



Turismo

+ desenvolvimento

+ emprego

+ sustentabilidade

*Propostas para impulsionar a indústria
do turismo como vetor importante
da retomada do crescimento econômico e
da geração de empregos*

[Turismo]

+ desenvolvimento

+ emprego

+ sustentabilidade

*Propostas para impulsionar a indústria
do turismo como vetor importante
da retomada do crescimento econômico e
da geração de empregos*

Turismo: mais desenvolvimento, mais emprego e mais sustentabilidade

Conselho Empresarial de Turismo e Hospitalidade (Cetur):

Presidente: Alexandre Sampaio de Abreu

Secretário Executivo: Eraldo Alves da Cruz

Assessoria Técnica: Ana Paula Siqueira, Marcia Alves, Natalie Kneit, Regina Cardoso e Vanessa Paganelli

Assistente Administrativo: Claudia Gonçalves e Débora Dutra

Organização: Pires e Associados

Consultoria: Jeanine Pires

Redação Técnica: Gisela Mendonça

Capa e diagramação: Fábio Paraguassú

Ilustrações: Ana Carolina Silveira

Revisão: Daniel Dutra

Impressão: Gráfica Imos

Turismo: mais desenvolvimento mais emprego mais sustentabilidade /

Organização de Pires e Associados; Redação técnica de Gisela Mendonça. Rio de Janeiro: Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo, 2018.

23 p. ; 27 cm.

1. Atividade Turística. I. Organizador.

CDD 338.4791

Bibliotecário responsável: João Gabriel Bezerra – RB-7: 6853

CETUR/CNC - RIO DE JANEIRO

Av. General Justo, 307 - CEP: 20021-130

PABX: 21 3804-9200

CETUR/CNC - BRASÍLIA

SBN Quadra 1 Bl. B - nº 14 - CEP: 70041-902

PABX: 61 3329-9500/3329-9501

conselhodeturismo@cnc.org.br

www.cnc.org.br/turismo



INTRODUÇÃO	04
Conselho Empresarial de Turismo e Hospitalidade (Cetur)	05
Membros efetivos	05
IMPORTÂNCIA ECONÔMICA DO TURISMO	06
Turismo: destaque na economia global	07
Turismo: alto impacto econômico para o Brasil	08
Posição de destaque nas exportações	09
TURISMO NO BRASIL	10
Evolução	11
Turismo doméstico - Número de passageiros (em milhões)	11
Turismo internacional - Chegada de turistas estrangeiros (em milhões)	11
Turismo internacional - Gastos de turistas estrangeiros no Brasil (em US\$ bilhões)	11
Cenário	12
10 premissas para desenvolver o turismo	14
Propostas para desenvolver o turismo no Brasil	15
5 pilares de ação	15
INFRAESTRUTURA	16
PROMOÇÃO	18
SEGURANÇA JURÍDICA	20
COMPETITIVIDADE	22
GESTÃO E MONITORAMENTO	24



[Introdução]

As principais entidades do setor de turismo, membros do Conselho Empresarial de Turismo e Hospitalidade (Cetur) da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), encaminham propostas e sugestões aos candidatos a Presidente da República, com o objetivo de colaborar para a construção e consolidação de "uma política pública que possa efetivamente promover o desenvolvimento do turismo no Brasil".

Conselho Empresarial de Turismo e Hospitalidade (Cetur)

