



Setor de turismo no Espírito Santo e oportunidades para o Bandes

Outubro – 2019

Abstract geometric shapes in various shades of blue (light blue, medium blue, and dark blue) are located in the bottom right corner of the page, creating a modern, layered effect.

SUMÁRIO

1)	INTRODUÇÃO	3
2)	CADEIA PRODUTIVA DO TURISMO	4
3)	MERCADO INTERNACIONAL	6
4)	MERCADO NACIONAL	7
5)	MERCADO CAPIXABA	12

1. INTRODUÇÃO

O objetivo dessa Nota Técnica é apresentar uma visão geral da cadeia produtiva do turismo, focando informações dessa atividade no Espírito Santo.

A finalidade dessa Nota Técnica é:

- i) identificar oportunidades para atuação da gerência comercial do BANDES estruturar a demanda por crédito desse segmento;
- ii) fornecer informações desse segmento para a gerência de análise de crédito realizar um trabalho mais assertivo.

2. CADEIA PRODUTIVA DO TURISMO

A Organização Mundial de Turismo - OMT define turismo como o “conjunto de atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e estadas em lugares distintos do seu entorno habitual, por um período de tempo inferior a um ano, com fins de lazer, negócios e outros motivos não relacionados com o exercício de uma atividade remunerada no lugar visitado”.

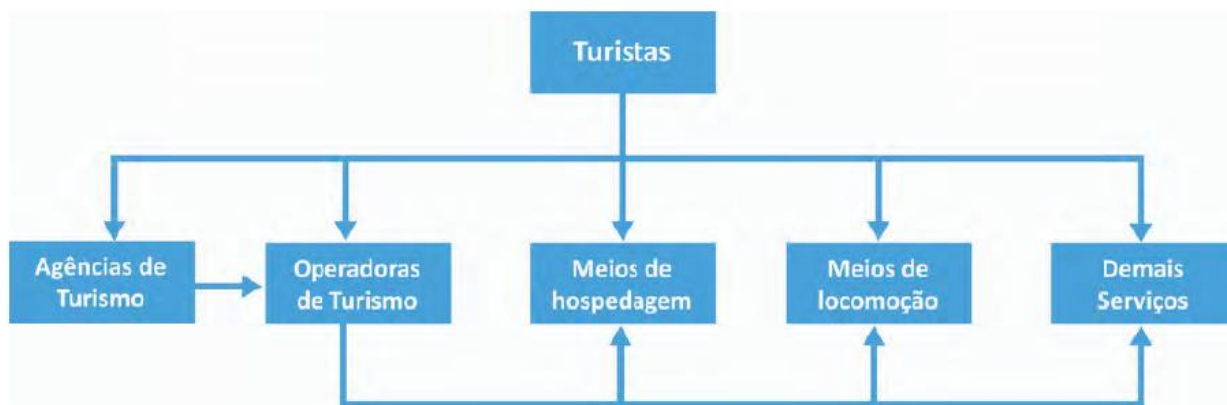
As atividades econômicas associadas ao turismo, segundo o Cadastur (Sistema de Cadastro de Pessoas Físicas e Jurídicas que atuam no setor de turismo e que é gerenciado pelo Ministério do Turismo), são:

- conforme a Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008, o cadastro é obrigatório para:
 - Acampamentos Turísticos;
 - Agências de Turismo;
 - Meios de Hospedagem;
 - Organizadoras de Evento;
 - Parques Temáticos;
 - Transportadoras Turísticas.
- o cadastro também é obrigatório para exercer a profissão de Guia de Turismo, conforme Lei nº 8.623, de 28 de janeiro de 1993.
- o cadastro é opcional e gratuito para as seguintes atividades:
 - Casas de Espetáculo;
 - Centros de Convenções;
 - Empreendimentos de Entretenimento e Lazer e Parques Aquáticos;
 - Empreendimentos de Apoio ao Turismo Náutico ou à Pesca Desportiva;
 - Locadoras de Veículos para Turistas;
 - Prestadoras de Serviços de Infraestrutura para Eventos;
 - Prestadoras Especializadas em Segmentos Turísticos;
 - Restaurantes, Cafeterias, Bares e similares.

A cadeia produtiva do turismo é apresentada na Figura 1, apresentando seus principais atores: agências, operadoras, meios de hospedagem, meios de locomoção e os turistas, sendo esses últimos os consumidores da cadeia.

O mercado hoteleiro é uma das partes mais importantes da Cadeia Produtiva do Turismo, tendo como principais receitas as diárias de hospedagem, despesas com refeições e bares, locação de espaços para eventos e reuniões, lavanderia e atividades de lazer.

