

Uma Visão do Turismo no Brasil e suas Perspectivas

I Seminário do Observatório de Turismo do Rio Grande do Sul

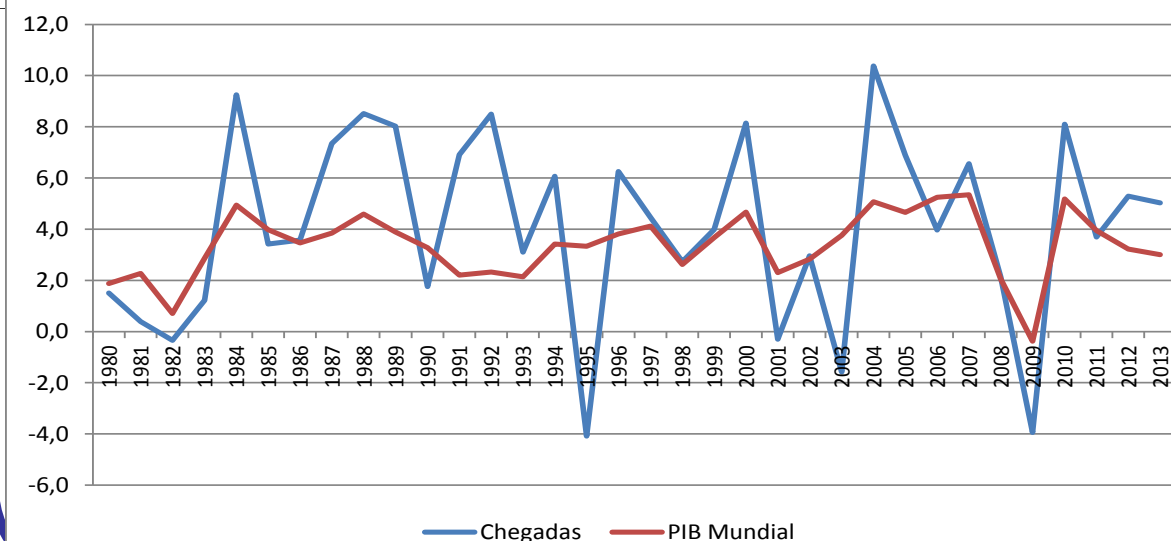
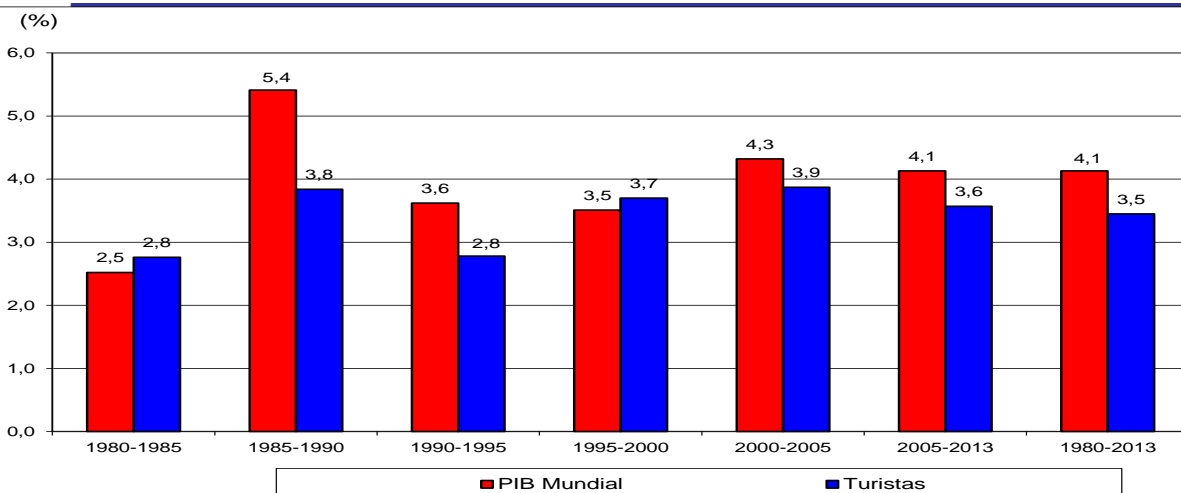
Professor Doutor Wilson Abrahão Rabahy

Porto Alegre, Outubro de 2014

Colocação do Problema: Porque o Turismo não é maior no Brasil?

- É inquestionável a **potencialidade** do Brasil para o crescimento do **Turismo**.
- Mas, então, **porquê não é** mais significativa para o País?
- O **Turismo é importante no Brasil**, mas **poderia ser mais**.
- É importante, particularmente para o **mercado interno (Turismo Doméstico)**.
- Em termos de seu **Receptivo internacional**, embora apresente algumas **restrições por sua localização geográfica**, o País dispõe ainda de um amplo espaço para seu crescimento.
- **Eventos Especiais** são **oportunidades** para alavancar um “salto” no atual patamar deste receptivo, atualmente de **baixo significado no mercado mundial (0,58% dos gastos)**.

Turismo no Mundo x PIB Constante (Evolução e Taxas Anuais)



- Foi de **1,087 bilhões** o **Total de Chegadas** de Viagens Internacionais no mundo em 2013 e de **US\$ 1,159 bilhões** as **Receitas Mundiais**.
- O **PIB mundial** cresceu no período 1980/2013 **3,45%** a.a. e o **Turismo** (em N° de Chegadas) cresceu ligeiramente superior - **4,13%** a.a.
- Confrontando-se as taxas anuais verifica-se alta **correlação** entre os movimentos das duas variáveis, **Turismo x PIB**.
- Os **anos mais críticos**, neste período, foram **2001/03** e **2008/09**.

Regiões Receptivas no Mundo (Nº de Turistas e %)

Regiões	Chegadas dos Turistas Internacionais (milhões)						Participação (%)					
	1990	1995	2000	2005	2010	2013	1990	1995	2000	2005	2010	2013
Europa	261,1	304,0	388,2	448,9	484,8	563,4	60,1	57,6	57,3	55,6	51,1	51,8
Ásia e Pacífico	55,8	82,0	110,1	153,5	204,9	248,1	12,9	15,5	16,3	19,0	21,6	22,8
Américas	92,8	109,1	128,2	133,3	150,6	167,9	21,4	20,7	18,9	16,5	15,9	15,4
Oriente Médio	9,6	13,7	24,1	36,3	58,2	51,6	2,2	2,6	3,6	4,5	6,1	4,7
África	14,7	18,7	26,2	34,8	49,9	55,8	3,4	3,5	3,9	4,3	5,3	5,1
Outros	0,1	0,0	0,1	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Total Mundial	434,1	527,5	676,9	807,0	948,4	1.086,8	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Mesma Região	348,7	422,6	532,5	630,6	728,1	840,2	81,8	81,6	80,3	80,7	79,0	79,3
Outras Regiões	77,6	95,6	130,3	150,9	194,0	219,8	18,2	18,4	19,7	19,3	21,0	20,7

FONTE: OMT - Tourism Highlights (2014 Edition)

- **Receptivas** - As regiões mais desenvolvidas são as principais receptoras de turistas internacionais: **Europa** responde por **52%**; **Ásia e Pacífico** por **23%** e **Américas** por **15%** (juntas **90,1%**).
- Interessante notar **mudanças marginais** nesta tendência: Em 23 anos **Europa** perde **8,3 pts.** e **Ásia** conquista **10,0 pts.**
- Predominam os **fluxos turísticos intraregionais**: cerca de **80%** das viagens ocorrem nas **próprias regiões**.

