



SERVIÇOS

Turismo

CENÁRIOS PROSPECTIVOS

O turismo brasileiro de 2016 a 2018

Diante de ambientes incertos que se alteram rapidamente, os empresários precisam se munir de informações que tragam maior segurança na tomada de decisões estratégicas. Os cenários prospectivos são descrições de situações futuras, elaboradas a partir de análises entre relações reais já existentes. Por meio deles, o empreendedor se orienta para planejar seu negócio e enfrentar futuros desafios. No documento também são apresentadas dicas e orientações que, à luz dos cenários, abordam temas relevantes para os pequenos negócios do setor de turismo. Os cenários prospectivos apresentados neste relatório foram baseados no método de [Michel Godet](#), no limite temporal de três anos, e foram organizados em cinco etapas:

/ Metodologia - Cenários prospectivos



1ª etapa | **Delimitação do estudo**

Nessa etapa foi delimitado o escopo do trabalho. Para tal, foram levantadas perguntas norteadoras, que serviram como base para a pesquisa e as análises. Diante da complexidade do setor, os questionamentos foram estruturados em seis grandes eixos: Políticas Públicas (ambiente legal), Economia, Tendências e Hábitos de Consumo, Tecnologia, Estratégias de Promoção e Sustentabilidade. As perguntas serão respondidas em forma de dicas e orientações, ao final do estudo, levando em consideração os cenários projetados.



2ª etapa | Estudo das variáveis

A partir das questões norteadoras foram definidas as principais variáveis que impactam o setor. Posteriormente, foi realizada uma priorização por meio do cruzamento direto das variáveis e da atribuição de pesos. Diante desse cruzamento foram identificadas as variáveis mais influentes e dependentes no cenário, classificadas da seguinte forma:

- **Variáveis explicativas:** são aquelas que exercem alto grau de influência sobre as demais variáveis do cenário, porém, são pouco ou nada dependentes. São as variáveis chave do estudo, porque influenciam diretamente qualquer movimento no cenário. As variáveis explicativas são: **inflação, câmbio, renda familiar, imposto, emprego, políticas públicas, infraestrutura, acesso, produtos e atrativos turísticos, clima.**
- **Variáveis de ligação:** possuem alto grau de influência e dependência em relação às demais. São voláteis por natureza, pois dependem das condições das variáveis explicativas para serem definidas, porém, são responsáveis pela continuidade do movimento e por gerar impacto nas variáveis de resultados. As variáveis de ligação são: **PIB Brasil, PIB Mundo e consumo.**
- **Variáveis de resultado:** têm baixo grau de influência e altíssimo grau de dependência. Como o próprio nome sugere, indicam o resultado de todo movimento ocorrido. As variáveis de resultado são: **sustentabilidade, tecnologia e visto.**
- **Variáveis autônomas:** têm baixo grau de influência e dependência no setor. Não são consideradas na construção dos cenários porque seus impactos têm pouca relevância no contexto geral, mas servem para orientações pontuais do estudo. A variável autônoma é: **promoção e certificação.**



3ª etapa | Análise histórica e atual

Para melhor compreensão do futuro, foi elaborado um estudo histórico das variáveis selecionadas. O objetivo foi entender como elas se comportaram em anos anteriores e quais impactos geraram. A partir de uma pesquisa quali-quantitativa foi possível obter uma base teórica e identificar como as variáveis reagiram em determinadas situações ao longo dos anos, permitindo simulações futuras. Após esse levantamento foi feita a estimativa de três cenários para o setor de turismo. Foram feitas previsões para Produto Interno Bruto Total do Brasil (PIB-Total), Produto Interno Bruto Total do Mundo (PIB-Mundo), inflação, câmbio, financiamento federal, taxa de desemprego, consumo, renda familiar e movimento de passageiros (entrada aérea, entrada marítima, entrada terrestre, entrada fluvial). Com elas, foi possível projetar o Produto Interno Bruto do Turismo.



4ª etapa | Condicionantes de futuro

Nessa etapa foram identificadas as micro e macrotendências do setor, consideradas condicionantes de futuro. A referida identificação auxiliou na etapa de cenarização, especialmente nas orientações e dicas ao empreendedor, informando quais direções podem ser tomadas. Como fontes, foram utilizados estudos disponibilizados na Internet, pesquisa de notícias e entrevistas com especialistas.



5ª etapa | Cenarização

Com toda a base do estudo pronta, foram identificados três fatores que mais impactam no setor: aspectos econômicos, situação política e infraestrutura. Neles foram organizadas as variáveis explicativas, que são as peças-chave do estudo. Tais classificações foram utilizadas como contexto para elaboração dos cenários apresentados, configurando o panorama básico de análise. Esses fatores foram estruturados na forma de matriz de incertezas, cada um representando um eixo. A matriz resultou em três quadrantes, que simularam as condições de “bom” e “ruim” para cada fator. Assim, foram considerados três cenários mais prováveis:

- Cenário com economia em recuperação, política estável e aumento no fluxo de turistas.
- Cenário com economia e política enfrentando dificuldades, mas com tendências de melhora. O fluxo de turistas aumenta durante os Jogos Olímpicos e recua após esse período.
- Cenário desfavorável para economia e política e recuo no fluxo de turistas.

Com base em análises estatísticas, notícias atuais e entrevistas com especialistas da área, cada cenário foi avaliado levando em consideração os impactos de uma variável em relação à outra.



O modelo econométrico utilizado mostra tendências econômicas baseadas nas informações disponíveis até dezembro/2015. Os modelos não captam possíveis choques econômicos ou decisões governamentais não esperadas. Nesse sentido, nenhum resultado é incontestável e toda previsão econômica deve ser analisada com cautela¹.

¹AbraaoDahis. *É possível prever o futuro com cenários prospectivos?*. Administradores. 2008.



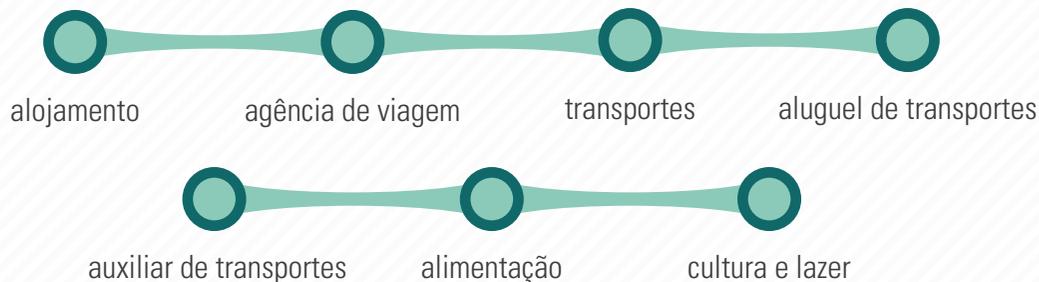
TURISMO

Projeção e tendências

O turismo envolve uma grande quantidade de serviços, tanto de forma direta quanto indireta. O público diversificado consome produtos heterogêneos, por isso, aspectos econômicos, naturais e sociais são condicionantes e interferem na demanda turística de um país. Outro aspecto a ser considerado é que o Brasil possui um território diversificado - com clima, cultura, atrativos e economias diferentes - e está na vitrine mundial devido à Copa do Mundo FIFA 2014 e aos Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016. É preciso, portanto, planejamento e antecipação às tendências, a fim de atender turistas nacionais e internacionais.

/ Atividades características do turismo – ACTs

O conjunto de atividades que contempla a maior parte dos gastos dos turistas são chamados de ACTs²:



Os dados disponibilizados em 2015 pelo IPEA (ano-base 2013) revelam que a alimentação é atividade que mais contribuiu com empregos formais e informais no setor, sendo responsável por 38% e 66% dessas ocupações, respectivamente. Em segundo lugar vem alojamento (hotéis e similares). Nesse caso, a atividade formal teve maior participação, com 26% das ocupações - apenas 7% ficou na informalidade. O gráfico 1 mostra a participação nos empregos dos outros ACTs.

Gráfico 1 - Participação relativa das ACTs nos empregos formais e informais³

Brasil | Dezembro 2013
em %



Fonte: Ipea

■ Total ■ Formal ■ Informal

²Ocupação do setor de turismo no Brasil: análise da ocupação nas principais Acts nos estados, regiões e Brasil. Ipea. 2011.

³Relatório com as estimativas da caracterização da ocupação formal e informal do turismo, com base nos dados da RAIS* e da PNAD** 2013, para Brasil e regiões. Ipea. 2015.

/ Segmentos

O turismo pode ser organizado em segmentos. Essa identificação auxilia no planejamento e na gestão dos aspectos mercadológicos dos destinos turísticos e também na oferta especializada aos consumidores, de acordo com suas preferências. Abaixo, relacionamos alguns exemplos desses segmentos⁴:



No período da Copa do Mundo 2014, as principais motivações⁵ dos visitantes que vieram ao país foram lazer (54,7%), negócios e eventos (21,9%) e visitas a amigos/parentes (20,1%). Entre os estrangeiros que visitaram o país a lazer, a grande maioria estava motivada pelo turismo de sol e praia (49,2%), superando os que vieram em razão do evento esportivo (25,0%). A terceira motivação mais frequente para visitar o país nesse período foi natureza, ecoturismo ou aventura (12,8%). Diante desses dados, é possível apurar o comportamento do turista durante um grande evento esportivo ocorrido recentemente no Brasil. A partir deles, relacionar com a possível movimentação de turistas que será alcançada durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016.

/ Pequenos negócios

De acordo com dados do Empresômetro⁶, é possível compreender a importância das micro e pequenas empresas (MPE) do setor no país:



Existem 14.812.51 milhões de MPE ativas no Brasil, cerca de 91,9% da totalidade de empresas.



De acordo com dados do Sebrae, as micro e pequenas empresas são responsáveis por 27% do PIB nacional.



No setor de turismo, as MPE representam 95% do total de negócios.



Dos 41,3 mil prestadores de serviços registrados no Cadastro Nacional dos Prestadores de Serviços Turísticos (Cadas-tur), 39,2 mil são pequenos negócios.

⁴ Marcos Conceituais. *Segmentação do Turismo*. MTur. 2006. ⁵ *Estudo da Demanda Turística Internacional 2010-2014*. Mtur e Fipe. 2014. ⁶ *Empresômetro MPE*. CNC. 2016.