Figura 1: Cadeia produtiva do turismo



Fonte: Lafis (2016).

3. MERCADO INTERNACIONAL

Em 2017, o turismo mundial superou as expectativas de crescimento, com 1,322 bilhão de viajantes internacionais, o que significa um aumento de 7% com relação a 2016, representando o melhor resultado em sete anos. Esses dados confirmam a capacidade do setor, que, mesmo em meio a desafios econômicos e políticos, movimentou US\$ 7,6 trilhões em 2017, representando 10% de toda a riqueza gerada na economia mundial. Além disso, o setor de turismo é responsável por 292 milhões de empregos, o equivalente a 1 em cada 10 na economia global (BRASIL, 2018).

Figura 2: Importância do turismo na economia mundial



Fonte: OMT (2018).

Segundo a OMT (2019) os 10 principais destinos recebem 40% das chegadas em todo o mundo. Essa lista é liderada pela França (89 milhões de pessoas), Espanha (83 milhões de pessoas) e EUA (80 milhões de pessoas). A título de comparação o Brasil recebeu no mesmo ano 6,6 milhões de turistas, o equivalente a 0,5% do total mundial.

Também segundo a OMT (2019) os 10 principais países em receita de turismo respondem por quase 50% do total de receitas turísticas. Essa lista é liderada por EUA (US\$ 214 bilhões), Espanha (US\$ 74 bilhões) e França (US\$ 67 bilhões). Já o Brasil faturou US\$ 5,9 bilhões com turismo em 2018, o equivalente a 0,41% do mercado mundial de turismo.

4. MERCADO NACIONAL

4.1 DADOS GERAIS DA CADEIA PRODUTIVA DO TURISMO NO BRASIL

Conforme dados do Plano Nacional de Turismo 2018-2022 (BRASIL, 2018), que serão mostrados neste item, o turismo é a atividade do setor terciário que mais cresce no Brasil. Mesmo passando por contratempos impostos pela conjuntura econômica, em 2016, movimentou R\$ 530,5 bilhões, entre atividades diretas, indiretas e induzidas. Quando considerada apenas a contribuição direta, a participação do turismo é de R\$ 198 bilhões, estimado em 3,4% do PIB.

O setor gerou mais de 7 milhões de empregos em 2016, o que representa 7,8% do emprego total. É uma atividade que necessita constantemente de mão de obra, diferentemente de outras, onde novas tecnologias estão substituindo muitos postos de trabalho.

Estão incluídas, como geradoras de empregos diretos, as atividades relacionadas a hotelaria, agências de turismo, companhias aéreas, demais tipos de transportes de passageiros e turistas, além de restaurantes e empreendimentos de lazer.

O mercado turístico brasileiro é pulverizado, com a presença de diversas empresas nos diferentes ramos do setor, sendo a maioria de micro e pequenas empresas. Entretanto, o nível de concentração do setor se modifica de acordo com a categoria de turismo analisada. No caso das companhias aéreas, o segmento é altamente concentrado.

Alguns indicadores refletem a força do nosso mercado interno: o crescimento das chegadas de estrangeiros (6,3 milhões), o aumento da receita cambial (US\$ 6 bilhões), a expansão dos créditos para a indústria do turismo (R\$ 13,38 bilhões) e a melhoria da competitividade de muitos destinos turísticos brasileiros. De acordo com o relatório do Fórum Econômico Mundial, divulgado em 2017, o país foi considerado a 27ª economia do turismo mais competitiva no mundo e o 8º no ranking mundial de recursos culturais e viagens de negócios (BRASIL, 2017).

A Argentina é o maior emissor de turistas internacionais para o Brasil, seguida pelos Estados Unidos, o que representou, respectivamente, 34,9% e 8,7% do total de turistas em 2016.

Para os turistas estrangeiros, o lazer é a principal motivação de viagem ao Brasil, tendo representado 56,8% do mercado internacional em 2016. Os turistas que viajam ao Brasil a negócios ou para participar de feiras e convenções representam uma parcela importante, mas o número vem diminuindo ao longo dos anos. Em 2016, por exemplo, esse segmento caiu 4% em relação a 2015.

