

O TURISMO BRASILEIRO COMO VALOR DE EXPORTAÇÃO: A NECESSIDADE DE POLÍTICAS PÚBLICAS PARA O ALAVANCAMENTO DO SETOR

Alessandro Rodrigues

alessandro.rodrigues@fatec.sp.gov.br ✉

Valderez T. C. G. Monteiro

valderezmonteiro@terra.com.br

Prof.^a Dr^a. Linda Catarina Gualda

lindacatarina@hotmail.com

Prof. Esp. Eduardo Clemente Alves

duclemente@live.com

Fatec Itapetininga – SP

RESUMO: O turismo é uma marca do século XX e a promoção de atividades turísticas no Brasil e no mundo torna-se gradativamente uma nova fronteira de acumulação de bens. Isso na verdade cria um potencial de desenvolvimento que pode ser um fator portador de uma multiplicação de serviços, de empregos diretos e indiretos e de circulação de mercadorias, transformando tal atividade em algo valioso. No Brasil, o turismo já é uma atividade importante na economia, embora seu crescimento tenha se dado de forma muito desordenada. Em termos relativos, a performance do Brasil no que diz respeito a turismo ainda é modesta se considerarmos suas capacidades

geográficas e econômicas. Isso se deve, entre vários fatores, a falta de políticas públicas que viabilizem a prática do turismo como atividade rentável e que seja encarada como valor de exportação, figurando de forma significativa na pauta de exportações do país. Nesse sentido, o objetivo deste trabalho é mostrar a importância do turismo nacional como valor de exportação, ressaltando a necessidade de políticas públicas que atuem nas funções coordenadora, normativa, planejadora e financiadora. Optou-se por pesquisa bibliográfica, selecionando textos de sites de órgãos governamentais de turismo e economia, notícias de jornais de grande circulação e

de instituições de ensino superior de conhecida reputação e confiabilidade, além de artigos científicos de periódicos acadêmicos com data de produção a partir de 2000. Ao final do artigo, mostramos que o turismo, como valor e atividade, é fundamental ao desenvolvimento cultural, econômico, social e político do país e seu êxito econômico depende também da ação do Estado no que concerne o desenvolvimento sócio-cultural da população, a melhoria de sua qualidade de vida, e a proteção ao meio ambiente. Pensando nisso, a coordenação da atividade turística só se torna possível pela elaboração e implementação de uma política pública para o setor que privilegie cinco premissas: desenvolvimento econômico, sócio-cultural, proteção o meio ambiente, conscientização das comunidades para os impactos do desenvolvimento turístico e planos de ação para viabilizar a atividade com vistas à ampliação do valor de exportação.

PALAVRAS-CHAVE: Turismo e Economia. Turismo e Desenvolvimento Econômico. Turismo e Mercado. Turismo Nacional.

BRAZILIAN TOURISM AS EXPORT VALUE: THE NEED FOR PUBLIC POLICY FOR THE SECTOR LEVERAGE

ABSTRACT: Tourism is a mark of the twentieth century and the promotion of tourist activities in Brazil and in the world gradually becomes a new frontier of accumulation of goods. This actually creates a development potential that can be a bearer of multiplication factor for services, direct and indirect jobs and movement of goods, turning this activity into something valuable. In Brazil, tourism is already an important activity in economy, although its growth has taken place in a very disorderly manner. In relative terms, Brazil's performance with regard to tourism is still modest considering its geographic and economic capabilities. This is due, among some reasons, to the lack of public politics that support the practice of tourism as a profitable activity and is seen as the export value, figuring significantly in the export

schedule of the country. In this sense, the objective of this work is to show the importance of domestic tourism as an export value, emphasizing the need for public politics that work in coordinating functions, rules, planner and funding. We chose literature, selecting texts of government tourism agencies, economy websites, pieces of news from large circulation newspapers and higher education institutions of known reputation and reliability, as well as scientific articles of academic journals with production date from 2000. At the end of the article, we show that tourism, as a value and activity, is fundamental for the cultural, economic, social and political of the country and its economic success also depends on state action regarding the socio-cultural development of the population, improving their quality of life, and environmental protection. Thinking about it, the coordination of touristic activity is only possible with the preparation and implementation of a public politic for the sector that favors five premises: economic, socio-cultural development, protection of the environment, awareness of communities to the impacts of tourism development and action plans to enable the activity in order to expand the export value.