Membros efetivos

- FNHRBS** – Federação Nacional de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares
- ABAV** – Associação Brasileira de Agências de Viagem
- ABEAR** – Associação Brasileira de Empresas Aéreas
- ABEOC** – Associação Brasileira de Empresas de Eventos
- ABETA** – Associação Brasileira das Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura
- ABIH NACIONAL** – Associação Brasileira da Indústria de Hotéis
- ABLA** – Associação Brasileira das Locadoras de Automóveis
- ABOTTC** – Associação Brasileira das Operadoras de Trens Turísticos e Culturais
- ABR** – Associação Brasileira de Resorts – Resorts Brasil
- ABRACCEF** – Associação Brasileira de Centros de Convenções e Feiras
- ABRACORP** - Associação Brasileira de Agências de Viagens Corporativas
- ABRASEL NACIONAL** – Associação Brasileira de Bares e Restaurantes
- ABRASTUR** – Associação Brasileira de Turismo Social
- ABRATURR** – Associação Brasileira de Turismo Rural
- ABREMAR** – Associação Brasileira de Cruzeiros Marítimos
- ALAGEV** – Associação Latino-Americana de Gestores de Eventos e Viagens Corporativas
- ANTTUR** – Associação Nacional dos Transportadores de Turismo e Fretamento
- BITO** – Associação Brasileira de Turismo Receptivo Internacional
- BRASIL C&VB** – Brasil Convention & Visitors Bureau
- BRAZTOA** – Associação Brasileira das Operadoras de Turismo
- FOHB** – Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil
- SEBRAE NACIONAL** – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
- SINDEPAT** – Sistema Integrado de Parques Temáticos e Atrações Turísticas do Brasil
- UBRAFE** – União Brasileira dos Promotores de Feiras
- UNEDESTINOS** – União Nacional dos CVBs e Entidades de Destinos



[Importância econômica do turismo]

[Turismo] = o setor que **+** cresce no mundo

[Retomada do crescimento] = o turismo pode impulsionar a economia

[Geração de renda] = o turismo promove a atração de divisas

[Geração de empregos] = o turismo pode aumentar a demanda por mão-de-obra

[Sustentabilidade] = o turismo é capaz de melhorar a qualidade de vida com crescimento sustentável

Turismo: destaque na economia global*

Em 2011, o setor de Viagens & Turismo teve impacto direto de **US\$ 2 trilhões no PIB global** – mais do que o dobro da indústria automotiva naquele ano. Se levarmos em conta os impactos direto e induzido, esse número chega a US\$ 6,3 trilhões.

É uma atividade econômica que gera empregos em grande escala: 255 milhões de pessoas trabalhavam no setor em 2011, **ou 8,7% de todos os empregos (diretos ou indiretos) no mundo**. Isso excede os empregos gerados pelas indústrias automobilística e de fabricação de produtos de mineração, e é um índice muito próximo ao de empregos do setor de educação.

*Fonte: Oxford Economics

Turismo: alto impacto econômico para o Brasil

6% do PIB
 vem do
turismo

2,9
milhões
de empregos

Quase
20 bilhões de
dólares
em
investimentos



2,3% das divisas
estrangeiras
que entram
no país



* Fonte: CNC 2017

** Fonte: WTTC - World Travel and Tourism Council 2017

Posição de destaque nas exportações*

Em 2017, o turismo esteve em 1º lugar na exportação de serviços e em 8º lugar na pauta geral de exportações.



Nos últimos dez anos, o turismo sempre esteve **entre os dez principais itens** na pauta de exportações brasileira – e isso é uma medida da importância econômica da atividade para a economia do País.

As receitas geradas com turismo internacional estão à frente, por exemplo, das entradas de divisas geradas com a exportação de carne bovina, uma das principais indústrias para o comércio internacional do Brasil.

* Fonte: Banco Central

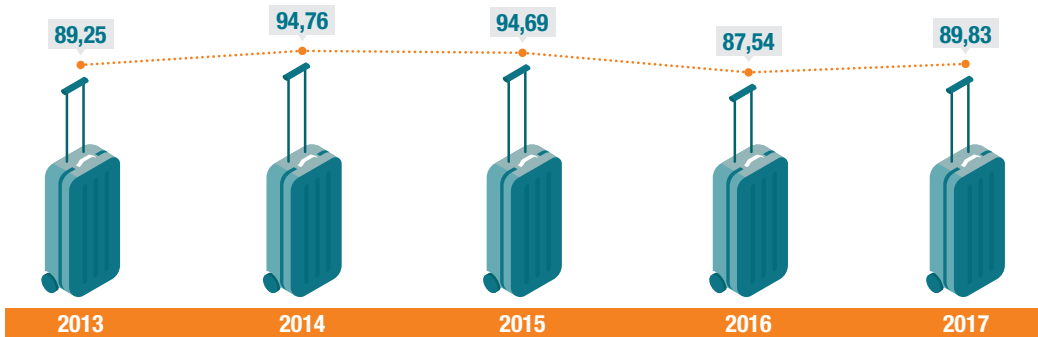


[Turismo no Brasil]