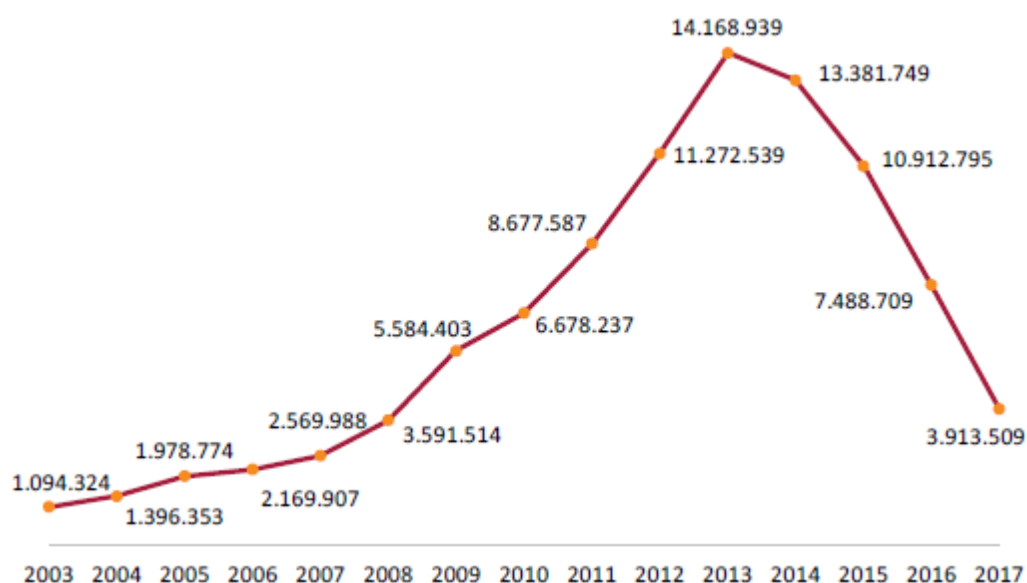
A maioria dos turistas que vem ao Brasil em viagens a lazer não são os que mais gastam no país. Em 2016, esses visitantes gastaram, em média, US\$ 61,41 por dia, enquanto os estrangeiros que vieram a negócios deixaram no país cerca de US\$ 82,54.

A Receita Cambial Turística, em 2017, registrou US\$ 5,8 bilhões (3,6% menor do que os US\$ 6 bilhões auferidos em 2016), um pouco abaixo da média (US\$ 5.982 milhões) computada dos últimos 10 anos.

Outro indicador da expansão do turismo nacional é o volume de empréstimos concedidos pelos bancos oficiais (Caixa, Banco do Brasil, Banco do Nordeste, Banco da Amazônia e BNDES) às empresas do setor de turismo. As linhas de crédito destinam-se a construção e reformas de hotéis, bares, restaurantes, agências de turismo, parques temáticos e outras atividades relacionadas. De 2003 – ano de criação do Ministério do Turismo – até setembro/2017, os investimentos no setor totalizaram R\$ 94,8 bilhões.

O Gráfico 1 demonstra que o maior volume de empréstimos foi concedido nos anos de 2012 a 2015, período preparatório para a realização dos megaeventos – Copa do Mundo de Futebol FIFA 2014 e Jogos Olímpicos Rio 2016. Foram construídos e ampliados meios de hospedagem, aeroportos, além de realizadas melhorias para garantir a mobilidade urbana e acessibilidade para pessoas com deficiência, promovendo um salto de qualidade na infraestrutura básica e turística do País. Nos anos de 2016 e 2017, observa-se uma queda na obtenção de financiamentos, reflexo da crise econômica.

Gráfico 1: Financiamento para o turismo realizado por instituições financeiras federais (R\$ mil)



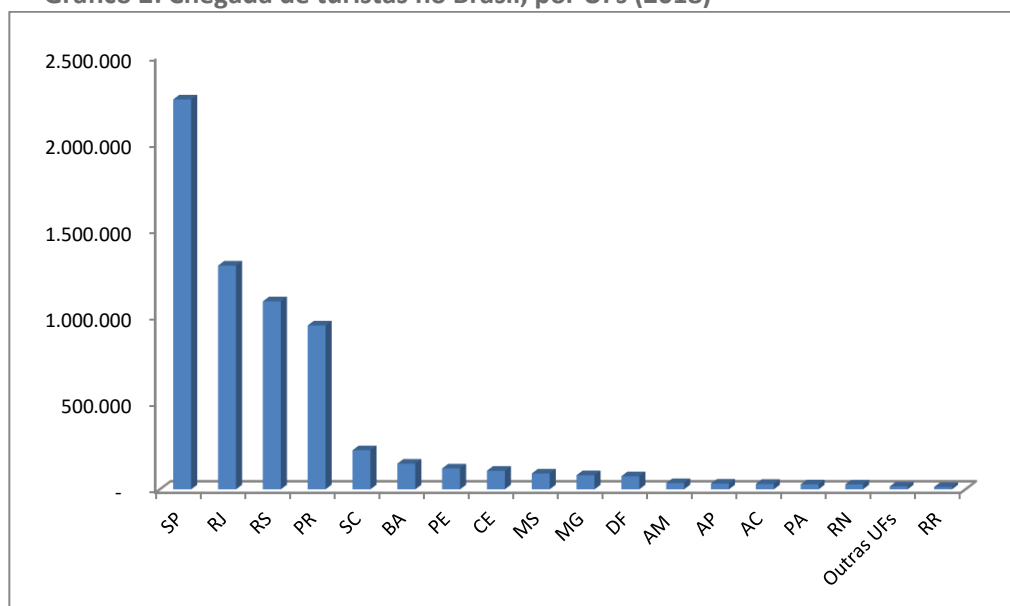
Fonte: MTur (2017).