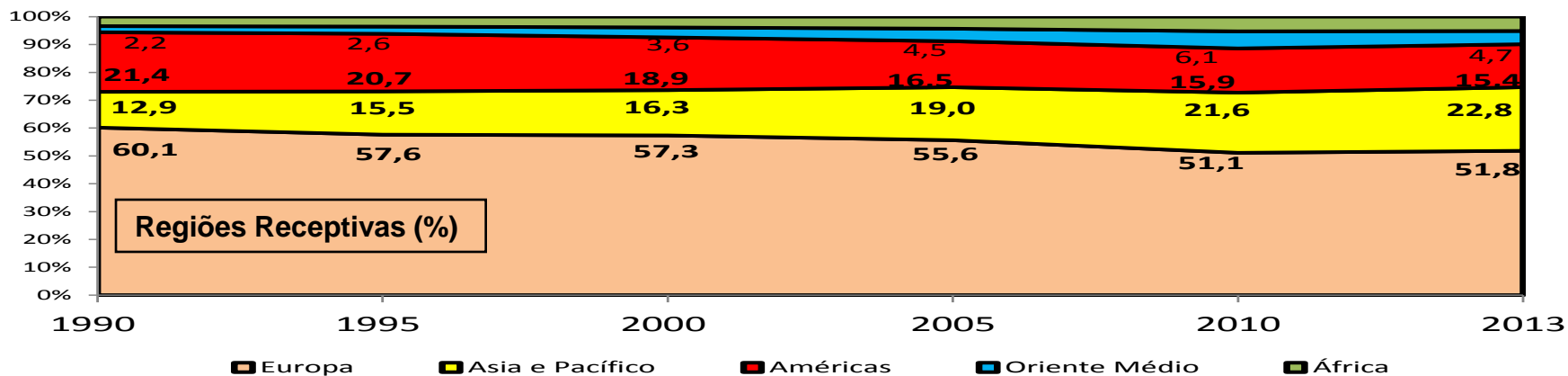
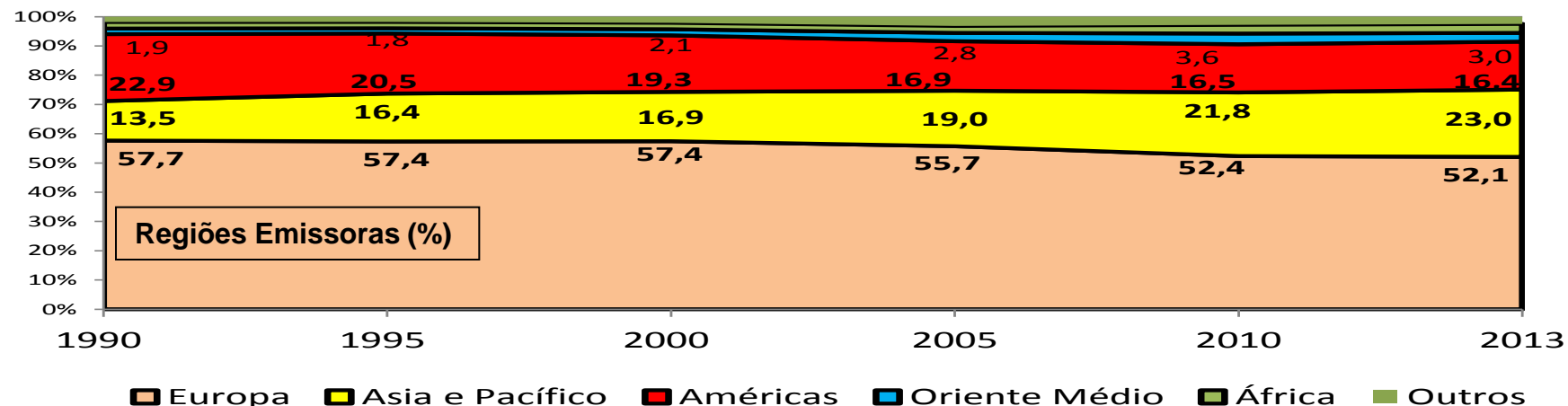
Regiões Emissoras no Mundo (Nº de Turistas e %)

Regiões	Origem dos Turistas Internacionais (milhões)						Participação (%)					
	1990	1995	2000	2005	2010	2013	1990	1995	2000	2005	2010	2013
Europa	250,3	302,6	388,8	449,7	496,6	565,9	57,7	57,4	57,4	55,7	52,4	52,1
Ásia e Pacífico	58,7	86,3	114,2	153,2	206,3	250,3	13,5	16,4	16,9	19,0	21,8	23,0
Américas	99,3	108,4	130,8	136,5	156,3	178,1	22,9	20,5	19,3	16,9	16,5	16,4
Oriente Médio	8,2	9,3	14,1	22,9	34,6	32,3	1,9	1,8	2,1	2,8	3,6	3,0
África	9,8	11,5	14,9	19,3	28,3	33,4	2,3	2,2	2,2	2,4	3,0	3,1
Outros	7,8	9,4	14,1	25,4	26,3	26,8	1,8	1,8	2,1	3,1	2,8	2,5
Total Mundial	434,1	527,5	676,9	807,0	948,4	1.086,8	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Mesma Região	348,7	422,6	532,5	630,6	728,1	840,2	81,8	81,6	80,3	80,7	79,0	79,3
Outras Regiões	77,6	95,6	130,3	150,9	194,0	219,8	18,2	18,4	19,7	19,3	21,0	20,7

FONTE: OMT - Tourism Highlights (2014 Edition)

- **Emissoras** – Por serem as mais ricas, as principais regiões **emissoras** de turistas internacionais são: **Europa** (+ de 50%) **Ásia e Pacífico** (23%) e **Américas** (16,4%), acumulando **91,5%**.
- Observa-se que somente **na margem** tem-se espaços **para conquistas de mercados**.

Grau de Concentração do Turismo Mundial



- Observa-se que os gráficos do **Emissivo** e **Receptivo** configuram imagens como se fossem refletidas de um **espelho**. Situação **similar** é observada quanto às **M** e **X**.

Países: Confronto Emissivo Versus Receptivo (14 países)

Gastos Principais Países	RECEITAS (2013)	Partic. no Total	Nº de Turistas	Receita Turismo per capita
	(US\$ Bilhões)	(%)	(milhão)	US\$
Estados Unidos	139,6	12,0	69,8	2.000,9
Espanha	60,4	5,2	60,7	995,7
França	56,1	4,8	83,0	675,8
China	51,7	4,5	55,7	928,4
Itália	43,9	3,8	47,7	920,3
Tailândia	42,1	3,6	26,5	1.585,9
Alemanha	41,2	3,6	31,5	1.306,1
Reino Unido	40,6	3,5	31,2	1.302,6
Hong Kong (China)	38,9	3,4	25,7	1.515,9
Australia	31,0	2,7	6,4	4.858,2
Canadá	17,7	1,5	16,6	1.067,0
Japão	14,9	1,3	10,4	1.437,7
Rússia	12,0	1,0	28,4	423,2
Brasil	6,5	0,6	5,7	1.145,0
Subtotal	596,6	51,5	499,1	1.195,3
Demais Países	562,4	48,5	587,9	956,7
Total	1.159,0	100,0	1.087,0	1.066,2

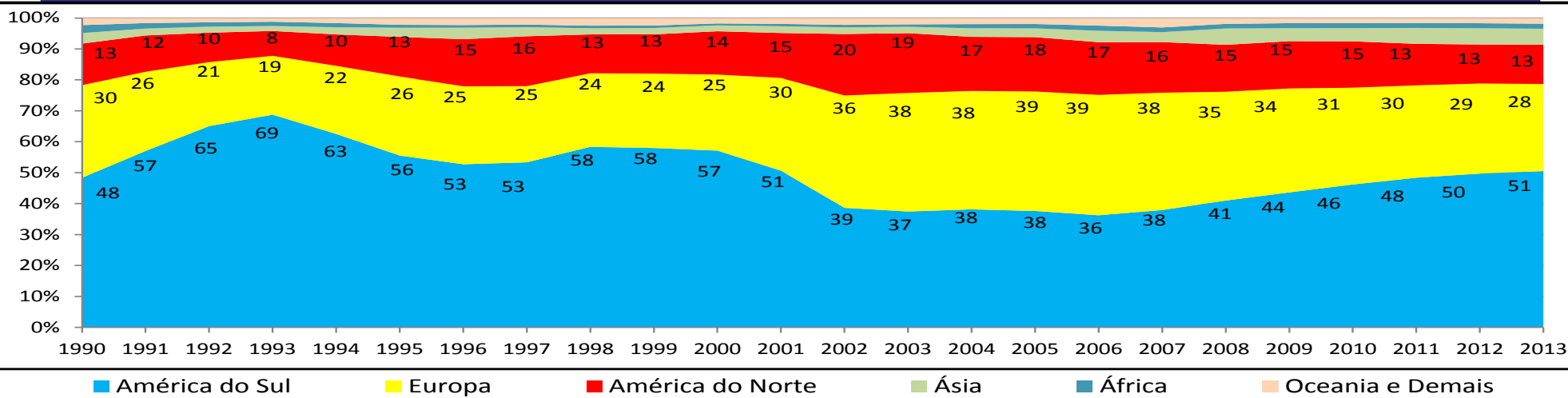
FONTE: OMT - Tourism Highlights (2014 Edition)

Receitas Principais Países	Gastos (2013)	Partic. no Total	Renda per capita
	(US\$ Bilhões)	(%)	(US\$)
Estados Unidos	86,2	7,4	53.101
Espanha	16,3	1,4	29.150
França	42,4	3,7	43.000
China	128,6	11,1	6.747
Itália	27,0	2,3	34.715
Tailândia	6,7	0,6	5.675
Alemanha	85,9	7,4	45.000
Reino Unido	52,6	4,5	39.567
Hong Kong (China)	21,2	1,8	37.778
Australia	28,4	2,5	64.863
Canadá	35,2	3,0	51.990
Japão	21,8	1,9	38.492
Rússia	53,5	4,6	14.819
Brasil	25,1	2,2	11.311
Subtotal	630,9	54,4	(*)
Demais Países	528,1	45,6	(*)
Total	1.159,0	100,0	9.950

