

## INTRODUÇÃO

O Turismo é um setor de grande importância econômica e social do Estado que está sofrendo uma significativa transformação. O Turismo de Negócios, além de ser um assunto atual, será motivo para muitas discussões futuras, visto que no Espírito Santo esta atividade está se desenvolvendo com uma considerável rapidez. Vale ressaltar que o Turismo de Negócios é gerado por um público que consome mais que o turista de lazer.

Este trabalho irá apresentar a abordagem profissional e competente de uma das mais importantes e promissoras frentes de negócios e geração de ocupação e renda no mundo contemporâneo, ainda mais quando se trata de um Estado privilegiado em termos turísticos como o Espírito Santo.

De acordo com dados do Convention & Visitors Bureau, até o ano de 2007, o centro de convenções já tem captados para o Estado 80 eventos, destacando sua grande importância no quesito emprego e renda. Podemos observar a ampliação da rede hoteleira, esta que permaneceu estagnada por um longo período, do aeroporto de Vitória, com a conclusão recentemente da licitação pela Infraero para tal, e finalmente, do aumento dos serviços de receptivo<sup>1</sup> e do setor de eventos, com o planejamento para a construção de um novo centro de convenções. O setor de turismo corresponde por aproximadamente 6,15% do PIB estadual, o sexto colocado no *ranking* nacional, onde o Ceará desponta em primeiro lugar.

É importante destacar que, o Espírito Santo não vem desenvolvendo atividades de apoio ao turismo de negócios como deveria. O investimento no setor é, na maioria dos casos, de tipo capital intensivo. Esta particularidade dificulta, muitas vezes, o desenvolvimento de boas idéias e projetos pela insuficiência de meios financeiros por parte dos investidores. O turismo deve ter metas de crescimento qualitativo e quantitativo através de um plano econômico, assim como desenvolvimento de programas e projetos responsáveis e sustentáveis, em seus diversos setores: ambiental, sócio-cultural e econômico, além de elaborar estratégias para o setor que

---

<sup>1</sup> Que consistem no transporte dos passageiros dos aeroportos até suas acomodações.

visem ao seu fortalecimento. Este trabalho irá apresentar algumas considerações a respeito, bem como o plano de desenvolvimento do Turismo no Estado do Espírito Santo.

O objetivo deste trabalho consiste em analisar economicamente o setor Turismo de Negócios no Espírito Santo, com ênfase nos impactos sobre a infra-estrutura do Estado, assim como demonstrar sua efetiva eficiência para o desenvolvimento do Estado e os entraves para seu perfeito funcionamento.

Neste sentido, o trabalho será dividido em três etapas, além da presente introdução. No 1º capítulo trará uma abordagem teórica referente ao turismo, através de uma revisão bibliográfica, buscando identificar seus principais conceitos e vertentes, assim como um breve histórico, ressaltando como surgiu a atividade no mundo. Destacando as instituições ligadas ao segmento, as quais contribuem para seu perfeito funcionamento e desenvolvimento, no 2º capítulo irá apresentar um panorama internacional e nacional da atividade e suas organizações e, finalmente no 3º capítulo será abordada a atividade no Estado com seus benefícios, bem como o que vem sendo implantado para o seu perfeito desenvolvimento.

## CAPÍTULO 1

### 1 O TURISMO EM SUA TEORIA

#### 1.1 Campo Teórico do Turismo

Nos últimos dez anos, vem acontecendo uma verdadeira revolução na produção literário-acadêmica no campo da investigação do Turismo. Tal acontecimento vem sendo denominado como um processo de cientificação do Turismo. Este fato está associado ao próprio desenvolvimento desta atividade econômica no mundo, dado que muitos países têm no Turismo, não mais uma atividade complementar, mas sua principal fonte de renda, é o que pode se chamar de turistização das economias. Como esta revolução vem sendo desenvolvida recentemente, o trabalho de coletar e sintetizar as principais idéias e pensadores torna-se bastante difícil. Mas, dentro desta tendência, nota-se o aprofundamento da concepção de Economia Aplicada ao Turismo.

Diferentemente das Ciências Econômicas, onde se percebe a existência histórica de Escolas de Pensamento já constituídas e denominadas, no Turismo, têm-se correntes ou tendências teóricas ainda incipientes. Apesar de ser um campo relativamente novo de investigação, os recentes estudos vêm tentando criar um escopo próprio, explicando o processo produtivo e de consumo do turismo que leva em consideração as relações sociais espacial e historicamente constituídas entre os homens e destes com seu meio. Percebe-se nesta análise, e comparando-a com a Ciência Econômica, que as teorias do valor não conseguem explicar de forma mais ampla esta substância social existente na produção e no consumo turístico. (Lemos, 2003).

Pode-se observar no campo acadêmico, nas empresas e nos órgãos governamentais vários conceitos sobre a ótica econômica, referente ao turismo. A primeira definição encontrada deste estudo é da autoria de Herman von Schullard, em 1910: “ A soma das operações, principalmente de natureza econômica, que estão diretamente relacionadas com a entrada, permanência e deslocamento de estrangeiros para dentro e para fora de um país, cidade ou região.” (Beni, 1998, pg 36)

Já segundo a OEA (Organização dos Estados Americanos) o turismo:

"é o movimento migratório, até um limite máximo de 90 dias, seja internacional ou nacional, sem propósito de longa permanência e sem exercício de uma atividade ou profissão remunerada. O objetivo pode ser por prazer, comercial ou industrial, cultural, artístico ou científico. Não inclui viajantes que juridicamente entram no país, como é o caso dos passageiros de avião que permanecem nos aeroportos, seja por escala ou conexão ou outras linhas aéreas, nem o movimento unicamente de fronteiras" (Rabahy, 1980, p.111).

Esta definição estabelece o objetivo das viagens, aprofundando a dimensão da compreensão do fenômeno. Em 1991, a OMT (Organização Mundial de Turismo), apresentou uma nova definição entendendo que:

"o turismo compreende atividades desenvolvidas por pessoas ao longo de viagens e estadas em locais situados fora do seu enquadramento habitual por um período consecutivo que não ultrapasse um ano, para fins recreativos, de negócios e outros" (Cunha, 1997, p.9).

Desta forma, com essa diversidade de definições, observa-se que no Turismo não existe, assim como na Ciência Econômica um campo teórico totalmente definido, da mesma forma que tais teorias ou definições vêm se aperfeiçoando ou aprimorando, à medida que tal atividade se desenvolve e passa a ser principal fonte de renda de diversas localidades no mundo.

