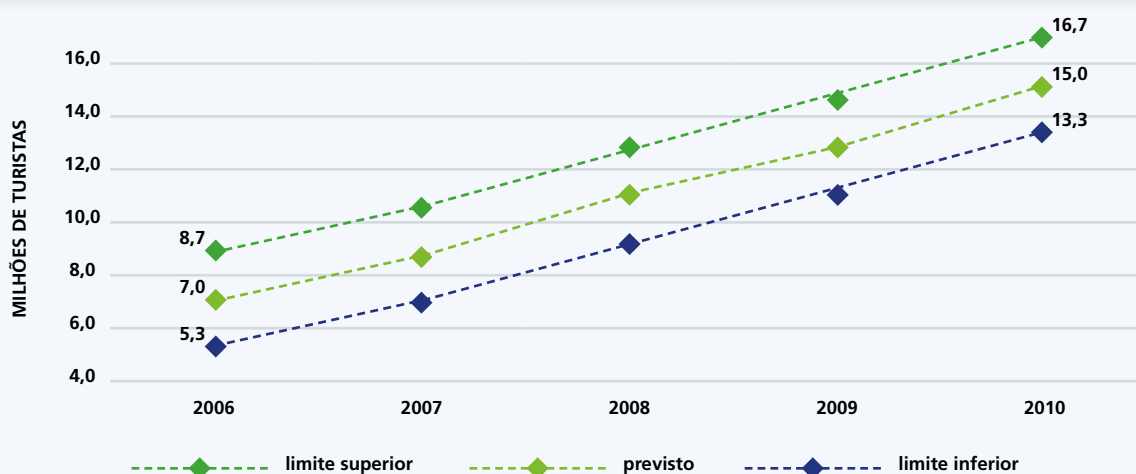


TABELA 14 – ENTRADA DE TURISTAS ESTRANGEIROS: CENÁRIO DESEJÁVEL (EM MILHÕES)

	2006	2007	2008	2009	2010
LIMITE SUPERIOR	8,7	10,5	12,6	14,5	16,7
VALOR PREVISTO	7,0	8,8	10,9	12,8	15,0
LIMITE INFERIOR	5,3	7,0	9,2	11,0	13,3

- **ENTRADA DE DIVISAS: CENÁRIO DESEJÁVEL**

A trajetória da receita de divisas é paralela, isto é, apresenta o mesmo crescimento, à entrada de turistas estrangeiros. Isso é resultado das hipóteses de gasto e período de estadias constantes dos turistas estrangeiros.

Os resultados encontrados nas simulações para as previsões da meta referente à entrada de

divisas nos anos de 2007 a 2010 são apresentados no Gráfico 12 e na Tabela 15. Pode-se concluir que, em média, a previsão será de 10,4 bilhões de dólares em entrada de divisas para 2007, chegando em 2010 ao valor de 17,8 bilhões de dólares. Em um cenário otimista, os valores poderão variar entre 12,4 bilhões de dólares em 2007 e 19,9 bilhões em 2010. A previsão para um cenário pessimista será 8,4 bilhões de dólares em 2007 e 15,8 bilhões em 2010.

GRÁFICO 12 – ENTRADA DE DIVISAS: CENÁRIO DESEJÁVEL

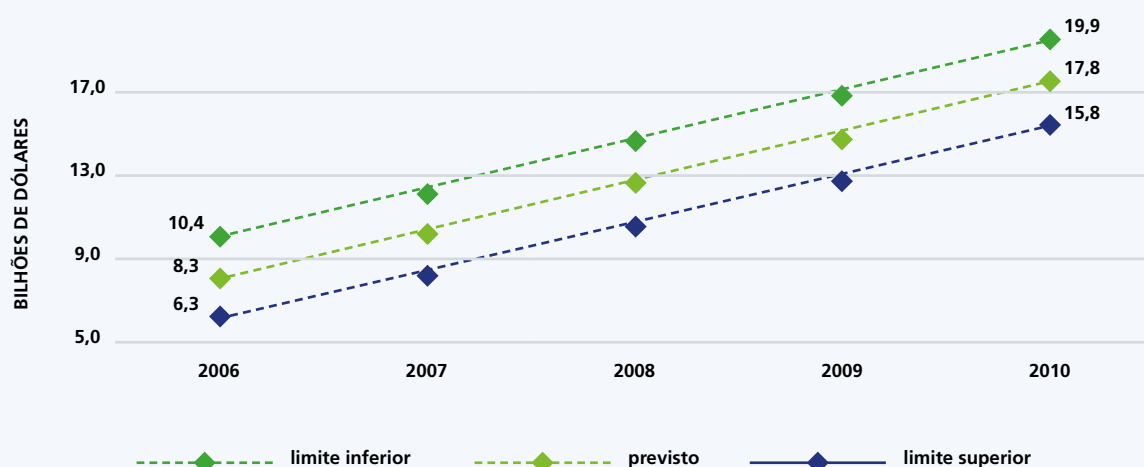


TABELA 15 – ENTRADA DE DIVISAS: CENÁRIO DESEJÁVEL (EM BILHÕES US\$)

	2006	2007	2008	2009	2010
LIMITE SUPERIOR	10,4	12,4	15,0	17,2	19,9
VALOR PREVISTO	8,3	10,4	13,0	15,2	17,8
LIMITE INFERIOR	6,3	8,4	10,9	13,1	15,8

• **DESEMBARQUES DOMÉSTICOS: CENÁRIO DESEJÁVEL**

Como se verificou anteriormente, no caso dos desembarques domésticos o incremento temporal seria sempre menor que o incremento do turismo estrangeiro. A razão novamente relaciona-se à menor influência do câmbio na explicação do turismo doméstico.

Os valores disponíveis na Tabela 16 e no Gráfico 13 referem-se aos valores obtidos nas simulações para a previsão da meta sobre os desembarques domésticos. Assim, pode-se inferir que, em média, a previsão é alcançar 53,9 milhões de desembarques domésticos em 2007, chegando em 2010 a um total de 77,3 milhões. Em um cenário

otimista, a previsão é 56,5 milhões de chegadas em 2007, alcançando em 2010 o número de 79,9 milhões de desembarques domésticos. Para um cenário pessimista, esses valores poderão chegar a 51,3 milhões em 2007 e 74,7 milhões em 2010.

Também para o cenário desejável cabe a observação relativa à aceleração que os desembarques domésticos têm apresentado, com um crescimento de 20% ao ano, indicando uma tendência que não pôde ser contemplada pelo modelo de previsão, pois representa uma mudança estrutural no mercado. Caso este crescimento se mantenha, os valores observados para 2007 e 2010 ficarão acima dos valores previstos pelo limite superior do modelo, também no cenário desejável.

GRÁFICO 13 – DESEMBARQUES DOMÉSTICOS: CENÁRIO DESEJÁVEL

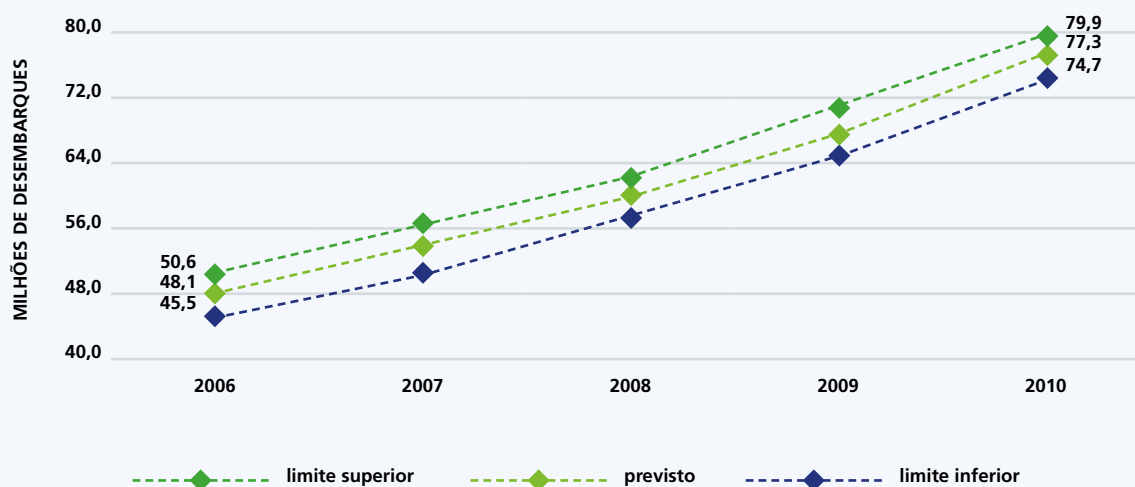


TABELA 16 – DESEMBARQUES DOMÉSTICOS: CENÁRIO DESEJÁVEL (EM MILHÕES)

	2006	2007	2008	2009	2010
LIMITE SUPERIOR	50,6	56,5	62,3	70,4	79,9
VALOR PREVISTO	48,1	53,9	59,7	67,8	77,3
LIMITE INFERIOR	45,5	51,3	57,1	65,2	74,7

2.2.3. COMPARAÇÕES ENTRE OS DOIS CENÁRIOS PARA O ORÇAMENTO DO MINISTÉRIO DO TURISMO

Os resultados acima denotam a sensibilidade do modelo ao orçamento público do turismo. Por exemplo, a geração de empregos e ocupações diretos previsto para atingir 492 mil em 2010 atingiria 603 mil (o que representa um acréscimo próximo de 25%), de acordo com a trajetória desejável dos gastos públicos. Semelhantemente, o aumento na entrada de turistas apresentaria um

incremento de 50%. Também substancial teria sido o incremento na receita de divisas em torno de 25% em relação ao comportamento previsto pelo modelo. Por fim, a meta desembarques domésticos também experimentaria um crescimento significativo de 22%. Pode-se afirmar, portanto, que a elevação do patamar do orçamento de turismo de 0,02% do PIB para 0,06% implicaria em uma multiplicação substancial de efeitos diretos e indiretos no setor de turismo, sem considerar os efeitos sobre os demais setores da economia.

**TABELA 17 – DESEMPENHO DAS METAS SOB CENÁRIOS ALTERNATIVOS (A E B)
DO CRESCIMENTO DO ORÇAMENTO DO MINISTÉRIO DO TURISMO**

METAS	UNIDADE	CENÁRIO	2006	2007	2008	2009	2010
EMPREGO DIRETO	MIL	A	294,8	359,7	438,0	518,7	602,9
EMPREGO DIRETO	MIL	B	294,8	344,9	400,2	449,0	491,9
ENTRADA TUR. INTERNACIONAL	MILHÕES	A	7,0	8,8	10,9	12,8	15,0
ENTRADA TUR. INTERNACIONAL	MILHÕES	B	7,0	8,4	10,0	11,0	12,2
ENTRADA DIVISAS	BILHÕES US\$	A	8,3	10,4	13,0	15,2	17,8
ENTRADA DIVISAS	BILHÕES US\$	B	5,7	6,4	7,6	8,3	9,2
DESEMB. DOMEST.	MILHÕES	A	48,1	53,9	59,7	67,8	77,3
DESEMB. DOMEST.	MILHÕES	B	48,1	51,7	54,6	58,8	63,2

Notas: A – cenário em que o orçamento do Ministério do Turismo cresce à taxa de 23% ao ano entre 2007 e 2010 / B – cenário em que o orçamento do Ministério do Turismo cresce à mesma taxa de crescimento do PIB entre 2007 e 2010.

II. 2.3

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivos principais prever as metas propostas no PNT para o período 2007 a 2010. As estimativas tiveram por base o modelo agregado de oferta e demanda por turismo para monitoramento das metas do PNT, cuja construção e descrição detalhada encontram-se no trabalho de Monitoramento do PNT realizado anteriormente.

As variáveis estruturais do modelo, representadas pela taxa de câmbio e crescimento econômico do País, foram previstas a partir de técnicas econométricas robustas, conforme explicado no texto. O orçamento do Ministério do Turismo foi atualizado para o ano de 2006, a partir de valores fornecidos pela direção do Ministério.

O investimento privado no turismo, outra variável básica da modelagem, foi determinado

pela variação do orçamento do Ministério do Turismo, sob a hipótese de complementaridade entre investimentos público e privado. O modelo agregado, alimentado por valores previstos das variáveis básicas, gera as simulações para cada meta prevista no PNT.

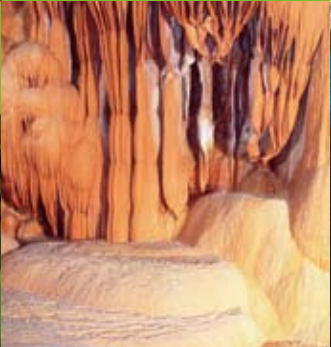
As previsões das metas para o período 2007 a 2010 revelam que o turismo possui grande potencial de expansão na economia e que poder gerar ampla externalidade positiva para a economia como um todo. Em particular, o turismo, por ser um setor intensivo em mão-de-obra, pode contribuir para geração e distribuição de renda e geração de emprego no País.

A evolução do crescimento do emprego no setor mostra um incremento de 5,85% entre 2003 e 2004, de acordo com os dados divulgados pela Relação Anual de Informações Sociais – RAIS, que foram reportados no Quadro 10 do Capítulo I deste documento. Para esse desempenho positivo, a criação do Ministério do Turismo teve papel fundamental. As ações de políticas públicas, específicas para o setor de turismo, foram essenciais para este bom desempenho.

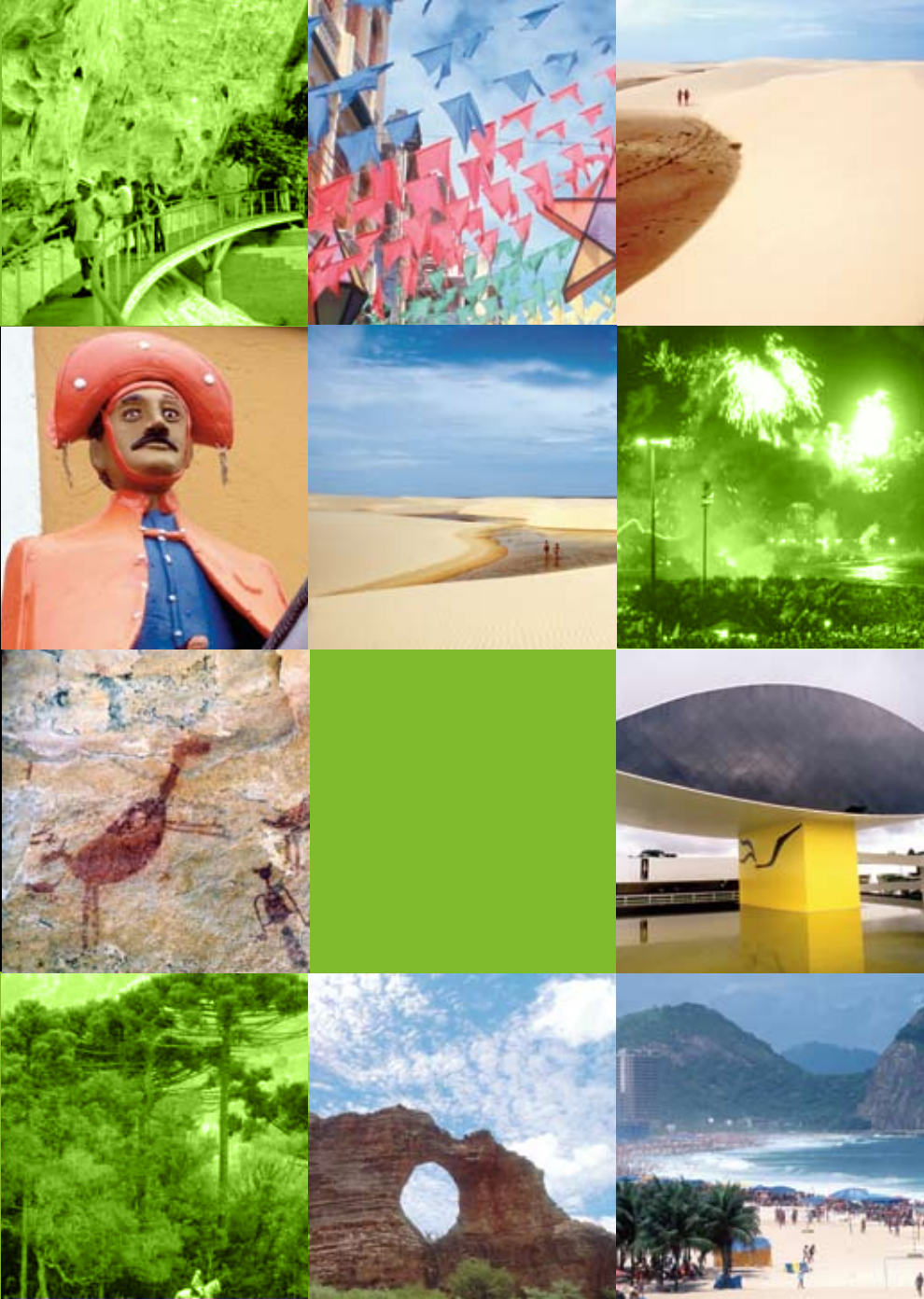
As previsões das metas sugerem que, em um cenário desejável, onde o orçamento do Ministério do Turismo cresce à taxa de 23% ao ano para atingir 2010 com uma participação no PIB próxima de 0,06%, nível médio observado em países de destaque no cenário turístico internacional, há espaço para grandes avanços no setor em termos de geração de renda e de empregos. Esses resultados

devem, portanto, ser utilizados para subsidiar demandas de aumentos na participação do orçamento do Ministério do Turismo no orçamento total da União.

Deve ser destacado que o turismo pode contribuir muito para o combate à pobreza e para a desconcentração da renda brasileira, reduzindo desigualdades. Isso corrobora a importância do setor estar entre as prioridades orçamentárias brasileiras, conforme destacado anteriormente. Este raciocínio, aliado ao conhecimento de que o Brasil está muito aquém de outros países mais desenvolvidos, onde o peso do turismo e dos gastos públicos com o setor são bem maiores, conduz a estimativas de crescimento significativo nos cenários traçados para as metas propostas no Plano Nacional de Turismo.



PROPOSTAS



CAPÍTULO III

O turismo é uma atividade que assume, a cada dia, um papel de maior importância no desenvolvimento do País, colocando-se como uma alternativa para a realização de um processo de desenvolvimento economicamente sustentável, ambientalmente harmônico e equilibrado, e socialmente incluyente.