KEYWORDS: Tourism and Economy. Tourism and Economic Development. Tourism and Trade. National Tourism.

1 INTRODUÇÃO

Quando se fala em exportações o que primeiro vem a nossa mente são produtos ou matéria prima sendo embarcados para outros países, mas existe um produto que os países não ficam aguardando o recebimento, mas sim, vêm em busca do mesmo no país produtor: o turismo.

O turismo é uma marca do século XX e a promoção de atividades turísticas no Brasil e no mundo torna-se gradativamente uma nova fronteira de acumulação de bens. Isso na verdade cria um potencial de desenvolvimento que pode ser um fator portador de uma multiplicação de serviços, de empregos diretos e indiretos e de circulação de mercadorias, transformando tal atividade em algo valoroso e em expansão.

No Brasil, o turismo já é uma atividade importante na economia, embora seu crescimento tenha se dado de forma muito desordenada. Em termos relativos, a performance do Brasil no que diz respeito a turismo ainda é modesta se considerarmos suas capacidades geográficas e econômicas. Bertha K. Becker (2001, p. 4), no artigo “Políticas e Planejamento do Turismo no Brasil”, trata dessa questão:

Em 1990, o Brasil representava apenas 0,24% do fluxo total de turismo no mundo, participando com 0,57 da receita mundial do turismo. Esse foi “o fundo do poço”, atingido em razão da crise brasileira, da perda de competitividade e do forte impacto negativo causado pela deterioração da imagem do Brasil no âmbito turístico, particularmente de seu “portal de entrada” a cidade do Rio de Janeiro, devido a questão da segurança. (BECKER, 2001, p. 4)

Atualmente, o turismo figurou entre os dez produtos mais importantes na pauta de exportação brasileira de bens e serviços, ainda mais num momento em

que o país aguarda, um grande número de visitantes turistas para as Olimpíadas. Assim, é preciso pensar no que o turismo representa para nossa economia e os rumos de tal atividade no contexto social e econômico.

Qualquer político ou economista ao se manifestar sobre o futuro do país insiste em chamar atenção para a importância das exportações para equilibrar nossa balança comercial. Isso significa que o turismo deve ser encarado como fator de desenvolvimento, promovendo diversificação e distribuição geográfica a fim de que haja expansão com ênfase em fluxos dinamizados pelo Mercosul, ecoturismo e outros tipos de atividades na área. Para isso, faz-se necessário o desenvolvimento de pólos de turismo integrados com infra-estrutura necessária, além de um programa de turismo interno e externo, que privilegie o turismo de massa e também o turismo como valor de exportação. (BECKER, 2001, p. 5)

No mundo inteiro os serviços de turismo vêm aumentando de forma acentuada, tornando esse produto um dos mais importantes setores para aumento das receitas cambiais. São consideráveis os efeitos econômicos do turismo, a saber: 1) diversidade de atividades que têm de ser exercidas e quantidade de bens e serviços que têm de ser produzidos; 2) geração de novos empregos e manutenção dos já existentes; 3) impactos em outros setores

da economia; 4) redistribuição de renda; 5) impactos nas transações internacionais, nomeadamente importação e exportação de produtos; 6) criação de novas profissões e novos negócios. (NOGUEIRA, 1997, p. 42)

Mário G. Nogueira afirma ainda que o Estado deve promover oportunidades de investimento mais condizentes com “as necessidades da região e dos consumidores, e em tal variedade de opções que permita a mais larga produção de bens e serviços que atendam simultaneamente aos interesses da comunidade receptora e aos imperativos da demanda turística”. (NOGUEIRA, 2007, p. 42)

Vale ressaltar que o desenvolvimento do turismo receptivo (recepção de turistas) internacional deve ser acompanhado de um esforço maior ou pelo menos igual ao da expansão do turismo doméstico, haja vista que o objetivo econômico deve considerar o desenvolvimento social e cultural, em prol do alavancamento do país. Para isso é preciso que algumas medidas em relação a normatização, planejamento, financiamento e regulamentação sejam tomadas.