Até então procuramos definir o que viria a ser o Turismo em geral, e em todos seus aspectos, entretanto, é necessário tratarmos do turismo de negócio em particular, como um segmento consolidado no mercado turístico. Este abrange as viagens dos profissionais de empresas e corporações, inclusive governamentais, para o desenvolvimento dos negócios referentes aos diversos setores de atividades, sejam elas comerciais, industriais ou de serviços. Estabelecer contatos e reuniões, abrir novos mercados, comprar ou vender bens e serviços, firmar convênios e contratos,

são alguns dos motivos que fazem que os funcionários e os dirigentes de uma organização se desloquem de suas sedes. (Barros, 2005) <sup>2</sup>.

A viagem com objetivo profissional ocupa, cada vez mais, espaços nas empresas, pois, ao efetuar os deslocamentos, surge a possibilidade de novas parcerias com outras empresas ou órgãos públicos. Como decorrência, poderá haver o desencadeamento, a continuação ou a conclusão de uma nova oportunidade empresarial.

Na atualidade, o deslocamento de indivíduos, se dá pela facilidade dos meios de transporte e locomoção, da necessidade de exportação e de importação de produtos diversos e pela possibilidade maior de aquisição de conhecimentos. Com isso percebemos a variedade de veículos, que transportam pessoas e grupos de forma permanente.

Entretanto, vale ressaltar que não se deve confundir a motivação comercial ou de compra com o turismo de negócio, pois a comercialização de natureza turística, não possui o ato, nem a mentalidade de negociar, de realizar a revenda, mesmo porque a tipicidade, a raridade e o exotismo dos bens comerciáveis, tanto pelo turismo de negócio quanto pelo turismo comercial, não permitem tal igualdade. (Andrade, 1995).

Cabe aqui ressaltar, de acordo com Andrade, 1995, a diversidade dos tipos de turismo existentes abordando uma breve descrição do que viria a ser as diversas modalidades do turismo. Estas por sua vez viriam a ser tão diversificadas devido a variedade de viagens, são eles:

#### 1.1.1 Turismo de Férias

O fenômeno férias é um hábito da sociedade, seja espontânea ou por prescrição legal. São dias seguidos caracterizados pela cessação do trabalho habitual, destinados ao repouso a que os trabalhadores e estudantes, fazem jus, ou costumam usufruir, a cada ciclo anual de atividade. Porém as férias não se

---

<sup>2</sup> Entrevista realizada com a Agência Futura Viagens e Turismo em 23/06/2005

constituem em fator determinante de potencial ou de receptivo turístico, embora influam na ocupação e no desenvolvimento deles.

Há muitas maneiras de lazer e de repouso, mas para que permanessa-se um posicionamento técnico, é conveniente a divisão do turismo de férias aos seguintes subtipos classificatórios: turismo balneário, turismo montanhês e turismo de repouso.

### 1.1.2 Turismo Cultural

A expressão turismo cultural possui conotação restritiva e abrange exclusivamente as atividades que se efetuam através de deslocamentos para a satisfação de objetivos de encontro com emoções artística, científicas, de formação e de informação nos diversos ramos existentes, principalmente devido às diversificadas categorias de capacidades de inteligências e das criatividades humanas.

As características do turismo cultural, não se expressam pela viagem em si, mas por suas motivações, com o simples objetivo do conhecer, da pesquisa e da análise de dados, de obras ou fatos, em suas variadas manifestações.

Suas diversas correntes podem ser divididas em turismo científico e o turismo de congresso ou turismo de convenções.

### 1.1.3 Turismo Desportivo

Todas as atividades específicas de viagens com objetivos ao acompanhamento, desempenho e participação exercidos em eventos desportivos, no país e/ou no exterior, são classificadas como turismo desportivo. As viagens de desportistas, torcedores e atletas tonam-se cada vez mais frequentes em níveis regionais, nacionais e internacionais.

O próprio turismo, como já mencionado, teve na história de seus primórdios, o turismo desportivos, na Grécia Antiga, no ano 776 antes de Cristo, com a realização dos primeiros Jogos Olímpicos. Os jogos ou ritos, que duravam cinco dias, começavam e terminavam com longas e solenes celebrações sagradas de ritual festivo.

#### 1.1.4 Turismo de Saúde

Representa o conjunto de atividades turísticas, na qual as pessoas procuram meios de manutenção ou de aquisição do bom funcionamento e sanidade de seu físico e de seu psiquismo, também conhecido como turismo de tratamento ou turismo terapêutico. Há uma tendência crescente de retomada do culto ao corpo como meio de prolongar a eficiência das capacidades vitais, que quando debilitadas assumem a forma de doença, anomalia ou fraqueza.

Hoje percebe-se um sensível aumento de jovens e adultos saudáveis que viajam em busca de recursos terapêuticos em estâncias climáticas e hidrominerais, onde até pouco tempo frequentadas apenas por idosos ou enfermos.

#### 1.1.5 Turismo Religioso

O conjunto de atividade com utilização parcial ou total de equipamentos e a realização de visitas a receptivos que expressam sentimentos místicos ou suscitam a fé, a esperança e a caridade aos crentes ou pessoas vinculadas a religiões, denomina-se o turismo religioso. Acontece sob forma de turismo individual ou de turismo organizado, em programas cujos objetivos se caracterizam como romaria, peregrinação e penitência, de acordo com os objetivos religiosos, dogmáticos e morais dos fiéis visitantes.

Em nome do amor, a fé cristã tornou a Igreja Católica a pioneira da organização hoteleira mundial, que, em virtude das necessidades humanas, tornou-se um dos ramos mais lucrativos do comércio de serviços.

#### 1.1.6 Turismo de Negócios

Já foram feitas algumas considerações neste capítulo sobre o que viria a ser a atividade Turismo de Negócios. Mas cabe a esta seção definí-lo como um segmento do Turismo em geral.

No Brasil, tem-se visto grande tendência para viagens com destino a centros produtivos de bens industriais, a zona comerciais francas e a regiões fronteiriças de países estrangeiros geralmente motivadas pelo lucro e pela comercialização.

A Organização das Nações Unidas (ONU) classificou tais viagens de negócios como turísticas, não pelas suas motivações, mas por considerar prioritária a demanda significativa e constante dos empresários e executivos ao mercado de bens e serviços turísticos. Devido a isto, as posições internacionais oficiais devem realizar uma revisão no quadro classificatório do turismo, pois as pessoas que viajam por motivos profissionais e utilizam os equipamentos e recursos do turismo e do lazer fazem-no apenas, e exclusivamente, durante o tempo livre. (Andrade, 1995).

## 1.2 Um Breve Histórico do Turismo Mundial

“A viagem sempre foi uma ação que se origina de um contexto dentro do qual está inserida a sociedade em um determinado momento histórico. Representa um dos elementos componentes da vida econômica e social dos homens no decorrer de cada época e para cada civilização.” (Lage & Milone, 1991).