Em termos regionais, o mercado de turismo é concentrado em poucas Unidades da Federação (UFs). Em 2018 São Paulo liderou essa lista com 2,2 milhões de turistas (34% do total nacional), Rio de Janeiro veio em segundo com 1,3 milhões de turistas (20% do total nacional) e Rio Grande do Sul em terceiro com 1,1 milhão de turistas (16% do total nacional). A liderança desses 3 estados se deve principalmente a esses fatores:

- Acesso: os 3 estados contam com aeroportos internacionais (é a principal via de acesso para SP e RJ) e com estradas em boas condições (é a principal via de acesso para RS);
- Atrações e equipamentos turísticos: SP e RJ geralmente sediam os grandes eventos nacionais como shows, festivais, carnaval, eventos de negócio, além de possuírem diversos equipamentos turísticos bem conhecidos como, por exemplo, MASP e Cristo Redentor. Já RS tem a cidade de Gramado como principal atrativo turístico.

- Serviços turísticos: por serviços turísticos entende-se o conjunto de serviços oferecidos pela cadeia produtiva do turismo, conforme figura 1 anterior. Nesse ponto a rede hoteleira é um ativo importante e SP possui boa parte dos estabelecimentos do país.¹

Gráfico 2: Chegada de turistas no Brasil, por UFs (2018)



Fonte: MTur (2019).

4.2 PLANO NACIONAL DE TURISMO 2018/2022

O Plano Nacional de Turismo 2018-2022 é o instrumento que estabelece diretrizes e estratégias para a implementação da Política Nacional de Turismo. O objetivo principal do documento é ordenar as ações do setor público, orientando o esforço do Estado e a utilização dos recursos públicos para o desenvolvimento do turismo. Foi elaborado de forma coletiva, com o apoio das áreas técnicas do Ministério do Turismo, Embratur e agentes públicos e privados, por meio da Câmara Temática do Plano Nacional de Turismo, constituída dentro do Conselho Nacional de Turismo. Este item é dedicado a apresentar de forma sucinta as metas, diretrizes e linhas de atuação deste documento.

DIRETRIZES

- Fortalecimento da regionalização:

¹ Vide: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/14786-brasil-tem-2-4-milhoes-de-leitos-em-sua-rede-de-hospedagem>.

A Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008 (Lei do Turismo), principal marco legal do turismo no país, definiu como um dos objetivos da Política Nacional de Turismo: promover, descentralizar e regionalizar o turismo, estimulando estados, Distrito Federal e municípios a planejar, em seus territórios, as atividades turísticas de forma sustentável e segura.

- Melhoria da qualidade e competitividade:

Para alcançar um patamar mais elevado em competitividade no setor de turismo, é necessária a implementação de políticas públicas voltadas à melhoria do desempenho do Brasil, no que se refere, especialmente, à abertura para o mercado internacional, ao ambiente de negócios, ao desenvolvimento sustentável, à segurança pública e à infraestrutura aérea, terrestre e portuária.

- Incentivo à inovação:

Inovação não está, necessariamente, ligada à tecnologia, mas implica na geração de valor para uma empresa ou para a sociedade. A Organização Mundial do Turismo considera a inovação como essencial para a competitividade e a sobrevivência econômica do turismo. É importante, portanto, que o ator público incentive e apoie a inovação constante nas empresas do setor e, ao mesmo tempo, busque soluções legais para permitir a concorrência justa entre elas.

- Promoção da sustentabilidade:

Vale ressaltar que a sustentabilidade no turismo é entendida de forma ampla, de maneira a garantir a preservação não apenas dos recursos naturais, mas da cultura e da integridade das comunidades visitadas. Esses princípios permeiam os planos nacionais de turismo e o Programa de Regionalização do Turismo.

METAS

- Meta 1: Aumentar a entrada anual de turistas estrangeiros de 6,5 para 12 milhões.

Medidas como o aumento da promoção internacional e do número de voos e a implantação de vistos eletrônicos para desburocratizar a vinda de estrangeiros para o país serão fundamentais para ampliar o número de turistas internacionais no Brasil.

