

Discurso do ministro do Turismo, Luiz Barretto
Evento: Almoço-Debate LIDE
Data: 27/07/2009
Horário: 12h
Local: Hotel Renaissance – São Paulo

Senhoras e senhores, bom dia.

Gostaria de agradecer a presença de todos e o interesse pelo setor do turismo que, se ainda responde por uma parcela pequena do PIB brasileiro, cresce continuamente e tem o poder de gerar emprego e renda como poucos segmentos da economia. Nos últimos 10 anos, o crescimento médio mundial foi de 4% ao ano, segundo a Organização Mundial de Turismo. A expectativa para a próxima década, em que pesem os reflexos da crise econômica mundial, também é positiva, impulsionada principalmente pelos países emergentes. Num país como o nosso, que tem vários países dentro de si, com costumes, credos e tradições unificados pela mesma língua, esse potencial é um grande diferencial e um enorme desafio.

Temos belas paisagens naturais, patrimônio histórico e arquitetura de vanguarda, festas e crenças populares, cultura, estilos de vida, gastronomia rica em sabores, de alta qualidade e muita hospitalidade a oferecer. Investimos continuamente em infraestrutura, profissionalização da gestão pública, dos empreendedores e da mão-de-obra e ampliamos a promoção de nossos destinos turísticos, para que essa indústria tenha peso cada vez maior na economia brasileira.

Nos últimos 10 anos, o crescimento médio mundial foi de 4% ao ano, segundo a Organização Mundial de Turismo. A expectativa para a próxima década, em que pesem os reflexos da crise econômica mundial, também é positiva, impulsionada principalmente pelos países emergentes. Num país como o nosso, que tem vários países dentro de si, com costumes, credos e tradições unificados pela mesma língua, esse potencial é um grande diferencial e um enorme desafio.

É para realizar plenamente o potencial que o turismo tem como atividade geradora de riqueza, emprego e renda que o Ministério tem trabalhado. E posso afirmar que temos tido sucesso nesse caminho: é inegável que o turismo no Brasil avançou muito em relação ao que era há dez, quinze anos atrás. Naturalmente sempre teremos muito trabalho a fazer, mas a evolução é visível.

O setor responde por 2,6% do PIB nacional, cerca de 39 bilhões de dólares. Desse total, 85% são receitas geradas pelo turismo doméstico, um mercado interno que poucos países do mundo têm e que vem desempenhando um papel fundamental na travessia da crise financeira internacional. Somos quase 100 milhões de consumidores, um contingente que inclui cerca de 20 milhões de brasileiros que ascenderam à classe média nos últimos cinco anos. Do total de brasileiros com renda para viajar, 15 milhões o fazem, gerando 138 milhões

de viagens por ano, seja de ônibus, carro, avião ou outros meios de transporte. Esses números dão uma idéia do enorme potencial do turismo doméstico.

As políticas do governo do presidente Lula vêm permitindo que o Brasil vença a batalha do desenvolvimento econômico com melhoria da renda e redução das desigualdades sociais. A forte expansão de nosso mercado interno de consumo é um dos elementos que está na base de nosso desempenho econômico recente, antes e durante a crise. E esse mercado que se amplia nos impõe outro desafio: despertar no brasileiro o hábito da viagem, incluir o turismo na prateleira de consumo.

Para que os senhores tenham uma idéia da importância do fator cultural na hora de se fazer uma viagem, basta olharmos aqui para o lado. Dos 37 milhões de argentinos, 4,1 milhões viajam ao exterior anualmente, aí incluído o milhão que nos visita. Somos 180 milhões de brasileiros e somente 4,3 milhões viajamos ao exterior anualmente. O espaço para o crescimento do turismo doméstico não é menor. Queremos que os brasileiros descubram nas viagens o mesmo prazer que têm ao comprar um carro ou um novo telefone celular.

Para isso, as ações publicitárias do Ministério do Turismo têm repetido um convite aos brasileiros para que conheçam seu próprio país. As campanhas promovem tanto destinos de sol e praia quanto os de ecoturismo, de inverno, das cidades históricas sob o slogan “Se você é brasileiro, está na hora de conhecer o Brasil”. Em 2009, por uma particularidade do calendário, reforçamos a publicidade nas semanas que antecedem cada um dos nove feriados prolongados, para manter o mercado aquecido na baixa temporada.