No período da Grécia Antiga, um dos principais motivos para movimentação de pessoas na época, eram as competições esportivas em honra a Zeus. A civilização Romana neste mesmo período (séc. IV), também tem algum destaque na história do turismo. Foram os primeiros a criarem próximo ao Mediterrâneo locais de lazer, visando fins terapêuticos ou práticas esportivas. O Circo Romano e as famosas Termas, também foram importantes centros de lazer, os quais motivam pessoas a se locomoverem.

Com a invasão dos Bárbaros, no séc. IV, as estradas se tornaram perigosas e assim as viagens foram reduzidas pelos riscos de assaltos. Porém peregrinos, quase sempre por motivos religiosos, ainda se aventuravam, vez ou outra.

No final do séc. XVI, mas precisamente na Europa, surgem as artes, as ciências, as letras, numa fase que ficou conhecida como Renascimento, iniciando-se uma mudança significativa na cultura desta sociedade, e ao mesmo tempo despertando curiosidades e movimentações de muitos artistas, artesãos, músicos e poetas.

Da mesma forma, aumentaram as viagens da aristocracia, motivadas pela demonstração do novo *status* e poder econômico. (Lage & Milone, 1991).

Nas principais cidades européias, nos sécs. XVIII e XIX, os jovens estudantes aristocratas ingleses, realizavam as viagens denominadas de *grand tour*<sup>3</sup>, sob o respeitado rótulo de “viagens de estudos”, as quais lhes ofereciam diplomas representando o alto *status* social. Assim seriam detentores de culturas apenas os que tinham posse deste título. Os principais roteiros explorados eram regiões, da Europa como Holanda, Bélgica, Paris, passando pela Itália, até chegar à Grécia. Após esgotadas estas regiões os destinos eram às Américas, às Índias Orientais, ao Extremo Oriente, ao Egito e às cidades portuárias da África do Norte. Os que eram mais esnobes chegavam a visitar o estado do Rio de Janeiro ou a Colônia do Cabo. (Andrade, 1995).

Neste mesmo século, paralelo a tal florescimento, surgiram importantes alterações no sistema econômico iniciando-se o capitalismo, alterando a forma de vida da sociedade, transitando do auto-consumo direto do produtor, para uma economia onde os bens e serviços eram produzidos especificamente para serem vendidos nos mercados, e assim causando o deslocamento de compradores e vendedores, e, portanto as viagens passam a ser indispensáveis.

Para sustentar tal mudança em um novo contexto de dinamismo, novas estradas foram abertas e circulação fluvial também acompanhou este progresso, proporcionando viagens mais confortáveis e seguras. Entre 1737 e 1747, houve destaque para construção de rodovias, onde os preços elevados das tarifas fizeram com que os viajantes procurassem agrupar-se, para que os custos das viagens fossem reduzidos.

Ocorreram modificações também na agricultura e na indústria. As viagens passam de simples caráter estudantil (*grand tour*), ou mesmo apenas por lazer, para interesses profissionais, por busca de informações e evidente interesse econômico. Como exemplo, o caso dos franceses que viajaram para a Inglaterra para ver de perto a Reforma Agrária que precedeu a Revolução Industrial. (Lage & Milone, 1991).

---

<sup>3</sup> Viagens por prazer, sem o objetivo de reuniões e contatos profissionais, em busca de deleite e emoção, visando ao aprimoramento pessoal fundadas em categorias de apreciação estética, realizadas por jovens estudantes aristocratas, denominados de *Grand Tourist* (Valéria Salgueiro, 2002)

Com o surgimento da Revolução Industrial paralelo ao desenvolvimento tecnológico, a nova burguesia comercial e industrial necessita de um turismo organizado, para poder investir seu dinheiro e seu tempo livre em suas viagens.

Esta tecnologia permite o surgimento de novas construções em ferro fundido, como torres (Torre Eiffel, em Paris), estações ferroviárias, grandes salões com estruturas livres de ferro, e grandes edifícios ou arranha-céus. Nesta nova fase surgem os navios e os trens, ambos construídos a base de ferro e aço e com motores a propulsão com base no vapor d'água. Os navios vêm substituindo os antigos navios a vela, com cascos de madeiras, enquanto os trens por sua vez, entram no lugar das diligências, evitando o desconforto causado pelas poeiras das estradas secas.

O turismo do século XIX foi caracterizado como residencial, ou seja, as pessoas ficavam um período ou uma estação do ano em uma segunda residência, ou seja, se acomodavam em suas casas consideradas de temporadas distantes de suas residências fixas. A partir de 1860 inicia-se, em Monte Carlo, a época dos cassinos, instalados em luxuosos salões de grandes hotéis. (Trigo, 2002)

Já no séc.XX, n período entre Guerras, destaca-se o surgimento do automóvel, vindo a revolucionar ainda mais este período e suas descobertas, e o turismo continua crescendo. Revolução maior veio com o surgimento do avião, diminuindo assim as distâncias, oferecendo mais conforto, segurança e rapidez.

Desta forma este século se caracterizou pela junção de três fatores determinantes em toda sua trajetória, são eles: comunicações instantâneas e globalizadas, possibilitando o acesso à informação a todas as regiões, integração econômica regional e sem duvidas um acelerado avanço tecnológico. O turismo está fortemente relacionado a estas tendências pelo seu dinamismo.

Cria-se em 1924, a União Internacional de Organizações Oficiais para Propaganda Turística, em Haya. Já em 1975 essa instituição da origem à Organização Mundial de Turismo – OMT.

Ao se tratar do Brasil, o turismo vem a se desenvolver mais intensamente em 1922, com as festas do Centenário da Independência. Surgem os primeiros hotéis do Rio de Janeiro e foi criada a Sociedade Brasileira de Turismo, onde posteriormente

chamada de *Touring Club do Brasil*. Depois de mais algum tempo o turismo vem a ser estender para os estados de São Paulo pelos atrativos dos centros termais, e para o estado do Rio Grande do Sul pela proximidade da fronteira com o Uruguai.

“Hoje, as viagens turísticas ocupam lugar de destaque nas relações econômicas, sociais e políticas das sociedades. Podem manifestar-se de forma distinta quanto às motivações, aos meios de transporte, aos períodos de duração, aos meios de hospedagem, aos tamanhos do grupo, às categorias de viagem etc.” (Lage & Milone, 1991).

Passam as ser imprescindíveis, passando a integrar a vida de todas as nações e contribuindo de forma significativa em todos os setores. (Lage & Milone, 1991).