- Meta 2: Aumentar a receita gerada pelos visitantes internacionais de US\$ 6,5 para US\$ 19 bilhões.

Existe uma forte correlação entre o ambiente econômico e a expansão da atividade turística. Aproveitando o cenário de recuperação econômica em países considerados importantes mercados emissores de turistas para o Brasil o MTur pretende incrementar a atração de turistas estrangeiros que permaneçam mais tempo no Brasil, visitem mais lugares e gastem mais durante sua estada.

- Meta 3: Ampliar de 60 para 100 milhões o número de brasileiros viajando pelo país.

O mercado doméstico é a mola propulsora do turismo brasileiro. Em 2016, foram realizadas em torno de 200 milhões de viagens domésticas, segundo estimativa do MTur. Os gastos realizados nessas viagens representam 93,5% do PIB do setor de viagens e turismo no Brasil. Para se ter uma ideia da dimensão e do potencial do mercado doméstico, atualmente, somente 60 milhões de brasileiros, menos de um terço da população, viajam pelo País.

- Meta 4: Ampliar de 7 para 9 milhões o número de empregos no turismo.

O turismo impacta mais de cinquenta segmentos da economia, gerando emprego e renda para cerca de sete milhões de brasileiros. Com o aumento das viagens domésticas e do número de turistas internacionais no país, o mercado de trabalho do setor deverá se aquecer.

5. MERCADO CAPIXABA

5.1 DADOS GERAIS DA CADEIA PRODUTIVA DO TURISMO NO ESPÍRITO SANTO

O Espírito Santo apresentou um crescimento de 7% em 2018, em relação ao ano de 2017, no Índice de Atividades Turísticas (IATUR)². Com isso, o estado capixaba foi destaque nacional, ultrapassando, até mesmo, destinos consolidados como Ceará e São Paulo.

Ao final de 2018, um total de 58.538 pessoas estavam empregadas formalmente no turismo capixaba, com destaque para a alimentação fora do lar, com cerca de 30 mil postos de trabalho; seguido por transportes rodoviários, com aproximadamente 19 mil vagas formais.

A Tabela 1 mostra o número de estabelecimentos ligados ao turismo no ES. Em 2017 eram cerca de 6,6 mil estabelecimentos no setor capixaba, sendo 73% no segmento de alimentação. No caso dos meios de hospedagens são 620 estabelecimentos que oferecem 23 mil unidades habitacionais e quase 55 mil leitos.

² Vide: <https://www.folhavoria.com.br/economia/noticia/02/2019/atividades-turisticas-e-empregos-em-turismo-crescem-no-espirito-santo-em-2018>.

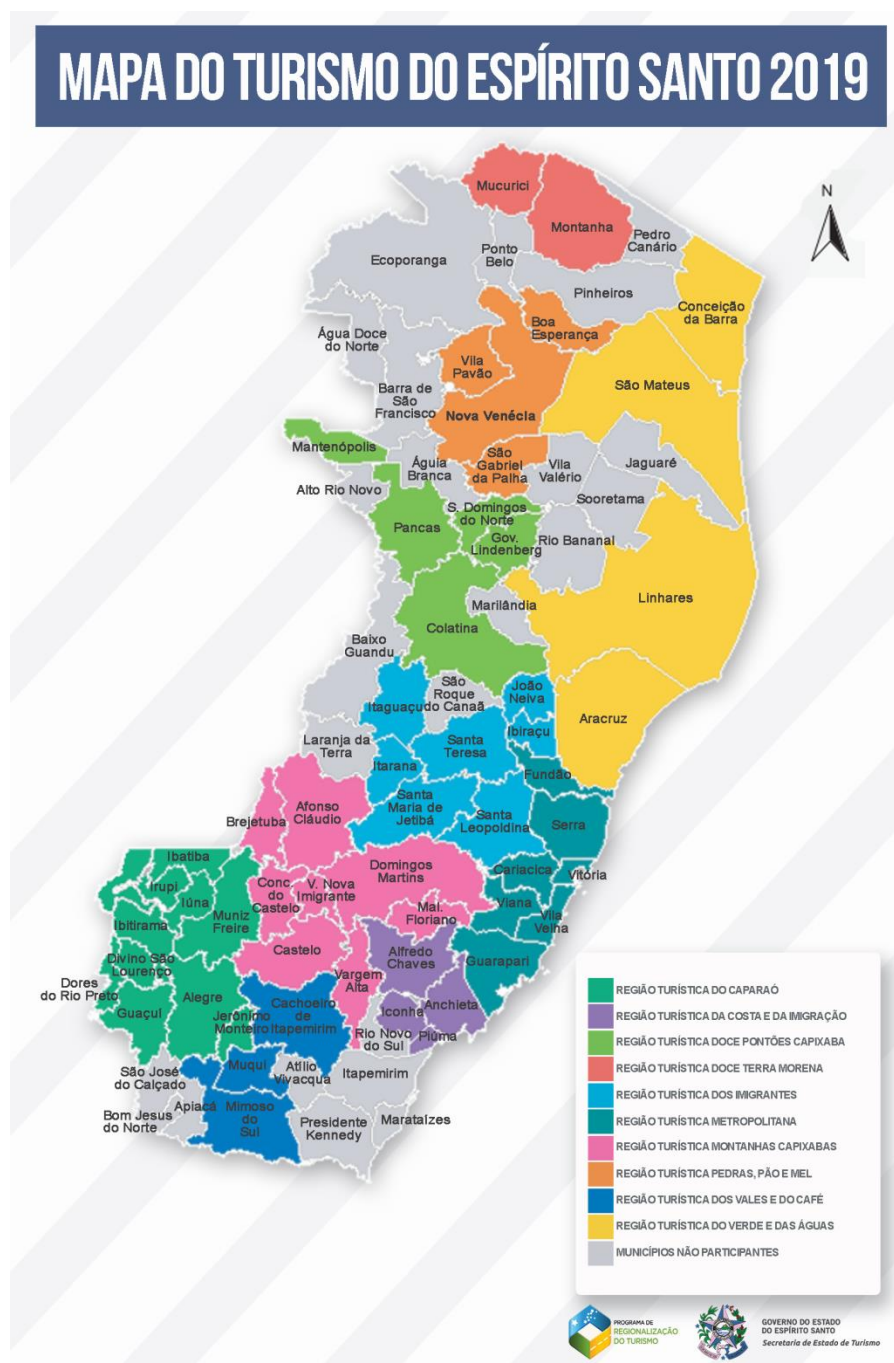
Tabela 1: Nº de Estabelecimentos ligados ao turismo no ES