Apesar do Brasil apresentar um enorme potencial para atração de turistas, o Plano Nacional de Turismo lançado pelo Ministério do Turismo em 2013 apresenta dados preocupantes em relação ao saldo negativo do setor:

Nos últimos anos, o turismo apresentou crescentes saldos negativos na Conta Viagens Internacionais (saldo entre entrada e saída de divisas provenientes do turismo), segundo o Banco Central (BC) (2013). Isso aconteceu em função da crescente ascensão da renda interna e da valorização cambial da moeda nacional. Ocorrendo, simultaneamente, entre os anos 2003 a 2011, essas duas variáveis ocasionaram um crescimento quase exponencial do saldo negativo na conta Viagens Internacionais. No ano de 2012, os brasileiros gastaram no exterior US\$ 22,2 bilhões, e os turistas estrangeiros geraram ao país uma receita de US\$ 6,6 bilhões, portanto, um déficit de US\$ 15,65 bilhões.

Isso se deve a falta de políticas públicas que viabilizem a prática do turismo como atividade rentável e que seja encarada como valor de exportação, figurando de forma significativa na pauta de exportações do país.

De acordo com Mário G. Nogueira (2007, p. 38-42), “para assegurar o desenvolvimento do turismo, minimizando seus efeitos perversos, o Estado necessita do apoio e participação de todos os agents do setor, e de desempenhar as funções coordenadora, normativa, planejadora e financiadora que lhe são próprias”. Essas funções podem ser descritas em algumas das ações apresentadas a seguir:

- 1) Assumir a coordenação e oferecer aconselhamento às diversas entidades das atividades turísticas;
- 2) Garantir a participação dos representantes das entidades públicas e

- privadas do setor no processo decisório;
- 3) Integrar os esforços dos órgãos de turismo no país e exterior;
 - 4) Preparar o pessoal da administração do turismo para o atendimento das demandas impostas pela cooperação, coordenação e pela melhoria da qualidade do produto turístico;
 - 5) Promover a organização interna da administração pública do setor;
 - 6) Promover credenciamento e regulamentação dos serviços direta e indiretamente ligados ao turismo;
 - 7) Analisar a demanda turística, a fim de determinar o uso racional dos recursos naturais bem como a formação e distribuição especial de recursos humanos especializados;
 - 8) Promover a flexibilidade necessária para integrar os fatores econômicos e os não-econômicos de peso (culturais, sociais e naturais) e reduzir os efeitos nocivos do próprio desenvolvimento (poluição, degradação ambiental, etc);
 - 9) Alavancar a interiorização e diversificação do produto e dos serviços turísticos;
 - 10) Implementar a fixação de termos preferenciais na venda ou concessão de terrenos públicos para fins de implantação de empreendimentos turísticos;
 - 11) Oferecer assistência e acompanhamento no desenvolvimento de pesquisas, consultas e pedidos de financiamento estatal;
 - 12) Reduzir impostos e taxas de juros de empréstimos para empreendimentos

turísticos nos estabelecimentos bancários estaduais.

Essas são algumas das ações que o Estado poderia promover no intuito de alavancar a atividade turística no Brasil com o propósito de ampliá-la e torná-la de fato um potencial produto de exportação.

2 METODOLOGIA

Optou-se por pesquisa bibliográfica na internet usando o buscador Google Acadêmico e como palavras chave: turismo e exportação; turismo e receita cambial; turismo e economia; turismo e mercado; turismo doméstico e internacional; turismo e desenvolvimento econômico; turismo no Brasil; objetivos do turista; perfil do consumidor de turismo; motivações dos turistas; entraves ao turismo.

Foram selecionados textos de sites de órgãos governamentais de turismo e economia, notícias de jornais de grande circulação e de instituições de ensino superior de conhecida reputação e confiabilidade (USP, UNICAMP, UNESP, FGV, entre outras), além de artigos científicos de periódicos acadêmicos. Os textos foram selecionados com a data de produção a partir de 2000.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

Embora conhecido como um país de muitas belezas naturais, sem ter grandes catástrofes climáticas, sem problemas de

terrorismo, o Brasil vem apresentando um déficit bastante acentuado em sua balança cambial entre gastos de brasileiros no exterior e as receitas obtidas com a vinda de turistas ao nosso país. Segundo o Ministério do Turismo em seu Plano Nacional de Turismo 2013-

2016, desde 2005 o país vem apresentando crescente déficit chegando em 2012 a U\$15,65 bilhões.