⁷ *Empresas de turismo são premiadas pelo Sebrae*. Mtur. 2016. ⁸ Darse Júnior. *Pequenos negócios movimentam 95% do turismo no Brasil*. Abeoc. 2015.

⁹ *Micro e pequenas empresas são maioria no turismo*. Mtur. 2015.



/ Cenário atual

O turismo tem grande representatividade na economia nacional, porém, devido à recessão econômica que o país enfrentou no último ano, o setor também teve recuo em suas atividades.

- O PIB do setor movimentou mais de 190 milhões em 2015 no Brasil, uma retração de 0,10% se comparada ao ano anterior. A queda interrompeu o crescimento que acontecia desde 2008. Para 2016 espera-se uma movimentação de R\$ 188 bilhões, redução de aproximadamente 0,9%, segundo o WTTC¹⁰ (World Travel & Tourism Council).
- De acordo o WTTC¹⁰, o crescimento anual deve ter uma taxa média de 2,9% nos próximos 10 anos (2016–2026), chegando a um montante de R\$ 251,8 bilhões, ou 3,7% do PIB. Mesmo assim, o crescimento é mais lento que o dos países latino-americanos vizinhos, como Peru e Chile, que terão crescimento de 5,8% e 3,4%, respectivamente.
- No ano da Copa do Mundo no Brasil, o turismo respondeu por 8,8 milhões de empregos diretos e indiretos no país¹¹. A chegada de turistas estrangeiros foi de 6,4 milhões, 10,5% a mais do que o ano anterior (2013), quando o país recebeu 5,8 milhões de visitantes. Em 2015 o país teve um recuo, com 6,3 milhões de visitas estrangeiras. A vinda de turistas do exterior teve um incremento de 25% desde 2006. O crescimento estimado até 2018 é de 6%, com a chegada de 6,7 milhões de turistas estrangeiros¹².
- O número de desembarques domésticos em 2015¹³ foi de 112 milhões, uma redução de -0,4% se comparada a 2014. Para 2016 espera-se a movimentação de 120 milhões, um aumento de aproximadamente 7%.
- A receita cambial em 2015¹⁴ foi de US\$ 5,8 bilhões - retração de 15,5% em relação a 2014.
- No período, o real apresentou desvalorização de 46,7% frente ao dólar. Diante disso os destinos brasileiros se tornaram mais atrativos, para turistas estrangeiros e nacionais, que substituíram suas viagens internacionais pelas domésticas.

¹⁰ Travel&Tourism – Economic Impact 2016 Brazil. WTTC. 2016. ¹¹ Marcos Gouvêa de Souza. Quem acredita no turismo? Exame. 2015.

¹² Anuário Estatístico de Turismo – 2016. Mtur. 2016. ¹³ Anuário Estatístico Operacional 2015. Infraero. 2015. ¹⁴ Estrangeiros gastaram mais no Brasil em dezembro de 2015. Portal Brasil. 2016.

TENDÊNCIAS E HÁBITOS DE CONSUMO

No turismo

O Brasil tem recebido grande visibilidade internacional devido aos grandes eventos que ocorreram e ainda ocorrerão no país, como Rio + 20 (2012), Jornada Mundial da Juventude (2013), Copa do Mundo FIFA (2014), Rock in Rio (2013, 2015 e 2017) e Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016 (agosto e setembro). Os grandes eventos têm a possibilidade de tornar o país um destino de maior interesse para turistas com os mais diversos hábitos de consumo. É importante salientar que não apenas o turista estrangeiro é atraído para o país, mas o visitante nacional também é impactado positivamente pela dinâmica construída em torno de tais acontecimentos. Como consequência, o turismo doméstico é impulsionado e o consumo gera retornos favoráveis para o setor.

/ Turismo

O turista que vem ao Brasil geralmente é motivado pelos segmentos de ecoturismo, negócios e eventos, turismo religioso, turismo de sol e praia. Dependendo da localidade, é possível observar padrões de comportamento que variam dos mais “virtuais” - que estão sempre conectados às novidades e aos serviços tecnológicos – a pessoas que buscam mais liberdade e desprendimento das modernidades. Saber identificar o perfil e as tendências do setor é um diferencial para os negócios.

Tendências e hábitos de consumo quanto à compra da viagem¹⁷:

- Turistas nacionais e estrangeiros buscam informações sobre destinos na internet de maneira eficiente, fácil e rápida.
- As viagens estão mais acessíveis ao público em geral, independentemente de classe social e econômica. Isso ocorre devido à facilidade de crédito e pagamento. Atualmente, um turista de Xangai consegue fazer o pagamento de um hotel no Recife com a mesma facilidade com que paga suprimentos nos supermercados.
- O turista atual está sempre conectado nas redes sociais, aplicativos e sites para planejar sua viagem. Dessa maneira, ele pesquisa com antecedência o local de destino e verifica se o roteiro desejado é viável financeiramente.
- Serviços cada vez mais personalizados são uma tendência que só tende a crescer.
- A roteirização de viagens que incluem uma grande gama de pontos turísticos de forma rápida e não aprofundada perde espaço, uma vez que os turistas têm muitas informações sobre os mais diversos pontos do planeta. Logo, eles esperam um serviço mais detalhado e personalizado.

Exemplos de segmentação nos focos turísticos:¹⁷

- Turismo Cultural
- Turismo LGBT (Lésbicas, Gays, Bissexuais e Travestis)
- Turismo Rural
- Turismo de Aventura
- Turismo Religioso
- Turismo da Terceira Idade

¹⁵Pesquisa Perfil do Turista e dos Segmentos de Oferta. Sebrae e CNTur. 2014. Fabiana Porto. ¹⁶A influência das redes sociais no Turismo.

Portal TecTriade Brasil. 2015. ¹⁷Turismo tipos e segmentos. Scribd. 2016.



Os dois últimos segmentos são muito importantes para o setor. O Turismo da Terceira Idade vem sendo impulsionado pelo envelhecimento da população mundial e pelo fato desse público possuir maior renda, estabilidade e disponibilidade de tempo.

O Turismo Religioso movimentava cerca de 15 bilhões¹⁸ de reais por ano no Brasil e é classificado pelo Mtur como “atividade turística de corrente da busca espiritual e da prática religiosa em espaços e eventos relacionados às religiões institucionalizadas, independentemente da origem étnica ou do credo.”



/ Crescimento da economia compartilhada

A economia compartilhada propõe um estilo de consumo baseado no uso, em vez de se voltar à compra e posse de um determinado bem. O senso de comunidade, pertencimento e compartilhamento está ganhando cada vez mais força no mundo, principalmente com o acesso facilitado à internet e redes sociais, gerando novos formatos de negócios. Tais interações permitem relações de compra e venda entre usuários por meio de ferramentas online, excluindo a necessidade de contato prévio ao vivo.

¹⁸ Turismo religioso movimentava mais de R\$ 15 bilhões por ano na economia brasileira. Economista. 2015.



As empresas americanas **Uber** e **Airbnb** mostram a importância da economia compartilhada para a economia como um todo e também para o setor de turismo. O Airbnb é um novo formato de hospedagem, que permite o aluguel parcial ou inteiro de imóveis oferecidos por outras pessoas em localidades distantes, em uma relação online direta, sem intermediários. Esse tipo de negócio é facilitado pela maior interação virtual da população. Estima-se que¹⁹:



85% dos viajantes usam o seu smartphone para fotografar e descrever a viagem e **72%** publicam nas redes sociais, fazendo com que os amigos acompanhem de perto a experiência.



61% dos turistas utilizam redes sociais para se comunicar enquanto estão realizando uma viagem e **30%** estabelecem esse meio como o mais prático para fazer contatos.



77% dos usuários buscam e leem as avaliações postadas por outros turistas na internet antes de escolher onde se hospedar.



46% dos turistas costuma dar dicas de hospedagem (hotéis, hostels etc.) para familiares e amigos. A recomendação é importante para aperfeiçoar o serviço e inovar constantemente no setor.

Segundo dados da PricewaterhouseCoopers (PwC), a projeção de movimentação global da economia compartilhada em 2025 é de US\$ 335 bilhões. A pesquisa, realizada em 2013, mostrou a projeção esperada para o mercado de economia compartilhada em comparação com o mercado de aluguel de bens como carros, quartos de hotel, livros, filmes etc. Em 2013 a economia compartilhada ainda estava nascendo e representava cerca de 6% desse segmento. A previsão para 2025 é de que ela esteja tão predominante quanto o aluguel tradicional, alcançando incríveis 2.100% de crescimento e dividindo ao meio as rendas geradas nesse nicho de mercado, conforme mostra o gráfico 2.

/ Gráfico 2 - Projeção da Economia Compartilhada



Fonte: PWC²⁰

¹⁹ Fabiana Porto. *A influência das redes sociais no Turismo*. Portal TecTriade Brasil. 2015. ²⁰ *A economia compartilhada - dimensionar a oportunidade de receita*. PWC. 2015.