Segmentos	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Meios de Hospedagem	619	640	630	634	620	620
Alimentação	4.186	4.421	4.758	4.886	4.854	4.854
Transporte Terrestre	345	348	336	316	284	284
Transporte Aquaviário	10	9	10	7	8	8
Transporte Aéreo	6	7	7	7	5	5
Aluguel de Transporte	188	177	184	183	179	179
Agências de Viagem	214	228	228	221	229	229
Cultura e Lazer	213	224	233	228	229	229
Eventos	188	204	230	232	233	233
Transporte	549	541	533	534	535	536
Total	5.969	6.258	6.616	6.714	6.641	6.641

Fonte: SETUR.

A Figura 3 apresenta o mapa da regionalização do turismo no ES, que atualmente conta com 10 regiões turísticas. Dos 78 municípios capixabas apenas 23 não fazem parte de nenhum das regiões turísticas.

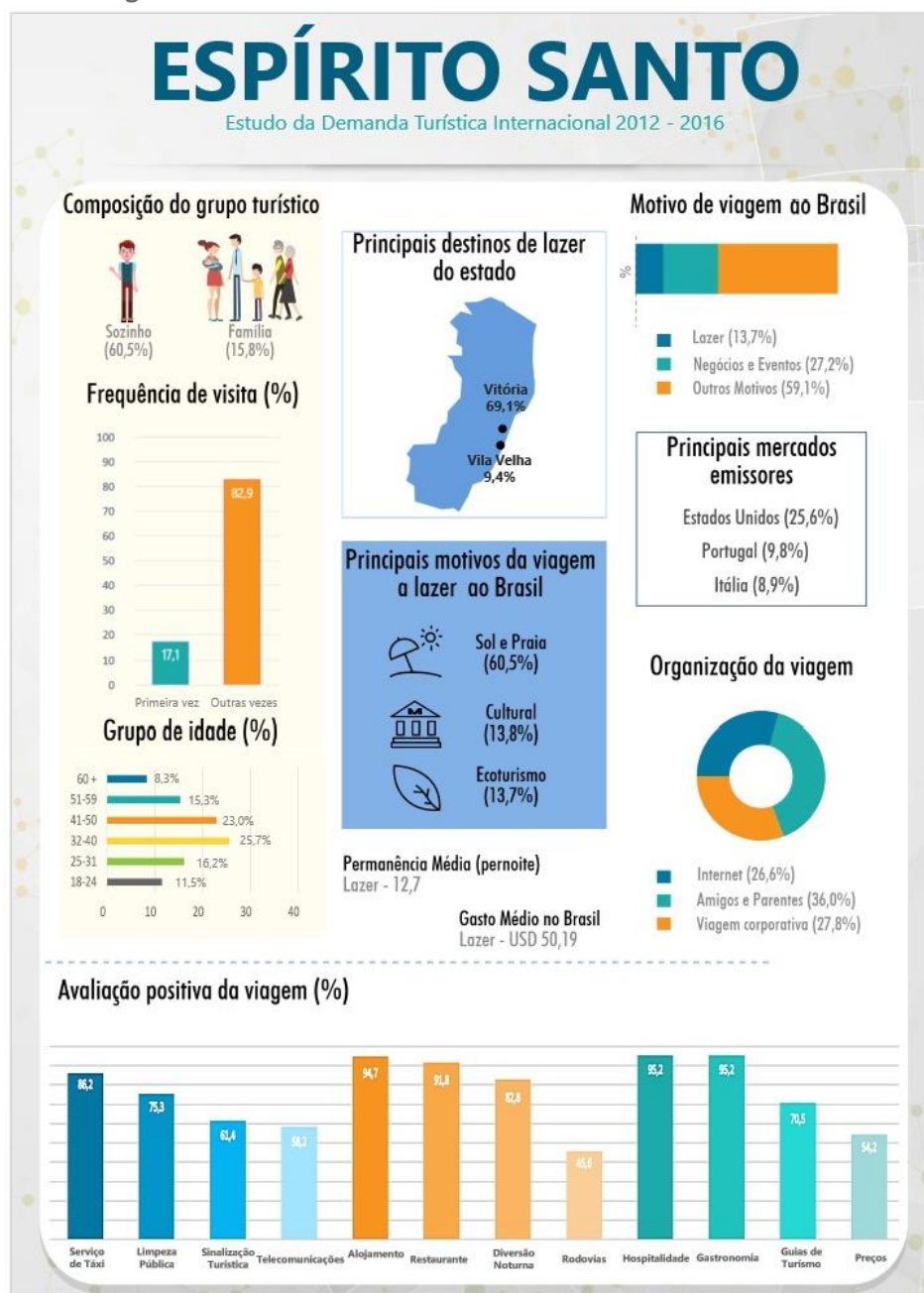
Figura 3: Mapa da regionalização do turismo no ES



FONTE: SETUR.

A Figura 4 resume as informações de um estudo sobre demanda turística internacional no ES.

Figura 4: Demanda turística internacional do ES como destino



Ministério do Turismo: Boletim de Inteligência de Mercado no Turismo - 1ª Edição, 2018

5.2 Fungetur e o Bandes