Os dados abaixo do Banco Central do Brasil mostram esse desequilíbrio entre a entrada e saída de divisas com a atividade turística no país.

Quadro 1- Dados sobre a evolução mensal da receita e despesa cambial turística no Brasil

Ano	2014		2015		Variação	
					Receita	Variação
Mês					2014/2015	2014/2015
					%	%
Jan	600	2102	568	2239	-5,27	6,5
Fev	590	1912	521	1490	-11,71	-22,07
Mar	533	1833	548	1504	2,94	-17,97
Abr	544	2340	444	1644	-18,4	-29,75
Mai	525	2259	417	1414	-20,57	-37,38
Jun	793	1997	445	1649	-43,82	-17,43
Jul	785	2408	468	1677	-40,38	-30,37
Total	4370	14851	3411	11617	-21,92	-21,78

Fonte: Banco Central do Brasil (Período 2012-2013)

Sobre esse assunto, M. Victor, por meio do Correio Brasiliense de 20/09/13, apresentou uma notícia alertando sobre a situação do turismo no Brasil:

O rombo nas contas externas chegou ao maior nível em 11 anos e acendeu um alerta no governo. No fim de abril, o saldo negativo das transações do país com o exterior, no período acumulado em 12 meses, chegou a US\$ 69,9 bilhões, o equivalente a 3% do Produto Interno Bruto (PIB), nível em que normalmente esse tipo de desequilíbrio começa a causar preocupação entre os economistas. Caso os números continuem a piorar, o Brasil pode ficar bem mais vulnerável a crises internacionais.

Flávio Dino, presidente da EMBRATUR, também chama atenção sobre a situação do setor afirmando: “De cerca de um bilhão de desembarques no mundo em 2012, só 0,5% foi no Brasil. Além da recessão argentina, a crise europeia e os altos custos nacionais explicam os dados. Nossos turistas estão gerando mais empregos lá fora”

De acordo com dados do SEBRAE (2012), o produto turístico pode ser considerado como supérfluo e, portanto, consumido por aqueles que já conseguiram satisfazer suas necessidades básicas e daí a importância

de se estudar e estimular as motivações turísticas dessas pessoas. Os turistas em todo mundo viajam com objetivos variados e com a grande facilidade de acesso rápido a informações estão cada vez mais utilizando essas facilidades para se prepararem e escolher seus destinos.

Dentre os interesses mais comuns dos turistas pode-se citar: saúde, estudos e intercâmbio, aventura, eventos e convenções, turismo desportivo, turismo de pesca, turismo rural, o chamado sol e praia, ecoturismo, religioso, náutico, etc. (CNTur e SEBRAE, 2011)

O Brasil por sua extensão territorial e diversidade cultural tem um enorme potencial para a atração de turistas por oferecer várias opções para atender interesses variados: lazer de praia e sol; ecoturismo; reservas florestais e parques ecológicos; turismo de aventura; turismo rural entre outros. Reconhecido como a maior potência do planeta em recursos naturais pelo Fórum Econômico Mundial, o país atrai a atenção de outros povos por sua sustentabilidade ambiental e possibilidades turísticas. (FERRETI, 2013)

Segundo Trigueiro (2014), o crescimento econômico ocorrido na última década faz aumentar o consumo interno de turismo e o aumento da população idosa aposentada permite a melhora da ocupação das opções turísticas nos períodos não considerados de alta temporada. Além disso, com o crescimento econômico do país, abriram-se maiores possibilidades de viagens, já

que as passagens aéreas ficaram bastante acessíveis, os aeroportos foram ampliados e o setor hoteleiro triplicou sua malha no território nacional. (TRIGUEIRO, 2014)

Em relação ao turismo no Brasil, a cultura brasileira é caracterizada por grande miscigenação de raças, crenças e valores tornando nosso povo muito tolerante e receptivo, o que é outro fator positivo importante na atração de turistas tanto internos quanto externos. (KEEDI, 2013). Todavia, entre os principais entraves ao melhor desempenho do setor encontra-se a alta prevalência de violência urbana, o deficitário sistema de transportes públicos, nosso precário sistema aeroportuário, preços abusivos de serviços, formação deficitária de profissionais na área, falta de investimentos e de políticas públicas, entre outros fatores. (NERY, 2013)