## CAPÍTULO 2

### 2 DIMENSÃO E EVOLUÇÃO DO TURISMO NO MUNDO E NO BRASIL E AS ORGANIZAÇÕES MUNDIAS E NACIONAIS

#### 2.1 Introdução

O setor turístico é globalizado. É um grande negócio em crescimento. Atender a esse crescimento com desenvolvimento ambientalmente bem-planejado é um desafio em todo mundo, seja em Bali, no Nepal, nos Estados Unidos, na Europa ou no Brasil. (Goeldner, 2002). O objetivo deste capítulo é fazer um breve panorama internacional do setor turístico, assim como do Brasil e identificar os principais órgãos que regulamentam e organizam a atividade.

#### 2.2 Panorama Internacional do Turismo

O turismo encontra condições bastante favoráveis para sua expansão após a Segunda Guerra Mundial. Em termos econômicos, o capitalismo se adentrou em um período de ápice, crescendo a taxas surpreendentes. Neste período acontece o crescimento e o fortalecimento das classes médias que, combinadas com grandes inovações tecnológicas na área do turismo, com um clima de relativa paz internacional, com o aumento do desgaste e cansaço provocado pelo ambiente urbano-industrial e com aumento em grande escala dos negócios e eventos, estimularam as viagens em todo o mundo.

Os efeitos da Segunda Guerra foram tão desastrosos que somente a partir de 1949 surge de fato um turismo mundial considerável<sup>4</sup>, com cerca de 9 milhões de viajantes, e desde então o mercado do turismo internacional entra em uma fase de

---

<sup>4</sup> Conforme apresentado no Capítulo 1, o Turismo surge no período da Grécia Antiga, onde os motivos para movimentação de pessoas na época, eram as competições esportivas em honra a Zeus.

desenvolvimento com somente alguma interrupções. Em 1950, houve um fluxo de 20 milhões de turistas ao redor do mundo. Em 1960, constata-se 69,3 milhões de turistas e assim gerando uma receita de US\$ 6,9 bilhões de dólares (Trigo, 2002). A tabela 1 mostra a evolução do turismo mundial a partir de 1965.

**Tabela 1: Evolução do turismo mundial**

ANOS	CHEGADA DE TURISTAS INTERNACIONAIS			US\$ BILHÕES	RECEITAS	
	MILHÕES DE TURISTAS	ÍNDICE BASE 1965=100	TAXA ANUAL DE CRESCIMENTO		ÍNDICE BASE: 1965=100	TAXA ANUAL DE CRESC.
1965	112,9	100	*	11,6	100	*
1966	120,0	106	6,3	13,3	115	14,7
1967	129,8	115	8,2	14,5	125	9
1968	131,2	116	1,1	15,0	129	3,4
1969	143,5	127	9,4	16,8	145	12
1970	165,8	147	15,5	17,9	154	6,5
1971	178,9	158	7,9	20,9	180	16,8
1972	189,1	167	5,7	24,6	212	17,7
1973	198,9	176	5,2	31,1	268	26,4
1974	205,7	182	3,4	33,8	291	8,7
1975	222,3	197	8,1	40,7	351	20,4
1976	228,9	203	3,0	44,4	383	9,1
1977	249,3	221	8,9	55,6	479	25,2
1978	267,1	237	7,1	68,8	593	23,7
1979	293,1	251	8,0	83,3	718	21,1
1980	286,0	253	1,0	105,3	908	26,4
1981	287,1	254	0,4	107,5	927	2,1
1982	286,1	253	-0,3	100,9	870	-6,1
1983	289,6	257	1,2	102,5	884	1,6
1984	316,4	280	9,3	112,7	972	10
1985	327,2	290	3,4	118,1	1018	4,8
1986	338,9	300	3,6	143,5	1237	21,5
1987	363,8	322	7,3	176,8	1524	23,2
1988	394,8	350	8,5	204,3	1761	15,6
1989	426,5	378	8,0	221,3	1908	8,3
1990	458,2	406	7,4	268,9	2318	21,5
1991	464,0	411	1,3	277,6	2393	3,2
1992	503,4	446	8,5	315,1	2716	13,5
1993	519,0	460	3,1	324,1	2794	2,9
1994	550,5	488	6,1	354,0	3052	9,2
1995	565,5	501	2,7	405,1	3492	14,4
1996	596,5	528	5,4	435,6	3755	7,5
1997	610,8	541	2,5	436,0	3759	0,1
1998	626,6	555	2,6	442,5	3815	1,5
1999	650,2	576	3,8	455,0	3922	2,8
2000	687,3	609	5,7	473,4	4081	4
2001	684,1	606	-0,5	459,5	3961	-2,9
2002	702,6	622	2,6	474,2	4088	3,2
2003	694,0	615	-1,1	514,4	4434	8,5

Fonte: OMT Notas (1) - Dados de 2003 são estimados

Como pode ser observado, em 1965, o número de chegada de turistas foi de 112,9 milhões, gerando uma receita de US\$ 11,6 bilhões. A partir daí, o mercado mundial cresceu quase que ininterruptamente. Somente em 1982, houve um pequeno decréscimo no número de turistas, de 0,3%, refletindo-se também em uma queda de 6,1% das receitas. Observa-se que o período 1980-1983 apresentou taxas baixas de crescimento no número de turistas. Tal fato pode ser justificado pelas elevadas taxas de juros internacionais e uma considerável recessão da economia mundial. (Moraes, 2005).

No período que vai de 1984 até 1996, percebe-se que o mercado mundial continuou crescendo a níveis mais elevados, como no período pós Segunda Guerra Mundial. Entretanto em 2001, novamente cai a quantidade de turistas, agora para 0,5%. Esta nova queda pode ser explicada pelo atentado terrorista de 11 de setembro contra os Estados Unidos, promovidas pela *Al Qaeda*, que geraram uma insegurança generalizada quanto às viagens internacionais. De 1997 até 2003, observa-se uma moderação nas taxas de crescimento tanto em número de turistas quanto em receitas (Trigo, 2002).

O *World Travel and Tourism Council* (WTTC) tem medido o impacto econômico do turismo desde 1991. Em 1992, lançou suas primeiras avaliações sobre o impacto econômico do turismo e das viagens no mundo, nas regiões e nos países da OCDE (Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico), indicando que esta atividade é um dos maiores setores do mundo. Em 1998, o setor turístico global gerou US\$ 3,6 trilhões em atividades econômicas e 231 milhões de empregos (diretos e indiretos). O setor deve crescer e atingir uma atividade econômica de US\$ 8 trilhões e 328 milhões de empregos em 2010. A tabela 2 mostra as estimativas mundiais mais recentes, para 2010. (Goeldner, 2002).