Evolução

Turismo doméstico

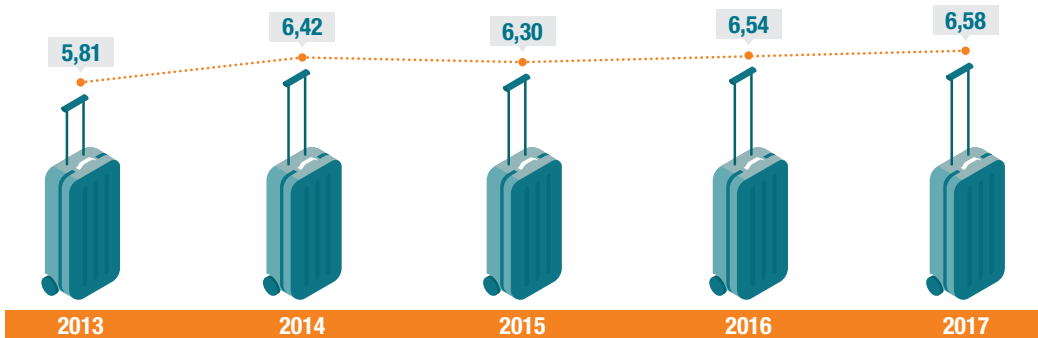
Número de passageiros (em milhões)*



*Fonte: Associação Brasileira das Empresas Aéreas (Abear) - Total de passageiros pagos - doméstico

Turismo internacional

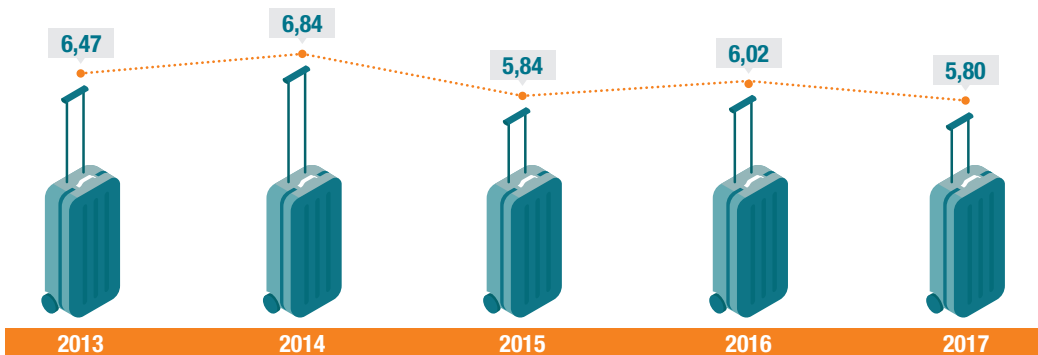
Chegada de turistas estrangeiros (em milhões)*



* Fonte: Ministério do Turismo - <http://basededados.turismo.gov.br/>

Turismo internacional

Gastos de turistas estrangeiros no Brasil (em US\$ bilhões)*



* Fonte: Ministério do Turismo - http://dadosfatos.turismo.gov.br/images/Receita_e_Despesa_Turistica_Cambial-Serie_Historica-Ano_Mes-1990-Fev2018.pdf

O turismo é um segmento abrangente, que reúne mais de **60 atividades econômicas**. Apesar de ser fundamentalmente realizado pela iniciativa privada, é uma indústria fortemente impactada pelas políticas públicas, uma vez que depende de infraestrutura, segurança, serviços de saúde e condições macro e microeconômicas favoráveis para o seu bom desempenho, como câmbio e tributação, por exemplo.

O desequilíbrio dessas condições estruturais pode levar à degradação da atividade, reduzindo empregos e limitando a entrada de divisas. Ao mesmo tempo, existe um hiato com relação aos aspectos legais no mercado de viagens e turismo. Por um lado, uma legislação excessiva dificulta que as empresas cumpram as exigências impostas; por outro, a ausência de legislação para os novos serviços turísticos oferecidos por meio de plataformas digitais faz com que o mercado empresarial sofra pela deficiência na regulamentação.