Em sua mensagem de introdução do Plano Nacional de Turismo 2013-2016, o Ministro do Turismo Alessandro Teixeira reconhece que para conseguir atingir seus objetivos o Brasil precisa melhorar sua estrutura aeroportuária, sua mobilidade urbana e capacitar sua mão de obra. Ele acrescenta que “o Brasil precisa desenvolver o Turismo como atividade econômica auto - sustentável em geração de empregos e divisas, proporcionando inclusão social”.

Com a realização de dois importantes megaeventos em nosso país, a Copa do Mundo em 2014 e as

Olimpíadas em 2016, a expectativa de um grande desenvolvimento do turismo é muito positiva, pois o Brasil deve atender a algumas condições básicas para a realização desses eventos e com isso se percebe a grande mobilização no sentido de construir e adaptar estádios e arenas desportivas, capacitar pessoas para atender e orientar os turistas que deverão vir a esses eventos, adequar os transportes coletivos e vias de acesso, readequar nossos aeroportos para adequada recepção dessa crescente demanda, etc.

Por considerar o setor turístico como uma de suas principais prioridades, já que esse é um setor que vem apresentando crescimento expressivo em todo mundo tendo crescido cerca de 50% segundo dados da Organização Mundial do Turismo, e visando melhor recepção dos turistas que virão ao país, o SEBRAE elaborou uma coletânea de cartilhas em que aponta adaptações e avanços a serem executados nos diversos setores produtivos, além de resumir as principais características dos turistas dos países com provável maior fluxo ao Brasil nos mega eventos Copa do Mundo de Futebol e Olimpíadas.

Ainda nesse esforço de alavancar o turismo brasileiro, o Ministério do Turismo lançou neste ano o Plano Nacional de Turismo 2013-2016 no qual em sua manifestação de abertura o atual Ministro do Turismo afirma:

O objetivo e a estratégia delineados neste PNT são ambiciosos. Sair da sexta para a terceira economia turística do planeta, ficando atrás apenas da China e Estados Unidos, exigirá um crescimento anual médio de mais de 8% no turismo, taxa superior ao crescimento médio dessa atividade no mundo e ao próprio crescimento do nosso PIB. É um desafio que o Ministério do Turismo e o governo brasileiro assumem com satisfação, cientes de que no turismo responderá com crescimento sustentável e sustentável, redução de desigualdades regionais, inclusão social e geração de emprego e renda. Prova da pujança desse setor foi seu crescimento em 18,5% somente entre 2007 e 2011, e com a geração de quase três milhões de empregos diretos entre 2003 e 2012. As ações do PNT podem dobrar o crescimento do turismo no futuro.

A Pesquisa Anual de Conjuntura Econômica do Turismo, em sua 9ª edição de 2013 (Plano Nacional de Turismo 2013-2016), destaca como principais fatores que apontam para o desenvolvimento do setor nos próximos anos: 1) Retomada do crescimento da economia brasileira; 2) Estabilidade econômica; 3) Imagem política do Brasil no exterior; 4) Alta exposição do País na mídia internacional devido aos grandes eventos; 5) Aumento da demanda por viagens na nova classe média; 6) Incentivos do governo para construção de novos hotéis; 7) Expansão de eventos para cidades de médio e pequeno porte; 8) Aumento da demanda de passageiros e da taxa de ocupação de aeronaves.

De acordo com S. Keedi (2013), enquanto a França recebe 70 milhões de turistas por ano, nós recebemos 5 milhões e se conseguíssemos atrair 70 milhões de pessoas gastando cerca de U\$ 1.000 num período de 10 dias cada uma teríamos uma arrecadação de 70 bilhões de dólares, ou seja, cerca de metade de tudo o que o Brasil deve exportar num ano.

Por todos esses fatos pode-se acreditar que o Brasil finalmente reconheceu a importância de um setor econômico que tem um enorme potencial natural e que pode representar excelente negócio para o comércio exterior.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O turismo, como valor e atividade, é fundamental ao desenvolvimento cultural, econômico, social e político do país. Isso equivale dizer que a atividade turística é importante para a educação, convívio cultural e integração nacional e internacional e o êxito econômico desse setor depende também da ação do Estado no que tange o desenvolvimento sócio-cultural da população, a melhoria de sua qualidade de vida e a proteção ao meio ambiente.