FONTE: OMT - World Tourism Barometer (Ago 2014) e FMI

Alguns Dados do Turismo no Brasil

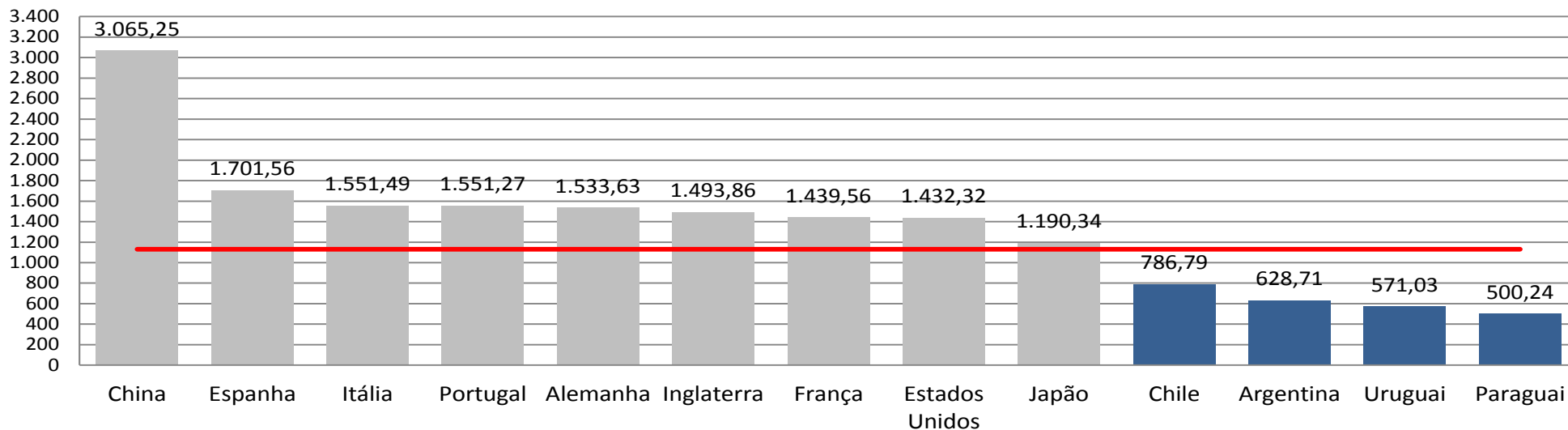
Participação das Regiões Mundiais no Receptivo Brasil- 1990/2013 (%)



- Os países da **A. do Sul** são os principais emissores para o Brasil (**51%**). Já foi mais importante em outros momentos (como **1992/94** e na **década de 80**) – chegou a alcançar níveis de **60** ou **70%** (perda de 10 ou 20 pontos). Cerca de **50%** dos originários da **A. do Sul** vêm pela **via Terrestre**, de **menor gasto** relativo.
- No total, a via **Aérea** responde por **70%**.
- Os países da **A. do Sul** respondem a **Preços** e **Cambio** e às suas próprias condições econômicas. Os dos **demais Continentes**, representando **contingentes apenas marginais** de seus emissores (**menos de 1%**) seguem uma **tendência histórica** e ligeiramente crescente, embora a Europa venha decrescendo nos últimos anos (**reduz sua participação de 39% em 2005 para 28% em 2013**).

Gastos Totais *per capita*, por principais Países

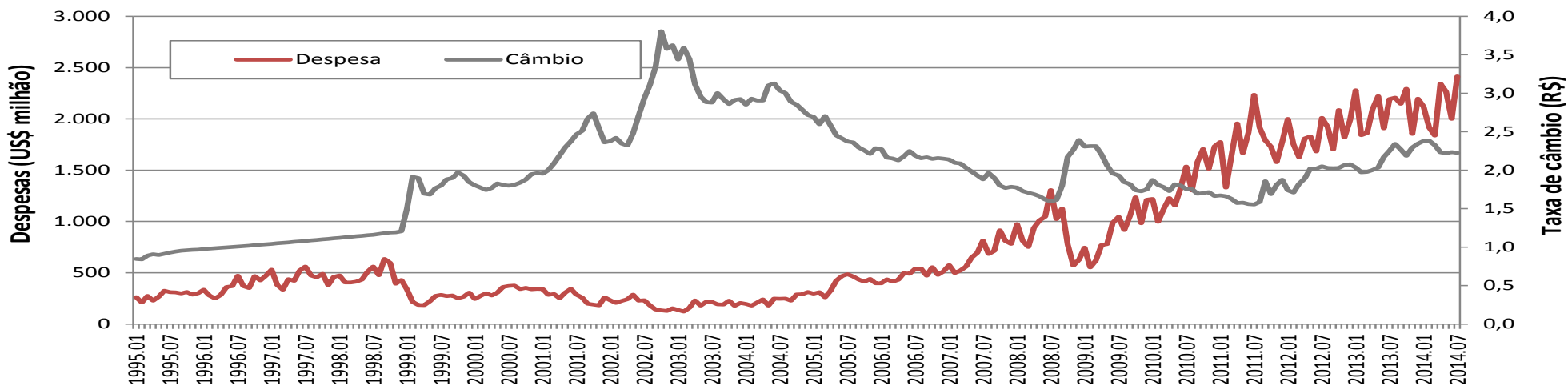
Gasto per capita no Brasil, por país de residência - 2013 (US\$)



- Os **Gastos *per capita*** dos turistas em visita ao Brasil **crecem** em função da **renda *per capita*** dos países emissores e de sua **distância** relativa.
- Os países da **Ásia** são os que registram os maiores Gastos, seguidos dos da **Europa** (Espanha, Itália, etc.), da **América do Norte** (Estados Unidos), e, por fim, dos fronteiriços da **América do Sul** (Chile, Argentina, Uruguai, Paraguai).

Brasil: Relação do Câmbio com as Despesas de Viagem

Despesas da Conta Viagens Internacionais x Taxa de Câmbio (jan/95-Jul/14)



- A relação **Câmbio x Despesas** é quase o reflexo de um “espelho”: o Real se valoriza, as **Despesas com Viagens** (e Importações) **crecem**; e o inverso quando o Real se desvaloriza.
- É notória a expressiva **redução dos Gastos** com V. Internacionais a partir da política de **flexibilização cambial** (1999): o Real se desvaloriza, - passa de 1,0 real/dólar para 2,3 a 3,1 (e para até 4,0 em 2003). Por conta da redução das Despesas, a **Conta V. Internacionais** chega a registrar até **saldos positivos** (2003 e 2004).
- A partir de 2005 acelera-se a desvalorização do Dólar (**Real valorizado**), **estimulando** o aumento dos **gastos** com viagens no exterior, alcançando **US\$ 25 bilhões** em 2013. Influem nos gastos com viagens, além da questão do **câmbio**, o aumento da **renda** dos brasileiros, as **aquisições de bens**, por conta das diferenças nos preços dos bens importados, e as compras com **cartões de crédito** (algumas não presenciais).

Conta Viagens Internacionais no Brasil e o Câmbio

Anos	Balança Comercial (em US bilhões)			Câmbio R\$/US\$ (média anual)	Conta V. Internacionais (em US\$ milhões)		
	Exportação	Importação	Saldo		Receita	Despesa	Saldo
1995	46.506	-49.972	-3.466	0,92	895	3.103	-2.208
1996	47.747	-53.346	-5.599	1,01	840	4.438	-3.598
1997	52.994	-59.747	-6.753	1,08	1.069	5.446	-4.377
1998	51.140	-57.714	-6.575	1,16	1.586	5.732	-4.146
1999	48.011	-49.210	-1.199	1,81	1.628	3.085	-1.457
2000	55.086	-55.783	-698	1,83	1.810	3.894	-2.084
2001	58.223	-55.572	2.650	2,35	1.731	3.199	-1.468
2002	60.362	-47.240	13.121	2,92	1.998	2.396	-398
2003	73.084	-48.290	24.794	3,08	2.479	2.261	218
2004	96.475	-62.835	33.641	2,93	3.222	2.871	351
2005	118.308	-73.606	44.703	2,44	3.861	4.720	-858
2006	137.807	-91.351	46.457	2,18	4.316	5.764	-1.448
2007	160.649	-120.617	40.032	1,95	4.953	8.211	-3.258
2008	197.942	-173.107	24.836	1,83	5.785	10.962	-5.177
2009	152.995	-127.705	25.290	2,00	5.305	10.898	-5.594
2010	201.915	-181.768	20.147	1,76	5.702	16.420	-10.718
2011	256.040	-226.247	29.793	1,68	6.555	21.264	-14.710
2012	242.578	-223.183	19.395	1,95	6.645	22.233	-15.588
2013	242.034	-239.631	2.402	2,16	6.711	25.342	-18.631
2014 (1)	239.397	-232.995	6.402	2,30	7.126	25.600	-18.474

Fontes: Bacen, FMI e Ipeadata

(1) Anualizado - Ago14/Set13

A valorização do Real, retomada a partir de **2005**, resulta numa crescente evolução das **Despesas** com V. Internacionais.