/ Projeção de crescimento da economia compartilhada em comparação aos setores tradicionais (2013 – 2025)



Projeção de crescimento
Economia colaborativa x Setores tradicionais
 2013 - 2015



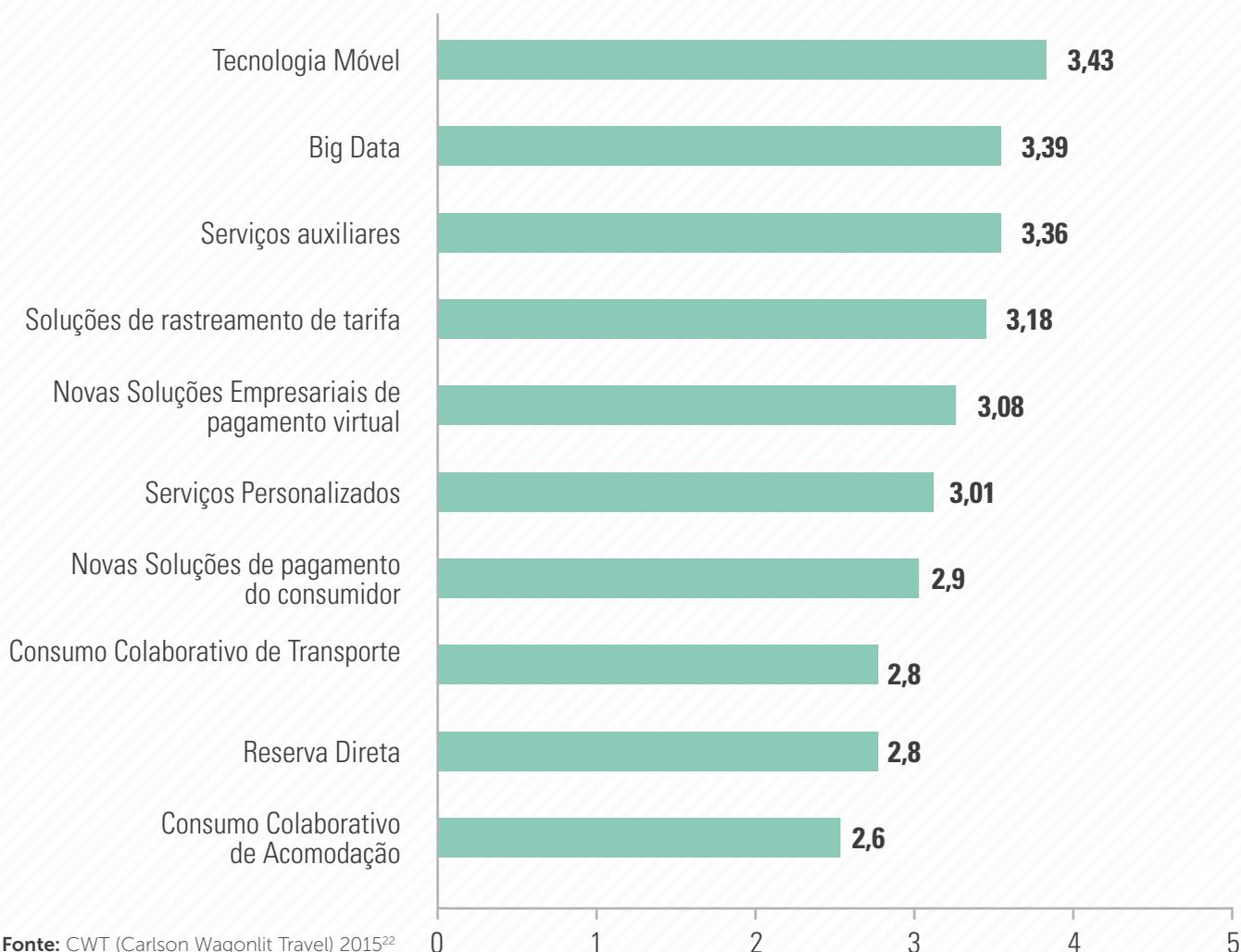
Fonte: TOTVS (2016)²¹

É necessária uma atenção especial à inserção de empresas de turismo nesse segmento, sabendo como lidar com as mudanças e como se adaptar da melhor forma possível a elas. Um passo fundamental é estar inserido nas redes sociais e manter contato virtual com clientes e parceiros, além de se manter aberto a novas oportunidades de negócios, em especial às atividades de acomodação e transporte.

A tecnologia é parte fundamental do turismo. No entanto, seu uso é influenciado, diretamente, pela infraestrutura tecnológica disponível. A tecnologia tem efeitos diferentes, de acordo com o mercado e com o segmento. Algumas podem ser mais relevantes para os pequenos negócios e são fundamentais para a tomada de decisões. De acordo com o gráfico 3, o impacto das tecnologias no turismo pode ser classificada numa escala de 1 a 5, em que 1 representa baixo impacto e 5 representa alto impacto:

/ Tendências

Gráfico 3 - Impacto estimado pelas tecnologias no setor do turismo

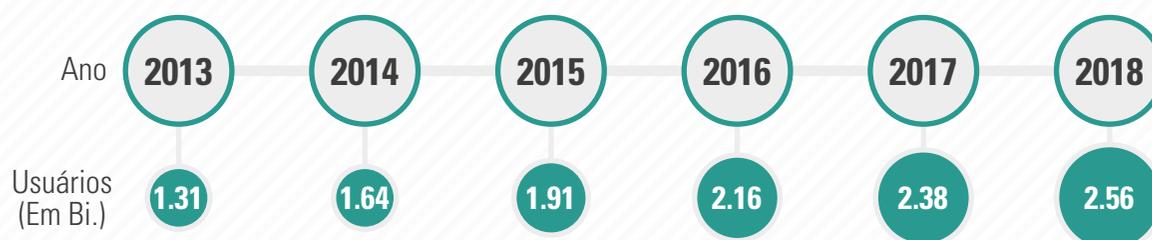


Fonte: CWT (Carlson Wagonlit Travel) 2015²²

/ Dispositivos móveis

A adoção de smartphones cresceu cerca de 45% nos últimos três anos. A estimativa é de que o número de usuários conectados, via dispositivos móveis cresça 34% até 2018, alcançando 2,56 bilhões de pessoas conectadas.

/ Crescimento em usuários de smartphones



Fonte: CWT (Carlson Wagonlit Travel) 2015²²

²² Mais rápido, mais inteligente, melhor? Tecnologias emergentes, tendências e o impacto na gestão de viagens. Carlson Wagonlit Travel. 2015.



De acordo com o WTM (World Travel Market)²³, um dos perfis de turistas observado é o chamado viajante autônomo, que está sempre conectado e usa os aparelhos móveis e aplicativos para buscar informações, encontrar serviços, fazer reservas, compartilhar experiências e dar *feedbacks*. Os aplicativos também são ferramentas importantes para os empreendedores que personalizam, aperfeiçoam e inovam seus serviços.

A utilização dos dispositivos móveis nos serviços de viagens também se deve à ascensão da economia compartilhada. Essa tendência se mostra atraente aos viajantes devido ao custo-benefício e às experiências únicas que propicia.

Os pequenos negócios devem se adaptar a esse contexto, visto que os consumidores se tornaram “imediatistas”, preferindo serviços que sejam flexíveis, autônomos e ofereçam praticidade na aquisição.

/ Big Data / personalização dos serviços

A grande quantidade de dados alcançados pelo Big Data representa uma oportunidade ao turismo, já que as empresas do setor podem se beneficiar e melhorar a experiência dos turistas. A análise correta dos dados permite, por exemplo, identificar o comportamento dos viajantes, suas necessidades e preferências, de modo que seja possível traçar um perfil e oferecer serviços personalizados.

Anteriormente, o Big Data era acessível apenas a empresas de grande porte, por ser uma tecnologia com altos custos de implementação. Atualmente, os pequenos negócios também podem ser favorecidos, pois muitas informações são disponibilizadas de forma gratuita por meio de bancos de dados públicos, que permitem o cruzamento das informações com códigos abertos, que podem ser personalizados de acordo com a necessidade. No entanto, o empreendedor deve ter conhecimento do que pretende analisar, logo, é preciso fazer as perguntas certas para obter as respostas desejadas.

Alguns dos serviços pagos são oferecidos pela [Amazon Web Services](#), [Windows Azure](#) e [Google Big Query](#)²⁴. Os preços e recursos são variados, assim como a intensidade do esforço. Vale a pena investigar as ofertas e verificar a que se encaixa melhor às necessidades do negócio.

Fontes: ²³ Sempre conectado: conheça o viajante nacional autônomo (VNA). WTMLatinAmerica. 2016. Alexandre Tarifa.

²⁴ O que é Big Data e como usar na sua pequena empresa? Exame. 2014.

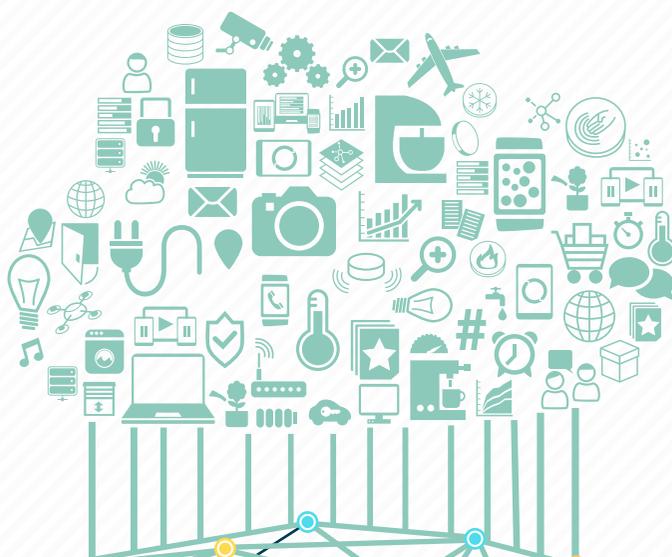
/ Internet das coisas (IoT)

É esperado que a Internet seja cada vez mais responsável pelas atividades diárias da população e que os serviços sejam integrados, possibilitando melhor experiência ao usuário. Por integrar diferentes serviços e/ou equipamentos, é aplicado o termo “coisas” a essa tendência. Em 2015, o número de “coisas” conectadas no Brasil foi de 140 milhões. Até 2020²⁵, estima-se 400 milhões de “coisas” conectadas, um movimento de aproximadamente US\$ 7 bilhões, o que representa crescimento de 71%. O mercado global²⁶ deve alcançar US\$ 1,7 trilhão em negócios.

No Brasil a tecnologia ainda está se desenvolvendo e os principais investimentos envolvem o monitoramento de dados por meio de sensores, como de GPS, mas as informações geradas ainda são gerenciadas por pessoas. Em alguns países desenvolvidos, as aplicações da Internet das Coisas contam com um conjunto de algoritmos pré-programados que são capazes de tomar decisões com as informações coletadas pelos sensores.