**Tabela 2: Impacto econômico mundial do turismo**

2010		
Fator	US\$ bilhões	% do total
Consumo pessoal	4477	11,2
Viagens de negócios	897,9	*
Despesas do governo	542,1	7,4
Investimento de capital	1769,3	12,0
Exportações	2276,5	12,3
PIB	8008,4	12,5
Importações	1954,4	10,9
Empregos (milhões)	328,4	10,9

Fonte: World Travel and Tourism Council

Na segunda metade do século passado, o turismo se desenvolveu consideravelmente. Em 50 anos, o turismo mundial passou de 20 milhões para cerca de 700 milhões de turistas. Quanto às receitas, saltaram de US\$ 6,9 bilhões em 1960 para US\$ 514,4 bilhões em 2003. A Organização Mundial do Turismo - OMT estima que em 2010 o número de turistas de elevará a 1.047 milhões de turistas. E estimativa é de 1.602 milhões de turistas e US\$ 2,0 trilhões em receitas, em 2020. (Morais, 2005)

### 2.2.1 As 20 Maiores Destinações

As 20 mais importantes destinações turísticas mundiais estão na tabela 3. A França é a primeira colocada em chegadas de turistas, com 70 milhões, entre seus diversos atrativos podemos mencionar seu excepcional privilégio de abrir-se para três fachadas marítimas, senão quatro. Ao sul, ela é mediterrânea, com um litoral ensolarado, costas escarpadas na Provença e na *Cote d'Azur*, longas praias de areia no *Languedoc*. A sudoeste, é atlântica, sob um clima mais úmido, mas ameno e luminoso, com litorais na maioria das vezes constituídos de praias arenosas orladas de pântanos e dunas. Á noroeste abre-se para o Canal da Mancha e o mar do Norte, o "*Channel*" marítimo mais freqüentado do planeta, entre o Atlântico e os

portos belgas, holandeses, britânicos e alemães do mar do Norte. A França dispõe de dois conjuntos portuários de dimensão europeia, o *Havre* e *Rouen* no baixo vale do *Sena*, e *Marselha* na desembocadura do vale do *Ródano* no Mediterrâneo. A principal atividade das costas francesas é hoje o turismo, desenvolvido em toda parte, do mar do Norte ao Mediterrâneo. A qualidade dos litorais contribui para fazer da França, com seus maciços montanhosos, seus campos e suas cidades históricas, o maior país de destinação turística da Europa e do mundo.

Logo em seguida vem a Espanha, Estados Unidos, Itália e pelo Reino Unido. Estas cinco destinações são responsáveis por 36% do volume de fluxos turísticos do mundo. Embora estes números demonstrem uma alta concentração geográfica, a tendência é de uma diversificação gradual, com o aparecimento crescente de novas destinações nas regiões da Ásia-Pacífico, devido a sua especialização em esportes e em produtos de grandes eventos representa um mercado ascendente<sup>5</sup>. (Goeldner, 2002).

---

<sup>5</sup> A China, por exemplo, chegou a estar, em menos de dois anos, entre os cinco principais países receptores de turistas.

**Tabela 3: As 20 maiores destinações turísticas do mundo**

<b>Classificação 1998</b>	<b>País</b>	<b>Chegadas turísticas internacionais (milhares) 1998</b>
1	França	70000
2	Espanha	47743
3	EUA	47127
4	Itália	34829
5	Reino Unido	25475
6	China	24000
7	México	19300
8	Polônia	18820
9	Canadá	18659
10	Áustria	17282
11	Alemanha	16504
12	Rep. Tcheca	16325
13	Fed. Russa	15810
14	Hungria	14660
15	Portugal	11800
16	Grécia	11077
17	Suíça	11025
18	China	9600
19	Turquia	9200
20	Tailândia	7720
	Total 1-20	446956
	Total mundial	625236

Fonte: Organização Mundial do Turismo

Adaptação própria

## 2.3 Panorama do Turismo no Brasil

A economia brasileira se tornou num dos mais representativos centros de interesses para novos negócios e investimentos de grandes grupos nacionais e multinacionais. O segmento de turismo encontra-se inserido no setor terciário ou de serviços, que no Brasil vem apresentando uma participação considerável em seu desenvolvimento. A tabela 4 mostra a entrada de turistas no Brasil, no período de 1970 a 2003.

**Tabela 4: Entrada de Turistas no Brasil 1970-2003**

Ano	Ano	Ano	Ano	Ano					
<b>70</b>	249.900	<b>77</b>	634.595	<b>84</b>	1.595.726	<b>91</b>	1.228.178	<b>98</b>	4.818.084
<b>71</b>	287.926	<b>78</b>	784.316	<b>85</b>	1.735.982	<b>92</b>	1.692.078	<b>99</b>	5.107.169
<b>72</b>	342.961	<b>79</b>	1.081.799	<b>86</b>	1.934.091	<b>93</b>	1.641.138	<b>2000</b>	5.313.463
<b>73</b>	399.127	<b>80</b>	1.625.422	<b>87</b>	1.929.053	<b>94</b>	1.853.301	<b>2001</b>	4.772.575
<b>74</b>	480.267	<b>81</b>	1.357.879	<b>88</b>	1.742.939	<b>95</b>	1.991.416	<b>2002</b>	3.783.400
<b>75</b>	517.967	<b>82</b>	1.146.681	<b>89</b>	1.402.897	<b>96</b>	2.665.508	<b>2003</b>	4.090.590
<b>76</b>	555.967	<b>83</b>	1.420.481	<b>90</b>	1.091.067	<b>97</b>	2.849.750	*	*

Fonte: Anuário Embrapa  
2004

Observa-se de acordo com a tabela, que de 1970 a 1980, a entrada de turistas no Brasil cresceu continuamente, crescendo mais de 500% em número de turistas. A partir de 1981, o mundo cai em recessão, devido a uma nova elevação dos preços do petróleo, ocorrido em fins de 1980 e a grande elevação das taxas de juros internacionais. A América Latina, que é um importante emissor de turistas ao Brasil, após o endividamento na década de 70, transferiu uma grande quantidade de recursos para o exterior, na década de 80, na forma de pagamentos de juros da dívida contraída, causando empobrecimento de suas economias nacionais. Conseqüentemente causando grande retração no turismo brasileiro ocorrendo uma queda considerável na demanda, principalmente em 1982.

Em 1985 o turismo volta a crescer igualmente ao período anterior a 1980, superando-o em pouca quantidade em número de turistas que entraram no país. Em 1986 e 1987 acontece um crescimento mais considerável, passando a quase 2 milhões de visitantes em ambos os anos.