Se bem gerida, a atividade possibilita a efetiva descentralização do desenvolvimento do País, e pode contribuir de maneira significativa para a redução das desigualdades regionais e sociais, para a geração e distribuição de renda, para a criação de postos de trabalhos e ocupação e também para a entrada de divisas.

Reconhecido atualmente com um dos setores socioeconômicos mais significativos do mundo, o turismo pode se constituir numa importante ferramenta para a realização dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio e principais medidas de direitos humanos associados, particularmente com relação a erradicação da extrema pobreza e a fome, a garantia da sustentabilidade ambiental e ao estabelecimento de uma parceria mundial para o desenvolvimento.

A política pública descentralizada para o turismo, conforme preconiza o Plano Nacional de Turismo – PNT 2003 / 2007, orientou a estruturação de ambientes de organização, a partir do núcleo estratégico, em nível superior, constituído pelo Ministério do Turismo, o Conselho Nacional de Turismo – CNT e as 10 Câmaras Temáticas, o Fórum Nacional de Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo – FORNATUR, os Fóruns ou Conselhos Estaduais de Turismo das 27 Unidades da Federação e Câmaras Temáticas Estaduais e as Agências Macrorregionais de Desenvolvimento do Turismo, constituindo o modelo de gestão institucional e empresarial para o turismo nacional.

Diversos programas e ações vêm sendo encaminhados, de forma articulada, no sentido de melhorar o desempenho da atividade no País. E há muito a ser feito para que o Brasil ocupe, efetivamente, o papel que lhe cabe no cenário turístico mundial, seja no desenvolvimento do turismo interno, seja no desenvolvimento do turismo internacional.

Para isto, é cada vez maior a necessidade de ampliar e consolidar as relações entre o Estado, o Setor Privado e a Sociedade Civil Organizada. Neste sentido, a elaboração deste documento referencial sobre o

Turismo no Brasil, com visão 2007 / 2010, a partir da iniciativa de setores empresariais que compartilham com o Governo uma dimensão institucional cooperada, ganha relevância no exercício de um novo paradigma de desenvolvimento para o turismo.

Deve-se buscar, por intermédio do turismo, contribuir para o desenvolvimento do País, gerando um amplo processo de mudanças que envolvem o cidadão, o Estado e o setor produtivo. Isto pressupõe a integração de soluções nos campos econômico, social, político, cultural e ambiental, com um comportamento e uma prática pautados por padrões éticos concretos e obediência aos princípios gerais contidos no Código Mundial da Ética no Turismo da Organização Mundial do Turismo (2000).

Assim, este terceiro capítulo do documento referencial sobre o Turismo no Brasil – 2007 / 2010 apresenta as propostas para desenvolvimento da atividade para os próximos anos, cobrindo um amplo leque de temas relacionados.

Os programas e ações em curso no Ministério do Turismo devem ter garantida a sua continuidade para a consolidação do processo que vem apresentando bons resultados, incorporando e tendo como foco as premissas e condicionantes referidos na construção e análise dos cenários.

Com base nos cenários projetados e no diagnóstico construído sobre os resultados da atividade nos últimos anos, e por meio de um amplo processo participativo, foi estruturado um conjunto de propostas para orientar a ação do poder público e da iniciativa privada nos próximos anos, ação esta que deve se dar por meio da gestão compartilhada, integrada e co-responsabilizada para a otimização dos resultados do setor.

Estas propostas, apresentadas a seguir, estão organizadas em Eixos Temáticos e Temas Associados, conforme o quadro a seguir, que devem ser tratados de forma integrada, tendo como referência os pressupostos básicos e os princípios orientadores relacionados à ética e à sustentabilidade econômica, social, ambiental, política e cultural.

QUADRO DE CLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS

EIXOS TEMÁTICOS	TEMAS ASSOCIADOS
PLANEJAMENTO DE GESTÃO	COORDENAÇÃO INSTITUCIONAL GESTÃO ARTICULAÇÃO DESCENTRALIZAÇÃO
ESTRUTURAÇÃO E DIVERSIFICAÇÃO DA OFERTA	REGIONALIZAÇÃO E ROTEIRIZAÇÃO SEGMENTAÇÃO PRODUÇÃO ASSOCIADA
FOMENTO	FUNDOS E LINHAS DE FINANCIAMENTO ACESSO AO CRÉDITO CAPTAÇÃO DE INVESTIMENTOS DESONERAÇÃO DA CADEIA PRODUTIVA
INFRA-ESTRUTURA	INFRA-ESTRUTURA BÁSICA INFRA-ESTRUTURA TURÍSTICA
PROMOÇÃO, <i>MARKETING</i> E APOIO À COMERCIALIZAÇÃO	<i>MARKETING</i> INSTITUCIONAL DEMANDA INTERNA DEMANDA EXTERNA
QUALIFICAÇÃO	MAPEAMENTO DAS NECESSIDADES EDUCAÇÃO FORMAL QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL E EMPRESARIAL CERTIFICAÇÃO
INFORMAÇÃO	GERAÇÃO DE DADOS DIVULGAÇÃO ESTUDOS ESTRATÉGICOS
LOGÍSTICA DE TRANSPORTES	LOGÍSTICA DE TRANSPORTES



PROPOSIÇÕES POR EIXOS TEMÁTICOS



EIXO TEMÁTICO - PLANEJAMENTO E GESTÃO

É fundamental garantir a continuidade e o avanço da Política Nacional de Turismo do Ministério do Turismo e da gestão descentralizada proposta pelo Plano Nacional de Turismo, buscando aprofundar e fortalecer a rede nacional do turismo com articulação institucionalizada, através do núcleo estratégico de gestão, integrado pelo Conselho Nacional de Turismo com suas Câmaras Temáticas, pelo Fórum Nacional de Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo, pelos Fóruns ou Conselhos Estaduais de Turismo instalados nas 27 Unidades da Federação e pelas Agências Macrorregionais de Desenvolvimento do Turismo.

Este aprofundamento deve buscar sempre a maior integração das discussões, deliberações e recomendações destes diversos fóruns e a interação das atividades das diferentes esferas de gestão pública de turismo no País, em conjunto com as instâncias estaduais, regionais, municipais e macrorregionais de turismo e, ainda, em estreita articulação com a iniciativa privada e o terceiro setor, através das suas legítimas e efetivas representações e participações nestes fóruns privilegiados.

Deve ser ampliada também a integração entre o Ministério do Turismo e os Ministérios afins, particularmente do Meio Ambiente, da Cultura e da Integração Nacional, bem como, dos respectivos instrumentos de gestão.

Também deve avançar, em todas as esferas de gestão e administração, o desenvolvimento e implementação dos mecanismos de acompanhamento e avaliação de desempenho da atividade turística; seja no âmbito da eficácia das ações específicas, deflagradas para alcançar os objetivos e metas propostas; seja com relação à efetividade dos resultados para o desenvolvimento do turismo, com sustentabilidade.

As ações e programas em curso devem ser continuados, complementados pelos desdobramentos que a experiência de três anos de implantação do Plano apontou e, pelas questões novas resultantes de aspectos relacionados ao desenvolvimento da atividade, que não estavam colocados até então.

A seguir são apresentadas as diversas propostas que devem ser encaminhadas, para fazer frente às questões colocadas no Eixo Temático Planejamento e Gestão, para a obtenção dos resultados pretendidos:

1.1.1. COORDENAÇÃO INSTITUCIONAL

- ▶ Manter o Ministério do Turismo, como prioridade de governo, com orçamento adequado para executar as atividades propostas.
- ▶ Promover a atualização do Plano Nacional de Turismo – PNT com definição de cenários e metas para o próximo PPA 2008 / 2011.
- ▶ Manter os atuais vetores de redução das desigualdades regionais e sociais, geração de distribuição de renda e geração de trabalho e ocupação, que norteiam o Plano Nacional de Turismo, bem como promover a discussão sobre modelos de desenvolvimento sustentável do turismo para o País.

- ▶ Adequar a estrutura do Ministério para atender às novas demandas do turismo nacional.

1.1.2. GESTÃO

- ▶ Fortalecer as parcerias público privadas no desenvolvimento do turismo, adequando as estruturas existentes para que possam operar com maior flexibilidade, facilitando a ação conjunta do Governo com a iniciativa privada.
- ▶ Ampliar a base de representatividade das entidades que constituem o Conselho Nacional de Turismo nas Unidades Federativas, através dos Fóruns / Conselhos Estaduais, e das instâncias regionais e macrorregionais em implantação.
- ▶ Revitalizar os Fóruns / Conselhos Estaduais, em parceria com o FORNATUR, com adequações institucionais, que facilitem uma maior participação do setor privado dos municípios e das instancias regionais / macrorregionais em implantação.
- ▶ Dar um caráter mais operacional as reuniões do Conselho Nacional de Turismo, Câmaras Temáticas e Fóruns / Conselhos Estaduais.
- ▶ Implementar o Sistema Integrado de Gestão do Turismo – SIGTUR, em âmbito nacional, disponibilizando, periodicamente, relatórios com avaliação de resultados e impactos no desenvolvimento da atividade, suas políticas e planos.
- ▶ Promover o mapeamento georeferenciado das ações do Plano Nacional de Turismo, integrando as realizações, os investimentos públicos e privados e os resultados nos estados, municípios e regiões turísticas.
- ▶ Garantir o enquadramento de uma ótica pré-negociada, entre o setor ambiental e empresarial, como um fator de recuperação, conservação ambiental e desenvolvimento sustentável.
- ▶ Estimular parcerias com empresas estatais e privadas nas campanhas de promoção turística.

- ▶ Atentar para que a comercialização de qualquer destino seja antecedida de sua estruturação quanto à cobertura e qualidade da gestão pública e dos serviços turísticos oferecidos, de forma a minimizar os impactos negativos da atividade.

1.1.3. ARTICULAÇÃO

- ▶ Intensificar a articulação / integração entre os agentes públicos e privados no âmbito federal, estadual e municipal, com o Ministério do Turismo, para fortalecimento do processo de descentralização nas decisões do turismo brasileiro, promovendo a otimização dos recursos e a eficácia das ações.
- ▶ Promover a integração interministerial, particularmente, com os Ministérios das Cidades (saneamento ambiental), dos Transportes (sistema viário), da Cultura (eventos), do Meio Ambiente, da Integração Nacional, da Defesa, bem como a integração intersetorial do turismo interno nos estados e municípios.
- ▶ Sensibilizar os Deputados Estaduais, as Bancadas Federais e o *trade* turístico, visando um melhor entendimento das demandas do setor para encaminhamento de soluções.
- ▶ Prosseguir na inserção ativa do Brasil nos fóruns do Mercosul e na Organização Mundial do Turismo e de Fronteiras.
- ▶ Promover a participação ativa do Ministério do Turismo nas negociações de liberalização de serviços turísticos da Organização Mundial do Comércio.
- ▶ Articular com o Ministério da Educação e Secretarias Estaduais de Educação a reorganização do calendário escolar, viabilizando a distribuição mais equilibrada das férias dos trabalhadores, estimulando o hábito de viajar fora da alta temporada.
- ▶ Intensificar a articulação com as Comissões de Turismo no Congresso Nacional, para aprovação da Lei Geral do Turismo, o encaminhamento, adequação e regulamentação de legislação de interesse da atividade turística e outros termos afins.
- ▶ Criar matriz de relacionamento dos *stakeholders*, por meio dos Fóruns de Gestão, Nacional, Estaduais, Regionais e Municipais, como resultado do Sistema Nacional de Gestão do Turismo, com foco no mercado, nos negócios e na sustentabilidade.
- ▶ Replicar modelos de práticas sustentáveis no turismo, a partir de ampla observação de locais selecionados.
- ▶ Implementar a Agenda Ambiental para o Turismo com o Plano de Ação Conjunta entre os Ministérios do Turismo e Meio Ambiente, para a inserção da dimensão ambiental nos processos de planejamento e gestão da atividade turística.
- ▶ Promover a articulação para a flexibilização da Lei de Reciprocidade com relação à emissão de vistos de turistas estrangeiros para o Brasil.
- ▶ Analisar a perspectiva de flexibilização da legislação aduaneira para os países sul-americanos, para facilitar a entrada em fronteiras terrestres.
- ▶ Mobilizar e sensibilizar parlamentares no sentido de considerar as especificidades do turismo nas Leis Trabalhistas.
- ▶ Promover, em parceria com entidades científicas e órgãos públicos competentes, a implementação de instrumentos de monitoramento e controle dos impactos ambientais decorrentes da atividade.
- ▶ Fortalecer e padronizar as rotinas de comunicação entre o Ministério do Turismo e o FORNATUR, com relação aos programas, ações e recursos de interesse dos estados.
- ▶ Priorizar a regulamentação de mecanismos de incentivos financeiros e fiscais ao turismo.

- ▶ Utilizar recursos orçamentários de parcerias, formalizadas por meio de convênios, mediante a aplicação de contrapartida em programas de Combate à Exploração Infanto-juvenil.

1.1.4. DESCENTRALIZAÇÃO

- ▶ Reconhecer o Programa de Regionalização / Roteiros do Brasil e a sua estratégia de ordenamento territorial, e estruturação das regiões e segmentos turísticos, como princípio orientador para priorizar ações e alocar recursos orçamentários e de emendas, nos demais programas e ações do Ministério do Turismo e dos parceiros.
- ▶ Consolidar as instâncias regionais e macrorregionais de turismo, transformando-as em organizações representativas do turismo regional.
- ▶ Elaborar plano estratégico setorial para o desenvolvimento do turismo nas Macrorregiões, no conceito da gestão compartilhada.
- ▶ Fortalecer o FORNATUR como instrumento de apoio na implantação da política de descentralização do turismo, na revitalização dos Fóruns / Conselhos Estaduais e Agências Microrregionais.
- ▶ Utilizar para as ações dos PRODETUR, as instâncias de turismo já existentes nos estados, envolvendo as câmaras temáticas específicas.
- ▶ Rever os procedimentos de repasse de recursos do OGU para estados e municípios, aprimorando os critérios estabelecidos.
- ▶ Fomentar o planejamento turístico junto aos estados e instâncias de governança regionais, estimulando a adoção de padrões básicos de Planos Diretores de Turismo em consonância com os instrumentos de planejamento ambiental.
- ▶ Implementar o SIGTUR descentralizado e uma Rede de Monitoramento do PNT, integrado com os Planos e Políticas Estaduais de Turismo, para avaliação dos resultados nas diversas Unidades da Federação, nas regiões turísticas e nos municípios.
- ▶ Fortalecer a descentralização do turismo no desenvolvimento das regiões brasileiras, investindo nos territórios do interior do País, de forma a melhorar a qualidade de vida das populações, potencializar cidades turísticas e facilitar o crescimento de fluxo de visitantes.
- ▶ Descentralizar para estados e municípios, se for o caso, a responsabilidade da captação dos recursos e da execução nos programas com financiamento externo, cabendo ao Ministério do Turismo a orientação técnica na formatação dos programas, os trâmites para contratação das operações de crédito e o aporte de recursos federais, a título de composição da contrapartida financeira local.
- ▶ Considerar, para o desenvolvimento dos destinos turísticos, os resultados dos estudos do turismo sustentável e alívio à pobreza, bem como as experiências dos programas e o marco conceitual dos PRODETUR.
- ▶ Aprimorar a descentralização de recursos aos estados, contemplando além das áreas de promoção nacional e internacional, as de infra-estrutura e qualificação profissional e empresarial.

Apesar das dificuldades e obstáculos para aplicar, operacionalizar e dar continuidade aos instrumentos relativos à estruturação e diversificação dos territórios, regiões e roteiros turísticos, entende-se que ao projetar os efeitos do turismo para 2007 e 2010 é imperativo levar em consideração a vocação dos destinos turísticos, segundo suas regiões, diversificando a oferta turística por segmento.

Aumentar e diversificar os produtos turísticos de qualidade, contemplando a pluralidade cultural, a riqueza natural e as diferenças regionais, incentivar a estratégia de segmentação, promover a organização de roteiros, integrar e apoiar a promoção e a comercialização com competitividade e inclusão, devem ser os princípios orientadores do planejamento da base territorial, de modo a permitir a elaboração de planos e ações que, efetivamente promovam a consolidação de produtos turísticos de relevância, para o mercado nacional e externo, considerando as peculiaridades e especificidades de cada região turística.

O Ministério do Turismo já apresentou o mapeamento das regiões turísticas do País e, deve avançar e buscar a organização de diversos roteiros integrados, numa gestão compartilhada de todos os agentes públicos e privados envolvidos na sua realização, de modo que possam ser colocados no mercado, produtos novos, diversificados e com qualidade.

No âmbito da estruturação e diversificação dos produtos turísticos devem ser consideradas, ainda, a perspectiva da integração da cadeia produtiva e a importância da produção associada ao turismo. Estes dois temas estão intimamente relacionados ao desenvolvimento local integrado, potencializando de forma positiva os impactos da atividade nos ambientes onde ela se implanta e possibilitando a inclusão de territórios com suas

características específicas de produção e cultura, nos processos regionais de desenvolvimento relacionados ao turismo. Esta integração propicia agregar valor às produções locais com repercussão positiva nos arranjos produtivos locais.

Deve ser garantida a continuidade e o aprofundamento do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, como referencial da base territorial para as ações e programas do Ministério do Turismo. A estruturação da oferta turística deve ser promovida com base nas proposições a seguir:

1.2.1. REGIONALIZAÇÃO E ROTEIRIZAÇÃO

- ▶ Consolidar o Programa de Regionalização do Turismo, com informações e dados sobre as demandas e carências regionais para a qualificação dos produtos como referência para as ações das diversas esferas de gestão pública e privada.
- ▶ Promover a requalificação de produtos, roteiros e destinos turísticos, com base em parâmetros e critérios ambientais, a fim de garantir a sustentabilidade, a qualidade e a competitividade.
- ▶ Priorizar para estruturação, os roteiros com potencial para comercialização nos mercados nacional e internacional identificados por estudos de demanda.
- ▶ Definir no âmbito dos roteiros, produtos e serviços turísticos complementares, respeitando as vocações e os diferenciais locais característicos de cada um.
- ▶ Promover a competitividade e sustentabilidade do turismo por meio da ação planejadora efetiva, buscando a inclusão dos diferentes atores sociais no processo de planejamento.