Além da publicidade e promoção, a oferta de crédito, para as empresas e para o consumidor, foi muito ampliada. São medidas que têm tido papel fundamental no enfrentamento da crise internacional pelo trade turístico. A Caixa Econômica Federal opera o giro setorial, num total de R\$ 200 milhões do FAT colocados à disposição das empresas. Essa linha de crédito, de acordo com a demanda, pode ser elevada a R\$ 1 bilhão. Na ponta do consumo, tanto a Caixa quanto o Banco do Brasil estão oferecendo crédito direto ao turista para a compra de pacotes, passagens ou hospedagem, com os juros mais baixos do mercado e prazos de pagamento de até 24 meses. Em uma das linhas, recentemente lançada, o cliente vai direto a uma agência cadastrada e faz e sua compra, sem burocracia. A análise de crédito é imediata e o risco da operação é dos bancos oficiais, não da agência de viagens, que é inclusive remunerada a cada operação, como correspondente bancário.

Esse desafio de ampliar a participação das viagens no cardápio de consumo de nossa população vale também para nossos empresários, que estão instados, por esse potencial de mercado alargado, a oferecer produtos adequados a diferentes segmentos de consumidores, inclusive a esses milhões de novos consumidores brasileiros.

A ação do Ministério para o fortalecimento do mercado doméstico em nenhum momento significa menos atenção ao mercado internacional. Há cinco anos o Brasil trabalha de forma consistente, orientado por pesquisas em doze

mercados prioritários das Américas e da Europa. Em setembro de 2008, com a presença do presidente Lula, que já demonstrou a total compreensão da importância da indústria do turismo tanto para a economia como para a boa imagem do Brasil no exterior, lançamos a campanha “Brasil Sensacional” ao redor do mundo.

Ao mesmo tempo, trabalhamos para ampliar do número de vôos e descentralizar a ligação entre o Brasil e o exterior. Hoje, além de São Paulo e do Rio, novas ligações diretas e regulares se abriram entre a Europa, Estados Unidos e as cidades de Manaus, Belo Horizonte, Brasília, Salvador, Recife e Fortaleza.

Com a situação da economia mais crítica na Europa e nos Estados Unidos, os maiores emissores de turistas, mantivemos as ações previstas pela Embratur para aqueles mercados e reforçamos nossa atuação no mercado sul-americano, aumentando em 20% a verba de promoção na Argentina e no Chile. Nos momentos de crise, prevalecem as viagens de curta e média distâncias, inclusive aquelas que podem ser feitas por terra. Daí nossa atenção para com os mercados do Chile, Argentina, Peru e Colômbia.

Os números comprovam o acerto desse trabalho. A Argentina é hoje o maior emissor de turistas estrangeiros para o Brasil. Já recebemos quase 25% dos argentinos que deixam seu país. Em 2008, dos cinco milhões e cinquenta mil turistas estrangeiros que visitaram o Brasil, um milhão e dezessete mil eram argentinos. O número de chilenos praticamente dobrou desde 2003, passando de 126,5 mil para 240 mil no ano passado.

Entre 2003 e 2008, o gasto do turista estrangeiro no Brasil mais do que dobrou, como os senhores podem ver no gráfico. Esse desempenho faz do turismo o quinto produto da pauta de exportação brasileira, atrás apenas do minério de ferro, petróleo, soja e carne de frango. Se considerarmos apenas o setor de serviços, é o primeiro item da pauta de exportação. Obviamente, os números do primeiro semestre não repetem os do mesmo período de 2008 por causa da crise financeira nos mercados emissores, mas também caiu o gasto dos brasileiros no exterior.

O trabalho para a atração de turistas estrangeiros é constante. Além das nossas belezas naturais únicas e de uma hospitalidade que pouco se vê no mundo, estamos apostando fortemente no turismo de negócios. O sucesso do trabalho de captação de eventos internacionais feito pela Embratur também pode ser medido com bons números. Hoje, o Brasil ocupa o 7º lugar no ranking de países que mais hospedam congressos e feiras internacionais, segunda a ICCA, a Associação Internacional de Congressos e Convenções. A cidade de São Paulo é a 12ª do mundo e a primeira das Américas no ranking mundial.

É um desafio enorme, em se tratando de um país que está a dez, doze horas de vôo dos principais mercados emissores. As pesquisas mostram que mais de 60% das viagens de avião duram no máximo quatro horas. Essa realidade estabelece limites em nossa capacidade de trazer turistas estrangeiros para o Brasil, mas podemos ainda avançar muito na captação de mais visitantes.