/ Algumas aplicações da IoT possíveis para as MPE²⁷:

-  **Marketing:** sensores serão capazes de informar exatamente como e quando um produto é utilizado, auxiliando nos processos de design e marketing. A coleta de informações é feita em tempo real e se torna mais atrativa do que a pesquisa de mercado, que tem um longo tempo de maturação e aplicação.
-  **Venda de produtos e serviços:** o monitoramento real dos consumidores, conforme seu comportamento de consumo, possibilita às MPE prever quando os eles precisarão renovar produtos ou serviços.
-  **Logística:** para empresas que precisam de abastecimento constante de estoque ou demandam serviços terceirizados, o rastreamento da cadeia de suprimentos permite o planejamento mais eficiente e a localização mais ágil de fornecedores, evitando interrupções de serviço aos clientes.
-  **Localização:** baseando-se nos comandos de GPS e nas informações disponíveis sobre o viajante, as MPE podem oferecer melhores opções de restaurantes, lazer, acomodações, transportes, de acordo com as necessidades e preferências dos turistas.
-  **Transporte:** as MPE podem integrar as aplicações de GPS para oferecer serviços mais ágeis. Por exemplo, Barcelona, dentro dos preceitos das cidades inteligentes, oferece integração a redes de Wi-Fi, possibilitando aos moradores e turistas informações em tempo real sobre vagas disponíveis, pontos de ônibus inteligentes, situação do trânsito e informações adicionais sobre eventuais atrasos.



Fontes: ²⁵Internet das Coisas no país vai movimentar US\$ 7 bi em 2020. O tempo. 2016. ²⁶Governo faz plano para ajudar empresas de “internet das coisas”. Revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios. 2015. Stephan Romeder. ²⁷Dez aplicações possíveis do conceito de Internet das Coisas em PMEs. Computer World. 2015.

/ Cidades Inteligentes e Destinos Inteligentes (Smart Cities/ Smart Destinations)

Uma cidade inteligente tem a capacidade de medir, integrar e analisar as informações referentes a transporte público, acomodações disponíveis, trânsito, gasto com energia elétrica, sinalização, iluminação, entre outros. O objetivo é garantir uma melhor gestão pública da cidade, além da otimização de recursos e experiências mais acessíveis e prazerosas a moradores e turistas.

Já o conceito de destino inteligente, muitas vezes confundido com o de cidades inteligentes, está relacionado à promoção dos destinos turísticos por meio das tecnologias digitais. Os dois conceitos estão interligados, pois para que um destino se torne inteligente é necessário que a estrutura da cidade comporte tais ações, permitindo melhor interação e experiência dos turistas com o destino.

Nos últimos anos o Brasil vêm recebendo ações que beneficiam as cidades e os destinos inteligentes, principalmente em razão dos eventos esportivos realizados no país, como Copa do Mundo e Olimpíadas. Para os pequenos negócios, é importante estar atento ao legado dos eventos e de que forma essa infraestrutura pode beneficiar suas empresas.

É importante também averiguar se a cidade em que seu negócio presta serviços possui os pilares das cidades inteligentes. O evento *Connect Smart Cities* ocorre anualmente e mapeia as “cidades inteligentes” do país, de acordo com critérios como tecnologia, urbanismo e mobilidade. Apesar das grandes capitais, como Rio de Janeiro e São Paulo, ficarem com as primeiras colocações, algumas cidades do interior também tiveram destaque. Conheça o [ranking](#) das cidades mais inteligentes do Brasil.





/ Geolocalização

Permite que os turistas encontrem ofertas exclusivas em tempo real, a partir de suas preferências e das melhores condições geográficas. Os sistemas que utilizam informações fornecidas por smartphones e GPS serão beneficiados pela evolução das cidades inteligentes, pela integração do Big Data e pela conectividade da IoT.

Os sistemas baseados na localização geográfica do usuário podem auxiliar agências de turismo, hotéis e similares com a introdução do sistema de reservas. As empresas de alimentação podem enviar recomendações de seus estabelecimentos aos turistas. Os serviços de transporte, uma das atividades mais beneficiadas, serão capazes de oferecer serviços personalizados, de acordo com a demanda evidenciada, bem como informações de tráfego e rotas alternativas.



/ Novos métodos de pagamento

Os próximos anos determinarão uma sociedade “sem dinheiro vivo”, ou seja, as transações financeiras acontecerão principalmente por meio de cartões de pagamento, telefone e técnicas biométricas (digital). Os pequenos negócios precisam se adaptar e oferecer esses novos formatos, do contrário, serão substituídos por concorrentes que possibilitem essas facilidades.

A convivência harmônica entre o meio ambiente e a sociedade é cada vez mais importante e valorizada. Para se manter competitivo no mercado, é essencial que as empresas considerem esse fator e se adaptem continuamente. Porém, a sustentabilidade vai além da competitividade e está associada à responsabilidade social dos empreendimentos na comunidade da qual fazem parte.



A Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), na norma [15401](#), define sustentabilidade como: “Uso de recursos de maneira **ambientalmente responsável, socialmente justa e economicamente viável**, de forma que o atendimento das necessidades atuais não comprometa a possibilidade de uso pelas futuras gerações”.

Além de contribuir para o consumo sustentável do turismo na região, estar atento aos fatores socioambientais nesse setor tem várias vantagens competitivas. O portal [Eco Hospedagem](#) destaca algumas²⁸:

- Redução de custos operacionais causados pela economia de água e energia
- Aumento dos lucros, devido à redução dos custos operacionais
- Integração social, impactando diretamente no relacionamento com as comunidades locais
- Destaque no mercado, ocasionado pelo fato de existir um número de empreendimentos sustentáveis reduzido.

Atentar para alguns dados da Organização Mundial do Turismo (OMT)²⁹:



Hotéis que praticam a sustentabilidade atraem 30% a 35% mais clientes.



Australianos e ingleses pagariam até US\$ 150 a mais em uma estadia de duas semanas desde que fosse para ficar hospedados de maneira sustentável.

Em média, pessoas que praticam o turismo sustentável gastam cerca de US\$ 28 a mais que os turistas comuns, de acordo com uma pesquisa realizada pela Consultoria [TNS](#). Os turistas estão mais rigorosos e, para que os destinos sejam mais atrativos, precisam se adequar à demanda da sustentabilidade.

Fontes: ²⁸[Hospedagem sustentável](#). Eco Hospedagem. 2012. [Por que adotar a sustentabilidade](#). Eco Hospedagem. 2015.

²⁹ [Agenda 2030](#). Nações Unidas. 2015.

/ Tendências

A Organização Mundial de Turismo das Nações Unidas (ONU), dando um passo importante no sentido de estimular a conscientização quanto ao assunto, declarou que 2017 será o “Ano Internacional do Desenvolvimento do Turismo Sustentável”. Segundo o secretário-geral da ONU, Taleb Rifai:

A declaração de 2017 como o Ano Internacional de Turismo Sustentável é uma oportunidade única de avançarmos na contribuição da indústria do turismo para a sustentabilidade econômica, social e ambiental, aumentando a consciência das verdadeiras dimensões do que é a indústria, muitas vezes subestimada.



/ Pontos de atenção expostos pela ONU³⁰

- Até 2030, elaborar e implementar políticas para promover o turismo sustentável, que cria emprego e promove a cultura e os produtos locais.
- Implementar e desenvolver instrumentos para monitorar os impactos positivos do turismo sustentável, objetivando a criação de emprego, a promoção da cultura e dos produtos locais.
- Até 2030, incrementar e expandir os benefícios econômicos para os países em desenvolvimento e também para os estados menos desenvolvidos, contando com o uso sustentável dos recursos oceânicos, inclusive por uma gestão mais sustentável da pesca e do turismo.
- Buscar o conhecimento e o reconhecimento de instituições sérias, que trabalham com certificados de qualidade e sustentabilidade. Um exemplo de certificado que visa melhorar uma localidade turística ambientalmente é o chamado Blue Flag, conhecido no Brasil como Bandeira Azul³¹. Trata-se de um programa internacional de certificação ambiental criado pela [Fundação para a Educação Ambiental \(FEE\)](#) para qualificar praias e marinas conforme critérios estabelecidos.

CENÁRIO 1

Situação econômica em recuperação

As questões políticas refletem diretamente na situação econômica de um país e os fatores econômicos são responsáveis pelo sucesso do turismo. O PIB brasileiro³² teve uma queda de 3,8% em 2015 e até 2018 é esperada uma recuperação, alcançando um crescimento de 2,81%.

Com o PIB positivo, espera-se um aumento do turismo doméstico. A taxa de câmbio³³, que chegou ao valor de R\$ 3,32/US\$ em 2015, até 2018 deve assumir um valor de R\$ 3,85 e estabilizar em torno desse patamar durante este ano, auxiliando a chegada de turistas estrangeiros. Em 2014, ano em que o Brasil também recebeu um grande evento esportivo, o crescimento da movimentação interna foi de 2,1%. Para 2016, o país é o destino escolhido por 90% dos turistas nacionais³⁴.

A renda familiar³⁵ recuou -3,8% em 2015, não acompanhando o crescimento que se verificava desde 2006. Até 2018, a renda familiar brasileira apresentará uma recuperação de aproximadamente 16%.

O consumo³⁶ recuou 4% em 2015. Essa queda ocorreu devido a um conjunto de fatores: inflação mais alta, alcançando 10,67% em 2015, juros altos e menor crédito. A inflação³⁷ deve cair nos próximos anos, alcançando um índice de 4,05% em 2018. A taxa de desemprego³⁸ que ficou em 8,5% em

2015, fato que também culminou na queda do consumo. Até 2018 deve alcançar 9%. Com todos esses fatores em recuperação, o consumo deve melhorar. Para 2016 e 2017 a projeção é de recuperação, mas somente em 2018 haverá crescimento (+0,88).

Levando em consideração o PIB do Turismo, baseado somente nos impactos diretos na economia, em 2015 houve uma queda que representou quase 10% em relação a 2014.

Esse movimento foi claramente afetado por algumas variáveis econômicas importantes, como a taxa de desemprego, a renda familiar, o financiamento federal para as empresas do setor e pelo PIB do país.