1.2.2. SEGMENTAÇÃO

- ▶ Identificar os segmentos e as atividades envolvidas com a cadeia produtiva do turismo nas regiões turísticas mapeadas.
- ▶ Elaborar metodologia para desenvolver os segmentos do turismo eqüestre, observação de aves, pesca, dentre outros.
- ▶ Identificar destinos referenciais nas diversas atividades como cavalgada, histórico / cultural, pedagógico, caminhada, agroturismo, etc. realizando a qualificação específica de guias, condutores, multiplicadores, e empreendedores, dentre outros.
- ▶ Identificar o papel e a forma de participação do segmento de turismo rural nos roteiros que se apresentam a cada ano no Salão do Turismo.
- ▶ Inserir o conceito e o entendimento das atividades de entretenimento e animação turística como um dos principais eixos de intervenção de crescente importância no turismo doméstico e internacional.
- ▶ Criar um programa integrado de desenvolvimento do segmento do turismo de negócios, eventos e incentivos.
- ▶ Apoiar e fomentar a requalificação da produção associada ao turismo, especialmente o artesanato, criando mecanismos para promover o manejo ambiental adequado dos recursos naturais utilizados.
- ▶ Apoiar a implementação do uso público nas Unidades de Conservação Ambiental ampliando a oferta do segmento do ecoturismo, através de parcerias público privadas.
- ▶ Promover o desenvolvimento de parques temáticos e atrações turísticas como âncora para o crescimento do turismo familiar.

1.2.3. PRODUÇÃO ASSOCIADA

- ▶ Apoiar o desenvolvimento das comunidades locais, dinamizando e realizando articulações

intersectoriais para a geração de renda e trabalho com a distribuição dos benefícios do crescimento econômico gerado pelo turismo, integrando a cadeia produtiva e ampliando os produtos associados trabalhados.

- ▶ Criar mecanismos condicionantes para a inclusão das comunidades locais como mão-de-obra ou fornecedora de produtos e serviços para os empreendimentos turísticos com investimentos impactantes no desenvolvimento socioeconômico local.
- ▶ Pesquisar a variedade e a diversificação da fruticultura tropical do Brasil, para agregar valor econômico à gastronomia, no foco do patrimônio cultural.
- ▶ Fortalecer os roteiros turísticos através da agregação de valor das várias formas de produção caracterizando os territórios pelas suas especificidades, como produtores ou como destinos turísticos (artesanato, agroturismo, festas populares, gemas e jóias, vestuário, moda, etc.).
- ▶ Incentivar a implementação de planos de desenvolvimento, com agenda de ações hierarquizadas e pactuadas em Arranjos Produtivos Locais - APLs com gestão cooperada e compartilhada entre o setor público e privado.
- ▶ Desenvolver programa contínuo de fomento à produção associada ao turismo, em seus diversos segmentos econômicos para a agregação de valor a oferta turística.
- ▶ Criar programa de apoio ao desenvolvimento de fornecedores para a cadeia produtiva do turismo.
- ▶ Criar mecanismos que permitam aos turistas nacionais e internacionais o entendimento da gastronomia brasileira como elemento do patrimônio cultural, constituindo um diferencial de competitividade.

O processo de desenvolvimento sustentável nas sociedades modernas está vinculado à disponibilidade e acessibilidade ao crédito, para expansão dos negócios e empreendimentos públicos e privados que realizam as atividades de produção de cada setor econômico.

Neste sentido, faz-se imprescindível a disponibilidade de crédito em quantidade e em condições cada vez mais adequadas aos micros, pequenos, médios e grandes negócios e empreendimentos do turismo.

É necessário continuar a flexibilizar os instrumentos e as condições de concessão de crédito e financiamento, de modo a permitir que os agentes operadores, enfim os empresários do setor do turismo, possam efetivamente, acessar os recursos disponibilizados nas Instituições Financeiras.

É de fundamental importância a recuperação da imagem do turismo no sistema financeiro nacional de modo a que os projetos nesta área possam ser analisados pelas instituições num ambiente de confiança, onde as exigências impostas pelas instituições sejam proporcionais ao verdadeiro risco das operações. Assim, as instituições financeiras realmente poderão apoiar o crescimento e o melhor desempenho do setor e, conseqüentemente, a geração de emprego e renda no País.

No fomento, o incremento das parcerias reais através dos agentes federais para promover a correta e ampla divulgação das condições dos serviços financeiros e do crédito, estimulando e direcionando formas inovadoras de acesso ao financiamento com apoio da estrutura financeira oficial para os investimentos no setor e suas operações, constituem a base referencial para o desenvolvimento da atividade.

Além da reativação e início da operação do FUNGETUR pelo Ministério do Turismo, as ações em curso devem continuar com a base de seu

trabalho, aprofundando o relacionamento com as instituições financeiras oficiais e com o sistema financeiro nacional.

O fomento é diagnosticado como um dos eixos temáticos desafiadores no que se refere a um entendimento entre empresários e o sistema financeiro, ensejando um conjunto diversificado de propostas para a solução dos gargalos hoje existentes, conforme apresentado a seguir:

1.3.1. FUNDOS E LINHAS DE FINANCIAMENTOS

- ▶ Dar continuidade a identificação e implantação de linhas específicas de financiamento para os diversos tipos, tamanhos, categorias de atividades e equipamentos do setor de turismo.
- ▶ Apoiar a realização de um diagnóstico de risco dos diferentes segmentos do setor com as entidades financeiras.
- ▶ Apoiar o desenvolvimento de programas de crédito e microcrédito específicos para o setor.
- ▶ Criar linhas de crédito e financiamento para as agências de receptivo, especialmente para capital de giro (baixa temporada), para promoção e *marketing*, compra de equipamentos (computadores) e demais demandas do receptivo.
- ▶ Expandir as linhas de financiamento ao consumidor final visando fortalecer o mercado interno e facilitar as viagens no território brasileiro.
- ▶ Adequar linhas de crédito para profissionais de turismo como meio de fortalecer as ações de apoio ao turismo.
- ▶ Desenvolver mecanismos que facilitem o financiamento de projetos de turismo de base comunitária em regiões carentes, mas de grande potencial natural e cultural.

- ▶ Criar mecanismos de incentivos aos empreendimentos turísticos sustentáveis que promovam a conservação ambiental, por meio da adoção de tecnologias limpas, de energias renováveis e da recuperação de áreas degradadas de interesse turístico com financiamento, crédito, incentivos fiscais e assistência técnica.
- ▶ Estudar a viabilidade de criação de uma agência de fomento ao turismo, com a instituição de fundo específico para a atividade.

1.3.2. ACESSO AO CRÉDITO

- ▶ Fomentar a implantação de empreendimentos de micro e pequeno portes e incentivar a pequena e média empresa facilitando o acesso ao crédito.
- ▶ Disponibilizar informação permanente e atualizada sobre financiamentos no turismo, linhas de crédito para o desenvolvimento do setor, detalhes de condições de projetos, de carta-consulta, bem como sobre casos e experiências de sucesso.
- ▶ Levantar e disponibilizar informações sobre oportunidades de investimentos em turismo e linhas de financiamentos existentes nas regiões.
- ▶ Incentivar a criação de setores específicos de turismo nos bancos oficiais.
- ▶ Facilitar o acesso ao crédito para meios de hospedagem alternativos, por meio de programas de fomento, visando a prática do turismo jovem e social.
- ▶ Promover parcerias com a iniciativa privada para melhoria de equipamentos existentes ou implantação de novos equipamentos turísticos, por meio do FUNGETUR, dos Fundos Constitucionais e outras fontes.
- ▶ Promover a redução de custos praticados por instituições financeiras em suas linhas de desconto de recebíveis, objetivando desonerar viagens no território brasileiro.

1.3.3. CAPTAÇÃO DE INVESTIMENTOS

- ▶ Estabelecer *funding* para operações de longo prazo.
- ▶ Atuar na prospecção de recursos para financiamento de longo prazo para novos empreendimentos de hospedagem, eventos, entretenimento e lazer.
- ▶ Criar uma bolsa permanente de captação de investidores turísticos, nacionais e internacionais, articulados com as instâncias de governança regionais dos roteiros turísticos prioritários.
- ▶ Apoiar investidores interessados em desenvolver projetos localizados em regiões ainda não desenvolvidas, com potencial turístico.

1.3.4. DESONERAÇÃO DA CADEIA PRODUTIVA

- ▶ Enfatizar os programas de desoneração da cadeia produtiva do turismo tornando a atividade mais acessível ao mercado interno e com maior competitividade.
- ▶ Desonerar os equipamentos importados, sem similar nacional.
- ▶ Adotar classificação de bens de capital para equipamentos ora considerados bens de consumo.
- ▶ Apoiar estudos que visem criar mecanismo de redução de custos em operações financeiras no mercado nacional e na comercialização do receptivo internacional.
- ▶ Regular os instrumentos que isentam a promoção dos serviços e produtos turísticos no mercado internacional.

Desenvolver o turismo nas regiões onde exista oferta ou demanda turística pressupõe prover os municípios de infra-estrutura adequada para a expansão da atividade e melhoria dos produtos e serviços ofertados. Esta é uma condição fundamental para a qualidade dos produtos turísticos, tão importante quanto a qualidade dos serviços prestados pela iniciativa privada.

A execução de projetos de interesse e relevância para a melhoria dos destinos turísticos só será viabilizada com investimentos em infra-estrutura básica e infra-estrutura turística propriamente dita.

A infra-estrutura básica demanda uma escala de recursos de grande monta, sendo estes gerenciados por setores públicos não ligados diretamente ao turismo. Neste sentido, além dos financiamentos da PRODETUR, é de fundamental importância uma ação interministerial priorizando as infra-estruturas básicas demandadas pelo setor do turismo, tanto no âmbito federal, quanto regional, tendo como foco as regiões turísticas priorizadas, de modo a se colocar estas regiões nos mercados, com qualidade.

Esta ação intersetorial deve ser replicada nos estados e nos municípios, buscando colocar as prioridades da atividade turística com relação à infra-estrutura básica na pauta das prioridades dos diversos setores governamentais.

No que se refere à infra-estrutura turística propriamente dita, o Ministério do Turismo, de forma complementar a alocação de recursos de outros setores, implementa ações em atendimento as demandas relativas a: adequação de edifícios com valor histórico e cultural para utilização turística; implantação de centros de informações turísticas; sinalização turística padrão; equipamentos da infra-estrutura urbana; saneamento ambiental; marinas e portos náuticos; reurbanização e infra-estrutura

básica de orlas marítimas e fluviais; acessibilidade ferroviária e rodoviária; centros de eventos; parque de exposições e feiras; parques públicos; terminais de turismo social e de lazer; terminais marítimos, fluviais, rodoviários e ferroviários; casas e centros de cultura, museus, escolas e centros de formação e qualificação para a hotelaria, gastronomia e a hospitalidade.

Como parte significativa dos recursos que viabilizam estas infra-estruturas provém de emendas orçamentárias, é fundamental a realização de um trabalho junto aos parlamentares, para que seus pleitos priorizem os programas do Plano Nacional do Turismo, em execução nas diversas esferas de governo e nas regiões turísticas priorizadas pelos Fóruns / Conselhos Regionais e Estaduais, de acordo com o Programa de Regionalização do Turismo.

As parcerias público privadas devem ser também consideradas como uma das alternativas para alavancar a implantação e manutenção de infra-estruturas nas regiões turísticas.

Estas ações devem ser orientadas por um trabalho de identificação e quantificação das necessidades de infra-estrutura, de modo a oferecer soluções que garantam a melhoria na capacidade, segurança e qualidade de atendimento ao turista, e, ao mesmo tempo, melhorar a qualidade de vida nas cidades turísticas, criar condições para implantação de equipamentos, facilitar o acesso do fluxo de turistas e equilibrar o desenvolvimento das regiões brasileiras.

As ações em curso devem ser continuadas. Estrategicamente, as regiões devem ser preparadas para receber os investimentos, como forma de ampliar resultados e minimizar os impactos negativos.

Para a infra-estrutura, tanto a básica como a turística propriamente dita, são propostas diversas ações conforme detalhamento a seguir:

1.4.1. INFRA-ESTRUTURA BÁSICA

- ▶ Identificar e quantificar as necessidades de infra-estrutura nos principais roteiros turísticos, de acordo com o Plano Nacional de Turismo.
- ▶ Articular ações interministeriais para implantação de infra-estrutura básica nas regiões prioritárias para o turismo, de acordo com a demanda identificada.
- ▶ Apoiar os investimentos institucionais em segurança pública, voltados para o atendimento ao turista, com mecanismos de inteligência, que associem formas de consulta em banco de dados integrado entre os gestores do turismo e da segurança pública, nos níveis federal, estadual e municipal.
- ▶ Priorizar os investimentos públicos em projetos que garantam, nos destinos turísticos prioritários, a implementação de infra-estrutura para o saneamento – água, lixo e esgoto.
- ▶ Preparar a infra-estrutura básica para atender pessoas portadoras de deficiência.

1.4.2. INFRA-ESTRUTURA TURÍSTICA

- ▶ Desenvolver ações de conservação dos atrativos turísticos, criando condições para implantação e manutenção dos equipamentos turísticos.
- ▶ Apoiar a recuperação do patrimônio natural e as intervenções em sítios históricos, ambientais, arqueológicos, geológicos, etc., visando a ampliação e a qualificação da oferta turística.
- ▶ Fomentar investimentos em infra-estrutura turística por meio de parcerias público privadas, para empreendimentos turísticos relevantes.
- ▶ Fiscalizar a aplicação e o cumprimento da legislação que dispõe sobre a acessibilidade para os portadores de necessidades especiais nos empreendimentos turísticos.
- ▶ Adequar a infra-estrutura turística para atender pessoas portadoras de deficiência.
- ▶ Implantar, através de parcerias público privadas, equipamentos e serviços turísticos para usos públicos nos parques, como forma de garantir a sua sustentabilidade.

III. 1.5

EIXO TEMÁTICO – PROMOÇÃO, MARKETING E APOIO À COMERCIALIZAÇÃO

A promoção do turismo brasileiro deve ter como conceito estratégico a diversificação da imagem do País, tanto para o mercado interno como para o mercado externo. As ações de promoção e *marketing*, com base na Marca Brasil, devem consolidar a imagem de um país moderno, com credibilidade, alegre, jovem, hospitaleiro, capaz de proporcionar lazer de qualidade, novas experiências aos visitantes, realização de negócios, eventos e incentivos, tornando-o competitivo internacionalmente. Deve ter como essência a qualidade e a diversidade da produção cultural brasileira, além da diversidade étnica, social

e natural, para a difusão e promoção de um turismo seguro, qualificado e sustentável.

No mercado interno deve buscar, fundamentalmente, o aumento de viagens com a inserção de novos grupos de consumidores até então excluídos deste tipo de consumo, seja através de propostas de programas sociais, seja derrubando o mito de que o turismo é uma categoria de consumo exclusiva das elites nacionais e estrangeiras. Deve se concentrar na possibilidade de realização de experiências positivas de conhecimento, integração e valorização das riquezas culturais e naturais do País.

O Plano de *Marketing* Turístico Nacional – Plano Cores do Brasil e o Plano de *Marketing* Internacional – Plano Aquarela, constituem as referências para a realização de campanhas de promoção do turismo no mercado nacional e internacional, respectivamente.

É necessário manter a política de priorização de recursos do Ministério do Turismo para a promoção do turismo no mercado nacional e internacional, que aumentou significativamente nos últimos três anos, quando foram aplicados recursos da ordem de R\$ 321,9 milhões.

Além disso, devem ser viabilizados mecanismos de parceria público privada, em consonância com uma tendência mundial no desenvolvimento do turismo, principalmente no tangente à promoção.

É importante que as ações de promoção internacional em curso sejam continuadas, particularmente no que se refere: à ampliação de escritórios EBT na Europa para mercados com grande potencial de emissão de turistas ao Brasil, ao projeto Caravana Brasil, aos *Bureaux* de Comercialização, ao Programa Excelência em Turismo, ao Treinamento de Agentes de Viagens *on line*, aos Eventos e Feiras Promocionais, ao Turismo de Negócios e ao Turismo de Eventos, que têm apresentado bons resultados.

Por sua vez, as ações de promoção no mercado nacional devem trabalhar no foco da identificação dos principais centros emissores internos e dos públicos alvos respectivos, e também buscando incluir o turismo na pauta de consumo dos brasileiros, expandindo este mercado a parcelas da população até então excluídas.

O conjunto de ações de promoção deve buscar a realização das propostas apresentadas abaixo.

1.5.1. MARKETING INSTITUCIONAL

- ▶ Fortalecer a Marca Brasil.
- ▶ Priorizar, para promoção, os destinos turísticos com infra-estrutura adequada para o receptivo turístico e com capacidade de

planejamento e gestão ambiental, evitando a degradação dos locais.

- ▶ Contemplar, no Orçamento Geral da União – OGU, as recomendações da Organização Mundial do Turismo quanto à destinação de 2% do PIB do setor turismo, para investimentos em *marketing* e promoção.
- ▶ Instituir mecanismos para prover a qualidade e a comercialização dos produtos turísticos das regiões brasileiras nos mercados nacional e internacional.
- ▶ Considerar as principais tendências do mercado mundial de turismo incentivando os segmentos de turismo familiar, entretenimento e animação turística, junto aos agentes operadores e empresários.
- ▶ Promover e divulgar os produtos turísticos salientando os atributos de singularidade.
- ▶ Expandir o calendário de participações em feiras e eventos para possibilitar a ampliação dos canais de distribuição e fomento aos negócios.
- ▶ Instruir, padronizar e orientar a produção do material promocional produzido pelos destinos turísticos, criando uma central de distribuição e controle desse material.
- ▶ Ampliar, diversificar e disponibilizar Banco de Imagens e conteúdo, abrangendo os roteiros, destinos e produtos turísticos prioritários e a produção associada.
- ▶ Implementar o Portal Brasileiro de Turismo como vetor prioritário de promoção turística do Brasil no mercado internacional e consolidá-lo como mecanismo de apoio ao processo de comercialização.
- ▶ Criar o kit completo de material promocional do Brasil para o mercado nacional e internacional (filmes, *folders*, cartazes, etc.).
- ▶ Promover os diferentes roteiros turísticos brasileiros, considerando a sustentabilidade ambiental, econômica e sociocultural e valorizando a diversidade cultural e regional.
- ▶ Incentivar o *marketing* responsável na promoção e comercialização a fim de agregar valor aos produtos e roteiros turísticos, estimulando a sustentabilidade ambiental nos destinos turísticos

e promovendo a consciência ambiental por meio da atividade turística.