Porém, durante o governo de José Sarney<sup>6</sup>, após 1987, o turismo tem uma queda assustadora. O país sofreu um grande descrédito no cenário mundial, devido a três causas principais: devastação da Floresta Amazônica por empresas interessadas no desmatamento; dificuldade de pagamento da dívida externa; e aumento da criminalidade, especialmente no Rio de Janeiro<sup>7</sup>. Gerando um cenário de violência, a formação do crime organizado envolvidos com o tráfico de drogas, seqüestros, furtos e assaltos a bancos. Somando-se o trânsito que chega a matar cerca de 50 mil pessoas por ano nas vias brasileiras. (Trigo, 2002)

Somente em 1995, que o patamar de cerca de 2 milhões de turistas de 1986 e 1987 se recupera, devido principalmente ao câmbio favorável, o Brasil se torna um destino "barato". Na primeira metade da década de 90 ainda havia entraves na atividade turística no Brasil, como o conturbado governo Collor; uma grave crise econômica; o massacre do Carandiru; a Chacina da Candelária e por fim a morte de vários índios lanomâmis por garimpeiros.

A partir de 96 o turismo volta a se recuperar. Caem as altas taxas de inflação no Brasil ao mesmo tempo em que se percebe um cenário de maior estabilidade, principalmente econômica, com o Plano Real, ajudando a mudar a imagem do Brasil, contribuindo a atrair muito o turismo de negócios do exterior. Porém ainda notam-se problemas sociais devido ao considerável nível de desemprego e má distribuição de renda. Entretanto, a estabilidade econômica e a relativa estabilidade política colaboram para melhorar o fluxo turístico internacional no Brasil.

De 1997 para 1998 houve um salto contábil de quase 70%. Esta explosão em grande medida foi fictícia, pois houve uma mudança na forma de contagem. Passou-se a utilizar o método da OMT e dos argentinos, no qual se considera como turistas todos os vizinhos (no caso, argentinos, uruguaios, paraguaios, etc.) que atravessam as fronteiras. Também vale ressaltar que entre 1995 e 2000 houve um crescimento real do turismo. De 2001 em diante acontece um retrocesso no mercado seguindo tendências mundiais, em parte devido aos atentados terroristas.

---

<sup>6</sup> Compreendeu o período de 1985 a 1990

<sup>7</sup> Devido à desigualdade na distribuição de renda, formou-se uma população totalmente empobrecida, formando as comunidades carentes na Baixada Fluminense, as favelas.

A desvalorização do real no início de 1999, combinado com uma imagem recuperada do Brasil atrai cada vez mais turista a lazer e ajuda a manter o crescimento forte do turismo internacional.

A crise da Argentina mostra a importância do turismo regional no fluxo de turistas internacionais (o número total cai), porém o número de turistas da Europa e América do Norte continua crescendo. A eleição de Lula ajuda a fortalecer ainda mais a imagem do Brasil e os vôos *charters* facilitam o preço de viagem para turistas de Sol & Mar.

Se compararmos o perfil turístico do Brasil dos anos oitenta com a situação de hoje podemos ver que houve grandes mudanças. O desenvolvimento do turismo de natureza e aventura (principalmente com base no fluxo nacional) e a maior acessibilidade dos destinos nordestinos significaram a oferta de um número maior de destinos, competindo para atrair um mercado maior de turistas.

Uma comparação de número de turistas internacionais por porta de entrada entre 1986, 1996 e 2003, mostra que São Paulo assumiu o papel de porta de entrada que antes era do Rio de Janeiro. Enquanto o Sul perdeu espaço para o Nordeste. Uma tendência similar pode ser observada através das principais cidades visitadas do Estudo de Demanda Internacional (Embratur). Em 1996, além de Rio e São Paulo as cidades mais visitadas eram cidades da região Sul (Florianópolis, Foz do Iguaçu e Porto Alegre), enquanto que em 2003 o destaque era o Nordeste (Salvador, Fortaleza e Recife).

A previsão é que o Brasil continue crescendo, embora a meta divulgada pelo Ministério de Turismo de atrair 9 milhões de turistas até 2007 pareça ambiciosa. A previsão da OMT é que o Brasil atrairá 14 milhões de turistas estrangeiros em 2020, crescendo a um ritmo médio de 5,2% ao ano desde 2000. Com base na linha de tendência de crescimento histórico 1987 - 2003, a projeção para 2020 seria somente 9 milhões de turistas, crescendo a um ritmo médio de 4,8% desde 2003

**Tabela 5: Fases de Turismo Internacional no Brasil 1982 - 2004**

Período	1982-1987	1988-1993	1994-1997	1998-2001	2002-2004
Mundo	4.9% a.a.	7.4% a.a.	4.2% a.a.	3.3% a.a.	3.8% a.a.
Brasil	11% a.a.	-1.2 a.a.	14.8% a.a.	13.8% a.a.	-1.4% a.a.
Imagem	Boa	Ruim	Melhorando	Boa	Boa
Cambio	Favorável	Favorável	Desfavorável	Favorável	Favorável
Origem América Latina	53%	57%	56%	56%	< 50%
<b>Motivo Negócios</b>	<b>22%</b>	<b>25%</b>	<b>30%</b>	<b>29%</b>	<b>31%</b>
Portão Entrada	RJ	RJ/SP	SP	SP	SP
Visita ao Rio	> 50%	47%	38%	31%	38%

Fonte: Embratur, OMT, Banco Central

Devido às transformações ocorridas no Brasil após 1994, o turismo brasileiro entrou em um novo tipo de pensamento voltado para os negócios. Para atrair consumidores de viagens e de lazer de todo o mundo era apenas utilizada a visão da existência no país de um deslumbrante acervo ambiental. Mas nesta nova ordem mundial, o turismo passa a ser entendido como um instrumento de desenvolvimento econômico e social, sendo para tanto necessário o estabelecimento de políticas específicas, estratégias de ação e alianças entre os setores público e privado.

Há amplas oportunidades de negócios no setor de turismo. Chega-se a esta conclusão devido ao grande número de lançamentos no setor hoteleiro em todo o país, grande parte voltada para o turista de negócios.

O Brasil é o líder latino-americano no segmento turístico de negócios e feiras internacionais. O país desponta cada vez mais como potencial destino para congressos, convenções, feiras e exposições de todos os tipos de eventos.

Como suporte fundamental deste segmento, o país dispõe de aeroportos de grande porte e alta qualidade, infra-estruturas adequadas e modernos centros de convenções, capazes de abrigar desde encontros setoriais até grandes congressos

internacionais – como já vem acontecendo. A cidade que mais se destaca como sede de eventos é São Paulo, por ser ele o maior mercado do Brasil e do Mercosul onde são geradas as maiores oportunidades de negócios no país e que conta com uma rede diversificada de serviços. Mas muitas outras se revelaram excelentes opções, como Rio de Janeiro, Salvador, Brasília – que recentemente inaugurou um dos maiores centros de convenções do país -, e grandes cidades do interior do Brasil.