Diante disso, é possível apontar alguns dados interessantes de projeção para o PIB do setor:

Com a esperada retomada do crescimento a partir de 2017 e a continuidade desse movimento em 2018, há previsão de elevação da renda familiar e redução do desemprego, o que afetaria o PIB do setor de turismo, conforme o gráfico abaixo (as setas indicam a previsão para o PIB do Turismo no ano de 2016):

Gráfico 4 - Previsão PIB do Turismo - visão otimista

Ano	Taxa de desemprego	Renda familiar	PIB do Turismo (contribuição total na economia brasileira em milhões de reais)	Previsão OTIMISTA para o PIB do Turismo
2006	9,9	758,52	112.000,00	122.530,26
2007	9,3	778,59	126.400,00	132.682,51
2008	7,8	816,6	146.700,00	156.435,95
2009	8,1	838,56	149.200,00	155.639,49
2010	6,7	867,6	186.900,00	176.948,48
2011	6	891,36	216.300,00	188.838,93
2012	7,4	962,1	203.900,00	180.876,57
2013	4,1	1.047,95	207.400,00	233.431,15
2014	6,8	1.152	209.200,00	242.745,38
2015	8,5	1.113	190.500,00	187.370,29
2016	10,17	1.119,00	-	178.088,66
2017	11,07	1.263,90	-	175.568,20
2018	9,00	1.285,50	-	204.221,46

Fonte: IBGE³⁷

Isso mostra a interação direta que tais variáveis têm com o setor turístico, salientando que um bom ordenamento de fatores econômicos influencia de modo decisivo o setor.

/ Turismo nacional

Com economia, renda familiar e inflação se recuperando, o poder de compra também é favorecido e o turismo nacional é valorizado.

A tendência de deslocamento interno, de acordo a intenção de viagem³⁹, é de que as regiões mais visitadas do Brasil continuem sendo Nordeste, Sudeste e Sul. Os segmentos de Sol e Praia e de Negócios terão maior fluxo.

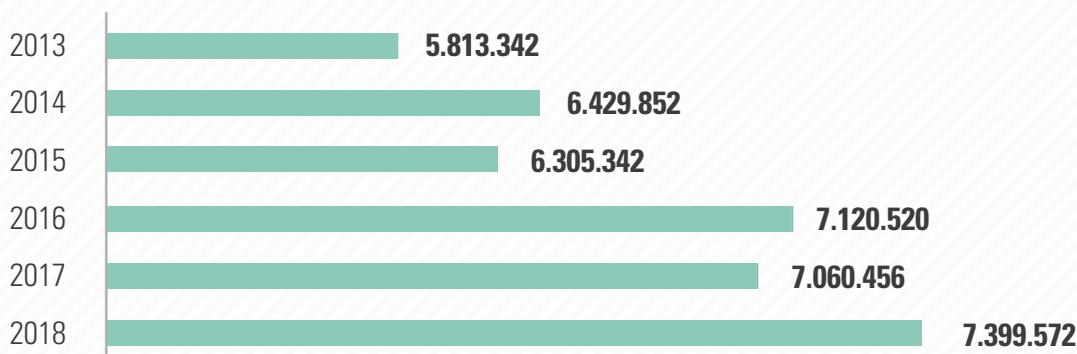
O segmento esportivo também será intensificado devido às Olimpíadas, movimentando principalmente a região Sudeste, já que os Jogos acontecerão no Rio de Janeiro. A acomodação mais utilizada será hotel/pousada, seguida de casa de parentes e amigos. Os meios de transporte mais utilizados continuarão sendo avião e automóvel.

Fontes: ³² PIB Brasil. Ipeadata. 2016. ³³ Taxa de Câmbio. Bacen. 2016. ³⁴ Brasil é o destino escolhido por 90% dos turistas nacionais. Portal Brasil. 2016. ³⁵ Economia Nacional (dados). IBGE. 2016. ³⁶ Despesa de consumo das famílias - variação em volume taxa acumulada ao longo do ano. IBGE. ³⁷ Economia Nacional (dados). IBGE. 2016. ³⁸ Taxa de desemprego. Ipeadata. 2016. ³⁹ Sondagem do Consumidor: Intenção da Viagem. MTur e FGV. 2016.

/ Chegada de turistas estrangeiros

O PIB mundial⁴⁰ cresceu 3,1% em 2015. De 2016 até 2018, a previsão é de crescimento de 41%, que pode gerar um aumento da entrada de turistas estrangeiros. É esperada a chegada demais de 21 milhões de turistas no país, de acordo com a evolução do gráfico a seguir.

Gráfico 5 - Entrada de turistas no país

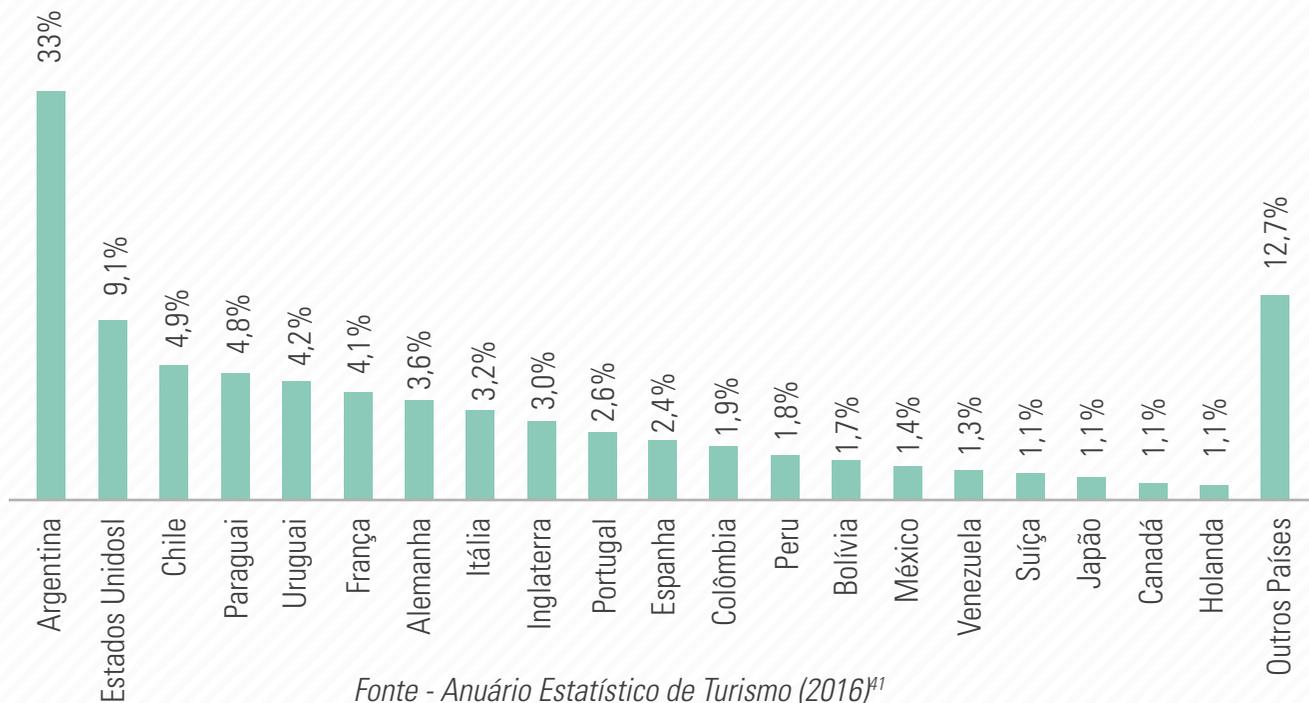


Fonte - Anuário Estatístico de Turismo (2016)⁴¹

Cerca de 67% dos turistas entrarão utilizando vias de acesso aéreas; 30% por vias terrestres; 2% optarão pelas vias marítimas e apenas 1% usarão a fluvial.

Dos estrangeiros que entraram no país nos últimos anos, a maioria é da América do Sul - Argentina, Chile, Paraguai e Uruguai são os principais emissores. Os Estados Unidos também são importantes emissores, além de França, Alemanha, Itália e Inglaterra.

Gráfico 6 - Entrada de turistas por país (acumulado de 2006 a 2015)



Fonte - Anuário Estatístico de Turismo (2016)⁴¹

Estrangeiros que entrarem no país de 1º de junho a 18 de setembro de 2016 estão isentos da necessidade de visto por conta das Olimpíadas 2016. De acordo com estudos da Organização Mundial de Turismo (OMT) e do Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC)⁴², essa medida pode resultar em um incremento de 20% de turistas internacionais.

O Brasil isenta mais de 80 países desse tipo de visto com base no acordo de reciprocidade, no entanto, Canadá, Estados Unidos, Austrália e Japão, que adotam medidas mais exigentes para a entrada de brasileiros, serão beneficiados com o visto temporário aplicado nos Jogos Olímpicos, culminando na maior recepção de turistas desses países.

Fontes: ⁴⁰PIB MUNDIAL. Banco Mundial. 2016. ⁴¹Anuário Estatístico de Turismo – 2016. Mtur. 2016. ⁴²Dilma sanciona lei que isenta vistos de estrangeiros para a Olimpíada. Portal Brasil. 2016.



Durante a Copa do Mundo 2014, o processo de retirada de visto também foi facilitado, com a possibilidade de fazê-lo apenas pela internet. Também foi criada a Lei da Copa, que liberou vistos temporários até o final daquele ano. Diante disso, o gasto dos estrangeiros com o turismo alcançou 6,39 bilhões de dólares, um recorde da série histórica.

Na realização de eventos mundiais, o perfil do turista é alterado devido à grande transição, em curto período de tempo, de visitantes de diversos países. Diante disso, espera-se que algumas tendências ganhem notoriedade, influenciadas pelo comportamento de turistas vindos dos principais países emissores no Brasil. Destacam-se as acomodações no estilo dos hostels, meio de hospedagem econômico, que tem como característica a socialização dos hóspedes; AirBNB, serviço online de aluguel de quartos e imóveis, e CouchSurfing - serviço de hospedagem em que o turista garante estadia na casa de alguém por meio de um pré-contato via Internet.

Com a economia favorável, espera-se que o setor seja beneficiado com iniciativas de incentivo, promoção e melhorias de acesso e infraestrutura.

A exposição olímpica auxilia na atração de turistas ao Brasil. A mídia gerada com o evento, aliada a propagandas de marketing, impulsionam os destinos que sabem trabalhar com essa oportunidade. Um exemplo claro é a cidade de Londres.