- ▶ Considerar o turismo de negócios como atividade indutora de desenvolvimento nacional, através da participação em feiras comerciais no exterior, incrementando os investimentos produtivos no País e as exportações brasileiras.
- ▶ Intensificar o programa de captação de eventos internacionais, melhorando ainda mais a posição do Brasil no cenário internacional.
- ▶ Estruturar e consolidar o calendário de eventos turísticos de interesse nacional, regional e estadual.
- ▶ Dar continuidade e fortalecer a participação do Brasil no Fórum Mundial de Turismo para Paz e Desenvolvimento Sustentável e no Movimento Brasil de Turismo e Cultura.
- ▶ Intensificar a promoção e apoio à comercialização dos segmentos em parceria com os *bureaux* no mercado externo.
- ▶ Divulgar a cultura e a arte brasileira, através da música e do artesanato nas vitrines dos stands, por ocasião dos eventos com participação do Ministério do Turismo.

1.5.2. DEMANDA INTERNA

- ▶ Implantar o Plano de *Marketing* Turístico Nacional – Plano Cores do Brasil.
- ▶ Institucionalizar e fortalecer o Salão do Turismo – Roteiros do Brasil como vitrine do Turismo brasileiro, como canal de informação e conhecimento, e instrumento de aproximação da oferta e demanda.
- ▶ Apoiar a realização de Salão de Turismo nos estados.
- ▶ Implementar o Programa Vai Brasil e outros projetos que levem a redução de preços para público final, aumentando o número de viajantes e a ocupação hoteleira.
- ▶ Criar um programa de fomento ao turismo de eventos.
- ▶ Utilizar os roteiros e segmentos propostos no Programa de Regionalização como prioritários

na estratégia de promoção e comercialização do produto turístico brasileiro.

- ▶ Fortalecer o Turismo Social no Brasil como forma de beneficiar o trabalhador brasileiro e diminuir a ociosidade da rede hoteleira nacional, através da utilização dos equipamentos e serviços turísticos, na alta e baixa temporada.
- ▶ Realizar campanha para incentivo do turismo jovem e do turismo familiar.
- ▶ Incentivar o turismo de curta distância com viagens de curta duração, principalmente rodoviário, na baixa temporada.
- ▶ Elaborar o calendário para divulgação do turismo interno e estabelecer critérios de participação do Ministério do Turismo em eventos, com ênfase nas regiões priorizadas pelo Programa de Regionalização e segmentos turísticos envolvidos.
- ▶ Inserir a produção associada ao turismo no desenvolvimento de campanhas, materiais de promoção, *folders*, vídeos, etc., como forma de agregar atributos de valor aos cenários turísticos.
- ▶ Estimular a valorização da produção local como atributo de diferenciação e de reconhecimento em campanhas, materiais impressos e audiovisuais.
- ▶ Promover os parques temáticos e atrações turísticas como estímulo ao turismo familiar.
- ▶ Estabelecer programa de promoção conjunta com as Agências de Desenvolvimento das Macrorregiões.

1.5.3. DEMANDA EXTERNA

- ▶ Dar continuidade às ações propostas pelo Plano de *Marketing* Turístico Internacional – Plano Aquarela, criando mecanismos que garantam a permanência das campanhas publicitárias e ações promocionais nos mercados prioritários definidos no Plano.
- ▶ Aumentar a articulação das ações do Ministério do Turismo através da EMBRATUR com ações de promoção desenvolvidas pelos estados brasileiros e empresas do setor.
- ▶ Intensificar a promoção e comercialização dos *resorts* no mercado externo.

- ▶ Intensificar as campanhas de divulgação do turismo na mídia, produzindo material promocional de apoio e disponibilizando na internet, nas embaixadas do Brasil no exterior, nas companhias aéreas, nas agências de viagens e nos escritórios de representação, entre outros.
- ▶ Consolidar o novo modelo de funcionamento dos escritórios no exterior, aumentando sua atuação para novos mercados prioritários e inseri-los no processo de implantação do modelo de inteligência comercial.
- ▶ Consolidar o *mailing* de operadores e agentes de viagens que comercializam o Brasil, mantendo contato *on line* e envio de informações que facilitem o processo de comercialização, através do Brasiltour e Brasil Network.
- ▶ Promover os parques temáticos brasileiros, como grande fator de diferenciação do turismo familiar no MERCOSUL.

III. 1.6

EIXO TEMÁTICO – QUALIFICAÇÃO

A qualidade dos produtos turísticos está intrinsecamente associada à qualificação dos serviços prestados e, mais do que uma vantagem competitiva, esta qualificação se constitui num pressuposto fundamental para o sucesso dos destinos.

Neste sentido, deve se buscar a efetiva implementação de uma política de capacitação e qualificação, que oriente as instituições responsáveis pelo financiamento, formulação e oferta de cursos para os diversos setores que integram a cadeia produtiva do turismo, nos seus diversos níveis, desde a formação gerencial até os níveis operacionais.

Este trabalho deve ter como ponto de partida a realização de um levantamento do mercado de trabalho em turismo, com relação à demanda, a oferta atual e a oferta futura, os diversos níveis de formação, os períodos para atingir as metas ou demandas de mercado, a localização geográfica dos centros de formação e demais instituições que atuam no setor. Este mapeamento deve buscar identificar toda a cadeia produtiva

Com base neste mapeamento, a qualificação profissional deve ser coordenada pelo Ministério do Turismo, ampliando a articulação com as instituições que atuam na área, de modo

a viabilizar uma efetiva disseminação em rede, sendo ainda acompanhada pelas entidades e associações representativas das categorias de atividades objeto das respectivas qualificações.

O processo de qualificação deve ampliar, também, a utilização das ferramentas de ensino a distância (*e-learning*) e a utilização de metodologias voltadas para formação de instrutores / orientadores de aprendizagem no local de trabalho.

Estas ações devem ser acompanhadas de um processo de monitoramento dos resultados, seja no sentido da avaliação do número de pessoas qualificadas, nos diversos níveis e segmentos, seja na efetiva mensuração dos resultados alcançados pela qualificação. Deve ser avaliada, também, a valorização do profissional qualificado, pelo mercado, tanto dos que já estão empregados, quanto na absorção daqueles que ainda não integram o setor.

A qualificação dos serviços turísticos deve ser promovida também pelo controle de qualidade, através da classificação, fiscalização e cadastro dos serviços, e pela definição, divulgação e adoção de mecanismos de certificação de qualidade, com o estabelecimento de parâmetros referenciais para estes serviços.

É de fundamental importância, também, a execução de ações educativas na área de turismo que venham enforçar o combate à exploração comercial sexual de crianças e adolescentes, a necessidade da higiene urbana e, no âmbito dos atrativos turísticos, a proteção e conservação de patrimônio histórico e natural, a promoção e valorização das manifestações artísticas e culturais como patrimônio das populações locais e a hospitalidade e acolhida ao turista.

Os programas e ações em curso na área de qualificação profissional e empresarial, certificação, classificação, fiscalização e sensibilização devem ser continuados e aprofundados, com avaliação dos seus resultados nos próximos anos, sendo também orientados de acordo com as propostas a seguir:

1.6.1. MAPEAMENTO DAS NECESSIDADES

- ▶ Identificar as necessidades das regiões e estados, de forma a orientar o desenvolvimento e implantação de programas de qualificação de recursos humanos para o turismo, com base em uma política pública, comum a todos os ministérios financiadores, principalmente com relação aos recursos do Fundo de Amparo ao Trabalhador – FAT.
- ▶ Estabelecer metodologia para orientar a definição dos perfis de saída dos profissionais, programas, currículos, cargas horárias e custos dos programas.
- ▶ Promover a avaliação dos empregadores sobre os profissionais qualificados.

1.6.2. EDUCAÇÃO FORMAL

- ▶ Capacitar os gestores nos Roteiros Turísticos para conhecimento da abrangência institucional na gestão do turismo no Brasil.
- ▶ Criar um programa de conscientização e reciclagem promovendo a valorização linear de todo o *trade* turístico.

- ▶ Criar programas de baixo custo de qualificação e requalificação dos trabalhadores em turismo e hospitalidade e fortalecer o ensino de línguas estrangeiras no ensino formal, diferenciando os destinos turísticos.
- ▶ Ampliar a implantação do ensino técnico para o turismo no País.
- ▶ Ampliar formação de professores do ensino fundamental e médio, com conhecimentos técnicos em turismo, tendo como princípio a sustentabilidade social, econômica, cultural e ambiental.
- ▶ Desenvolver e implementar mecanismos de qualificação *on line* para agentes de viagem e outros prestadores de serviços turísticos.
- ▶ Apoiar as pesquisas, produção de publicações de periódicos e os intercâmbios entre instituições de ensino superior, nacionais e internacionais, nos programas de pós-graduação em turismo.
- ▶ Implementar junto às instituições de ensino, programas de atualização técnica e operacional para os egressos de cursos da educação formal para o turismo.
- ▶ Desenvolver programas de qualificação, formação e especialização para jornalistas especializados em turismo, estimulando a criação de pós-graduação na área de comunicação para o setor.
- ▶ Incentivar a melhoria da qualidade do ensino superior, abrangendo gestores, planejadores e empreendedores turísticos, estimulando as universidades na formação do profissional de gestão pública de turismo, nas novas formas localizadas de produção e no conceito de cluster de turismo.
- ▶ Envolver as instituições de ensino em ações mais amplas da Política Nacional de Turismo, particularmente na pesquisa no ensino formal e nos programas de qualificação, hoje concentrados em determinadas entidades de acesso governamental, estimulando com prioridade a produção de materiais didáticos: vídeos, *softwares*, cartilhas e livros em todas as áreas temáticas do turismo.

- ▶ Estabelecer parcerias com as Instituições de Ensino Superior – IES para realizar a inventariação dos municípios turísticos do Brasil.
- ▶ Inserir o turismo na transversalidade da grade curricular do ensino básico e fundamental.

1.6.3. QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL E EMPRESARIAL

- ▶ Criar um programa de qualificação para a gestão pública e descentralizada do turismo no País, envolvendo o maior número possível de gestores nacionais, estaduais, regionais e municipais.
- ▶ Apoiar o desenvolvimento e a difusão da qualificação para gestão empresarial no turismo, em especial para as micros, pequenas e médias empresas.
- ▶ Criar um programa de incentivo a certificação de micros e pequenas empresas de turismo com foco em aventura e meios de hospedagem e avançar no processo de certificação de locais para evento.
- ▶ Promover ações para o desenvolvimento tecnológico de empresas e profissionais do turismo por meio das ferramentas da Tecnologia da Informação e Comunicação e Tecnologia Industrial Básica.
- ▶ Promover um programa permanente de qualificação profissional e empresarial para o segmento de negócios e eventos.
- ▶ Fomentar o desenvolvimento da gastronomia por meio de cursos, conferências, seminários, palestras, etc., gerando mais consumo e emprego.
- ▶ Criar edições técnicas da gastronomia brasileira e latino-americana, como base didática, para os cursos de gastronomia de nível universitário.
- ▶ Implantar cursos básicos e técnicos para formação de profissionais de alto nível, nos segmentos de arte culinária, pâtisserie fina, sorvetes artesanais, enólogos / *sommeliers*, *bartenders*.
- ▶ Realizar seminários técnicos de gestão e reciclagem dos avanços universais da ciência e tecnologia de equipamentos, utensílios e insumos.
- ▶ Ampliar o Programa de Alimento Seguro no Turismo.
- ▶ Promover programas e campanhas para a conscientização, sensibilização e mobilização da sociedade para o turismo, como fator de desenvolvimento sustentável das regiões, com ênfase na importância da proteção e/ou conservação do meio ambiente e dos efeitos socioeconômicos para as localidades.
- ▶ Criar um programa de incentivo a certificação com foco na competência pessoal, certificando 100% dos condutores de turismo de aventura, bem como avançar no processo de certificação de locais para eventos.
- ▶ Criar programas setoriais de qualificação, em parceria com as entidades e associações, utilizando o ensino a distância (*e-learning*) como instrumento de ensino-aprendizagem.
- ▶ Estabelecer um padrão mínimo para os planos de cursos de “formação inicial e continuada de trabalhadores”, com base na Classificação Brasileira de Ocupação e nas Normas Técnicas Brasileiras.
- ▶ Criar um programa de qualificação para a gestão pública e privada em práticas de gestão ambiental a fim de melhorar a capacidade e competitividade dos destinos e negócios turísticos.
- ▶ Criar um amplo programa de modernização e reciclagem da mão-de-obra do setor hoteleiro, alimentação e para as agências de turismo, inclusive com a atualização do desenvolvimento tecnológico nas áreas administrativas, financeiras, tributárias, sanitárias, *marketing* e informática.
- ▶ Realizar a qualificação específica de guias, condutores, multiplicadores, empreendedores, entre outros, em destinos referências e nos diversos segmentos turísticos: pesca,

cultural / pedagógico, aventura, agroturismo, interpretação ambiental para o ecoturismo e parques temáticos, etc.

- ▶ Criar e implantar novo processo de classificação de todas as categorias de atividades turísticas, ampliando a gestão sobre o sistema de cadastro e fiscalização.
- ▶ Sensibilizar os atores sociais quanto à necessidade de qualidade para o atendimento diferenciado aos portadores de necessidades especiais.
- ▶ Envolver as entidades sindicais dos trabalhadores nos projetos de qualificação profissional, incentivando parcerias na elaboração dos planos de trabalho.
- ▶ Estudar uma obrigatoriedade de abordagem do tema Turismo Sustentável e Infância nos projetos de qualificação profissional apoiados pelo Ministério do Turismo / EMBRATUR.
- ▶ Incluir os gestores dos meios de hospedagem, negócios / eventos, e alimentação no Programa Excelência em Turismo da EMBRATUR.

1.6.4. CERTIFICAÇÃO

- ▶ Realizar campanha de promoção, difusão e incentivo a adoção de normas técnicas de certificação de empresas e pessoas como estímulo ao aumento da competitividade das empresas turísticas.
- ▶ Apoiar a participação do Brasil, através das entidades e instituições públicas e privadas, em Fóruns Internacionais de Normalização em Turismo.
- ▶ Incentivar o setor de hotelaria a implantar, sistematicamente, programas de qualidade e classificação dos meios de hospedagem, desenvolvendo programas de qualificação, aperfeiçoamento e certificação dos trabalhadores em turismo e hospitalidade e recomendar a certificação ISO - 9000 e ou ISO - 14000.
- ▶ Desenvolver normas de sustentabilidade para meios de hospedagem, bares, restaurantes e para outros estabelecimentos turísticos.

III. 1.7 EIXO TEMÁTICO - INFORMAÇÃO

Nas sociedades modernas a informação é um insumo estratégico para o desenvolvimento da qualquer atividade. E no turismo, a informação assume um papel fundamental, tanto no que se refere à gestão programática e orçamentária para decisão dos investimentos junto aos destinos e mercados internos e internacionais, como também no que se refere ao próprio funcionamento da cadeia produtiva, no âmbito das informações e dados diversificados sobre as ações envolvidas na atividade, da produção à comercialização.

Neste sentido, é necessário um programa contínuo que, não só pesquise a estruturação dos destinos na ótica da oferta e da demanda, mas que constitua um sistema que possibilite a avaliação dos impactos socioeconômico, cultural

e ambiental da atividade, e auxilie na tomada de decisões, criando condições para o fortalecimento da sustentabilidade do setor.

Os dirigentes públicos e privados necessitam de informações essenciais para a tomada de decisão gerencial, seja para o planejamento, a promoção e qualificação ou para a infraestrutura e implementação de novos serviços e equipamentos nos roteiros turísticos.

A produção e disseminação das informações proporcionarão o aparecimento de uma nova cultura, referencial no setor, baseada em números e pesquisas atualizadas e confiáveis, de modo a propiciar facilidades para o gerenciamento e a otimização da aplicação dos recursos públicos e privados.

Entre outros temas, devem ser priorizados e tratados sistematicamente a avaliação do impacto da atividade turística na dimensão social, econômica, cultural e ambiental dos territórios, regiões, destinos e populações, no emprego por segmento, na avaliação qualitativa do perfil dos fluxos de turistas nacionais e estrangeiros, e no impacto por componente da cadeia produtiva e por segmento turístico.

O conjunto de informações e dados sobre a atividade deve constituir um processo sistemático, com a coleta de dados de forma contínua e rotineira, possibilitando a construção de séries históricas sobre o comportamento da atividade, permitindo avaliar as suas perspectivas de expansão e desenvolvimento.

Os programas e ações em curso devem avançar e ser aprofundados, garantindo-se a continuidade das informações já produzidas e o registro do comportamento da atividade no tempo. Estas ações devem ser orientadas pelas propostas a seguir:

1.7.1. GERAÇÃO DE DADOS

- ▶ Criar banco de dados com informações padronizadas sobre todas as áreas da atividade turística.
- ▶ Fazer um levantamento sobre a legislação e as normas reguladoras das atividades de turismo e dos serviços correlatos.
- ▶ Realizar o Inventário da Oferta Turística no País de forma sistematizada, com levantamento e disponibilização das informações sobre: atrativos, infra-estrutura, equipamentos, serviços, atividades e custos.
- ▶ Informatizar e integrar os instrumentos de informações entre o setor público e privado (registro nacional de hóspedes, ficha de passageiros).
- ▶ Cadastrar os centros de convenções e pavilhões de exposições, mediante entendimentos e critérios aceitos e definidos.
- ▶ Implementar o Sistema Nacional de Informações Turísticas, com dados contínuos

sobre o turismo, com coleta e sistematização de informações desagregadas, setoriais e regionais, oferta e demanda turística (hábitos e consumo de visitantes e turistas), no mercado nacional e internacional, integrando todos os sistemas e programas do Ministério do Turismo.