Desde janeiro de 2018 o Bandes atua como repassador do Fundo Geral do Turismo – Fungetur, que é administrado pelo Ministério do Turismo. O Relatório da Carteira de Crédito do Bandes de ago/2019 traz algumas informações sobre o desempenho do banco com o Fungetur: são 11 contratos e R\$ 2,767 milhões de saldo, sendo que desses apenas 1,9% estavam com atraso superior a 90 dias.

As linhas de financiamento do Fungetur operadas pelo Bandes possuem boas condições operacionais³. Contudo, é uma opção de *funding* com duas limitações:

- Volume de recursos: o fundo possui uma quantidade limitada de recursos. No atual contrato de repasse firmado com o Bandes, por exemplo, o volume de recursos acessado é inferior a R\$ 5 milhões. Como a estratégia de atuação do banco está focada em projetos de financiamento corporativos, pode ser necessário que o banco busque outras fontes de recursos para atender as demandas por crédito da cadeia produtiva do turismo.
- Custo de captação: as regras do Fungetur impõem ao agente financeiro que, enquanto os recursos não são desembolsados para operações de crédito, o agente tenha que reembolsar o Ministério o valor do saldo multiplicado pela taxa SELIC, o que implica em elevado custo de captação desses recursos.

5.3 RISCOS E OPORTUNIDADES DE FINANCIAMENTO PARA A CADEIA PRODUTIVA DO TURISMO NO ES

Esse tópico aborda algumas oportunidades e também riscos associados ao financiamento para a cadeia produtiva do turismo no ES.