Os **gastos** com viagens internacionais **evoluem** de um patamar de **US\$ 5 bilhões** para **10 bilhões** em 2006/08, alcançando **US\$ 25,6 bilhões** em 2014, mesmo após a desvalorização do Real, a partir de 2010/11.

Os aumentos acelerados das **Despesas** **não** são acompanhados das **Receitas**, gerando **déficits** crescentes, até ter-se atingido **US\$ 18,4 bilhões** em 2014.

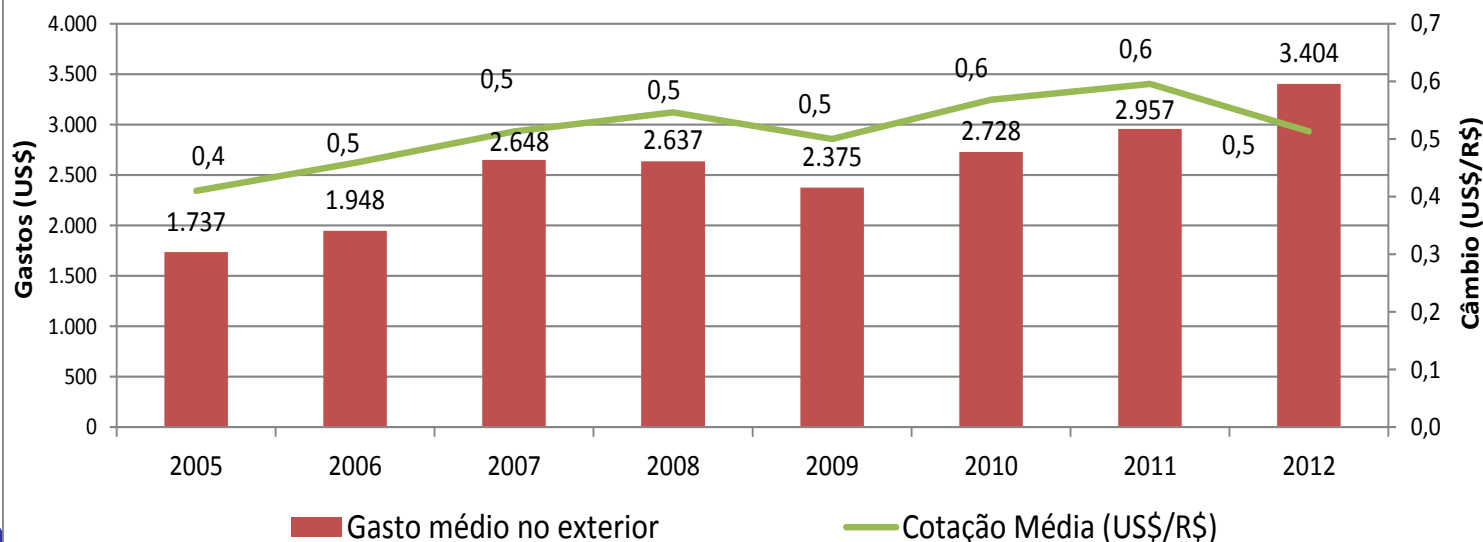
Situação similar vem se observando na **Balança Comercial**. De saldos positivos em 2005/07, da ordem de **US\$ 45 bilhões**, reduz-se, ano a ano, até alcançar **saldos de US\$ 2,4 a 6,4 bilhões** em 2013/14.

Emissivo: Relação Gastos no Exterior e a Valorização do Real

Gasto Médio Total dos Turistas Brasileiros no Exterior (em US\$ mil)

Itens	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Gasto médio no exterior	1.737	1.948	2.648	2.637	2.375	2.728	2.957	3.404
Cotação Média (US\$/R\$)	0,41	0,46	0,51	0,55	0,50	0,57	0,60	0,51
Cotação Média (R\$/US\$)	2,44	2,18	1,95	1,83	2	1,76	1,68	1,95
Índice dos Gastos (2005=100)	100,0	112,2	152,4	151,8	136,7	157,0	170,2	195,9
Variação Anual dos Gastos (%)	(*)	12,2%	35,9%	-0,4%	-9,9%	14,8%	8,4%	15,1%

Gasto médio total dos turistas brasileiros no exterior



Nos últimos 6 anos o **gasto médio**, a **preços correntes** (em US\$), **cresceu 96%**, - taxa anual média de **10% a.a.**

Somente em 2008 e 2009, como efeito da **crise internacional**, verifica-se uma **queda** nos gastos: menos 0,4% e menos 9,9%, respectivamente.

Nota-se uma estreita **relação** entre as variações dos **gastos** médios e as cotações do Dólar (**valorização do Real**): a medida que o Real se valoriza, maiores são os gastos médios. Além disso, tem-se o aumento da **renda** e menores **preços**.

Composição dos Gastos Médios dos Turistas Brasileiros no Exterior

Itens de Gastos	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Hospedagem	25,2	29,8	25,4	22,4	21,6	22,1	22,7
Alimentação	26,3	26,0	24,8	24,2	24,9	23,4	22,9
Transp. interno	10,5	10,0	15,5	15,4	14,5	13,5	12,9
Compras pessoais	17,6	16,7	23,9	27,7	28,2	30,5	29,4
Atrativos/passeios	17,7	16,2	9,3	9,1	9,4	9,2	9,0
Outros	2,7	1,2	1,1	1,3	1,3	1,4	1,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Gasto Total (em R\$)	1.948	2.648	2.637	2.375	2.728	2.957	3.404
Evolução (2006=100)	100,0	135,9	135,3	121,9	140,0	151,8	174,7

- Os gastos com **Hospedagem** e **Alimentação** perdem importância ao longo do tempo: juntos caem de **51,5%** em 2006 para **45,6%** em 2012 (perdem 6 pontos em 7 anos).
- E, **Compras Pessoais** aumenta substancialmente (+12 pontos), passando a ser, desde **2009**, o **principal item de despesa** dos brasileiros no exterior, da ordem de **30%** dos gastos em 2012.
- O **déficit de US\$ 18 bilhões não** se deve todo ao **Turismo**. Parcelas crescentes das despesas desta Conta são devidas às **Compras**, muitas delas efetuadas com **Cartões de Crédito**, **não** necessariamente **presenciais** no exterior.
- O uso de **Cartões de crédito** evolui de **50%** em 2005 para **60%** em 2011, recuando em 2012 para 55% e 50% em 2013. Por seu lado os gastos declarados com Turismo, recuam de **41%** (2005) para **37,6%** (em 2011).

Brasil: Apenas na Margem como Destino Mundial

Participação do Brasil: Principais Mercados Emissores Mundiais do Turismo - 2013

Países Emissores	Gasto Turismo 1			População 2013 (milhão)	G/N Total	Gasto no Brasil ²	Brasil noTotal
	2012	2013	(%)				
Alemanha	81,3	91,4	7,6	81	1.031	363	0,4
Estados Unidos	100,3	104,7	8,8	316	254	849	0,8
China	102,0	128,6	10,8	1.361	54	184	0,1
Reino Unido	51,0	51,3	4,3	64	807	254	0,5
França	40,0	42,9	3,6	64	660	323	0,8
Canadá	35,0	35,2	2,9	35	958	96	0,3
Rússia	42,8	53,5	4,5	143	228	35	0,1
Itália	26,4	27,0	2,3	60	473	362	1,3
Japão	27,9	21,8	1,8	127	213	104	0,5
Austrália	28,0	28,4	2,4	23	1.184	68	0,2
Sub-Total	534,7	584,8	48,9	2.274	211	2.637	0,5
Demais	580,3	610,2	51,1	4.672	118	4.074	0,7
TOTAL	1.115,0	1.195,0	100,0	6.946	148	6.711	0,6

Fontes: OMT - Tourism Highlights, Edição 2012 e FIPE Mtur 2013

(¹) Em US\$ bilhão

(²) Em US\$ milhão

Do lado das **Receitas**, poucas perspectivas. O Brasil representa apenas **0,58%** dos gastos mundiais.

Mesmo importantes emissores de turistas ao Brasil (E.U.A. o 2º mais importante) destinam apenas **0,8%** de seu emissivo ao Brasil.

Nos demais principais mercados de consumo turístico do mundo o Brasil representa menos de **0,8%**, exceto Itália (1,3 %).