- ▶ Disponibilizar no Portal do Ministério do Turismo as informações sobre produtos e mercados (oferta e demanda).
- ▶ Implementar um sistema de informações para os convênios e contratos do Ministério do Turismo.
- ▶ Levantar e acompanhar a estrutura de consumo de diversos setores vinculados à atividade turística.
- ▶ Construir indicadores macroeconômicos das atividades características do turismo.
- ▶ Implantar a Conta Satélite de Turismo.
- ▶ Gerar informações (pesquisas, estatísticas e indicadores) que relacionem o impacto da atividade turística na sustentabilidade ambiental dos destinos de forma integrada com Sistema de Informações Georeferenciadas – SIGEcotur para o Ecoturismo.
- ▶ Consolidar as informações e dados sobre as oportunidades, demandas e carências regionais focando a qualificação dos produtos e as ações das diversas esferas de gestão pública e privada.

1.7.2. DIVULGAÇÃO

- ▶ Estimular o surgimento de veículos especializados em turismo para a cobertura regional das ações do Plano Nacional de Turismo, como elemento de interligação dos diferentes setores produtivos.
- ▶ Disseminar informação sobre a gestão pública do turismo, suas estratégias e programas de atuação (estruturação de redes).

1.7.3. ESTUDOS ESTRATÉGICOS

- ▶ Conceber e implementar um sistema de avaliação do impacto das atividades turísticas na economia e no meio ambiente.
- ▶ Elaborar estudos sobre o mercado de trabalho em turismo incluindo demanda, oferta atual e futura, níveis de formação, período para atingir metas ou demandas de mercado, com localização geográfica dos Centros de Formação.
- ▶ Realizar estudo sobre o impacto econômico e social do crescimento do turismo nos parques temáticos e atrações turísticas com relação ao turismo doméstico e ao MERCOSUL.
- ▶ Identificar detalhadamente a estrutura econômica dos principais destinos turísticos do Brasil com seus fatores determinantes de sucesso, possibilitando direcionar prioridades nas futuras decisões orçamentárias dos recursos do turismo.
- ▶ Desenvolver estudo sobre a importância do transporte rodoviário para o turismo doméstico.
- ▶ Apoiar as pesquisas do Boletim de Desempenho Econômico do Turismo, incluindo os Centros de Convenções no universo da pesquisa trimestral da FGV para aferir o desempenho do setor e traçar as perspectivas.
- ▶ Criar um Programa de transferência e absorção do conhecimento, novas tecnologias e melhores práticas, com sistematização de prospecção das fontes de conhecimento e da difusão dos resultados através da cooperação internacional.
- ▶ Desenvolver estudos para uma nova metodologia de fomento e crédito para o desenvolvimento do turismo rural.
- ▶ Desenvolver estudos relativos ao dimensionamento, mapeamento e caracterização do setor de Centros de Convenções.

III. 1.8

EIXO TEMÁTICO – LOGÍSTICA DE TRANSPORTES

1.8.1. LOGÍSTICA DE TRANSPORTES

O transporte é um componente essencial da atividade turística, que tem no deslocamento do consumidor a sua própria definição. Neste sentido, este ponto foi introduzido como um eixo temático específico em função da sua importância para o desenvolvimento da atividade no País.

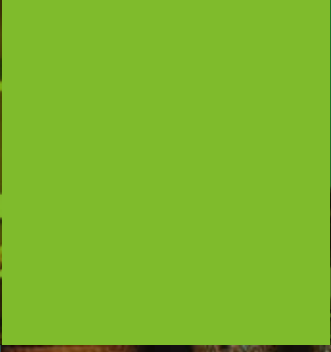
Questões relativas à desregulamentação da atividade, custo de combustível e bilateralidade, devem estar na pauta das discussões relativas as percepções do setor para os próximos anos, de modo a solucionar gargalos que possam comprometer este desenvolvimento. A complexidade e o tempo de maturação de alguns aspectos relacionados a discussão destes temas impõem uma pauta articulada de discussão e negociação sobre o mesmo.

Num país de dimensões continentais, como o Brasil, uma rede de transportes aéreos articulada, que integre as linhas internacionais com as longas distâncias internas e os pequenos percursos dos transportes de alcance regional, é fundamental para o bom desempenho do setor.

Também deve ser enfrentado o problema das limitações relativas à infra-estrutura para o transporte rodoviário, aquaviário e ferroviário, não só com relação a integração de diferentes modais e como complemento para a acessibilidade aérea, mas também, e principalmente, como uma forma de acessibilidade, fundamental para a expansão do consumo turístico no País, principalmente para os deslocamentos de âmbito regional e intra-estadual, que constituem uma parcela expressiva dos fluxos domésticos.

A seguir são apresentadas as propostas específicas de maior significância para o enfrentamento dos problemas e o encaminhamento das soluções relacionadas a logística de transportes no País:

- ▶ Articular junto à Agência Nacional da Aviação Civil – ANAC, uma maior flexibilização para novos vôos em destinos de interesse turístico.
- ▶ Realizar um trabalho com a ANAC para viabilizar mais vôos *charters* para todas as regiões do País e estimular a aviação regional em processos de *hubs* menores.
- ▶ Criar programa de apoio a novos vôos regulares e *charters*, diversificando a atual malha aérea.
- ▶ Adequar a legislação de cabotagem marítima, hoje direcionada prioritariamente para o transporte de carga, de modo a atender as especificidades do transporte de passageiros, promovendo maior isonomia competitiva.
- ▶ Definir os principais eixos turísticos rodoviários e as estradas de acesso à destinos turísticos de maior demanda, desenvolvendo um programa de estruturação e melhoria de qualidade do apoio rodoviário para os turistas (postos de combustíveis bem equipados com lanchonetes, restaurantes, pousadas, informações turísticas).
- ▶ Mapear e fomentar a implantação dos trens turísticos, qualificando-os, estruturando-os como produtos turísticos e integrando-os aos roteiros turísticos do Programa de Regionalização.
- ▶ Apoiar a criação de novos portões de entrada para o turismo internacional.
- ▶ Realizar estudo, identificando a necessidade de maior oferta de vôos regulares e diversificados para as regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste, e outras regiões, negociando soluções junto às companhias aéreas e órgãos competentes.
- ▶ Realizar estudos para redução das taxas de embarque, de estacionamento e de locação de área interna, nos aeroportos regionais, nacionais e internacionais, para as empresas aéreas regionais.



HIERARQUIZAÇÃO DAS PROPOSTAS

CAPÍTULO IV



As propostas foram categorizadas em eixos temáticos, hierarquizadas utilizando a metodologia de adição de valor e estabelecendo-se uma relação de causa e efeito entre as perspectivas estratégicas do turismo brasileiro para o próximo quadriênio. São elas:

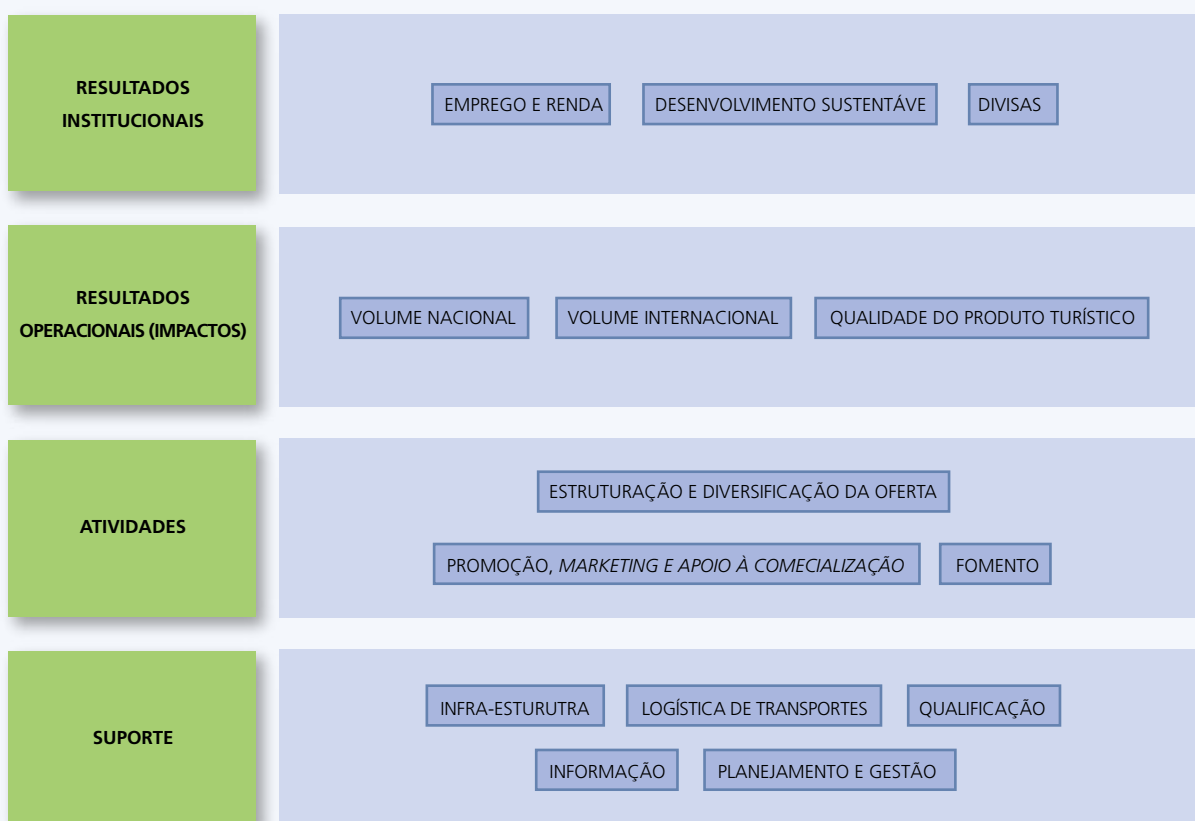
- **Resultados Institucionais:** compreendem os elementos estratégicos do topo da cadeia de adição de valor do Ministério do Turismo.
- **Resultados Operacionais:** são aqueles elementos que medem os impactos das atividades desenvolvidas pelo Ministério do Turismo.

- **Atividades:** categoriza e agrupa as propostas de ação que irão impactar os resultados operacionais.
- **Suporte:** categoriza e agrupa as propostas de ação que darão suporte e sustentabilidade às atividades.

Os eixos temáticos, por sua vez, foram divididos em ações de suporte e atividades, de forma a tornar mais clara a influência das propostas nos resultados esperados.

Sobre o Mapa de Adição de Valor, mostrado a seguir, serão apresentadas as relações de causa e efeito nas perspectivas estratégicas consideradas.

FIGURA 1 - MAPA DE ADIÇÃO DE VALOR



O quadro a seguir consolida as 215 propostas relativas aos oito diferentes eixos

temáticos de acordo com as perspectivas estratégicas de atividade e suporte.

QUADRO 1 - HIERARQUIZAÇÃO DAS PROPOSTAS QUADRO RESUMO - 215 PROPOSTAS

SUPORTE		ATIVIDADES	
PLANEJAMENTO E GESTÃO	42	ESTRUTURAÇÃO E DIVERSIFICAÇÃO DA OFERTA	22
1. COORDENAÇÃO INSTITUCIONAL	4	1. REGIONALIZAÇÃO E ROTEIRIZAÇÃO	5
2. GESTÃO	9	2. SEGMENTAÇÃO	9
3. ARTICULAÇÃO	17	3. PRODUÇÃO ASSOCIADA	8
4. DESCENTRALIZAÇÃO	12	FOMENTO	25
LOGÍSTICA DE TRANSPORTES	9	1. FUNDOS E LINHAS DE FINANCIAMENTOS	9
1. LOGÍSTICA DE TRANSPORTES	9	2. ACESSO AO CRÉDITO	7
INFRA-ESTRUTURA	11	3. CAPTAÇÃO DE INVESTIMENTOS	4
1. INFRA-ESTRUTURA BÁSICA	5	4. DESONERAÇÃO DA CADEIA PRODUTIVA	5
2. INFRA-ESTRUTURA TURÍSTICA	6	PROMOÇÃO, MARKETING E APOIO À COMERCIALIZAÇÃO	40
QUALIFICAÇÃO	42	1. MARKETING INSTITUCIONAL	19
1. MAPEAMENTO DAS NECESSIDADES	3	2. DEMANDA INTERNA	4
2. EDUCAÇÃO FORMAL	13	3. DEMANDA EXTERNA	7
3. QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL E EMPRESARIAL	22		
4. CERTIFICAÇÃO	4		
INFORMAÇÃO	24		
1. GERAÇÃO DE DADOS	13		
2. DIVULGAÇÃO	2		
3. ESTUDOS ESTRATÉGICOS	9		

A seguir são apresentadas as análises sobre as proposições, de acordo com os eixos temáticos e os resultados desejados.

Para cada um dos eixos temáticos é apresentado um quadro-síntese da ponderação e um gráfico que ilustra os impactos observados.

No quadro síntese as propostas são apresentadas agrupadas e associadas à intensidade do efeito conjunto das propostas sobre os resultados institucionais e operacionais do turismo brasileiro para o próximo quadriênio. Essa intensidade é medida pela ponderação atribuída, que varia de 0 a 5, com o zero significando ausência de efeito.¹

IV. 1

PROPOSIÇÕES POR EIXOS TEMÁTICOS

• EIXO TEMÁTICO - PLANEJAMENTO E GESTÃO

As propostas relativas ao Planejamento e Gestão foram agrupadas em quatro categorias: Coordenação Institucional, Gestão, Articulação e Descentralização.

As propostas categorizadas como Coordenação Institucional dizem respeito, principalmente, à manutenção do Ministério do Turismo e dos vetores que norteiam o Plano Nacional de Turismo, a redução das desigualdades regionais e sociais, a geração e distribuição de renda, a geração de emprego e ocupação, e a

discussão sobre modelos de desenvolvimento sustentável do turismo para o País.

Já as que dizem respeito à Gestão propõem, primordialmente, o fortalecimento das parcerias entre os setores público e privado, assim como melhorias no monitoramento das ações realizadas para o desenvolvimento do turismo brasileiro.

Aquelas categorizadas como Articulação sugerem uma intensificação da articulação / integração entre os agentes públicos e privados nos âmbitos federal, estadual e municipal, assim como com o poder legislativo, para fortalecimento do turismo brasileiro, otimizando recursos e dando eficiência às ações.

¹ A intensidade dos impactos diretos ou indiretos varia de 0 a 5, conforme legenda a seguir: 5 O impacto (in)direto é muito expressivo; 4 expressiva; 3 considerável; 2 pequena; 1 eventual; 0 ausência de efeito. A variável tendência está condicionada à não execução da ação, quando 5 significa expressiva diminuição; 4 diminuição; 3 estabilidade; 2 aumento, 1 expressivo aumento e 0 não é possível determinar tendência. Para urgência, a nota 5 equivale à necessidade execução imediata; 4 execução muito rápida; 3 execução rápida; 2 pode aguardar; 1 não há pressa e 0 a ação não sofre ação do tempo.

As propostas categorizadas como descentralização recomendam estruturação das regiões e destinos turísticos como princípio

orientador para o desenvolvimento do turismo brasileiro, além de facilitar o planejamento e a gestão do turismo nas localidades.

QUADRO 2 - SÍNTESE DE PLANEJAMENTO E GESTÃO

SUPORTE	EMPREGO E RENDA			
PLANEJAMENTO E GESTÃO	DIRETAMENTE	INDIRETAMENTE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA
1. COORDENAÇÃO INSTITUCIONAL	3	5	5	5
2. GESTÃO	0	3	4	3
3. ARTICULAÇÃO	3	5	4	4
4. DESCENTRALIZAÇÃO	2	3	3	0

SUPORTE	VOLUME INTERNACIONAL			
PLANEJAMENTO E GESTÃO	DIRETAMENTE	INDIRETAMENTE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA
1. COORDENAÇÃO INSTITUCIONAL	4	5	5	4
2. GESTÃO	1	2	2	3
3. ARTICULAÇÃO	2	3	2	3
4. DESCENTRALIZAÇÃO	0	2	1	0

SUPORTE	DIVISAS			
PLANEJAMENTO E GESTÃO	DIRETAMENTE	INDIRETAMENTE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA
1. COORDENAÇÃO INSTITUCIONAL	4	5	5	4
2. GESTÃO	0	2	2	3
3. ARTICULAÇÃO	1	2	2	3
4. DESCENTRALIZAÇÃO	0	1	0	0

SUPORTE	VOLUME DOMÉSTICO			
PLANEJAMENTO E GESTÃO	DIRETAMENTE	INDIRETAMENTE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA
1. COORDENAÇÃO INSTITUCIONAL	5	5	5	4
2. GESTÃO	2	2	2	3
3. ARTICULAÇÃO	2	3	3	3
4. DESCENTRALIZAÇÃO	2	3	2	3

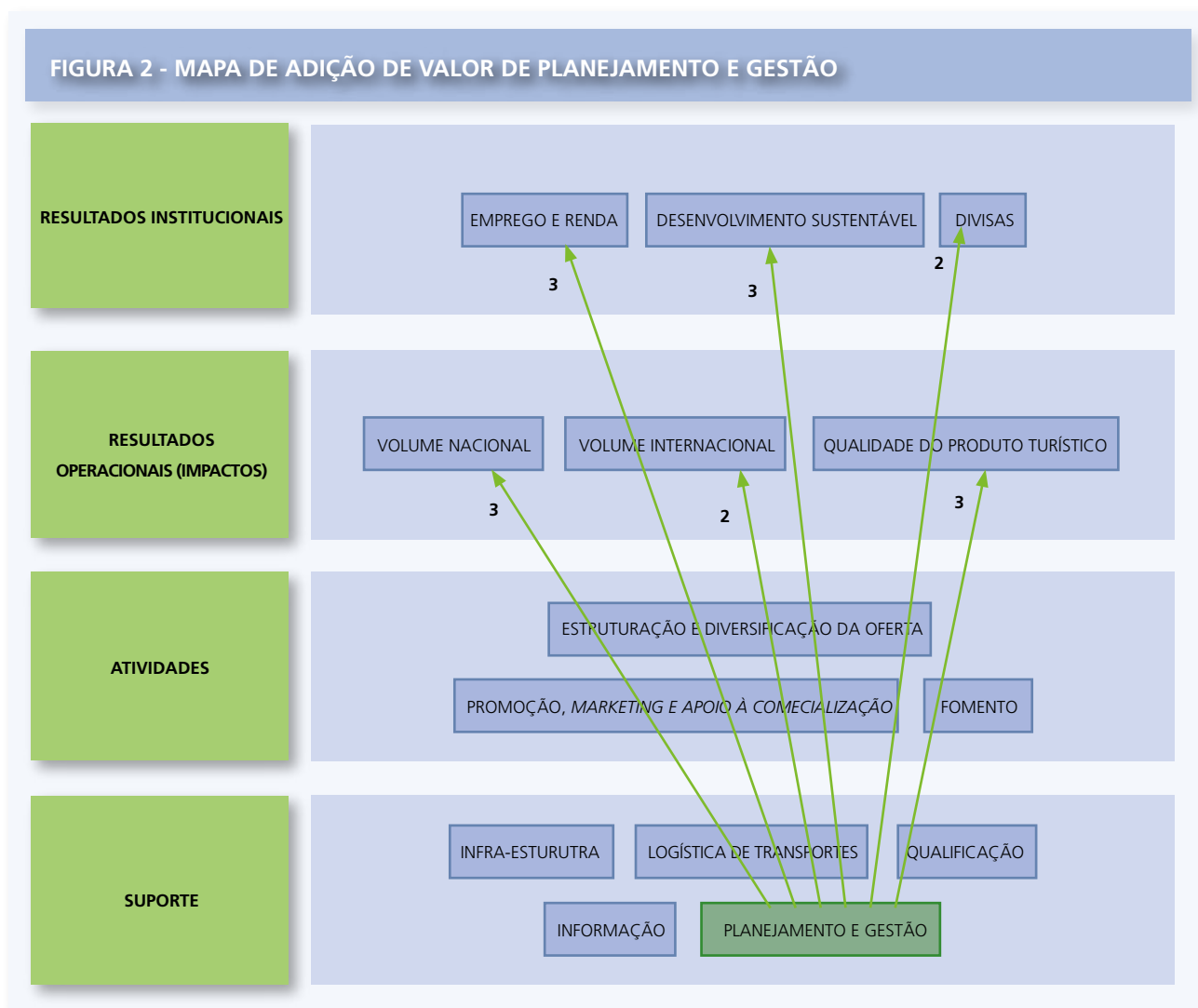
SUPORTE	DESENVOLVIMENTO LOCAL			
PLANEJAMENTO E GESTÃO	DIRETAMENTE	INDIRETAMENTE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA
1. COORDENAÇÃO INSTITUCIONAL	3	5	4	3
2. GESTÃO	0	2	2	3
3. ARTICULAÇÃO	3	3	3	3
4. DESCENTRALIZAÇÃO	4	5	4	4

SUPORTE	QUALIDADE			
PLANEJAMENTO E GESTÃO	DIRETAMENTE	INDIRETAMENTE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA
1. COORDENAÇÃO INSTITUCIONAL	5	5	4	3
2. GESTÃO	3	3	3	3
3. ARTICULAÇÃO	1	3	3	3
4. DESCENTRALIZAÇÃO	3	4	4	4

O eixo temático de Planejamento e Gestão teve 42 propostas de ação, o que demonstra a ênfase dada ao tema.