Desde a criação do Ministério do Turismo (MTur), em 2003, há uma séria descontinuidade das políticas públicas para o setor no Brasil, inclusive com o descumprimento da legislação que tornou o Plano Nacional de Turismo uma política de Estado. A deficiência de infraestrutura básica de serviços, em todas as áreas no País, inibe e atrasa também o ambiente de negócios e o desenvolvimento do turismo.

Segundo o Fórum Econômico Mundial (FEM), **o Brasil é o país mais competitivo do mundo na oferta de recursos naturais para a indústria de viagens**. Mas transformar esse potencial em um destino turístico competitivo, eficiente e sustentável ainda é um grande desafio, que demanda um esforço conjunto, de cooperação entre os setores privados e públicos no país.

Em que pese as vantagens naturais comparativas, o Brasil está muito aquém quando comparado a países com características semelhantes e a alguns vizinhos latino-americanos, o que mostra o quanto ainda pode avançar no ponto de vista turístico.

PAÍS	Nº TURISTAS INTERNACIONAIS	RECEITAS	% DO TURISMO NO TOTAL DAS EXPORTAÇÕES
Brasil	6,6 milhões	US\$ 5,8 bilhões	2,3%
Austrália	8,8 milhões	US\$ 42,8 bilhões	7,8%
Argentina	6,7 milhões	US\$ 5,1 bilhões	7,6%
México	39,3 milhões	US\$ 21,3 bilhões	5,2%

Fontes: Organização Mundial do Turismo - World Tourism Barometer - Volume 16 - March/April 2018

WTTC - <https://www.wtcc.org/economic-impact/country-analysis/country-reports> (dados de % do turismo nas exportações)

É justamente buscando abrir caminhos para essa cooperação que elencamos as ações prioritárias e necessárias à profissionalização do turismo no Brasil. Tais iniciativas, conjugadas a outras do setor privado, irão impactar no mercado turístico, fazendo desta atividade uma alternativa real de movimentação econômica e de desenvolvimento.

Elevar o Brasil para o topo da lista de escolhas de viagens, tanto para brasileiros como para estrangeiros, é um trabalho que dependerá diretamente de um governo que veja o segmento como prioritário; que busque avançar com políticas públicas que promovam a competitividade dos destinos e dos negócios; e que invista em promoção e infraestrutura.

10 premissas para desenvolver o turismo

O setor privado de turismo será aliado do novo governo que se instala em 2019, na busca do fortalecimento das políticas públicas. O setor deve ter representação e orçamento condizentes com a sua importância econômica, buscando aumentar a competitividade e, ao mesmo tempo, garantir a sustentabilidade econômica social, ambiental e cultural da atividade turística.

Para tanto, algumas premissas são necessárias para que as propostas aqui sugeridas sejam implementadas num cenário colaborativo:

1. Melhorar a infraestrutura pública, a qualidade das instalações e dos serviços que atendem a população e também os turistas.
2. Fortalecer a imagem do Brasil no exterior e seus diferenciais como destino turístico.
3. Melhorar as condições para investimentos nacionais e estrangeiros, e apoiar a inovação como condição de competitividade.
4. Apoiar e adotar políticas de taxação inteligentes, que incluem simplificação na tributação e desburocratização, para melhorar o ambiente de negócios.
5. Melhorar a capacitação em todos os níveis educacionais, assim como as habilidades técnicas.
6. Aprimorar os transportes aéreo, rodoviário, ferroviário e náutico, garantindo conectividade eficiente para facilitar as viagens para o Brasil e dentro do Brasil.
7. Buscar mercados internacionais emissores de turistas que combinem volume de turistas e gastos altos.
8. Adotar práticas de digitalização nas áreas de gestão, planejamento e marketing.
9. Apoiar e estimular o desenvolvimento de novos produtos turísticos que tragam melhor experiência ao visitante.
10. Encorajar o desenvolvimento econômico sustentável e o crescimento inclusivo.

As políticas públicas com as quais os empresários e profissionais de turismo desejam cooperar devem ser baseadas em Planos de Turismo anteriores, garantindo continuidade e, ao mesmo tempo, renovação e inovação constantes. Essas ações devem, necessariamente, ser coordenadas na esfera federal com governos estaduais e municipais.