Temos gargalos, que vêm sendo enfrentados com muita disposição. Por exemplo, estamos investindo continuamente na formação de pessoal. Desde 2003, foram R\$ 173,4 milhões em qualificação. Com R\$ 20 milhões do Fundo de Amparo ao Trabalhador estamos treinando jovens de famílias beneficiárias do programa Bolsa Família, criando-lhes oportunidade de inserção no mercado de trabalho. Essa é mais uma vantagem da indústria do turismo: ela recruta jovens, segmento da população onde é maior o contingente de desempregados.

Já com vistas à Copa de 2014, daremos início agora em agosto aos cursos de inglês e espanhol para trabalhadores que lidam diretamente com o turista, como garçons e taxistas. As aulas começarão pelo Rio de Janeiro, Salvador e Manaus e serão estendidas às outras nove sedes até 2010. No total, devemos qualificar 300 mil trabalhadores para o Mundial de Futebol nas várias funções exigidas pela indústria do turismo. Todo esse trabalho está sendo feito em parceria com a iniciativa privada, que é quem sabe de que profissionais precisa e onde estão as maiores fragilidades.

A Copa de 2014 é uma grande oportunidade para o Brasil. Além de movimentar a economia nos anos que a antecedem, permitir uma grande exposição do nosso país na imprensa mundial, também acelera investimentos que, de outra forma, demorariam mais tempo para serem feitos. A mobilidade urbana e a infraestrutura aeroportuária, por exemplo, são questões que serão enfrentadas com muito vigor nos próximos anos. O que compete diretamente ao Ministério do Turismo são as obras de infraestrutura turística, a qualificação profissional, o financiamento da hotelaria e a promoção do Brasil no exterior.

Nos últimos cinco anos, foram aplicados R\$ 4,3 bilhões em infraestrutura turística somente com recursos do Ministério do Turismo. O dinheiro foi investido em obras como a requalificação do Anhembi, aqui em São Paulo, ou a construção do centro de convenções de Belém, no saneamento do centro histórico de Paraty, na construção da ponte sobre o rio Vaza-Barris, em Sergipe, no aeroporto regional de São Raimundo Nonato, no Piauí, ou na construção do novo centro de eventos de Fortaleza.

São obras de urbanização de orlas marítimas e fluviais, esgotamento sanitário, construção de aeroportos regionais, rodoviárias, centros de eventos e feiras, pontes e acessos rodoviários, instalação de sinalização turística, em todos os estados brasileiros. São ações que, além de favorecer o turismo, melhoram a vida de quem mora nas cidades. Eu sempre digo que não há bom destino turístico que antes não seja bom para quem vive ali. Esse volume de recursos só é possível por causa do trabalho conjunto com o Congresso Nacional e as parcerias com Estados e municípios.

Além dos recursos do orçamento, mais 1 bilhão de dólares do Banco Interamericano de Desenvolvimento está à disposição dos Estados e dos municípios com mais de 1 milhão de habitantes para investimento em infraestrutura turística, por meio do Prodetur. A contrapartida do programa, no montante de 660 milhões de dólares, é do Ministério do Turismo e parte dela já

foi liberada. As novas linhas de financiamento do Prodetur têm abrangência nacional. No passado acabaram restritas à região Nordeste.

Neste momento estamos negociando com o BID mais US\$ 1 bilhão para as 12 cidades-sede da Copa de 2014. No caso dessa segunda linha de crédito, os recursos serão destinados também à promoção e formação de mão-de-obra. Novamente, é com recursos da contrapartida do Ministério do Turismo que ações estão sendo iniciadas como, por exemplo, as obras de reurbanização e revitalização da zona portuária do Rio de Janeiro.