Observa-se, pelo critério de ponderação dessas propostas, a grande relevância dos impactos

indiretos em todos os resultados institucionais e operacionais e, também, de um sentido de urgência na implementação destas medidas.



- **EIXO TEMÁTICO - LOGÍSTICA DE TRANSPORTES**

As propostas referentes às questões de Logística de Transportes tiveram um destaque especial neste documento devido a sua importância estratégica para o desenvolvimento do setor.

Desta forma, para viabilizar o crescimento do turismo no Brasil, as propostas se concentraram, principalmente, na flexibilização da regulamentação do transporte aéreo, a fim de que se abra espaço para novos vôos nacionais e internacionais, que dêem conta da demanda desejada de turistas, além da melhoria dos acessos rodoviários para as regiões e destinos turísticos.

QUADRO 3 - LOGÍSTICA DE TRANSPORTES

SUPOORTE	EMPREGO E RENDA			
LOGÍSTICA DE TRANSPORTES	DIRETAMENTE	INDIRETAMENTE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA
1 - LOGÍSTICA DE TRANSPORTES	3	5	5	4

SUPOORTE	VOLUME INTERNACIONAL			
LOGÍSTICA DE TRANSPORTES	DIRETAMENTE	INDIRETAMENTE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA
1 - LOGÍSTICA DE TRANSPORTES	5	5	5	5

SUPOORTE	DIVISAS			
LOGÍSTICA DE TRANSPORTES	DIRETAMENTE	INDIRETAMENTE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA
1 - LOGÍSTICA DE TRANSPORTES	4	5	5	4

SUPOORTE	VOLUME DOMÉSTICO			
LOGÍSTICA DE TRANSPORTES	DIRETAMENTE	INDIRETAMENTE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA
1 - LOGÍSTICA DE TRANSPORTES	5	5	5	4

SUPOORTE	DESENVOLVIMENTO LOCAL			
LOGÍSTICA DE TRANSPORTES	DIRETAMENTE	INDIRETAMENTE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA
1 - LOGÍSTICA DE TRANSPORTES	3	5	5	4

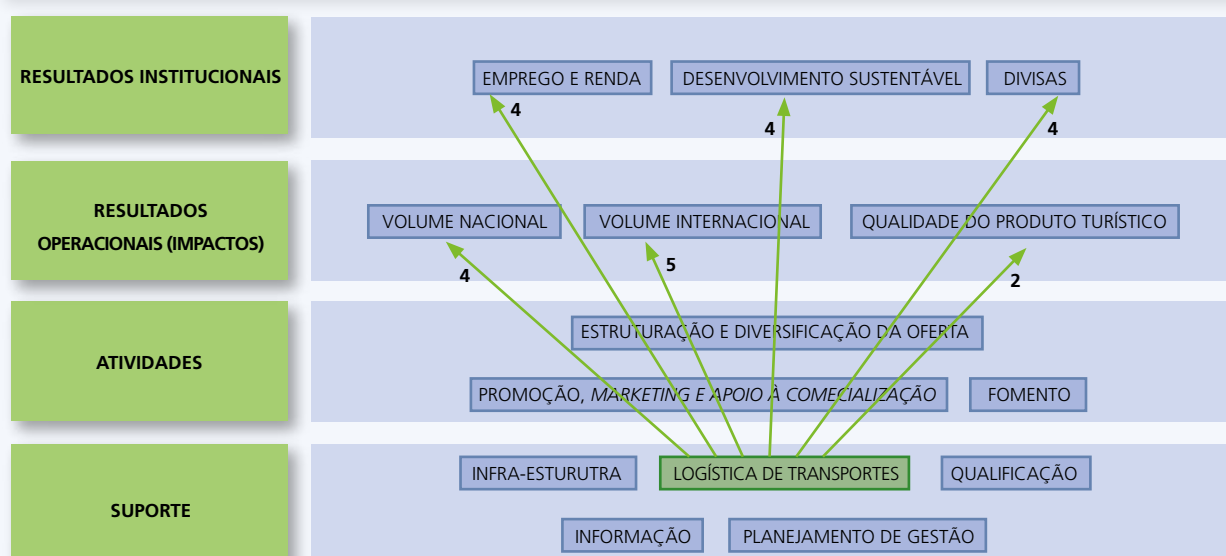
SUPOORTE	QUALIDADE			
LOGÍSTICA DE TRANSPORTES	DIRETAMENTE	INDIRETAMENTE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA
1 - LOGÍSTICA DE TRANSPORTES	1	3	3	3

As nove ações propostas neste eixo focam a maior disponibilidade de transporte aéreo, de cabotagem marítima e de acessos terrestres aos destinos turísticos.

Os impactos diretos e indiretos nos resultados são intensos, excetuando-se o impacto na qualidade

que é de menor peso. A recém instalada Agência Nacional de Aviação Civil – ANAC – terá papel relevante na logística de transporte aéreo.

FIGURA 3 - MAPA DE ADIÇÃO DE VALOR DE LOGÍSTICA DE TRANSPORTES



• **EIXO TEMÁTICO - INFRA-ESTRUTURA**

As propostas referentes às questões de necessidade de infra-estrutura foram agrupadas em Infra-estrutura Básica e Infra-estrutura Turística.

As propostas relativas à Infra-estrutura Básica demandam, em grande parte, elevados investimentos, geralmente, gerenciados por setores públicos não ligados diretamente ao turismo. Neste sentido, e não obstante a parcela

dos financiamentos PRODETUR, as propostas sugerem uma ação interministerial priorizando as infra-estruturas básicas demandadas pelo setor nos âmbitos federal e regional, tendo como foco o desenvolvimento do turismo.

No que se refere à Infra-estrutura Turística, as propostas contemplam, principalmente, a sugestão de alocação de recursos para instalação de infra-estrutura compatível com a intensidade

QUADRO 4 - SÍNTESE DE INFRA-ESTRUTURA

SUPORTE		EMPREGO E RENDA		
INFRA-ESTRUTURA	DIRETAMENTE	INDIRETAMENTE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA
1. INFRA-ESTRUTURA BÁSICA	4	5	4	4
2. INFRA-ESTRUTURA TURÍSTICA	3	4	4	4

SUPORTE		VOLUME INTERNACIONAL		
INFRA-ESTRUTURA	DIRETAMENTE	INDIRETAMENTE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA
1. INFRA-ESTRUTURA BÁSICA	1	4	4	4
2. INFRA-ESTRUTURA TURÍSTICA	2	4	4	4

SUPORTE		DIVISAS		
SUPORTE	DIRETAMENTE	INDIRETAMENTE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA
1. INFRA-ESTRUTURA BÁSICA	0	4	4	4
2. INFRA-ESTRUTURA TURÍSTICA	0	4	4	4

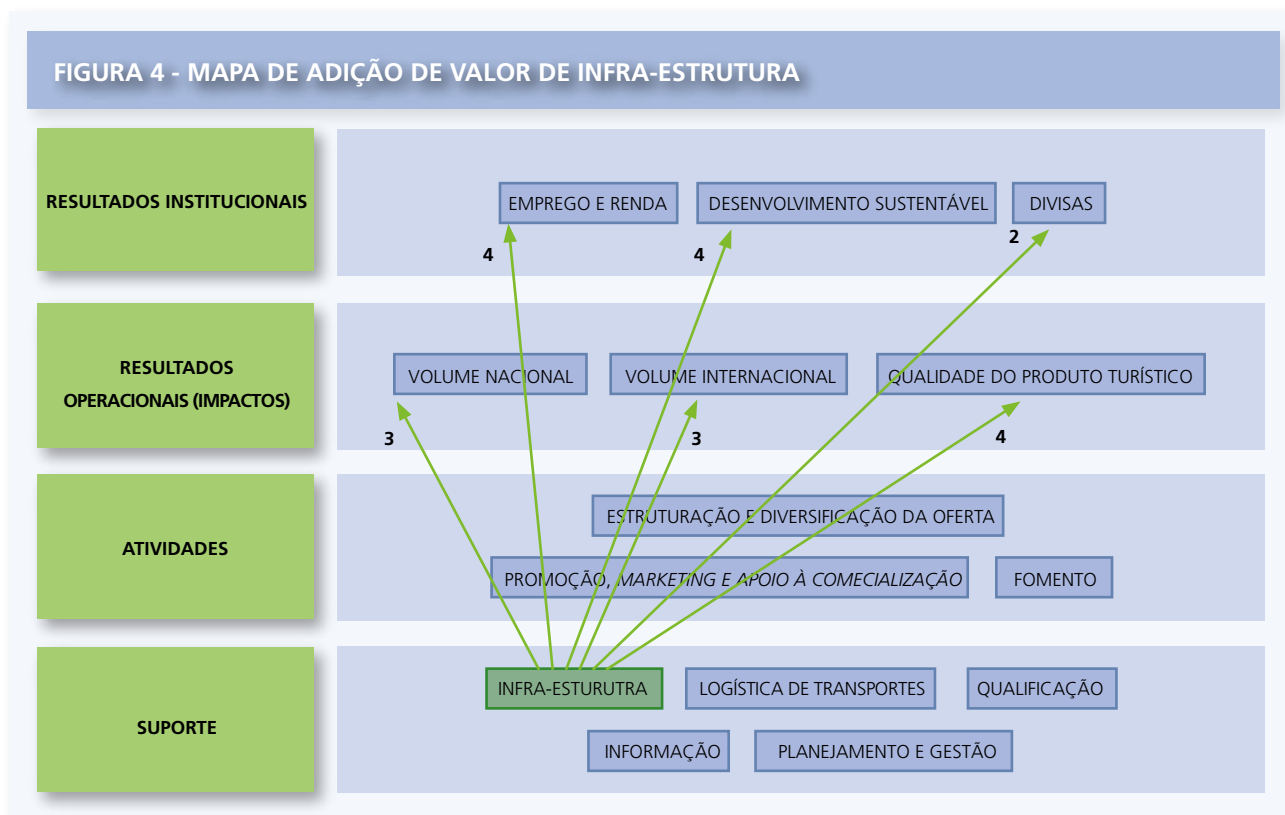
SUPORTE		VOLUME DOMÉSTICO		
INFRA-ESTRUTURA	DIRETAMENTE	INDIRETAMENTE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA
1. INFRA-ESTRUTURA BÁSICA	2	4	5	4
2. INFRA-ESTRUTURA TURÍSTICA	2	4	4	4

SUPORTE		DESENVOLVIMENTO LOCAL		
INFRA-ESTRUTURA	DIRETAMENTE	INDIRETAMENTE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA
1. INFRA-ESTRUTURA BÁSICA	5	5	5	4
2. INFRA-ESTRUTURA TURÍSTICA	4	4	4	4

SUPORTE		QUALIDADE		
INFRA-ESTRUTURA	DIRETAMENTE	INDIRETAMENTE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA
1. INFRA-ESTRUTURA BÁSICA	4	5	5	4
2. INFRA-ESTRUTURA TURÍSTICA	5	5	5	4

O eixo temático Infra-estrutura causa impactos em, praticamente, todos os resultados operacionais e institucionais, e mais intensamente

sobre os resultados de desenvolvimento local e qualidade.



• EIXO TEMÁTICO - QUALIFICAÇÃO

A melhoria da qualidade dos produtos turísticos foi destacada nas propostas, destacando-se a necessidade de se buscar a efetiva implementação de uma política de Qualificação. Desta forma, as propostas foram divididas em 4 categorias: Mapeamento das Necessidades, Educação Formal, Qualificação Profissional e Empresarial, e Certificação.

As propostas relativas ao mapeamento das carências mostram a importância de se identificar a necessidade específica de treinamento em cada um dos estados, a fim de se desenvolver e implantar programas de capacitação de recursos humanos que atendam efetivamente à demanda local relativa ao turismo.

As sugestões agrupadas na categoria de Educação Formal ressaltam a necessidade da

melhoria da qualidade do ensino superior de turismo, assim como a importância de se priorizar e apoiar a implantação do ensino técnico sobre a atividade, e a iniciação turística no ensino fundamental – com noções básicas sobre turismo, tendo como princípio a sustentabilidade social, econômica, cultural e ambiental.

No que diz respeito à Qualificação Profissional, percebe-se a grande necessidade de que os diferentes segmentos que compõem o turismo têm de ter uma qualificação profissional específica.

Essas necessidades estão diretamente ligadas ao aumento de competitividade que o setor vivencia e que tende a se acirrar nos próximos anos.

As propostas relacionadas com a Certificação mostram a preocupação do CNT com a criação de padrões de qualidade da atividade, de forma a assegurar a competitividade das empresas turísticas.

QUADRO 5 - SÍNTESE DE QUALIFICAÇÃO

SUPORTE	EMPREGO E RENDA			
QUALIFICAÇÃO	DIRETAMENTE	INDIRETAMENTE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA
1. MAPEAMENTO DAS NECESSIDADES	0	3	3	0
2. EDUCAÇÃO FORMAL	4	4	3	4
3. QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL	5	5	4	4
4. CERTIFICAÇÃO	4	4	3	3

SUPORTE	VOLUME INTERNACIONAL			
QUALIFICAÇÃO	DIRETAMENTE	INDIRETAMENTE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA
1. MAPEAMENTO DAS NECESSIDADES	0	2	2	3
2. EDUCAÇÃO FORMAL	0	1	1	3
3. QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL	2	5	4	4
4. CERTIFICAÇÃO	0	3	3	3

SUPORTE	DIVISAS			
QUALIFICAÇÃO	DIRETAMENTE	INDIRETAMENTE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA
1. MAPEAMENTO DAS NECESSIDADES	0	2	1	3
2. EDUCAÇÃO FORMAL	0	1	1	3
3. QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL	1	5	3	3
4. CERTIFICAÇÃO	0	2	2	3

SUPORTE	VOLUME DOMÉSTICO			
QUALIFICAÇÃO	DIRETAMENTE	INDIRETAMENTE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA
1. MAPEAMENTO DAS NECESSIDADES	0	2	2	3
2. EDUCAÇÃO FORMAL	1	2	2	3
3. QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL	3	5	4	4
4. CERTIFICAÇÃO	1	3	3	3