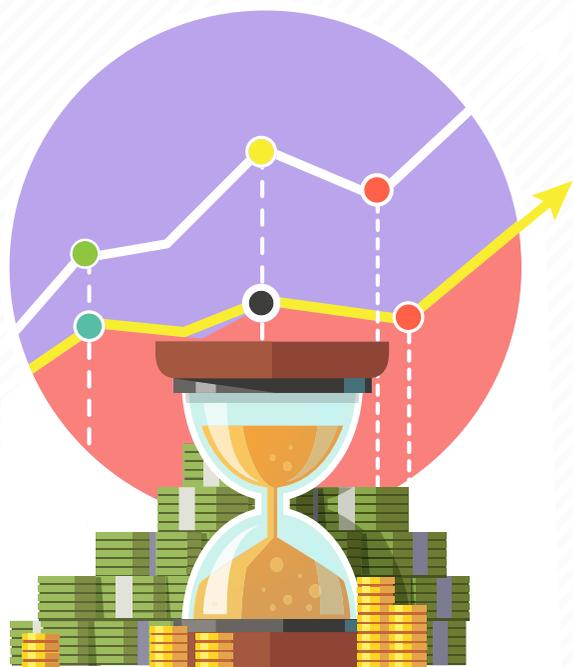
No ano seguinte às Olimpíadas a cidade recebeu um fluxo de visitantes 12% maior do que o registrado no ano olímpico. Além desse movimento, foi registrado um acréscimo de 5% na quantidade de dinheiro “deixado” no país pelos turistas⁴⁴. É importante salientar que esse cenário de crescimento pode ser reproduzido em território nacional, desde que a exposição que será transmitida para o mundo todo seja aproveitada de maneira positiva.

Fontes: ⁴⁴ Londres tem recorde de visitantes em 2013. Pan Rotas. 2014.

⁴⁵ Dilma sanciona lei que isenta vistos de estrangeiros para a Olimpíada. Portal Brasil. 2016.

CENÁRIO 2

Situação econômica com dificuldades, mas tendência de melhora



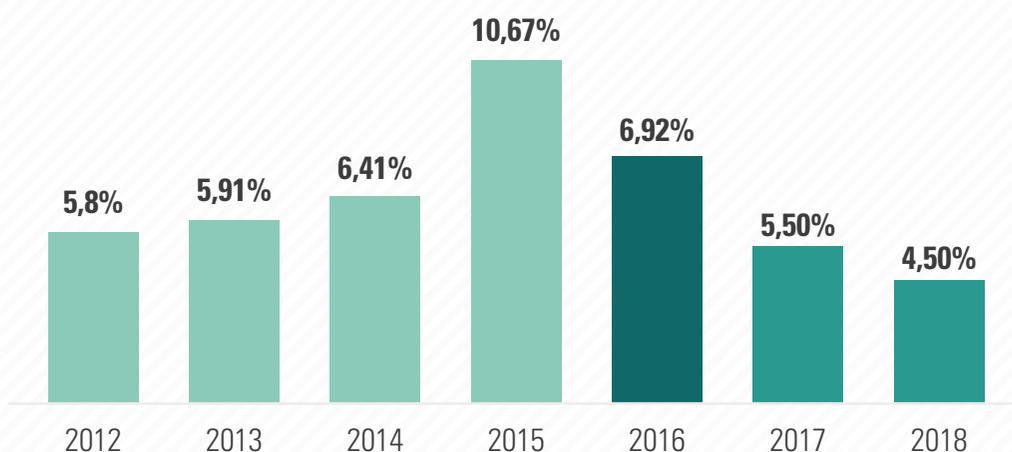
Este é o cenário intermediário para o turismo brasileiro, caracterizado como realista. Nesse cenário, as condições externas moderadamente favoráveis deverão permitir uma recuperação das economias mundial e nacional, mas o crescimento será inferior ao registrado no período imediatamente anterior à crise financeira internacional. Sendo assim, o impacto sobre o crescimento do turismo será moderado, mesmo que o Brasil seja sede das Olimpíadas e o câmbio esteja valorizado, beneficiando os turistas estrangeiros. A possível volatilidade no crescimento da economia nacional será uma variável de incerteza que poderá influenciar negativamente o nível de investimento no setor turístico.

O PIB do país até 2018⁴⁵ mostrará uma leve recuperação. Em 2016 ainda haverá uma queda equivalente à de 2015, quando o país registrou redução de 3,8% nesse indicador. O ano de 2017 mostrará estabilidade nas flutuações, alcançando uma leve melhora de 1,1%. Finalmente, o ano de 2018 terá um leve crescimento, com uma variação estimada em 2,55%.

Com o PIB se estabilizando, é esperado um crescimento do turismo doméstico e uma atração de turistas estrangeiros, que entrariam no país devido ao câmbio desvalorizado e aos Jogos Olímpicos. O valor cambial⁴⁶ deverá retornar ao patamar de R\$ 3,68 devido a fatores externos, como o aumento da taxa de juros do Banco Central americano.

A inflação da economia como um todo, após atingir o valor de 10,67% em 2015, deve alcançar 6,92% no final de 2016, 5,5% ao final de 2017 e 4,5% em 2018. Esse movimento prevê que a inflação voltará para o centro da meta estipulada pelo governo e aliviará a economia como um todo a partir do segundo semestre de 2017, conforme mostra o gráfico a seguir:

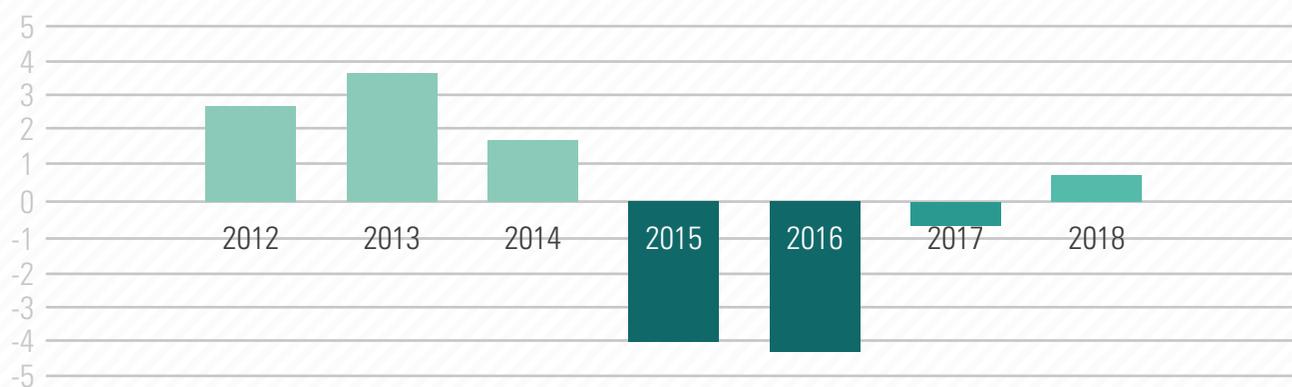
Gráfico 7 - Taxa de inflação - variação em %



Fonte de dados: IBGE (2016)⁴⁷

Com todos esses fatores em recuperação, o consumo responderá positivamente apenas em 2017. Para 2016 a expectativa acumulada ainda é de forte queda, tendo um comportamento mais negativo do que no próprio ano de 2015. Em 2017 será iniciado um movimento de melhora, ganhando fôlego ao longo do ano e atingindo certa estabilidade em 2018.

Gráfico 8 - Consumo médio anual - %



Fonte: IBGE (2016)⁴⁸

/ Turismo doméstico

A necessidade de resguardar fundos e evitar viagens internacionais faz com que o turismo doméstico seja alavancado nos anos seguintes, visto que a taxa cambial não mostrará sinal de recuperação devido à volatilidade do cenário externo no que concerne aos choques na moeda.

Sendo assim, com os outros indicadores econômicos mostrando leves sinais de melhora, como a taxa de inflação, o PIB nacional e a renda média familiar, temos uma perspectiva de incremento das atividades internas do setor.

/ Análise do PIB do turismo

Tomando por base o PIB do Brasil, é possível fazer projeções que auxiliam nos indicativos de como será a reação do PIB do Turismo em relação à economia como um todo. A análise de regressão mostrou que existe uma ligação muito forte entre os movimentos do PIB do país e do PIB do setor de turismo. Eles respondem de maneira muito semelhante. Dessa forma, realizando os cálculos prévios, é possível estimar que a taxa de crescimento do PIB, recuperando-se em 2018 dos movimentos negativos de 2015, levará a uma recuperação do setor do turismo.

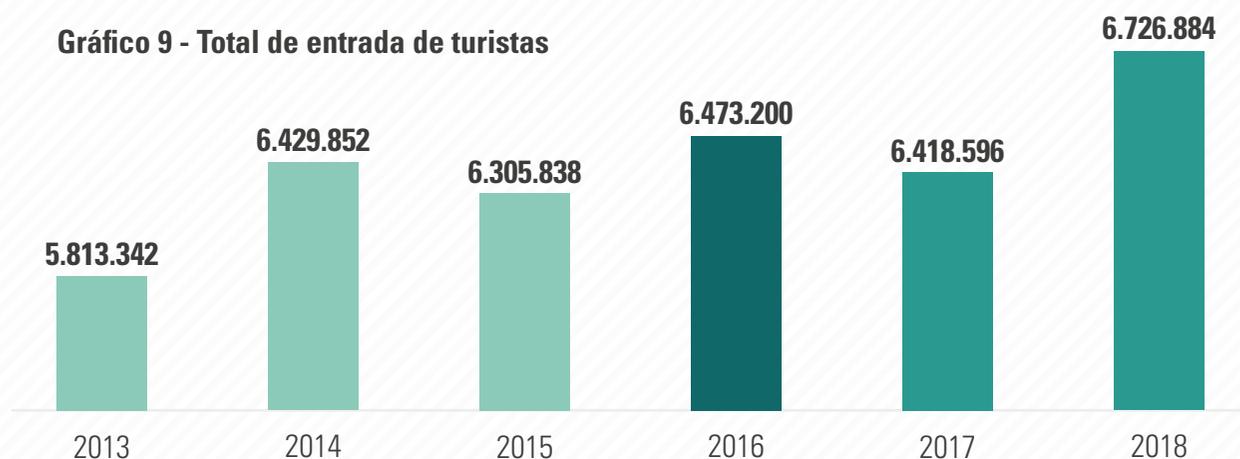
A previsão é de que o PIB Brasil atinja o valor de R\$ 5,92 trilhões em 2018, frente aos R\$ 5,90 trilhões de 2015. O PIB do Turismo alcançará, em 2018, um valor aproximado de R\$ 200 bilhões frente a um valor de R\$ 190 bilhões em 2015. Isso mostra, a partir de cálculos econométricos, uma interação de mais de 70% na explicação da variação do PIB do Turismo em consequência do PIB nacional.