Nesse sentido, a coordenação da atividade turística só se torna possível pela elaboração e implementação de uma política pública para o setor que privilegie cinco premissas: desenvolvimento econômico, sócio-cultural, proteção o meio ambiente, conscientização das

comunidades para os impactos do desenvolvimento turístico e planos de ação para viabilizar a atividade com vistas à ampliação do valor de exportação.

Como vimos, para que possa haver maior desenvolvimento do turismo no Brasil devem ser tomadas medidas fundamentais como: melhorar a segurança para reduzir a violência urbana; melhorar os meios de acesso, como estradas, aeroportos, sinalização, transporte público; conscientizar as comunidades para os efeitos positivos e negativos do turismo por meios de comunicação social de forma integrada, campanhas que alertem a população para a responsabilidade cívica relativa ao turismo; proibir atividades que possam causar danos ao meio ambiente; incentivar a colaboração da comunidade na fiscalização da utilização e manutenção do patrimônio turístico; preparar o pessoal da administração do turismo para o atendimento das demandas impostas pela melhoria do produto turístico, como oferecer formação e treinamento de guias mais capacitados e bilíngues, capacitação e especialização técnicas, além de serviços de melhor qualidade; promover cooperação interestadual e internacional; fiscalizar devidamente as empresas turísticas; promover integração dos empreendimentos turísticos com o meio em que estão inseridos, entre outras.

Cabe ressaltar que o turismo como valor, ou seja, como atividade lucrativa

deve considerar o ser humano e a natureza. Isso equivale dizer que a satisfação das necessidades turísticas não pode ser obtida à custa de empobrecimento social, cultural e ambiental, tampouco à custa de depredações do ambiente natural e humano, porque a atividade turística deve ter como principais preocupações o desenvolvimento sócio-cultural e econômico da população, a melhoria de sua qualidade de vida e a proteção ao meio ambiente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Banco Central do Brasil. **Receita Cambial - Variação Mensal 2012/2013 - Dados sobre a evolução mensal da receita e despesa cambial turística no Brasil. Período 2012 e 2013.** Disponível em: http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/estatisticas_indicadores/receita_cambial/. Acessado em 07/ março/2016

BECKER, B. Políticas e Planejamento do Turismo no Brasil. In: **Caderno Virtual de Turismo**. Volume 1, número 1, 2001. P. 1 – 7.

CNTur e SEBRAE – **Perfil do Turista e dos Segmentos de Oferta**. Brasília 2012.

Conselho de Turismo e Negócios da FECOMERCIO, **A importância do turismo no Brasil e no mundo**, junho 2011.

FERRETI. E. R. **Turismo e meio ambiente. Uma abordagem integrada**. São Paulo: Rocca, 2002.

FGV – Ministério do Turismo - **Pesquisa Anual de Conjuntura Econômica do Turismo**, 9ª edição, 2013.

KEEDI, S. **Turismo, uma saída para a crise**. Disponível em: <http://www.global21.com.br/noticias/23972/1/-artigo-turismo-uma-saida-para-a-criese-samir-keedi> Acessado em 18/janeiro/2016. Ministério do Turismo – **Plano Nacional de Turismo 2013-2016**, Brasília 2013.

NERY, N.; **Cresce desvantagem do Brasil em turismo**, Folha de São Paulo, edição de 05/05/2013.

NOGUEIRA, M.G. O papel do turismo no desenvolvimento econômico e social do Brasil. In: **Revista Administração Pública**. Rio de Janeiro, abril/junho, 2007. P. 37-54.

SEBRAE - **Tendências de Negócios e Perfil dos Consumidores para 2014**, VOLUMES 1,2 e 3. São Paulo 2012.

TRIGUEIRO, K. Universidade Federal de Ouro Preto, **Novas tendências do consumidor de turismo na nova economia**. III SETUR 2014.

VICTOR, M. - **Contas externas têm rombo de US\$ 69,9 bilhões e deixa economia vulnerável**, Correio Brasiliense, edição de 20/09/2013.