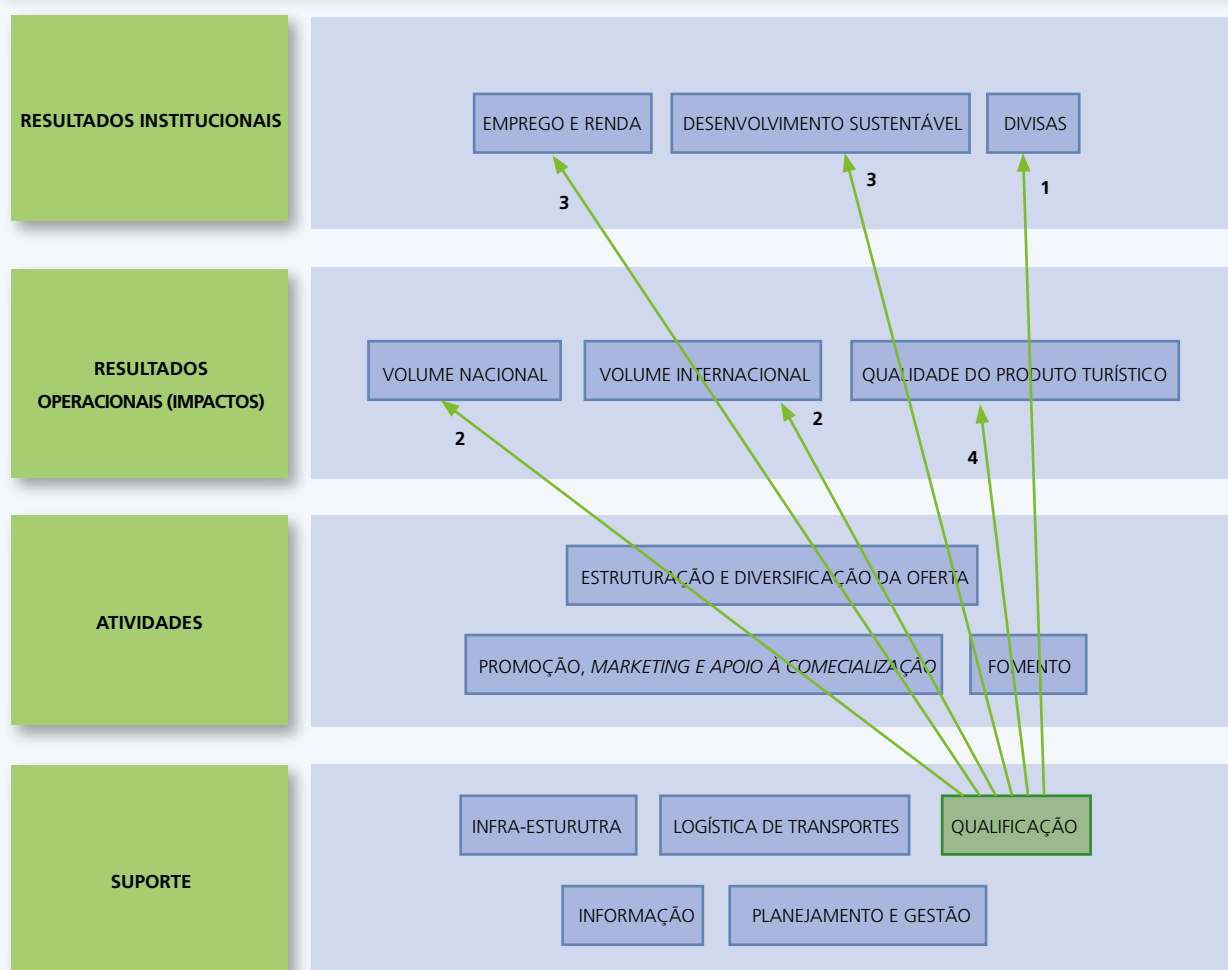
SUPORTE	DESENVOLVIMENTO LOCAL			
QUALIFICAÇÃO	DIRETAMENTE	INDIRETAMENTE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA
1. MAPEAMENTO DAS NECESSIDADES	3	4	4	4
2. EDUCAÇÃO FORMAL	4	5	4	4
3. QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL	4	4	4	4
4. CERTIFICAÇÃO	0	2	2	0

SUPORTE	QUALIDADE			
QUALIFICAÇÃO	DIRETAMENTE	INDIRETAMENTE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA
1. MAPEAMENTO DAS NECESSIDADES	3	5	4	4
2. EDUCAÇÃO FORMAL	5	5	4	4
3. QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL	5	5	5	4
4. CERTIFICAÇÃO	2	3	3	4

Neste eixo temático se concentrou um grande número de propostas de ação, indicando o foco estratégico aplicado sobre esse tema pelos membros do Conselho Nacional de Turismo.

Neste sentido, observa-se uma forte relevância das ações propostas nos resultados de Qualidade, Desenvolvimento Local, e Emprego e Renda.

FIGURA 5 - MAPA DE ADIÇÃO DE VALOR DE QUALIFICAÇÃO



• EIXO TEMÁTICO - INFORMAÇÃO

As propostas referentes às questões de informação do setor de turismo foram agrupadas em 3 categorias : Geração de Dados , Divulgação e Estudos Estratégicos

Na categoria de Geração de Dados, as propostas enviadas sugerem a manutenção das pesquisas já realizadas pelo Ministério do Turismo. A ampliação do escopo de algumas pesquisas, a inclusão de novas pesquisas e levantamentos de dados fundamentais para o setor de turismo são ações sugeridas pelos conselheiros.

No que tange a Divulgação dos dados, as propostas enviadas ressaltam a importância da criação de um sistema de informação que integre os resultados das pesquisas realizadas, facilite sua utilização e favoreça a compreensão dos trabalhos de pesquisa.

As propostas agrupadas na seção de Estudos Estratégicos apresentam a necessidade de se realizarem estudos que sirvam para o desenvolvimento do turismo. Estes estudos devem monitorar as principais tendências mundiais do setor e como o Brasil poderá utilizá-las a seu favor.

QUADRO 6 - SÍNTESE DE INFORMAÇÃO

SUPORTE	EMPREGO E RENDA			
INFORMAÇÃO	DIRETAMENTE	INDIRETAMENTE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA
1. GERAÇÃO DE DADOS	0	3	4	0
2. DIVULGAÇÃO DOS DADOS	0	3	4	0
3. ESTUDOS ESTRATÉGICOS	0	5	4	4

SUPORTE	VOLUME INTERNACIONAL			
INFORMAÇÃO	DIRETAMENTE	INDIRETAMENTE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA
1. GERAÇÃO DE DADOS	0	4	4	0
2. DIVULGAÇÃO DOS DADOS	0	2	3	0
3. ESTUDOS ESTRATÉGICOS	0	5	5	4

SUPORTE	DIVISAS			
INFORMAÇÃO	DIRETAMENTE	INDIRETAMENTE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA
1. GERAÇÃO DE DADOS	0	3	4	0
2. DIVULGAÇÃO DOS DADOS	0	2	3	0
3. ESTUDOS ESTRATÉGICOS	0	5	5	0

SUPORTE	VOLUME DOMÉSTICO			
INFORMAÇÃO	DIRETAMENTE	INDIRETAMENTE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA
1. GERAÇÃO DE DADOS	0	4	4	0
2. DIVULGAÇÃO DOS DADOS	0	3	3	0
3. ESTUDOS ESTRATÉGICOS	0	5	5	4

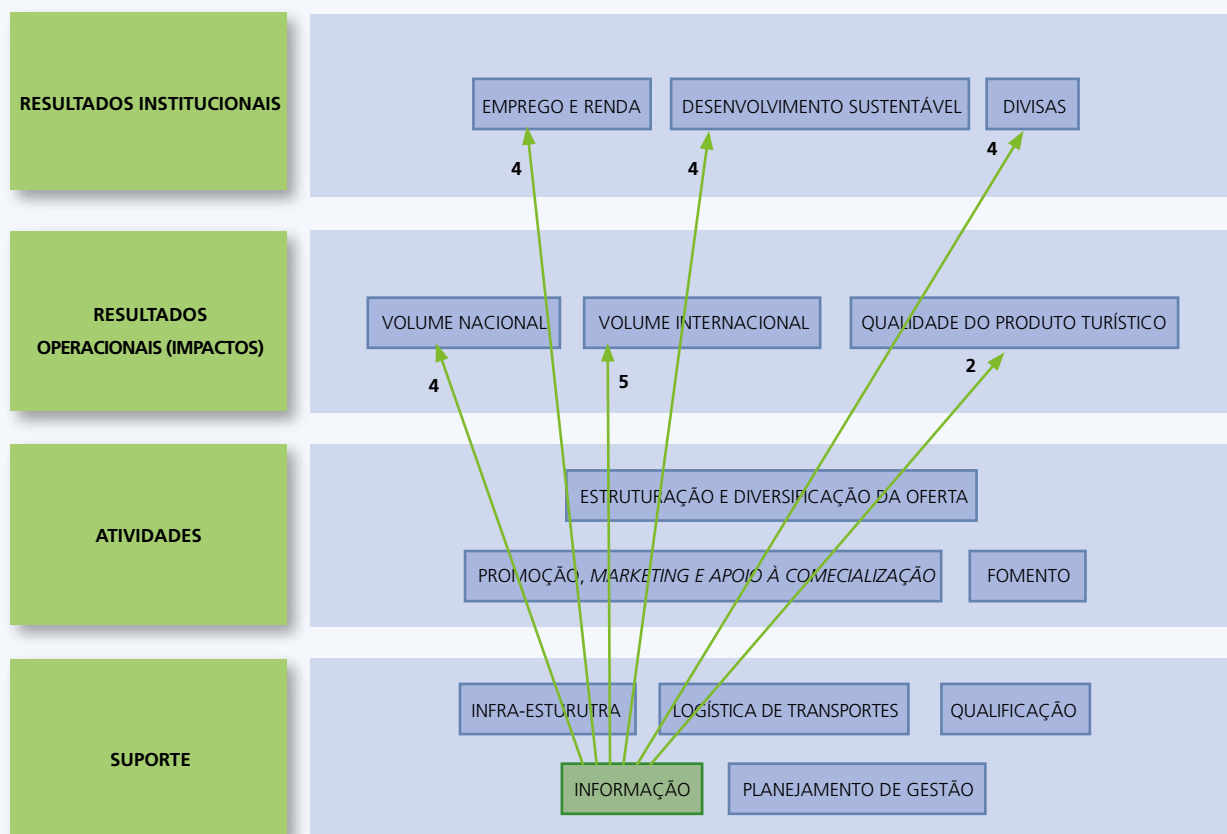
SUPORTE	DESENVOLVIMENTO LOCAL			
INFORMAÇÃO	DIRETAMENTE	INDIRETAMENTE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA
1. GERAÇÃO DE DADOS	0	4	4	0
2. DIVULGAÇÃO DOS DADOS	0	4	4	0
3. ESTUDOS ESTRATÉGICOS	0	5	5	4

SUPORTE	QUALIDADE			
INFORMAÇÃO	DIRETAMENTE	INDIRETAMENTE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA
1. GERAÇÃO DE DADOS	0	5	5	3
2. DIVULGAÇÃO DOS DADOS	0	5	5	3
3. ESTUDOS ESTRATÉGICOS	0	5	5	3

Uma boa gestão institucional pode se beneficiar grandemente de um bem estruturado sistema de informação. É isso que indica o quadro

de ponderações, com peso concentrado nos impactos indiretos e no grau de urgência.

FIGURA 6 - MAPA DE ADIÇÃO DE VALOR DE INFORMAÇÃO



• EIXO TEMÁTICO - ESTRUTURAÇÃO E DIVERSIFICAÇÃO DA OFERTA

As propostas referentes às questões de Estruturação e Diversificação da oferta foram agrupadas em 3 categorias: Segmentação, Produção Associada, e Regionalização e Roteirização.

As propostas relativas à Segmentação demonstram a preocupação com o fortalecimento do programa de segmentação do turismo de forma a estruturar os destinos para atender as demandas segmentadas.

No que diz respeito às Propostas categorizadas como produção associada, destacam-se as que se referem a aumento da taxa de captura dos impactos econômicos do turismo, através da ampliação e melhoria da produção local. Tal

melhoria poderá abastecer os empreendimentos turísticos, incrementar os produtos correlatos à atividade e agregar valor ao setor e a geração de trabalho e renda.

As propostas relacionadas com Regionalização e a Roteirização dos destinos turísticos mostram a importância de se institucionalizar instâncias de governança regional. Esse processo tem capacidade de melhorar a gestão dos destinos, facilitar a criação de roteiros turísticos que favoreçam o aumento do tempo de permanência nos destinos e facilitem sua comercialização.

A melhoria de qualidade do produto turístico também foi destacada, uma vez que o padrão de qualidade exigido e as expectativas dos consumidores é crescente no setor.

QUADRO 7 - SÍNTESE DE ESTRUTURAÇÃO E DIVERSIFICAÇÃO DA OFERTA

ATIVIDADES	EMPREGO E RENDA			
ESTRUTURAÇÃO E DIVERSIFICAÇÃO DA OFERTA	DIRETAMENTE	INDIRETAMENTE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA
1. SEGMENTAÇÃO	3	5	4	3
2. PRODUÇÃO ASSOCIADA	5	5	5	3
3. REGIONALIZAÇÃO E ROTEIRIZAÇÃO	3	4	4	3

ATIVIDADES	VOLUME INTERNACIONAL			
ESTRUTURAÇÃO E DIVERSIFICAÇÃO DA OFERTA	DIRETAMENTE	INDIRETAMENTE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA
1. SEGMENTAÇÃO	3	5	4	4
2. PRODUÇÃO ASSOCIADA	2	4	3	3
3. REGIONALIZAÇÃO E ROTEIRIZAÇÃO	1	3	2	3

ATIVIDADES	DIVISAS			
ESTRUTURAÇÃO E DIVERSIFICAÇÃO DA OFERTA	DIRETAMENTE	INDIRETAMENTE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA
1. SEGMENTAÇÃO	0	4	3	3
2. PRODUÇÃO ASSOCIADA	4	5	4	3
3. REGIONALIZAÇÃO E ROTEIRIZAÇÃO	0	3	3	3

ATIVIDADES	VOLUME DOMÉSTICO			
ESTRUTURAÇÃO E DIVERSIFICAÇÃO DA OFERTA	DIRETAMENTE	INDIRETAMENTE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA
1. SEGMENTAÇÃO	5	5	4	4
2. PRODUÇÃO ASSOCIADA	3	5	3	3
3. REGIONALIZAÇÃO E ROTEIRIZAÇÃO	2	3	4	3

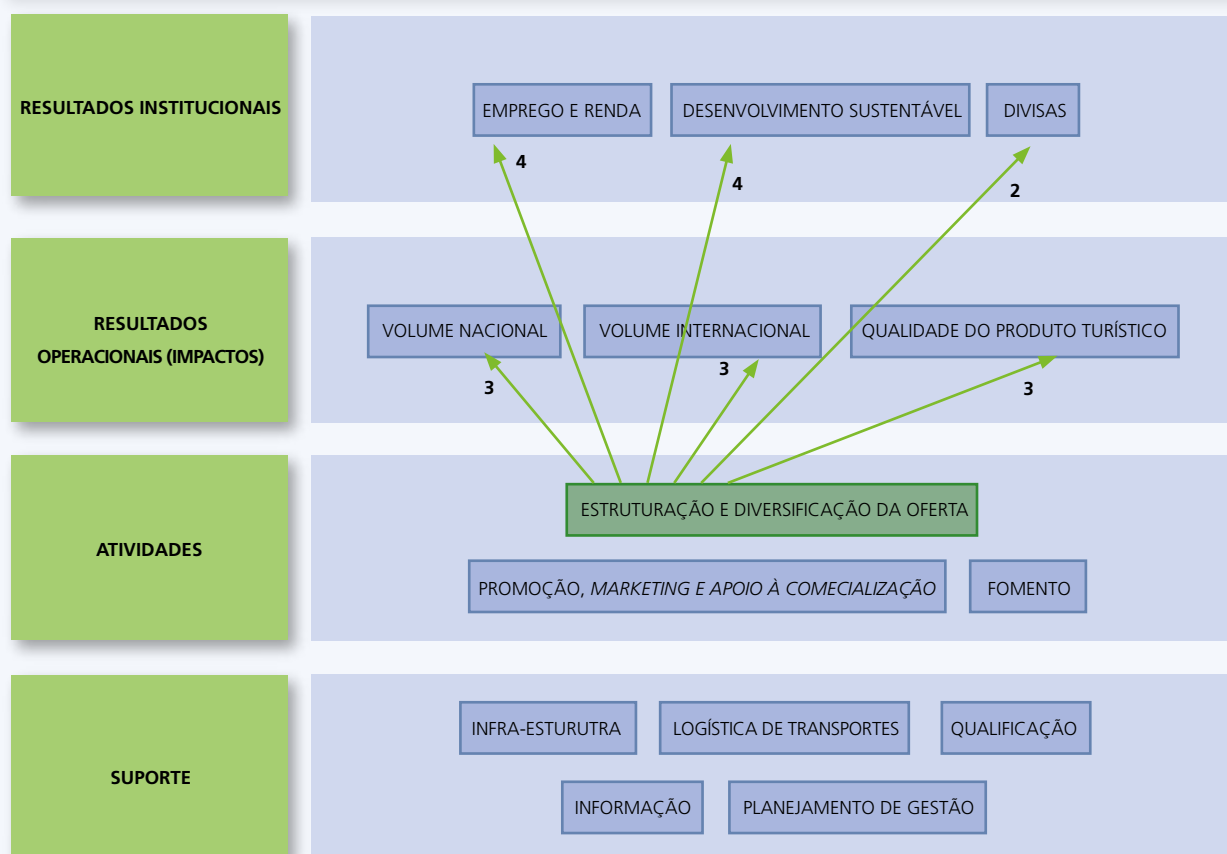
ATIVIDADES	DESENVOLVIMENTO LOCAL			
ESTRUTURAÇÃO E DIVERSIFICAÇÃO DA OFERTA	DIRETAMENTE	INDIRETAMENTE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA
1. SEGMENTAÇÃO	5	5	4	4
2. PRODUÇÃO ASSOCIADA	5	5	5	5
3. REGIONALIZAÇÃO E ROTEIRIZAÇÃO	5	5	4	4

ATIVIDADES	QUALIDADE			
ESTRUTURAÇÃO E DIVERSIFICAÇÃO DA OFERTA	DIRETAMENTE	INDIRETAMENTE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA
1. SEGMENTAÇÃO	4	5	4	4
2. PRODUÇÃO ASSOCIADA	3	4	4	4
3. REGIONALIZAÇÃO E ROTEIRIZAÇÃO	3	5	4	4

Observa-se forte impacto indireto em todos os resultados gerados pelas propostas de ação

do eixo temático, com impacto direto sobre o desenvolvimento sustentável.

FIGURA 7 - MAPA DE ADIÇÃO DE VALOR DE ESTRUTURAÇÃO E DIVERSIFICAÇÃO DA OFERTA



• EIXO TEMÁTICO - FOMENTO

As questões relativas à necessidade de Fundos e Linhas de Financiamento, Acesso ao Crédito, Captação de Investimentos e Desoneração da Cadeia Produtiva foram enfatizadas nas discussões.

No que diz respeito as propostas categorizadas como Fundos e Linhas de Financiamento, destacam-se as propostas de adaptação das linhas existentes às necessidades específicas do setor e criação de novas linhas para atender as demandas do setor.

Já em relação ao acesso ao crédito, ressalta-se as propostas de flexibilização das garantias exigidas para o empréstimo e do

mapeamento das oportunidades existentes para os investimentos. Por outro lado, as entidades financeiras sinalizam a necessidade da melhoria de qualidade dos projetos apresentados pelos tomadores de crédito.

No campo da Captação de Investimentos destacam-se principalmente as propostas relativas à prospecção de recursos para financiamento de longo prazo para novos empreendimentos turísticos.