O governo vem voltando constantemente seus recursos para o investimento da atividade no Brasil, visto que o turismo vem apresentando números cada vez mais significativos sobre alguns agregados macro-econômicos. Podemos estar citando a geração de empregos, onde para cada US\$ 15 mil gastos, em média, no setor de turismo, obtêm-se a geração de um novo emprego, assim como seu destaque na arrecadação de impostos no país.

Vale ressaltar que deve existir também uma implantação de programas regionais de turismo no Sudeste, Sul, Centro-Oeste e Nordeste do país, porém não apenas como obrigação exclusiva do governo. Os empresários, ou seja, o setor privado, o capital internacional, os profissionais da área e a sociedade civil em geral devem se envolver com os projetos para que o turismo se torne, cada vez mais, um setor dinâmico e lucrativo. (Trigo, 2002).

### 2.3.1 Organizações Internacionais e Nacionais

Hoje a organização internacional mais reconhecida do setor é a Organização Mundial do Turismo, tratando-se de uma agência especializada das Nações Unidas e da principal organização internacional do turismo. Funciona como um fórum global para questões de políticas turísticas e como fonte de conhecimento prático sobre o turismo. Seus objetivos são tratar de questões referentes a políticas de turismo, estimular o crescimento econômico e a criação de empregos, dar incentivos à proteção do meio ambiente e do patrimônio cultural das destinações e promover a paz e a compreensão entre todas as nações do mundo. Entre seus membros, estão 138 países e territórios e mais de 350 filiados representando governos locais,

associações turísticas, instituições educacionais e empresas do setor privado, como companhias aéreas, grupos hoteleiros e operadoras turísticas. Sua sede localiza-se em Madri, e constitui em um organismo da Organização das Nações Unidas de promover e desenvolver o turismo no mundo.

Os órgãos da OMT são:

- Assembleia Geral
- Conselho Executivo
- Comissões Regionais
- Comités
- Secretariado

O *World Travel and Tourism Council*, constitui em um conselho dos 100 mais importantes executivos de todos os componentes do setor turístico. Estabelecido em 1990, seus objetivos são os de trabalhar com os governos para fazer do turismo uma prioridade em termos de desenvolvimento econômico estratégico e de emprego, avançar no sentido de mercados abertos e competitivos, buscar desenvolvimento sustentável e eliminar barreiras ao crescimento explorando todo o potencial do turismo e sua capacidade de geração de empregos.

Uma outra organização é a *International Air Transportation Association* (IATA) constituída por praticamente todas as companhias aéreas. Sua principal função é proporcionar de forma segura o deslocamento de pessoas e mercadorias, de qualquer ponto da rede de transporte aéreo mundial para outro ponto qualquer, através de combinação de rotas. A IATA também se constitui em uma importante fonte de informações para a aviação mundial, através de seu banco de dados, fornecendo uma comparação dos produtos aéreos em 30 grandes companhias.

A Organização Internacional da Aviação Civil é uma organização de governos unidos para promover a viação civil em escala mundial. Foi estabelecida em 1944, adotando um plano, "*Guiding Civil into the 21st Century*", para lidar de forma mais eficaz com as constantes evoluções dos desafios que enfrenta a aviação civil, especialmente na área de segurança de vôo. (Goeldner, 2002).

Quatro organizações turísticas no Brasil, que visam o fortalecimento, o crescimento sustentável e a consolidação do setor no país, são elas: o Prodetur, Fungetur, Embratur e o Ministério do Turismo.

Criado em novembro de 1991, o Prodetur, é um programa que visa aumentar o fluxo turístico, a taxa de permanência e o gasto de turistas nas diversas regiões do País, reforçando o potencial turístico via priorização de ações que mantenham e expandam sua crescente indústria turística, contribuindo para o desenvolvimento sócio-econômico regional, com impacto positivo na geração de emprego e renda, usando como estratégia financiar a implantação de infra-estrutura turística em localidades consideradas como um potencial em investimentos privados. Para tanto conta também com investimentos externos, no caso o Banco Internacional para Reconstrução e Desenvolvimento (Bird) e internos, como da União, BNB (Banco do Nordeste do Brasil), Banco Nacional de Desenvolvimento (BNDES) e estados. Sua situação atual é considerada vencedora, com suas 172 obras em andamento ou concluídas desde o início de suas ações, em 1996.

O Fungetur (Fundo Geral do Turismo) é um mecanismo de crédito essencial ao fomento do turismo como negócio e estratégia para desenvolvimento social e econômico – geração de emprego e renda, inclusão social e melhoria da qualidade de vida, apóia financeiramente o setor do turismo nacional desde 1976. Possui o objetivo de fornecer recursos, capitados do imposto de renda e de dotações orçamentárias da União, para o financiamento de obras, serviços e atividades turísticas, porém posteriormente cabe a esta organização fornecer concessões de incentivos fiscais e outros estímulos à atividade turística nacional.

Desde 2001 até esta data, o FUNGETUR permanece sem efetuar novas operações de crédito, suspensas em virtude de questionamentos, oriundos de órgãos de controle interno, focados na forma de credenciamento de agentes financeiros. Contudo, salienta-se que a ação referente às operações anteriormente contratadas vem sendo realizada normalmente, o que denota que o Fundo não está inoperante. (Goeldner, 2002).

Sobre a Embratur, sua criação se deu em 18 de novembro de 1966, dois anos após o golpe militar de 1964, que destruiu as liberdades democráticas do povo brasileiro.

É a primeira empresa pública do Brasil. Sua função estava além da busca de um ordenamento legal para a formulação de uma política nacional para o turismo. Na verdade, os militares, nesse momento, entendiam ser a Embratur o instrumento ideal para combater a idéia de ditadura assassina que os setores da sociedade nacional e internacional denunciavam.

Com a criação do Ministério do Turismo, em janeiro de 2003, a EMBRATUR passa a cuidar exclusivamente da promoção do Brasil no exterior. A criação do Ministério do Turismo em 2003, pelo Governo Federal, demonstrou o reconhecimento da importância do turismo como um setor estratégico da economia brasileira.

Concluimos assim, com esta breve análise da evolução do turismo internacional no Brasil, que mesmo o país possuindo atrativos que o torna grande potencial na atividade turística, detém também de graves problemas econômicos, políticos e sociais, o que acarreta uma participação ínfima no setor mundial, encontrando-se hoje na 30° posição no *ranking* mundial. Há dois segmentos de análise dos problemas do país: os estruturais e os conjunturais. No nível estrutural se deve basicamente as distorções sociais, pela má distribuição de rendas ambas ligadas ao achatamento dos salários, à elevadas taxas de inflação e a criminalidade resultante. Já no nível conjuntural a problemática econômica foi acentuada pelas crises políticas, ambientais e sociais. Tais problemas devem ser solucionados, ou amenizados para que o Brasil reverta sua imagem de país violento, corrupto e injusto, no exterior. Caso contrário será difícil vermos o Brasil em uma posição de destaque no turismo internacional.