/ Turistas estrangeiros

A necessidade de resguardar fundos e evitar viagens internacionais faz com que o turismo doméstico seja alavancado nos anos seguintes, visto que a taxa cambial não mostrará sinal de recuperação devido à volatilidade do cenário externo no que concerne aos choques na moeda.

Sendo assim, com os outros indicadores econômicos mostrando leves sinais de melhora, como a taxa de inflação, o PIB nacional e a renda média familiar, temos uma perspectiva de incremento das atividades internas do setor.

Gráfico 9 - Total de entrada de turistas



Fonte: Anuário Estatístico do Ministério do Turismo⁴⁹

Após o ano de 2014, a quantidade de turistas estrangeiros que entraram no país sofreu uma leve redução, mas manteve um patamar bem superior ao observado em 2013, antes da Copa do Mundo. O mesmo ocorrerá em decorrência do Jogos Olímpicos e Paralímpicos 2016.

Fontes: ⁴⁸Economia Nacional (dados). IBGE. 2016. ⁴⁹Anuário Estatístico: Turismo 2015. Observatório do Turismo de São Paulo. 2016.



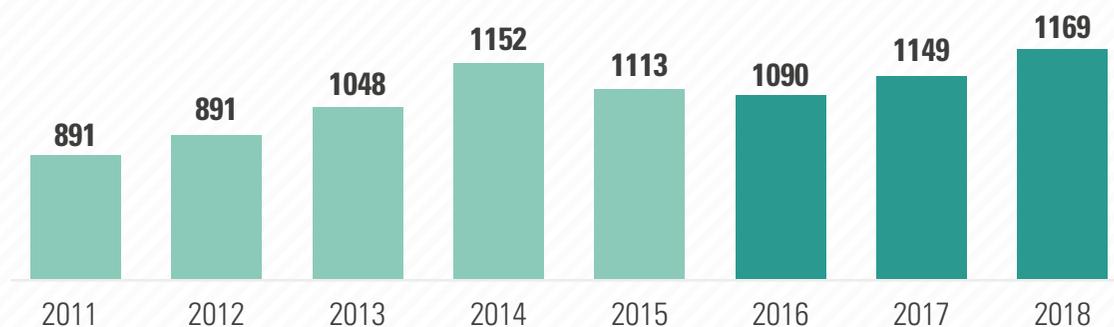
É possível notar um crescimento em relação ao ano de 2015 e uma leve retração de 2017 em comparação com 2016. Isso porque o fluxo de estrangeiros que entrarão no país como consequência das Olimpíadas está calcado na grande movimentação decorrente dos Jogos. Dessa forma, o ano de 2017 não estará atrelado a nenhum grande evento e mostrará uma leve retração.

Para 2018 é esperado um movimento maior do que em 2017. Tal fato se confirma com o aumento da exposição do país devido à realização da Copa e das Olimpíadas, à melhora do cenário externo mundial, à recuperação da economia brasileira e ao valor cambial, que se manterá em um patamar alcançado pós-crise financeira mundial.



É importante ter foco para receber turistas estrangeiros e não investir em viagens de brasileiros para o exterior. O mercado doméstico, com o início de uma verdadeira recuperação a partir de 2018, tende a ganhar força e se somar à chegada de turistas estrangeiros no país. A renda média das famílias brasileiras tende a voltar ao patamar pré-crise de 2015 e isso reforça a expectativa de retomada do crescimento para o setor, conforme o gráfico a seguir:

Gráfico 10 - Renda média das famílias brasileiras - em R\$



Fonte dos dados: IBGE (2016)⁵⁰

Fontes: ⁵⁰ [Economia Nacional \(dados\)](#). IBGE. 2016.

CENÁRIO 3

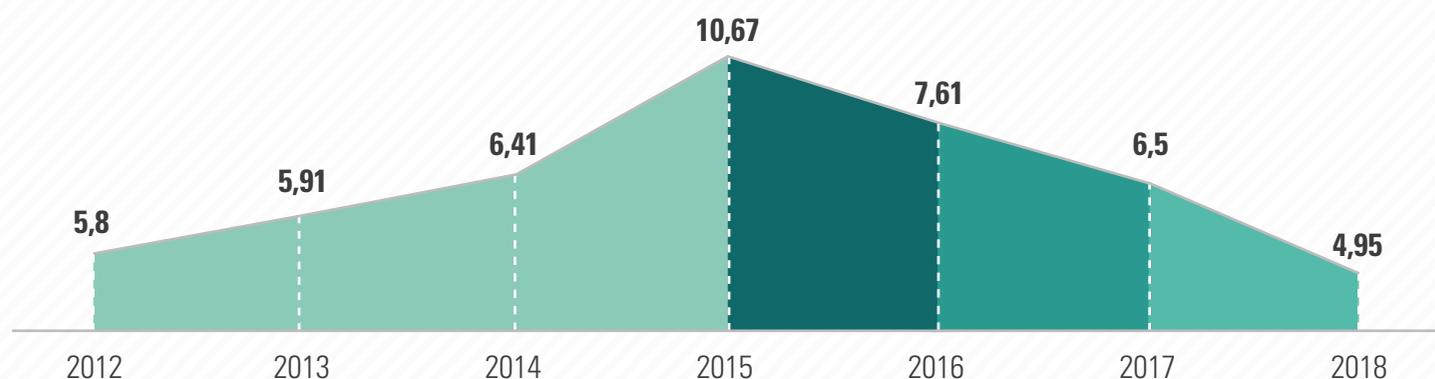
Situação econômica com dificuldades

Este é o cenário de menor expectativa para o turismo brasileiro. As condições externas e internas são desfavoráveis. As incertezas relacionadas à economia nacional são mais persistentes, gerando um impacto negativo sobre a situação do emprego, da renda, do PIB e do setor turístico como um todo. O turismo deverá apresentar um crescimento menor do que nos outros cenários. O PIB do Brasil se recuperará de forma mais lenta e gradual, alcançando patamares piores para 2016 do que o do ano anterior.

Com o PIB nacional em crise, haverá menos crédito no mercado, juros mais altos e consumo em queda. O governo tende a minimizar os gastos públicos, o que interfere diretamente nos investimentos em turismo, diminuindo os recursos em segmentos importantes para o setor, como propaganda, hotelaria e refeições.

A inflação da economia como um todo, após atingir o valor de 10,67% em 2015, deve alcançar 7,61% no final de 2016, 6,05% ao final de 2017 e 4,95% em 2018. Isso mostra que a inflação voltará ao centro da meta estabelecida pelo governo e aliviará a economia somente a partir do primeiro semestre de 2018, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 11 - Taxa de inflação - variação em %



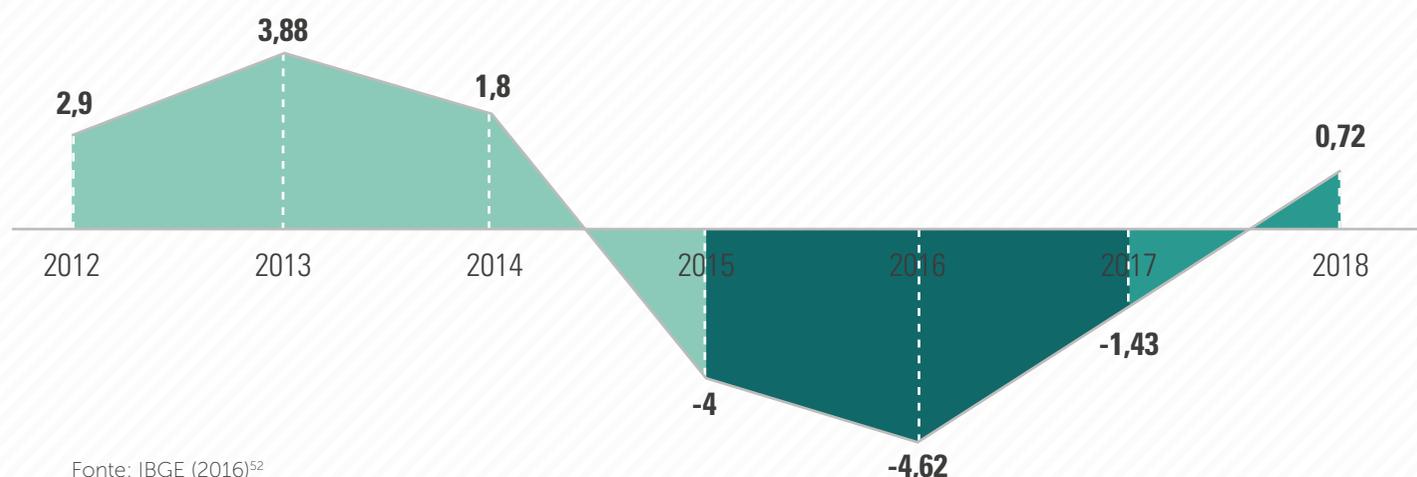
Fonte: IBGE (2016) ⁵¹



O impacto da inflação é maior justamente no poder de compra. Há um aumento do custo de vida da população e, conseqüentemente, a diminuição do turismo doméstico. Com menos viagens sendo realizadas, toda a cadeia é afetada negativamente. Os turistas tendem a fazer viagens mais curtas, alterar o planejamento para reduzir custos, optar pelo parcelamento ou adiar o investimento em viagens.