Já no que tange as propostas apresentadas para a Desoneração da Cadeia Produtiva, o Conselho Nacional de Turismo considera importante a criação de projetos que consolidem o turismo como uma atividade mais acessível ao público interno e com uma maior competitividade com os destinos internacionais.

QUADRO 8 - SÍNTESE DE FOMENTO

ATIVIDADE	EMPREGO E RENDA			
FOMENTO	DIRETAMENTE	INDIRETAMENTE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA
1. FUNDOS E LINHAS DE FINANCIAMENTO	3	5	5	3
2. ACESSO AO CRÉDITO	3	5	5	4
3. CAPTAÇÃO DE INVESTIMENTOS	5	5	5	3
4. DESONERAÇÃO DA CADEIA PRODUTIVA	5	5	5	4

ATIVIDADE	VOLUME INTERNACIONAL			
FOMENTO	DIRETAMENTE	INDIRETAMENTE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA
1. FUNDOS E LINHAS DE FINANCIAMENTO	0	4	3	3
2. ACESSO AO CRÉDITO	0	4	3	3
3. CAPTAÇÃO DE INVESTIMENTOS	3	5	4	3
4. DESONERAÇÃO DA CADEIA PRODUTIVA	3	5	4	4

ATIVIDADE	DIVISAS			
FOMENTO	DIRETAMENTE	INDIRETAMENTE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA
1. FUNDOS E LINHAS DE FINANCIAMENTO	0	2	2	3
2. ACESSO AO CRÉDITO	0	2	2	3
3. CAPTAÇÃO DE INVESTIMENTOS	5	5	4	3
4. DESONERAÇÃO DA CADEIA PRODUTIVA	3	5	4	4

ATIVIDADE	VOLUME DOMÉSTICO			
FOMENTO	DIRETAMENTE	INDIRETAMENTE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA
1. FUNDOS E LINHAS DE FINANCIAMENTO	3	4	4	3
2. ACESSO AO CRÉDITO	2	5	4	4
3. CAPTAÇÃO DE INVESTIMENTOS	3	5	4	3
4. DESONERAÇÃO DA CADEIA PRODUTIVA	3	5	4	3

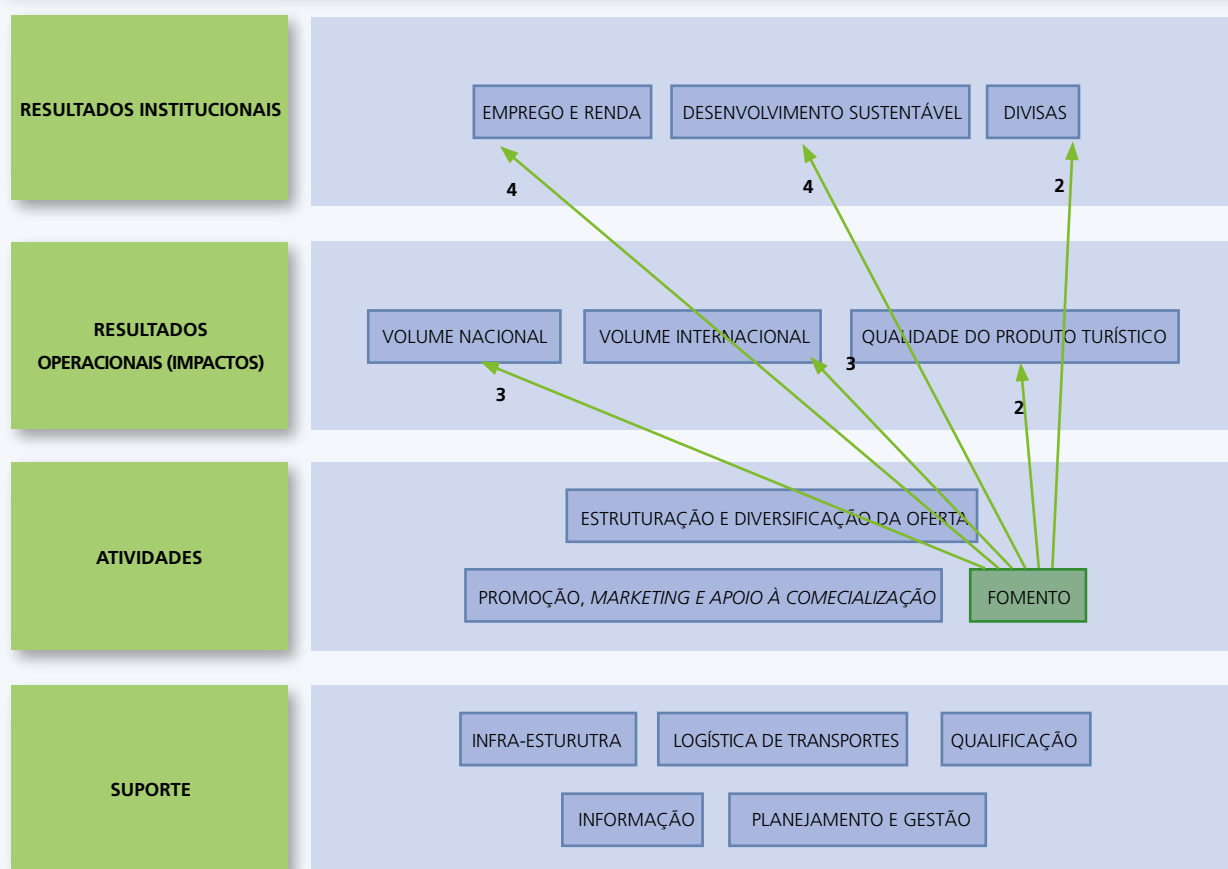
ATIVIDADE	DESENVOLVIMENTO LOCAL			
FOMENTO	DIRETAMENTE	INDIRETAMENTE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA
1. FUNDOS E LINHAS DE FINANCIAMENTO	3	5	4	3
2. ACESSO AO CRÉDITO	4	5	4	3
3. CAPTAÇÃO DE INVESTIMENTOS	5	5	4	4
4. DESONERAÇÃO DA CADEIA PRODUTIVA	4	4	4	3

ATIVIDADE	QUALIDADE			
FOMENTO	DIRETAMENTE	INDIRETAMENTE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA
1. FUNDOS E LINHAS DE FINANCIAMENTO	2	4	3	3
2. ACESSO AO CRÉDITO	2	5	3	3
3. CAPTAÇÃO DE INVESTIMENTOS	2	4	3	3
4. DESONERAÇÃO DA CADEIA PRODUTIVA	1	3	3	3

A avaliação da atividade Fomento mostra relativa importância para o setor de turismo se comparado às outras estratégias elaboradas. No entanto, a ponderação atribuída a urgência

e a impactos indiretos, nas seis ações, indicam sua grande relevância para o setor. Os impactos diretos que atuam sobre o desenvolvimento local e emprego e renda reforçam esta suposição.

FIGURA 8 - MAPA DE ADIÇÃO DE VALOR DE FOMENTO



• **PROMOÇÃO, MARKETING E APOIO À COMERCIALIZAÇÃO**

As propostas relativas a promoção, marketing e apoio a comercialização foram agrupadas em três categorias: *Marketing* institucional, Demanda Interna e Demanda Externa.

As propostas categorizadas como *Marketing* Institucional dizem respeito principalmente a manutenção da estratégia de promoção e comercialização do turismo brasileiro no exterior, bem como ampliar os recursos disponíveis para essas ações.

Já as que dizem respeito à geração de Demanda Interna propõem a intensificação das ações promocionais para o turismo doméstico

assim como o fortalecimento e a criação de ações como o Vai Brasil e o Salão do Turismo, para incentivar a demanda doméstica.

As propostas categorizadas como Demanda Externa sugerem a continuidade das ações propostas pelo Plano de *Marketing* Turístico Internacional – Plano Aquarela, criando mecanismos que garantam a permanência das campanhas publicitárias e das ações promocionais nos mercados prioritários definidos pelo plano. Elas buscam, ainda, consolidar o novo modelo de funcionamento dos escritórios no exterior, levando sua atuação para novos mercados prioritários, e implantar ali o modelo de inteligência comercial.

QUADRO 9 - SÍNTESE DE PROMOÇÃO, MARKETING E APOIO À COMERCIALIZAÇÃO

ATIVIDADE	EMPREGO E RENDA			
PROMOÇÃO, MKTG E APOIO À COMERCIALIZAÇÃO	DIRETAMENTE	INDIRETAMENTE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA
1. <i>MARKETING</i> INSTITUCIONAL	2	4	4	3
2. DEMANDA INTERNA	5	5	5	4
3. DEMANDA EXTERNA	5	5	5	4

ATIVIDADE	VOLUME INTERNACIONAL			
PROMOÇÃO, MKTG E APOIO A COMERCIALIZAÇÃO	DIRETAMENTE	INDIRETAMENTE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA
1. <i>MARKETING</i> INSTITUCIONAL	4	5	5	4
2. DEMANDA INTERNA	N/A	N/A	N/A	N/A
3. DEMANDA EXTERNA	5	5	5	4

ATIVIDADE	DIVISAS			
PROMOÇÃO, MKTG E APOIO A COMERCIALIZAÇÃO	DIRETAMENTE	INDIRETAMENTE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA
1. <i>MARKETING</i> INSTITUCIONAL	1	5	4	3
2. DEMANDA INTERNA	N/A	N/A	N/A	N/A
3. DEMANDA EXTERNA	5	5	5	4

ATIVIDADE	VOLUME DOMÉSTICO			
PROMOÇÃO, MKTG E APOIO A COMERCIALIZAÇÃO	DIRETAMENTE	INDIRETAMENTE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA
1. <i>MARKETING</i> INSTITUCIONAL	2	5	4	4
2. DEMANDA INTERNA	5	5	4	4
3. DEMANDA EXTERNA	N/A	N/A	N/A	N/A

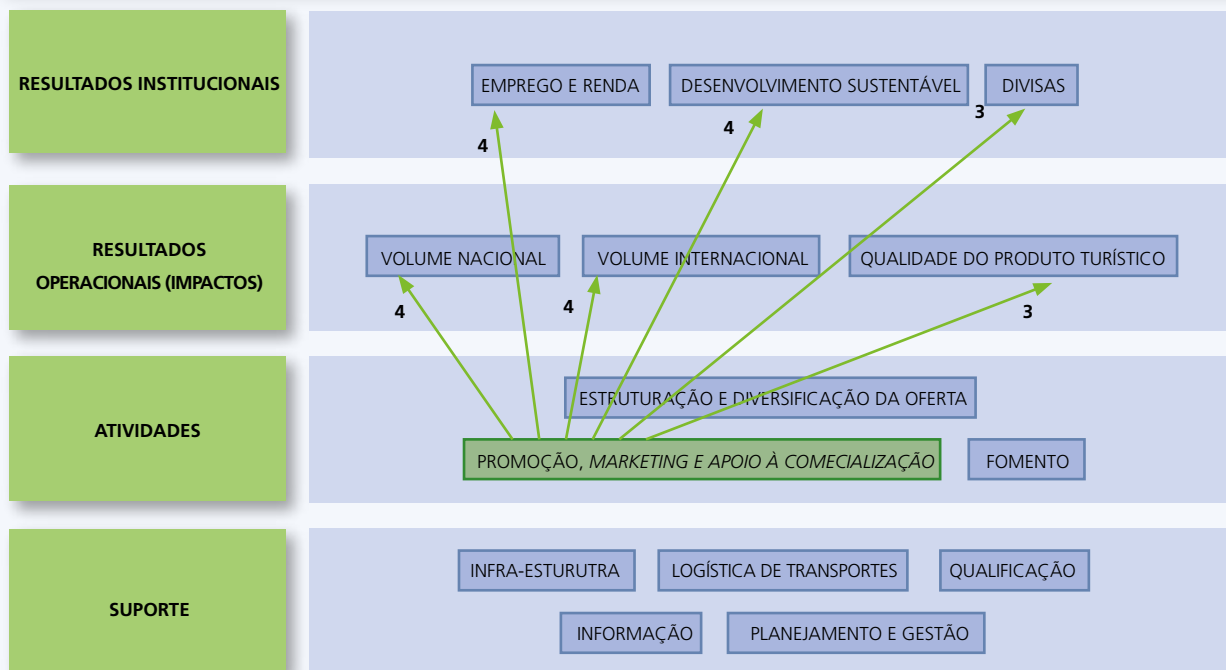
ATIVIDADE	DESENVOLVIMENTO LOCAL			
PROMOÇÃO, MKTG E APOIO A COMERCIALIZAÇÃO	DIRETAMENTE	INDIRETAMENTE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA
1. <i>MARKETING</i> INSTITUCIONAL	0	4	3	3
2. DEMANDA INTERNA	5	5	5	4
3. DEMANDA EXTERNA	5	5	5	4

ATIVIDADE	QUALIDADE			
PROMOÇÃO, MKTG E APOIO A COMERCIALIZAÇÃO	DIRETAMENTE	INDIRETAMENTE	URGÊNCIA	TENDÊNCIA
1. <i>MARKETING</i> INSTITUCIONAL	3	4	4	3
2. DEMANDA INTERNA	2	4	3	3
3. DEMANDA EXTERNA	2	3	3	3

A atividade de Promoção, Marketing e Apoio à Comercialização é uma das que apresentou, no geral, a maior ponderação, revelando o seu grau de importância e prioridade na pauta de atividades do

Ministério do Turismo. A sua execução é classificada como urgente, fato ainda mais relevante dado a intensidade indicada dos impactos direto e indireto nas seis ações.

FIGURA 9 - MAPA DE ADIÇÃO DE VALOR DE PROMOÇÃO, MARKETING E APOIO À COMERCIALIZAÇÃO



ENTIDADES QUE COLABORARAM PARA A ELABORAÇÃO DO DOCUMENTO REFERENCIAL



ABAV - Associação Brasileira de Agências de Viagens	ANTTUR - Associação Nacional de Transportadores de Turismo, Fretamento e Agências de Viagens que Operam com Veículos Próprios	Guilherme de Paulus (individualidade)
ABBTUR - Associação Brasileira de Bacharéis em Turismo	Banco da Amazônia S.A.	Mário de Beni (individualidade)
ABEOC - Associação Brasileira de Empresas de Eventos	BB - Banco do Brasil	MDIC - Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior
ABETAR - Associação Brasileira das Empresas Aéreas Regionais	BITO - Associação Brasileira de Turismo Receptivo	MF - Ministério da Fazenda
ABETA - Associação Brasileira das Empresas de Turismo de Aventura	BNB - Banco do Nordeste do Brasil	MI - Ministério da Integração Nacional
ABIH - Associação Brasileira da Indústria Hoteleira	BNDES - Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social	MJ - Ministério da Justiça
ABLA - Associação Brasileira das Locadoras de Automóveis	CEF - Caixa Econômica Federal	MMA - Ministério do Meio Ambiente
ABOTTC - Associação Brasileira das Operadoras de Trens Turísticos Culturais	CNC - Confederação Nacional do Comércio	MRE - Ministério das Relações Exteriores
ABR - Associação Brasileira de Resorts	CONTRATUH - Confederação Nacional dos Trabalhadores em Turismo e Hospitalidade	MTUR - Ministério do Turismo
ABRACAMPING - Associação Brasileira de Campismo	FAVECC - Fórum das Agências de Viagens Especializadas em Contas Comerciais	SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.
ABRACCEF - Associação Brasileira de Centros de Convenções e Feiras	FBAJ - Federação Brasileira de Albergues da Juventude	SENAC - Serviço Nacional do Comércio
ABRAJET - Associação Brasileira de Jornalistas de Turismo	FBC&VB - Federação Brasileira de Convention & Visitors Bureau	Sérgio Foguel (individualidade)
ABRASEL - Associação Brasileira de Restaurantes e Empresas de Entretenimento	FENAGTUR - Federação Nacional dos Guias de Turismo	SUFRAMA - Superintendência da Zona Franca de Manaus
ABRASTUR - Associação Brasileira de Cooperativas e Clubes de Turismo Social	FNHRBS - Federação Nacional de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares	UBRAFE - União Brasileira dos Promotores de Feira
ABRATURR - Associação Brasileira de Turismo Rural	FOHB - Fórum de Operadores Hoteleiros no Brasil	
ABRESI - Associação Brasileira das Entidades de Gastronomia, Hospitalidade e Turismo	Fórum Nacional dos Cursos Superiores de Turismo e Hotelaria	
ADIBRA - Associação das Empresas de Parques de Diversões do Brasil	Fórum Nacional dos Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo	

CONTRIBUIÇÕES TÉCNICAS ESPECÍFICAS

EBAPE - Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas / FGV - Fundação Getúlio Vargas do Rio de Janeiro

CET - Centro de Excelência em Turismo / UnB - Universidade de Brasília

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Centro de Estatística do Ministério do Trabalho - Rais, *Dados sobre o número de trabalhadores nos subsetores que compõem o Turismo*. Brasília, 2004.

Confederação Nacional do Comércio - CNC, *Agenda do Setor Produtivo do Turismo para 2007/2010 - Empresas do Turismo Fazendo o Brasil Acontecer*, abril, 2006.

Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FINEP, *Meios de Hospedagem: Estrutura de Consumo e Impactos na Economia. Apresentação dos resultados - Resumo Executivo*, 2006.

Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - IPEA, *Objetivos de desenvolvimento do milênio: relatório nacional de acompanhamento*, 2005.

Lage, B.H.G & MILONE, P.C. *Economia do Turismo*. Campinas: Papirus, 1991.

Lundenberg et al, *Tourism economics*. New York: John Wiley & Sons, 1995.

Ministério de Comercio y Turismo. Instituto de Estudios Turísticos, Espanha. *Tabla intersectorial de la economia turística: TIOF-92*. Madri: Instituto de Estudios Turísticos, 1996. (Série informe sobre Turismo, 6).

Organización Mundial del Turismo - OMT, *Barómetro OMT del Turismo Mundial*, Vol. 4, 2006.

Organización Mundial del Turismo - OMT, *Proyecto de Libro Blanco : Una Mirada al Futuro del Turismo de la Mano de la Organización Mundial del Turismo*, 2005.

Pastore, J. *Legislação Trabalhista, Emprego e Renda: A Reforma Necessária*. Seminário sobre Desenvolvimento com Liberdade. Brasília, 2005.

World Tourism Organization - WTO, *Tourism 2020 Vision, Americas*, 2000.