Um “salto” neste patamar é possível, mas ainda assim em baixo nível e requer **determinação política dos poderes decisórios**.

Significado Econômico do Turismo: Nacional e Internacional

Participação do Turismo no PIB em Alguns Países e no Brasil (Estimativas)

Países ¹	Receitas (US\$ bilhões)		Total Tur	Relação D/I	PIB (US\$ bilhões)	Relação Tur/PIB
	Internacional (I)	Doméstico (D)				
Estados Unidos (2006)	84,0	593,7	677,7	7,1	13.117	5,2%
França (2005)	54,0	126,6	180,6	2,3	2.147	8,4%
Espanha (2004)	49,3	48,7	98,0	1,0	1.044	9,4%
Áustria (2005)	17,9	17,0	34,9	1,0	304	11,5%
México (2006)	15,3	96,2	111,5	6,3	949	11,7%
Japão (2007)	12,6	181,0	193,6	14,4	4.381	4,4%
Austrália (2003)	11,5	32,4	43,9	2,8	455	9,6%
Canadá (2002)	11,5	24,5	36,0	2,1	735	4,9%
Suíça (2005)	9,6	14,8	24,4	1,5	372	6,6%
Holanda (2007)	9,3	39,1	48,4	4,2	776	6,2%
China (2002)	1,1	10,4	11,5	9,5	1.454	0,8%
Chile (2003)	1,1	3,8	4,9	3,5	74	6,6%
Brasil ³ (1999)	3,9	38,8	42,7	9,9	950	2,5% ²

Fonte: UNWTO - TSA data around the world, 2009

Observações: (1) Anos de Referência dos Dados (entre parênteses).

(2) Estimativa Preliminar

(3) V. do Consumo - Fonte: Impacto Econômico do Turismo Avaliado pela Conta Satélite, FIPE 2002.

- Em países como o Brasil, de grandes **dimensões** e com **diversidade de atrativos**, o **mercado interno** tende a predominar no Turismo e em outras atividades.
- A **relação D/I** é da ordem de **9,9 para 1**. Japão 14; China 9,5; E.U. 7; etc.
- A **receita do Turismo** situa-se entre **5 a 10%** do **PIB** para todos esses países (exceto China), chegando a **10%** ou mais para Espanha, México e Áustria.
- No **Brasil**, as **receitas** respondem por cerca de **4,3%** do **PIB**, embora estimativas do **PIB do turismo** seja da ordem de **2,5%** (*Receita difere do Produto*).

Alguns Benefícios do Turismo para a Economia: Distribuição Regional da Renda

Fluxo de Gastos/Receitas das Viagens Domésticas (%)

Origens	Destinos					Total
	Sudeste	Nordeste	Sul	Centro Oeste	Norte	
Sudeste	31,2	5,8	3,1	2,8	0,4	43,3
Nordeste	2,2	20,7	0,4	0,7	0,5	24,5
Sul	2,1	0,8	14,4	0,5	0,1	17,9
Centro Oeste	1,8	1,9	0,7	4,6	0,5	9,5
Norte	0,4	0,8	0,2	0,6	2,8	4,8
Total	37,7	30,0	18,8	9,2	4,3	100,0

Fonte: FIPE e Mtur - Turismo Doméstico 2011-12

Relação SE/NE: 2,65

ITENS	Sudeste	Nordeste	Sul	Centro Oeste	Norte	TOTAL
(%) das Receitas Tur Dom	37,7	30,0	18,8	9,2	4,3	100,0
Consumo do Turismo (%)	52.355	41.662	26.108	12.776	5.972	138.873
PIB (em R\$ milhões) 2009	1.792.049	437.720	535.662	310.765	163.208	3.239.404
Consumo/PIB	2,9%	9,5%	4,9%	4,1%	3,7%	4,3%

- Para cada 1 de **gasto** do **NE** no **SE**, o **SE** desembolsa **2,65** unidades monetárias no **NE** (relação **2,65 para 1**);
- Embora o **SE** registre a **maior Receita** com Turismo, para o **NE** o Turismo é **mais relevante** em seu **PIB**.
- No **SE** o **consumo** do turismo representa **2,9%** de seu **PIB**, enquanto para o **NE** representa **9,5%** (No total do País é **4,3%**);
- Notoriamente, Turismo propicia a **redistribuição regional da renda**.

Perspectivas do Turismo face à Realização de Mega Eventos

(Copa, Olimpíada, F1 etc.)

Riscos e Oportunidades face aos Megaeventos

- Os **impactos de mega eventos** (tipo Copa do Mundo, Olimpíadas, Fórmula 1 etc), **não se restringem** às avaliações sob a **ótica do setor privado**. Sob o prisma de **políticas públicas**, os custos e benefícios são **mais amplos e complexos**.
- Devem ser avaliados com base nos “**Custos de Oportunidade**” da escolha dos investimentos em relação às escalas de **prioridades e necessidades do conjunto da população** brasileira.
- Não são decisões simples. Muitos dos investimentos apresentam **externalidades** para a sociedade como **um todo**, mesmo que seu propósito inicial seja atender a demanda de um determinado setor de atividade.
- Evidências dessa afirmativa seriam, por exemplo, a construção e/ou ampliação de **portos e aeroportos**, melhorias nas **acessibilidades urbanas**, nos sistemas de **saneamento**, de **educação**, de **segurança**, entre outros investimentos **essenciais e básicos**.

Riscos e Oportunidades face aos Megaeventos

Quais as **perspectivas** em relação aos investimentos dos Estádios da Copa de 2014?

Na Copa da **Alemanha** (2006) **62%** dos estádios foram financiados com recursos **privados**. No **Brasil**, dos **R\$ 7,8 bilhões** projetados em gastos com Estádios, cerca de **90%** foram derivados de recursos **públicos** ou financiados pelo BNDES, incluindo os incentivos fiscais.

Em relação ao **pós evento**, são **mínimas** as possibilidades de **utilização dos estádios** como **arenas de multiuso**. E, no que tange ao **futebol**, a **frequência** média em 2009 foi de **18.000 espectadores**; enquanto, na Alemanha foi de 42.500, no Inglaterra de 35.600, na Espanha de 29.100 e na Itália de 25.300 (*Jornal Valor Econômico, 1/6/10: nota-se a superestimação da capacidade dos estádios, face à demanda dos centros esportivos brasileiros*).

Resultados **Pós-Copa** confirmam estas distorções. De fato, de julho/14 até setembro/14, o público médio nos Estádios da Copa foi, em média, de **19.000** contra a capacidade de **53.000 (TO de 36%)**. E mais, em alguns Estádios foi muito **baixo** o **Nº de jogos** (em **Manaus**, por ex., apenas **2 jogos**).

Infraestruturas ainda Não Concluídas

Obras	Nº de Ações	Valor (em R\$ Milhões)		Parcela Executada
		Contratado	Executado	
Aeroportos	30	8.913,5	6.368,8	71,5%
Estádios	12	7.817,0	5.945,0	76,1%
Mobilidade Urbana	45	6.642,9	3.677,3	55,4%
Segurança Pública	40	1.111,7	387,5	34,9%
Portos	6	601,2	500,4	83,2%
Telecomunicações	72	262,5	174,4	66,4%
Estruturas Temporárias	6	19,5	26,9	137,9%
Desenvolvimento Turístico	88	12,7	6,3	49,6%
Comunicação	1	2,8	3,6	128,6%
Centros de Treinamento	20	0,0	0,0	0,0%
Outros	4	31,2	3,7	11,9%
Total	324	25.415,0	17.093,9	67,3%

As obras previstas na Copa, mas que são necessárias para a população residente, **ficaram em atraso**. Segundo publicação de OESP (28/09/14), de R\$ 25,4 bilhões previstos, apenas R\$ 17,1 bilhões foram **realizados (67,3%)**.

Os **Estádios e Aeroportos** alcançaram mais de **70%**. Mas, **Mobilidade Urbana e Segurança Pública** registram apenas 55% e 35% do previsto.

Obras ou Reformas **não Entregues** ou de **previsão indefinida**: **VLT** (Cuiabá); **Aeroporto** (Manaus); **BRT** (Recife); **VLT** (Fortaleza); **Terminal Marítimo** (Fortaleza); **Aeroporto** (Fortaleza); **Aeroporto** (Curitiba); **Aeroporto** (Cuiabá).

Impactos Positivos da Copa

A divulgação de suas **belezas naturais** e da **simpatia de seu povo** foi um dos principais impactos positivos da realização da Copa no Brasil. Dos cerca de **600 mil** novos visitantes decorrentes da Copa, **83%** avaliaram que a visita **Atendeu e/ou Superou** suas expectativas e **95%** deles revelaram **intenção de retornar** (Revista Exame 14/07/14).