Considerando todos esses fatores, o consumo responderá positivamente apenas em 2018. Para 2016, a expectativa ainda é de queda acentuada, com um comportamento mais negativo do que em 2015. Em 2017 iniciará um movimento de recuperação, atingindo a estabilidade em 2018, conforme mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 12 - Consumo médio anual - %



Fonte: IBGE (2016)⁵²

/ Políticas públicas

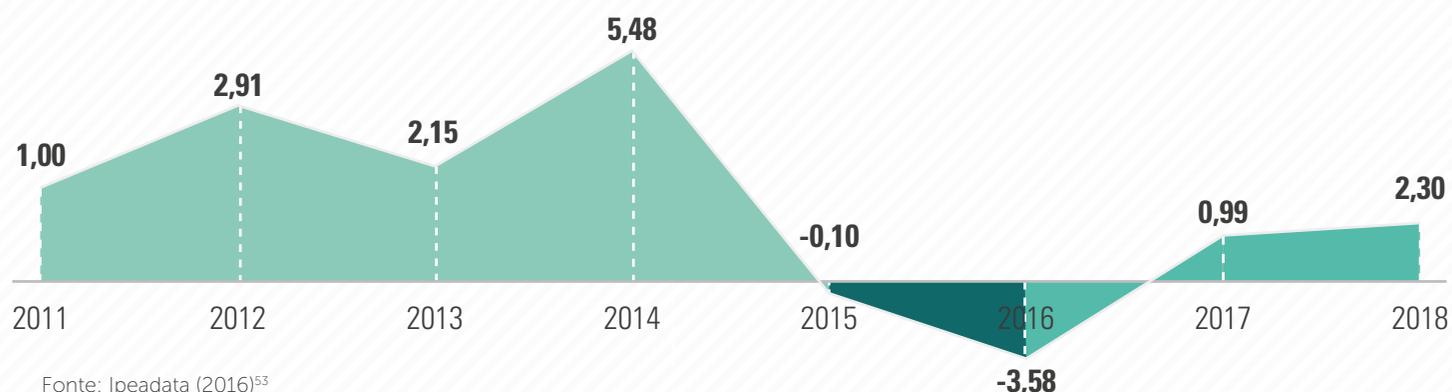
Com a exposição das questões econômicas sinalizando aspectos desfavoráveis, é de se esperar um efeito negativo quanto às políticas públicas para o setor. Isso afeta os investimentos federais, estaduais e municipais, além das iniciativas de incentivo, promoção e melhorias de acesso e infraestrutura.

A situação econômica desfavorável, somada a uma situação política instável, impossibilita ações mais firmes do governo, no sentido de estimular o contexto macroeconômico. Esse cenário aponta para uma situação de imprevisibilidade política, com movimentos distintos até o período eleitoral de 2018, e recessão econômica para o ano de 2016 e primeiro semestre de 2017.

/ Jogos Olímpicos

Todo esse cenário será refletido no PIB do turismo brasileiro, principalmente no ano de 2016. O PIB do turismo tenderá a sofrer uma contração de quase 1% em todo o país. A exceção fica por conta do Rio de Janeiro, que poderá se beneficiar com a renda gerada pela movimentação dos serviços durante as Olimpíadas. Contudo, a contribuição direta do setor sofrerá uma baixa em relação ao ano anterior, sendo importante analisar com cuidado qualquer tipo de aporte mais robusto nos investimentos realizados, uma vez que os retornos esperados não estarão fixados em patamares de curto prazo.

Gráfico 13 - Variação do PIB do Turismo Brasileiro - %



Fonte: Ipeadata (2016)⁵³

Fontes: ⁵² Economia Nacional (dados). IBGE, 2016. ⁵³ PIB Brasil. Ipeadata, 2016.

DICAS E ORIENTAÇÕES

aos empresários do setor

Diante das diversas oportunidades que podem ser geradas no setor, os desafios são constantes. Os empreendedores precisam estar atentos para ter sucesso em longo prazo e se manter competitivos no mercado. Além de monitorar tendências, é importante manter-se atualizado em questões que envolvem legislação, tributação, estratégias de promoção e certificação. Para auxiliá-lo, selecionamos algumas dicas e orientações.



/ Formalização e legalização

O turismo possui muitos negócios informais. Nos últimos dois anos, devido à retração econômica do país, à alta do desemprego e à queda na renda, mais brasileiros passaram a trabalhar por conta própria⁵⁴. No entanto, a informalidade é prejudicial ao trabalhador devido à perda das garantias trabalhistas, como estabilidade, férias remuneradas e FGTS. Também prejudica o governo, pois significa uma queda na arrecadação de impostos e aumento do déficit do INSS, impactando no direcionamento de políticas públicas ao setor. Para os turistas também é negativo, uma vez que a confiança na contratação dos serviços é afetada, já que o recebimento de um serviço seguro não é garantido.

Para os empreendedores que desejam regularizar seus negócios, é preciso realizar o cadastro no [Cadastur](#). O cadastro é gratuito e permite o acesso a linhas de financiamento, oportunidades de qualificação, maior visibilidade dos negócios e facilidades para obtenção dos projetos do governo.

Muitas informações referentes ao setor também podem ser encontradas na [Lei 11.771/2008](#) - que estabelece normas sobre a Política Nacional de Turismo. Nela são discutidas as atribuições do governo federal para o desenvolvimento do setor, os deveres dos empresários, a classificação das atividades características do turismo e como é realizada a fiscalização dos prestadores de serviços.

Fontes: ⁵⁴Talita Boros Voitch. [Trabalho informal volta a crescer no país](#). Gazeta do Povo. 2016.

/ Impostos



O alto peso dos impostos é um obstáculo que limita a competitividade do turismo brasileiro. No ano de 2010 ocorreu uma intensa negociação política do setor de agenciamento turístico para isenção do Imposto de Renda Retido na Fonte (IRRF) incidente sobre remessas ao exterior, porém, a conquista da isenção teve validade até 31 de dezembro de 2015⁵⁵.

No ano de 2016⁵⁶, o governo voltou a cobrar o imposto, o que repercutiu negativamente ao setor. Inicialmente, a alíquota sobre remessa de dinheiro para o exterior seria de 25%. Após a articulação de representantes do setor, o aumento ficou em 6%. Porém, além de ser cobrado esse valor das agências de viagem, ele é repassado ao consumidor, influenciando na venda de pacotes turísticos, reservas de hotéis, compra de bilhetes para eventos, aluguel de carros etc.

Além dessa nova cobrança, as atividades turísticas ainda são impactadas por tributações como a Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL), Imposto Sobre Serviços (ISS), Imposto Predial e Territorial Urbano (IPTU), Imposto de Renda, Taxa de Fiscalização de Estabelecimentos (TFE), INSS patronal, que incidem substancialmente no setor, pois as atividades utilizam mão de obra de forma intensiva.



Atualmente, o aumento dos impostos sobre os combustíveis, o ICMS da energia e a querosene dos aviões também interferem nos negócios do setor.

A perspectiva é de que não tenha diminuição dos impostos para os próximos anos, porém, a articulação política do setor, incluindo associações e sindicatos, é fator importante para medidas que busquem a redução da carga tributária. Isso favoreceria a redução do preço dos serviços, o aumento da oferta de empregos no setor e preços mais acessíveis ao turista, intensificando o consumo.

Fontes: ⁵⁵Samantha Lima. *O que você precisa saber sobre o Imposto Turismo*. Época. 2016. ⁵⁶Governo reduz de 25% para 6% valor do IR sobre remessas ao exterior. Agência Brasil. 2016.



Outra alternativa para os empreendedores reduzirem custos com impostos é a adesão ao Simples Nacional ou Super Simples (Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas Microempresas e Empresas de Pequeno Porte). Nesse regime, pequenas e médias empresas com faturamento inferior a 3,6 milhões de reais por ano podem pagar impostos por meio de um sistema especial, com menos burocracia, menos tributos e impostos federais, estaduais e municipais pagos em único boleto.

Os impostos unificados por meio do Simples Nacional são: Imposto sobre a Renda da Pessoa Jurídica (IRPJ), Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI), Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL), Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (Cofins), Contribuição para o PIS/Pasep, Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISS), Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e Sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação (ICMS), além da Contribuição Patronal Previdenciária (CPP).

Para entrar no Simples Nacional, acesse o site mantido pela Receita Federal. Na lateral esquerda, escolha “Simples Serviços” e “Solicitação de Opção pelo Simples Nacional”. Para tirar dúvidas sobre o Simples Nacional, acesse [Mudanças no Supersimples: o que donos de pequenos negócios devem saber](#).

Outra forma para o empreendedor pagar os principais impostos de forma unificada é o [lucro presumido](#), que utiliza a base de cálculo do Imposto de Renda e da [Contribuição Social Sobre o Lucro Líquido \(CSLL\)](#) das pessoas jurídicas.



O [Sebrae](#) e a [Fundação Getúlio Vargas \(FGV\)](#) disponibilizam uma calculadora que avalia o melhor regime tributário a adotar na sua empresa. [Entenda](#) como funciona o cálculo e [acesse a calculadora](#).

Fontes: Camila Lam. [8 respostas para entender o simples nacional](#). Revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios. 2016.



/ Parcerias Público-Privadas (PPP)

As Parcerias Público-Privadas (PPP) otimizam os recursos públicos, uma vez que contam com investimentos privados para viabilizar projetos em obras públicas (energia elétrica, gás, rodovias, ferrovias, aeroportos, portos, ferrovias, telecomunicações e mobilidade urbana) e infraestrutura social (escolas, hospitais, albergues etc.).⁵⁷ Essas obras são importantes para a população e também melhoram as condições para receber os turistas, aumentando a competitividade dos destinos.

Em razão das Olimpíadas, muitas obras estão sendo realizadas. Algumas são provisórias, como as acomodações dos atletas; outras, no entanto, como a infraestrutura ficarão como legado e serão importantes incentivos ao turismo. O atual clima político e econômico do país, que estará em recuperação nos próximos três anos, deverá fortalecer as parcerias que detenham projetos de curto prazo. Os acordos de longo prazo poderão ser realizados também por empresas estrangeiras.



Em 2015⁵⁸ o turismo passou a integrar o [Catálogo de Oportunidades para Investimentos no Brasil](#). A publicação reúne informações sobre projetos de obras públicas, com o intuito de facilitar a atração do capital privado e fomentar as parcerias público-privadas entre investidores estrangeiros.

A [4ª edição do catálogo](#), lançada em junho do ano passado e traduzida para o inglês, disponibiliza aproximadamente 176 projetos, cerca de US\$ 136 bilhões em oportunidades de infraestrutura e acesso, projetos importantes para o desenvolvimento do turismo brasileiro.

Outros sites, como o [Logística Brasil](#) e o [Rede Nacional de Informações sobre o Investimento \(Renai\)](#), reúnem informações sobre oportunidades de investimentos no Brasil por meio das PPP.

Fontes: ⁵⁷Bruno Pereira. [Situação e perspectivas das PPPs para 2016](#). PPP Brasil. 2016. ⁵⁸Luciana Vicária. [Turismo passa a integrar catálogo de projetos em busca de investimentos estrangeiros](#). Ministério do Turismo. 2015.