A transparência deve ser uma premissa fundamental das políticas, que precisam de monitoramento permanente.

Propostas para desenvolver o turismo no Brasil

5 pilares de ação





[Infraestructura]

Desenvolver e ter mais eficiência nas infraestruturas turística e de apoio, assim como nos serviços públicos e de preservação do patrimônio

Os temas ligados à infraestrutura devem estar entre as prioridades das autoridades governamentais, e isso inclui a revisão e atenção permanente a questões como a **implementação de políticas nacionais, estaduais e municipais** de: acesso à educação, geração de empregos, saneamento básico, destinação de resíduos e preservação do patrimônio natural e cultural.

- Criar programas para a preservação e valorização do patrimônio natural e cultural do País, com iniciativas que estimulem o **uso responsável de atrativos turísticos naturais e culturais**, condição primordial para a sobrevivência e o desenvolvimento do turismo em longo prazo.
- Ampliar e garantir **maior eficiência do setor de transportes** aeroportuário, terrestre, férreo e marítimo.
- **Promover interlocução com as políticas de segurança pública e sanitária**; criação de Selo de Segurança de Destinos Turísticos (incluindo temas de doenças como dengue, zika e outras).
- Criar uma política nacional e permanente de **sinalização turística**.
- Estabelecer políticas de apoio à **economia local do turismo**.
- Implementar o **Programa de Aviação Regional**.



[Promoção]

Adotar ações eficazes para o estímulo às viagens domésticas, assim como de fortalecimento da Marca Brasil no mundo

- Estimular e **promover o turismo interno** e as viagens dentro do Brasil.
- **Fortalecer a Marca Brasil** e desenvolver estratégias para captação de turistas estrangeiros.
- **Atualizar e implantar o Plano de Marketing Internacional (Plano Aquarela)** com ações planejadas, continuadas e permanentes de promoção em mercados prioritários, garantindo os recursos necessários para que o Brasil possa competir e ampliar sua participação no mercado turístico global.
- **Transformar a Embratur em agência de promoção internacional**, com possibilidades de parcerias público-privadas, e apoiar a realização de ações internacionais de promoção junto a outros produtos e serviços de exportação, para fortalecer a imagem do País no mundo.
- **Criar políticas de vantagens e fidelização (mecanismos tipo “Brazil Air Pass”)**, que barateiam os trechos aéreos e prolongam a permanência e os gastos do turista estrangeiro no País.
- **Alinhar a promoção em todos os níveis de governo** e a orientação cooperada a estados e municípios, com a colaboração da Embratur.
- **Criar um Conselho de Marketing**, ligado à Embratur, com participação do setor privado, que permita a implementação de planos conjuntos e eficientes, tanto na promoção nacional como internacional.
- Estimular de forma permanente as viagens dos brasileiros dentro do Brasil, desenvolvendo **Programas de Turismo Social**, que ampliem o acesso ao turismo para uma ampla camada da população e ainda permitam a realização de viagens em períodos de baixa temporada.



[Segurança jurídica]

As mudanças nos cenários global e nacional exigem uma adequação do ambiente regulatório para garantir um Estado facilitador, que estimule o crescimento das empresas e do setor

Uma das condições essenciais para que o turismo brasileiro acompanhe as mudanças globais é a modernização da Lei Geral do Turismo, garantindo não somente o exercício da atividade econômica, mas também o cumprimento da legislação que instituiu o Plano Nacional de Turismo.

Dentre os principais temas relacionados à melhoria do ambiente regulatório, destacam-se:

- **Impedir o retorno da incidência do Imposto de Renda Retido na Fonte** das empresas de turismo quando realizam remessas para pagamentos de serviços no exterior.
- Implementar política de crédito que considere a exportação de serviços turísticos como setor essencial da exportação, inclusive com acesso a um fundo garantidor para empréstimos. As empresas de turismo **que atuam no receptivo internacional e geram receita cambial devem ser tratadas como empresas exportadoras.**
- Ampliar e aprimorar a política de **flexibilização de vistos.**
- Criar uma **política de incentivos para o crescimento das empresas e da economia do turismo**, para desenvolvimento de serviços e produtos que possam, do ponto de vista de custo e qualidade, competir no mercado internacional em condições equivalentes às oferecidas aos principais competidores do destino Brasil.
- Promover o **alinhamento do ambiente regulatório** do setor aéreo brasileiro ao internacional.
- **Regulamentar o uso de plataformas digitais** na comercialização de serviços e produtos de turismo.
- **Apoiar a implementação da lei de Áreas de Interesse Turístico**, cujo projeto está em tramitação no Congresso Nacional.
- Apoiar a aprovação da legislação que apoia a **criação de cassinos em áreas especiais.**



[Competitividade]

Atrair investimentos e melhorar a qualidade de produtos e serviços para que o turismo brasileiro seja competitivo no mercado global, sobretudo incorporando novas tecnologias

- Promover **estímulo à iniciativa privada para o desenvolvimento, inovação e estruturação da oferta turística** é um dos aspectos mais importantes para a competitividade do turismo brasileiro no cenário global.
- Implementar **novos programas de capacitação e promover melhorias dos já existentes de turismo**, para que sejam mais efetivos e de acordo com as necessidades do mercado, visando a melhoria da qualidade dos serviços turísticos.
- Estabelecer política de **revisão e criação de novas linhas de crédito para construção, ampliação e reforma de empreendimentos** turísticos, estimulando a geração de empregos e a eficiência no atendimento às necessidades dos viajantes.
- Criar e implementar uma **estratégia de gestão digital do turismo em nível nacional e regional**, com o envolvimento de vários parceiros para melhorar a capacidade de inovação das empresas, e criar processos de transformação e adaptação digital (cobertura de banda larga nacional; informação de qualidade e cooperação entre estruturas de administração de dados; e suporte para inovação em pequenas empresas). Essa estratégia de digitalização deve ainda reduzir a burocracia e simplificar o acesso a recursos públicos por parte de estados, municípios e entidades associativas, efetivando um ambiente de negócios mais ágil e menos burocrático.
- Ampliar geograficamente a estruturação do turismo para **maior e melhor aproveitamento do potencial do País**, com uma estratégia de fomentar novos produtos turísticos em áreas de baixos índices de desenvolvimento, com a criação de pólos de turismo sustentável, por exemplo.
- Criar regiões que concentrem grandes complexos turísticos, de oferta diversificada, que possam se transformar em **vitruines internacionais** do turismo brasileiro.
- **Ampliar investimentos em promoção nacional e internacional** com critérios técnicos e foco em resultados de mercado, com objetivo de posicionar o destino Brasil e a Marca Brasil de forma competitiva no disputado mercado global de turismo.



[Gestão e monitoramento]

Efetivação de política de estado para o turismo, considerando cenários de longo prazo e permanente avaliação e mensuração de resultados

- Gerir o Conselho Nacional de Turismo por meio de um modelo de gestão moderno, eficaz e mais participativo.
- **Fortalecer as Câmaras Temáticas** dentro do Conselho Nacional do Turismo, a fim de colaborar para que cada área programática seja tratada conforme a necessidade e temas de interesse dos empresários.
- **Garantir uma estrutura adequada de governança**, de apoio e cooperação com estados e municípios.
- **Incentivar os projetos de cooperação regional**, orientados pelo Programa de Regionalização do Turismo.
- **Reestruturar efetivamente o sistema de informações sobre o setor** de turismo, inclusive com uso de tecnologias que propiciem antecipação de demanda.
- **Implantar a Conta Satélite do Turismo**, que permitirá entender de maneira mais profunda os impactos econômicos e sociais da atividade.
- **Fomentar a Rede Nacional de Observatórios de Turismo**, para ampliar o levantamento, a análise e o monitoramento sistemático e contínuo de dados relevantes sobre a atividade turística, para que ela se torne mais competitiva no disputado mercado global de turismo.

Publicação impressa na Gráfica Imos.
Rio de Janeiro, 2018.
Impresso em papel Couché Matte 115g/m².

**Conselho Empresarial de
Turismo e Hospitalidade (Cetur)**

www.cnc.org.br/turismo