O Evento atraiu cerca de **600 mil turistas** e propiciou um acréscimo de **Receitas de US\$ 397 milhões** no ano, embora, no período específico da Copa (Jun/Jul), tenha alcançado **US\$ 593 milhões** (algumas viagens de **negócios**, entre outras, foram **postergadas**).

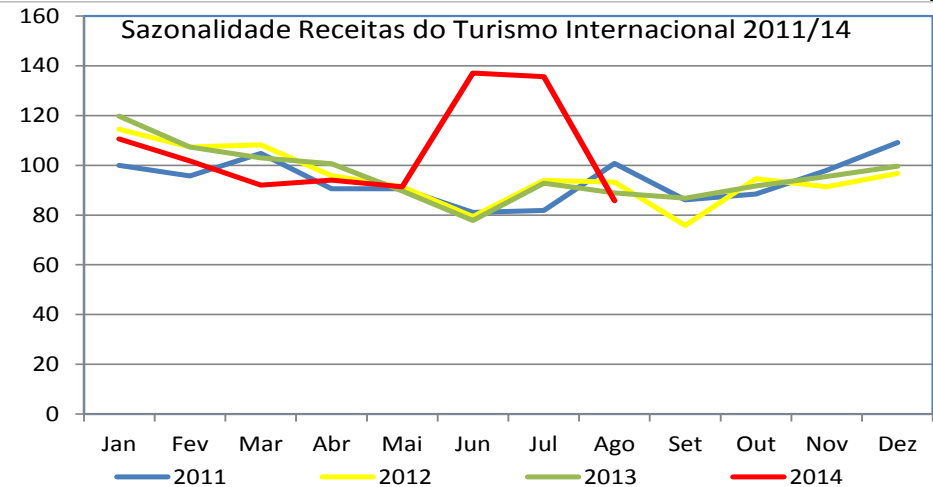
É evidente a repercussão positiva do Evento e, mais ainda, na Mídia internacional, reconhecendo esta como a “Copa das Copas”.

Impacto da Copa nas Receitas do Turismo Internacional

(em US\$ milhões)

Anos	Receitas	Tx Anual	Acrésc.	Jun-Jul	Tx Anual	Acrésc.
2012	6.645			1.008		
2013	6.711	1,0%	66	993	-1,5%	-15
2014(*)	7.108	5,9%	397	1.586	59,7%	593

(*) Ago/Set



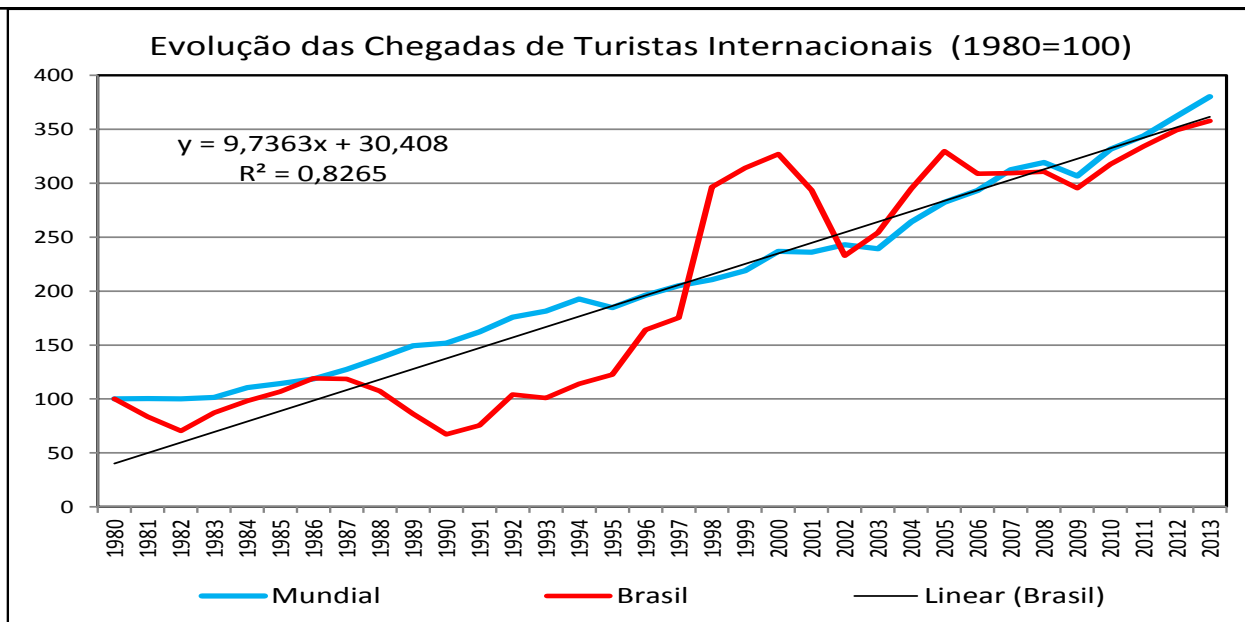
Perspectivas para o Turismo Brasileiro

Perspectivas para o Turismo Brasileiro

- Uma vez **decidida** a realização de grandes **Eventos** (Copa, Olimpíada etc.), cabe aproveitar a oportunidade para reivindicar investimentos que sejam **prioritários à sociedade brasileira: transportes públicos (acessibilidade, aeroportos, portos, rodovias etc), segurança, saúde pública**, entre outras.
- Mesmo com enorme potencialidade, o Brasil responde apenas por **0,53%** (2013) do total das viagens mundiais (5,8 milhões em 1.087,0 milhões) OU **0,58%** do valor arrecadado no mundo (US\$ 6,71 bilhões em 1.159,0 bilhões) . A **Copa** do Mundo (realizada em 2014), as **Olimpíadas** (2016) e outros mega eventos constituem-se em **oportunidades** para “saltar” desse ínfimo patamar.
- Tem-se um bom espaço para crescer no mercado mundial. Os **primeiros ganhos** marginais **são mais viáveis** de serem conquistados (acrescer algumas frações nestas participação - de 0,53% e de 0,58%; quem sabe **uplicar**, em 3 a 5 anos!).

Perspectivas para o Turismo Brasileiro

- Confrontando-se a evolução Chegadas de turistas Mundiais x Brasil, tendo 1980 como base, verifica-se que o País, ao longo do tempo, **não conquista espaços** no mercado do turismo mundial, mantendo-se num patamar ínfimo da ordem de **0,5%** (2013).
- As previsões indicaram a entrada de **600 mil** novos visitantes estrangeiros por conta da Copa (e de **3,1 milhões** de brasileiros). Mantidas constantes as demais condições, a participação, em **Nº**, ascende um pouco acima dos **0,5%** (evolui de 0,53 para 0,55%) e, em **valor**, deve-se manter entre **0,58 e 0,60%**.



Perspectivas para o Turismo Brasileiro

- As possibilidades de **ampliação desse mercado** devem ser analisadas num **prazo mais longo**. É fundamental a **integração do Turismo** aos projetos dos **mega eventos** e às ações de **política no exterior**.
- **Integrar-se** no **processo de Planejamento** dos investimentos desses Eventos, com vistas à **utilização ótima** dos equipamentos **Pós-Evento** (Legados) e, na **política externa**, atuando em medidas de **facilitações, divulgações e reciprocidades**.
- Face às **ocorrências de megaeventos** no Brasil, tem-se a **oportunidade** para **reivindicar a melhoria das condições** do **receptivo** brasileiro, que, em última análise, corresponde às **necessidades da população residente**.
- Ou seja, **mais do que atender aos visitantes estrangeiros, os investimentos devem responder às necessidades há muito requeridas pela própria população brasileira.**

Uma Proposta Contributiva para o Turismo Internacional no Brasil

- Compõem estas ações agressivos programas **de promoção e comercialização**. É bem possível **dobrar** os atuais **0,55** de participação no mercado mundial. O País vive uma momento especial para **iniciar** a busca dessa meta, particularmente pela imagem conquistada no exterior.
- **Dobrar** a capacidade do Brasil como destino do turismo mundial **nesta escala** é bastante viável no **médio prazo**, pois se refere a **grupos seletos** de consumidores e diante de **atrativos diferenciados**.
- Um dos projetos deste programa de promoção, ao lado de outros também relevantes, seria a criação de “**Postos avançados de comercialização**” do turismo brasileiro nos principais **aeroportos internacionais**, acompanhados de um **sistema de monitoramento de avaliação** dos fatores **favoráveis** e **impeditivos** das decisões de **“Vir Visitar o Brasil, o País da Copa e das Olimpíadas”**.