O turismo é uma atividade caracteristicamente da iniciativa privada, onde a ação de governo busca criar melhores condições para que o setor se desenvolva e que mais brasileiros tenham acesso às viagens e aos benefícios da geração de emprego e renda provenientes do crescimento desta atividade econômica. E é com satisfação que vemos a iniciativa privada dar resposta aos desafios desse segmento. Investimentos privados em infraestrutura hoteleira, em meios de transporte, em bares e restaurantes, em atrações turísticas e culturais, em feiras e eventos, em mais produtos para os turistas, têm dado dinâmica ao crescimento do setor. Nos últimos quatro anos, foram cerca de R\$ 4 bilhões em investimentos privados, somente em infraestrutura de hospedagem. A força do investimento privado também se reflete nos números dos bancos oficiais que têm ofertado crédito ao setor de turismo. Em 2008, Banco do Brasil, Caixa, BNDES, Banco do Nordeste e Banco da Amazônia liberaram R\$ 3,6 bilhões de recursos para capital de giro e investimento, um valor 39,7% maior do que em 2007.

Por trás dessas ações das esferas pública e privada há uma interlocução permanente entre os vários níveis de governo e o empresariado. Três fóruns permanentes permitem a discussão dos temas pertinentes ao turismo – inclusive os que não são da governança direta do Ministério do Turismo, mas afetam a atividade, como a malha aérea, por exemplo. Dois desses conselhos reúnem os secretários de turismo dos Estados e das capitais.

Um terceiro, o Conselho Nacional de Turismo, é mais amplo e a cada três meses reúne as entidades empresariais de todos os segmentos da atividade, representantes dos governos estaduais, municipais, de vários órgãos do governo federal e também entidades dos trabalhadores.

A existência desses organismos, que funcionam de fato, extrapola o calendário das reuniões e tem permitido um diálogo permanente entre todas as partes. E o resultado prático é a convergência das políticas públicas nos vários níveis de governo, a maior sintonia com as necessidades do setor e a aplicação mais eficiente dos recursos públicos.

Estamos trabalhando com muito planejamento e foco, tendo como horizonte a realização do Mundial de Futebol em 2014, com as oportunidades e desafios que a magnitude do evento oferece. Utilizar bem essa oportunidade para o turismo depende de um trabalho bem alinhado e profissional, nos setores público e privado. Desde 2003, quando o ministério foi criado, o governo tem

trabalhado para desenvolver e consolidar uma gestão pública qualificada e profissional no Turismo.

Em 2007, por meio do Programa de Regionalização do Ministério do Turismo, tendo como base estudos técnicos de demanda, da qualidade dos destinos e do Plano Aquarela de Marketing Turístico Internacional, definimos 65 destinos indutores do turismo brasileiro, distribuídos por todos os 26 Estados brasileiros mais o Distrito Federal e que têm prioridade de investimento. As cidades-sede de jogos fazem parte desses destinos.

A partir dessa definição, e com a colaboração da Fundação Getúlio Vargas, promovemos um estudo de competitividade dos destinos, em que foram atribuídos pontos às fragilidades e vantagens de cada região com potencial turístico. São levadas em conta variáveis que vão da qualidade dos atrativos naturais e culturais da localidade à capacidade e qualidade da infraestrutura, acesso e mobilidade no destino, segurança e marketing, entre outros. Esse diagnóstico, concluído em 2008, além de servir para a elaboração de um plano de ação que orienta os investimentos públicos, vai balizar as pesquisas anuais que serão feitas até 2014. As mesmas variáveis serão quantificadas, ano a ano, e assim poderemos medir a evolução desses destinos turísticos.

Ainda visando a Copa, estamos negociando com o BNDES uma linha de crédito especial para a reforma e ampliação do parque hoteleiro, em especial das 12 cidades-sede, de forma sustentada. De nada adianta construir hotéis que não serão viáveis economicamente no pós-Copa. Buscaremos estimular prioritariamente a qualificação da infraestrutura e dos serviços do parque hoteleiro existente, e a ampliação da oferta onde se fizer necessário, tendo sempre a sustentabilidade ambiental e econômico-financeira como fator primordial em todos os processos que se desenvolvem com apoio do Ministério do Turismo.

Como todos nós sabemos, há um caminho longo a percorrer. Mas já demos a largada, trabalhando com planejamento e estratégia. O Brasil é um bom exemplo de como o turismo pode se desenvolver com preservação ambiental, responsabilidade e inclusão social.

Tenho convicção que os prognósticos para o setor são muito bons, com vantagens para todos: para o consumidor, pela diversificação e melhoria da qualidade da oferta; para os empresários, pelas novas oportunidades de negócios em um mercado que se amplia; e essencialmente para o país, pelo potencial de desenvolvimento, geração de riqueza, emprego e renda que a atividade econômica do turismo oferece.

Muito obrigado.