- Oportunidades de financiamento a cadeia produtiva do turismo:

- Painéis solares: o aumento do custo com energia tem sido um problema para vários setores produtivos no Brasil e a cadeia produtiva do turismo não foge a essa realidade. Para minimizar esse problema uma boa alternativa é o investimento em energia solar distribuída, com a instalação de sistemas fotovoltaicos. Além de reduzir o custo com

³ Para mais informações vide: <http://www.turismo.gov.br/fungetur.html>.

energia, a empresa pode negociar a venda do excedente de energia gerado para uma distribuidora de energia. Nesse sentido, o BANDES opera linha do BNDES com boas condições operacionais.⁴

- Tecnologias disruptivas: muitos setores e cadeias produtivas tem experimentado nos últimos anos um aumento da concorrência por conta do surgimento de empresas que têm usado tecnologias disruptivas (*big data*, *data science*, internet das coisas, aplicativos, etc). Um grande exemplo é a Airbnb que possui a maior quantidade de unidades habitacionais e leitos disponíveis, mas não é proprietária de nenhum desses imóveis, e é concorrente direta dos demais meios de hospedagem. A boa notícia é que o custo dessas tecnologias tem reduzido ao longo do tempo, tornando-se acessível para empresas de qualquer porte. É uma oportunidade para empresas da cadeia produtiva do turismo investirem no aprimoramento dos seus serviços, tornar seus processos mais eficientes e ampliar seu nível de competitividade.
- Municípios: outra boa oportunidade que existe para o banco apoiar a cadeia produtiva do turismo (mas da “porta para fora” das empresas) é por meio do crédito para municípios. Eles podem contribuir muito para tornar o turismo local mais competitivo por meio de: portais turísticos, centros de informações, equipamentos de lazer associados ao turismo, centro de eventos, terminais turísticos, trapiches e similares, e sinalização turística. Em Santa Catarina o BADESC possui linha de financiamento com essa finalidade e é um *benchmarking* para o BANDES.⁵

- Riscos de financiamento à cadeia produtiva do turismo:

- Sazonalidade: a cadeia produtiva do turismo, principalmente a ligada ao turismo de lazer, possui razoável sazonalidade em seu nível de atividade em função de períodos de alta e de baixa temporada (em geral, os meses de janeiro, fevereiro, julho e dezembro são meses de alta temporada e, os demais, meses de baixa). Isso pode trazer complicações em termos de fluxo de caixa e, conseqüentemente, de pagamento em dia das prestações do financiamento.
- Financiamento de longo prazo: alguns segmentos da cadeia produtiva do turismo, sobretudo o de alojamento, possuem *pay-back* de projetos de investimentos superior à média de outros setores (em função, basicamente, da sua elevada sazonalidade). Ao

⁴ Para mais informações vide:
<https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/financiamento/produto/fundo-clima-maquinas-equipamentos-eficientes>.

⁵ Para mais informações vide: http://www.badesc.gov.br/portal/linha_apoio_turismo.jsp.

mesmo tempo em que a demanda por financiamento de longo prazo para a cadeia do turismo representa uma oportunidade para o Bandes (já que é sua especialização), representa também um risco que precisa ser gerenciado: quanto maior é o prazo da operação de crédito, maior é a exposição do mutuário a flutuações econômicas, o que pode comprometer seu fluxo de caixa e, conseqüentemente, o pagamento em dia das prestações do financiamento.

- Tecnologias disruptivas: muitos setores e cadeias produtivas tem experimentado nos últimos anos um aumento da concorrência por conta do surgimento de empresas que têm usado tecnologias disruptivas (*big data*, *data science*, internet das coisas, aplicativos, etc.). Empresas como a Decolar tem concorrido diretamente com agências de viagem, exigindo dessas uma melhora nos seus serviços prestados para sobreviverem no mercado. Um exemplo de que grandes empresas podem sucumbir ao aumento da concorrência de negócios baseados em tecnologias disruptivas é a empresa britânica Thomas Cook⁶. As empresas da cadeia produtiva do turismo precisam investir no aprimoramento dos seus serviços, tornar seus processos mais eficientes e ampliar seu nível de competitividade.

5.4 OPORTUNIDADES DE PARCERIAS PARA O BANDES

Para tornar a cadeia produtiva do turismo no ES mais competitiva é importante a formação de parcerias para que as ações de apoio e fomento a cadeia ganhem mais escala e sinergia. Nesse sentido, existem algumas associações empresariais que podem contribuir para o desenvolvimento da cadeia produtiva do turismo:

- ABIH – ES – Associação Brasileira da Indústria de Hotéis do Espírito Santo;
- ABAV – ES – Associação Brasileira de Agências de Viagem do Espírito Santo;
- Sindbares – Sindicato dos Restaurantes, Bares e Similares do Espírito Santo;
- Espírito Santo *Convention & Visitors Bureau*.

Além disso, o Sebrae-ES, oferecendo capacitação e consultoria, e a Secretaria de Estado de Turismo (SETUR), com sua capacidade de coordenação, são outros candidatos a parceiros no desenvolvimento da cadeia produtiva do turismo capixaba.

⁶ Para mais informações vide: <https://exame.abril.com.br/negocios/thomas-cook-anuncia-falencia-e-600-mil-clientes-devem-ser-resgatados/>.