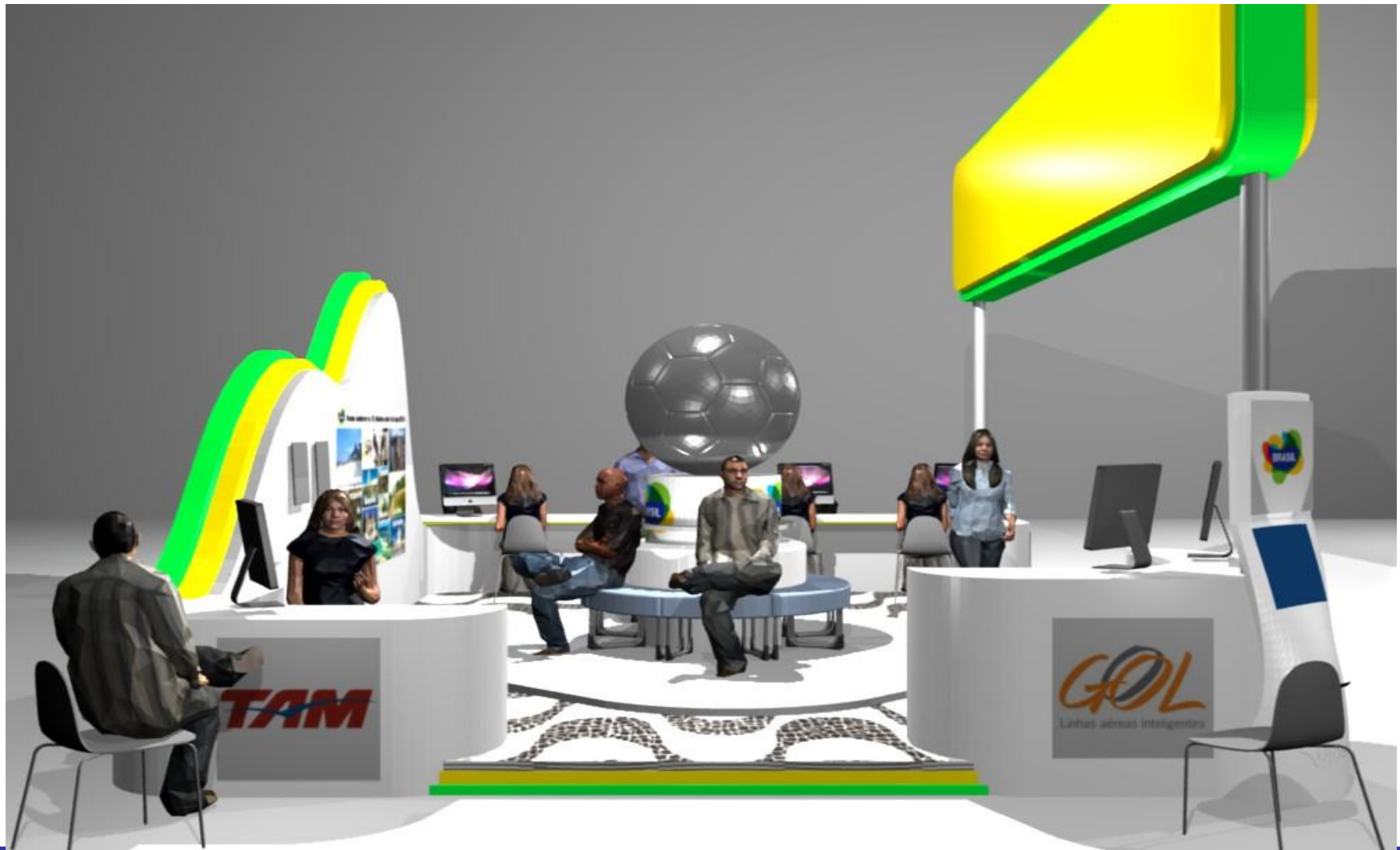
Obrigado

Prof. Dr. Wilson Abrahão Rabahy
rabahy@usp.br

Layout do Projeto dos Aeroportos: Visão Central (2)



Layout do Projeto dos Aeroportos: Visão Lateral (3)



Aeroportos: Promoção do Brasil no Mercado Mundial

Países	Cidades	No Brasil (%)	No Mundo Nº	(%)
Argentina	Buenos Aires	17,8%	16.344.956	1,1%
Uruguai	Montevideo	3,9%	1.650.000	0,1%
Peru	Lima-Callao	3,8%	10.281.369	0,7%
Paraguai	Assunção	2,0%	595.145	0,0%
América do Sul		27,5%	28.871.470	1,9%
Portugal	Lisboa	9,8%	13.626.358	0,9%
França	Paris	6,8%	57.906.866	3,8%
Espanha	Madrid	4,2%	48.250.784	3,2%
Alemanha	Frankfurt	3,6%	50.932.840	3,4%
Inglaterra	Londres	3,3%	66.037.578	4,4%
Italia	Milão	2,3%	17.551.635	1,2%
Italia	Roma	1,8%	33.723.213	2,2%
Europa		31,8%	288.029.274	19,1%
Estados Unidos	Miami	5,7%	33.886.025	2,2%
	Nova York	3,4%	45.915.069	3,0%
	Atlanta	3,0%	88.032.086	5,8%
	Houston	2,3%	40.007.354	2,7%
	Washington	1,9%	20.000.000	1,3%
	Chicago	0,9%	64.158.343	4,3%
	Los Angeles	0,0%	56.520.843	3,8%
	Dallas	0,0%	56.030.457	3,7%
	Denver	0,0%	50.167.485	3,3%
Estados Unidos		16,3%	454.717.662	30,2%
	Sub-Total	75,6%	771.618.406	51,2%
	Tokyo	0,0%	61.903.656	4,1%
	Hong Kong	0,0%	45.558.807	3,0%
Demais dentre os 30 mais		24,4%	627.380.255	41,6%
Total		100,0%	1.506.461.124	100,0%
Argentina, Portugal, França, Espanha e Estados Unidos				
Acima de 4% para o Brasil (5 países igual a 43,4%)				
Atlanta, Londres, Chicago, Paris, Los Angeles, Dallas, Frankfurt e Madrid				
Acima de 3,2% para o Mundo (8 Aeroportos igual a 32,4%)				

- Uma proposição nesta fase da Copa do Mundo e das Olimpíadas seria a instalação de “**Postos Avançados de Comercialização**” do produto turístico brasileiro nos principais **Aeroportos Internacionais no mundo**.
- Integra este programa um sistema de **monitoramento de avaliação por meio de pesquisas dos fatores favoráveis e impeditivos** das decisões de “visitar o Brasil, o País da Copa”.

Proposta	Mundo	Brasil	B/Mundo
Paris	3,8%	6,8%	176,9%
Madrid	3,2%	4,2%	131,1%
Frankfurt	3,4%	3,6%	106,5%
Londres	4,4%	3,3%	75,3%
Atlanta	5,8%	3,0%	51,7%
Nova York	3,0%	3,4%	113,3%
Sub-Total	23,6%	24,3%	102,9%

Ilustração: Uma Ação de Promoção do Brasil no Mercado Mundial

Uma ilustração Estratégica de Comercialização

Proposta	Mundo	Brasil	B/Mundo
Paris	3,8%	6,8%	176,9%
Madrid	3,2%	4,2%	131,1%
Frankfurt	3,4%	3,6%	106,5%
Londres	4,4%	3,3%	75,3%
Atlanta	5,8%	3,0%	51,7%
Nova York	3,0%	3,4%	113,3%
Sub-Total	23,6%	24,3%	102,9%

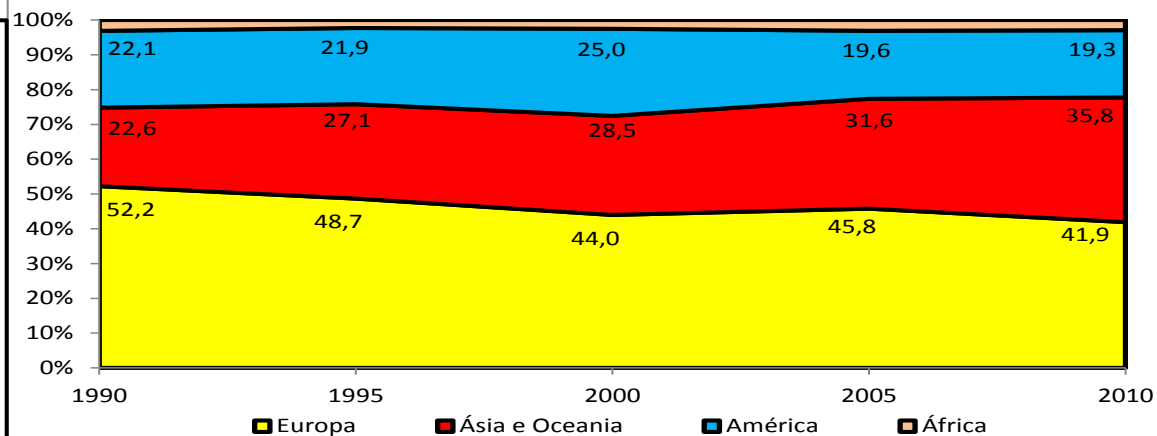
- Uma proposição nesta fase Pós-Copa do Mundo e das Olimpíadas seria a instalação de “**Postos Avançados de Comercialização**” do produto turístico brasileiro nos principais **Aeroportos Internacionais** no mundo.
- Integra este programa um sistema de **monitoramento de avaliação, por meio de pesquisas dos fatores favoráveis e impeditivos** das decisões de “visitar o Brasil, o País da Copa”.

Similaridades com Importações e Exportações Mundiais

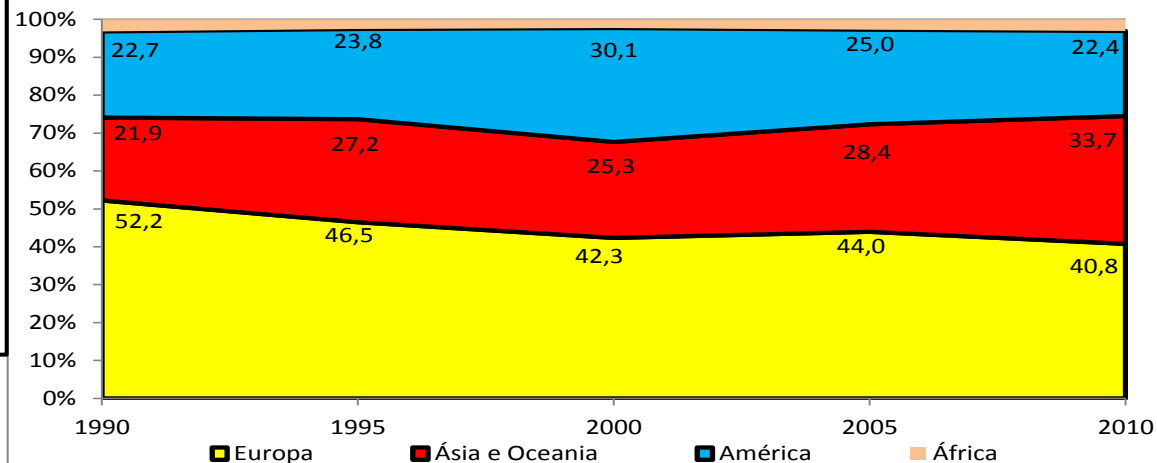
- **Importadoras:** A **Europa**, que envia 52% dos **Turistas** no mundo, responde por **42%** das **Importações** (perdeu 10 pontos para a **Ásia** nesse período – 1990/2010).

- **Exportadoras:** A **Europa**, que ainda recebe + de 50% dos **turistas**, responde por **41%** das **Exportações** (perdeu 11 pontos, ganhos pela Ásia, entre 1990/2010: evolui de 22% para 34%).

IMPORTAÇÕES Mundiais, por Região (%)



EXPORTAÇÕES Mundiais, por Região (%)



Países: Confronto Emissivo Versus Receptivo

- Assim como nas Regiões, os **Países mais ricos** (todos com mais de US\$ 30 mil, *excetos China, Rússia, Tailândia e Brasil*) e **populosos** são os principais **Emissores**; e, **pelas proximidades e Renda**, também os principais **Receptores**.
- Em apenas **14 países** tem-se mais de **50%** das **Receitas** e dos **Gastos** gerados pelo turismo. Em termos das **receitas**, os **1ºs 5 países** respondem por **30%** do total do turismo internacional (E.U., Espanha, França, China e Itália). Do lado dos **gastos**, os **5 1ºs** respondem por **35%** (China, E.U., Alemanha, Rússia e Reino Unido).
- Dentre os 14 países selecionados, 6 deles situam-se na **Europa**, representando quase $\frac{1}{4}$ das receitas e despesas, que, somados aos Estados Unidos respondem por **$\frac{1}{3}$** do total.
- Nota-se que as **Receitas per capita turistas** são destacadamente **mais altas** nas localidades **mais distantes** dos principais emissores e **menos frequentadas pela “massa”** de turistas: **Austrália** (R/N US\$ 4,86 mil e N° de Tur 4,6 mil); **Tailândia** (R/N US\$ 1,59 mil e N° de Tur 26,5 mil); **Hong Kong** (R/N US\$ 1,52 mil e N° de Tur 25,7 mil); **Japão** (R/N US\$ 1,44 mil e N° de Tur 10,4 mil); dentre outros.

Outros Impactos e Indicadores do Turismo na Economia

- **Participação no PIB** brasileiro: **2,5%** (estimativa preliminar FIPE);
- **Distribuição Regional**: A relação Gastos/Receitas entre **SE** e **NE** é de **2,65** para **1**;
- **Divisas**: Atualmente o **déficit** é de **US\$ 18 bilhões** (Gasto Tur **9,5%** das **M**, historicamente era de **5%**);
- **Emprego**: Em Atividades **Características 6%**, IBGE (exclusivas **3,3%**, FIPE);
- **Mercado**: Relação entre **Doméstico/Internacional** é **9,9** para **1**;
- **Participação no mercado mundial**: em N° de Turistas **0,53%**;
- **Participação no mercado mundial**: em Valores Arrecadados **0,58%**;
- **Colocação no Mundo**: **41^a**. Posição.

Riscos e Oportunidades face aos Megaeventos

- Esses investimentos devem ser **avaliados** também sob a **ótica temporal**, que envolvem aspectos que se **repercutem** em **prazos mais longos**, **os “legados”** desses investimentos.
- *Quais **atividades** estão previstas para a **utilização posterior** dos equipamentos e dos investimentos realizados?*
- *Quais as **parcelas da população** a serem atendidas, avaliadas sob o prisma da **justiça fiscal/social**?*
- *Quais **impactos** produz em outros **setores, regiões e segmentos da população**? etc.*
- **A realização dos Jogos Pan-americanos no Rio de Janeiro em 2007 não é um bom exemplo da otimização no uso dos recursos públicos, tanto no momento dos gastos, como pós-evento.**
- Além disso, as previsões de seu **orçamento** foram ultrapassadas em muito na sua execução: gastou-se quase **800% a mais** do que o previsto (*Anderson Gurgel, Revista Economia e Relações Internacionais, Vol. 8 (16), 2010 e Jornal do Brasil 29/07/07*).

Riscos e Oportunidades face aos Megaeventos

- Os **impactos de mega eventos** (tipo Copa do Mundo, Olimpíadas, Fórmula 1 etc), **não se restringem** às avaliações sob a **ótica do setor privado**. Sob o prisma de **políticas públicas**, os custos e benefícios são **mais amplos e complexos**.
- Devem ser avaliados com base nos “**Custos de Oportunidade**” da escolha dos investimentos em relação às escalas de **prioridades e necessidades do conjunto da população** brasileira.
- Não são decisões simples. Muitos dos investimentos apresentam **externalidades** para a sociedade como **um todo**, mesmo que seu propósito inicial seja atender a demanda de um determinado setor de atividade.
- Evidências dessa afirmativa seriam, por exemplo, a construção e/ou ampliação de **portos e aeroportos**, melhorias nas **acessibilidades urbanas**, nos sistemas de **saneamento**, de **educação**, de **segurança**, entre outros investimentos **essenciais e básicos**.

Público e Capacidade dos Estádios da COPA

Local	Copa				Pós Copa			
	Capacidade	Número de jogos	Média público	Taxa de Ocupação	Capacidade	Número de jogos	Média público	Taxa de Ocupação
Belo Horizonte - Mineirão	62.170	6	57.558	93%	62.170	9	27.370	44%
Brasília - Mané Garrincha	72.777	7	68.317	94%	72.788	4	20.730	28%
Cuiabá - Arena Pantanal	44.335	4	39.679	89%	44.335	9	13.455	30%
Curitiba - Arena da Baixada	42.381	4	39.248	93%	43.000	5	17.928	42%
Fortaleza - Castelão	63.763	6	59.618	93%	63.763	11	18.877	30%
Manaus - Arena Amazônia	44.480	4	40.057	90%	44.480	1	26.621	60%
Natal - Estádio das Dunas	42.024	4	39.542	94%	31.375	16	9.057	29%
Porto Alegre - Beira-Rio	49.989	5	42.994	86%	49.889	8	22.181	44%
Recife - Arena Pernambuco	46.000	5	40.976	89%	46.000	13	10.374	23%
Rio de Janeiro - Maracanã	78.639	7	74.170	94%	78.639	21	24.289	31%
Salvador - Fonte Nova	55.045	6	50.112	91%	55.045	7	15.493	28%
São Paulo - Arena Corinthians	68.000	6	62.599	92%	48.000	10	29.295	61%
Médias					53.290	10	19.639	37%