## **CAPÍTULO 3**

### **3 VANTAGENS DO TURISMO DE NEGÓCIOS E OS IMPACTOS NO ESPÍRITO SANTO**

#### **3.1 Um Breve Histórico do Turismo no Estado do Espírito Santo**

Os deslocamentos turísticos no Espírito Santo se iniciaram com os fluxos domésticos e espontâneos destinados aos centros urbanos emergentes do litoral, durante o período de verão, e das pequenas cidades para a capital no restante do ano. Porém eram pequenos fluxos sem muita relevância. Somente durante os governos de Carlos Lindenberg e Jones dos Santos Neves, nas décadas de quarenta e cinquenta, o Estado passa por uma transformação econômica e cultural, desenvolvendo investimentos em infra-estrutura que possibilitaram a dinamização do turismo, destacando-se o balneário de Guarapari. Em 1947, Carlos Lindenberg apóia a relação do Espírito Santo com o Rio de Janeiro, ligando por rodovia as duas capitais estaduais, e com Minas Gerais pela Estrada de Ferro Vitória Minas, em nova e moderna linha. Aumentando assim o número de turistas com destino a Guarapari.

Apesar da inexistência de diretrizes a atividade do turismo cresceu em sua importância e passou a fazer parte das preocupações e do planejamento do poder público estadual. Com a criação da Empresa Brasileira de Turismo (Embratur), em 1966, inicia-se no Brasil às ações direcionadas ao aproveitamento da oferta turística existente. Com o objetivo de desenvolver a atividade turística, o Espírito Santo acompanhou a dinâmica da época consolidando o Sistema Estadual de Turismo e criando a Empresa Capixaba de Turismo (Emcatur), que seguia o modelo nacional.

Inicialmente, o Emcatur se voltou para o planejamento do turismo de praia, destacando-se o destino Guarapari. Porém em 1977, o Estado através da Fundação Jones dos Santos Neves, apresenta um trabalho de planejamento turístico que teve como objetivo contemplar todo o espaço potencialmente aproveitável do Espírito Santo. Este trabalho recebeu o título de “Algumas Prioridades Imediatas para o Desenvolvimento do Turismo no Espírito Santo”.

A partir deste momento já se faz referência ao movimento do turismo de negócio em Vitória e à possibilidade de se desenvolver um turismo de inverno na região de montanha.

Em 1990 a Secretaria de Estado da Indústria e do Comércio, Ciência e Tecnologia (Seict) apresenta o “Plano de Desenvolvimento do Turismo do Espírito Santo”. Esse plano dividia o Estado em quatro subsistemas turísticos: Litoral Centro, Litoral Sul, Litoral Norte e Zona de Montanha.

A partir de 1991, a atividade do turismo ganha *status* de segmento econômico de importância estratégica para o desenvolvimento do Estado, com a criação da Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico (Sedes), logo após, foi elaborado por consultoria da Catalunha (Espanha) o “PDTI Plano de Desenvolvimento de Turismo Integrado do Espírito Santo”, apresentando um extenso levantamento das potencialidades do Estado.

Nos anos de 1993, 1994 e 1995, surgem diversos órgãos e programas visando o desenvolvimento econômico do Turismo, como a Câmara Estadual de Turismo e lançado pelo governo Federal, o Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT). Na seqüência, foi elaborado o projeto “Turismo do Espírito Santo: Diretrizes e Ações, 97-98”, visando cinco objetivos estratégicos: marketing, infra-estrutura, informações, descentralização e qualidade.

Neste período destaca-se a criação do primeiro centro de convenções do Estado, o Espírito Santo Convention & Visitors Bureau, que incrementou a participação do Estado no mercado de eventos.

Atualmente, a gestão do turismo é responsabilidade da Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico e Turismo (Sedetur), que inicia sua atividade num mercado em processo de crescimento e transformação. (Plano de Desenvolvimento do Turismo do Estado do Espírito Santo, 2006).

## 3.2 Vantagens do Turismo de Negócios

As vantagens da atividade turismo de negócios podem ser mencionadas:

a) Movimentação da cadeia produtiva do turismo: o turismo de negócios movimenta a maioria dos serviços turísticos de uma destinação, influenciando a economia local de forma bastante significativa. As atividades diretamente relacionadas com esse tipo de segmentação são: meios de hospedagem, agências de viagem, restaurantes, empresas de táxi, empresas de táxi aéreo, locadoras de veículos, centros de convenções, entre outros.

b) Geração de renda/empregos: este tipo de turismo exige altos investimentos e incremento de novos negócios para atender adequadamente a esta demanda tão exigente. A construção de estrutura adequada, como: aeroportos, centros de convenções, hotéis e restaurantes sofisticados. Enfim, os gastos para a implementação desse tipo de turismo movimentam a economia, ocasionando o aumento de renda local, como: salários, lucros, para os empreendedores e demais envolvidos.

c) Exigência de maior qualificação de mão-de-obra local: o turismo de negócios, por trabalhar com um público alvo bem informado, normalmente profissionais que possuem bom conhecimento geral, e que são exigentes quanto à modernidade de equipamentos e qualidade dos serviços prestados, necessita de uma mão-de-obra qualificada e capacitada para exercer suas funções e prestar um serviço eficiente.

d) Diminuição dos efeitos de sazonalidade: geralmente as viagens dos executivos ocorrem durante a semana e praticamente durante o ano inteiro. Os dias úteis da semana são mais utilizados pelos executivos para ocupação dos serviços turísticos, deixando os finais de semana livres para os turistas de lazer. Igualmente para as participações em feiras e “workshops”<sup>8</sup>. Em destinações turísticas, como as praias, os executivos procuram evitar o deslocamento em período de férias, ou seja, a alta temporada, quando os preços são mais elevados. Por isso, as viagens de negócios tendem a não ser sazonais. Portanto trata-se de um segmento que muito contribui

---

<sup>8</sup> São encontros onde há uma parte expositiva seguida de demonstrações do produto a ser comercializado. O “workshop” poderá fazer parte de um evento de maior amplitude.

para diminuir os problemas da alta e baixa estações que afetam diretamente a rentabilidade das empresas do setor.

e) Maior gasto médio turístico: estudos apontam que o viajante de negócios tem um gasto médio maior do que o turista convencional. O turista de negócios tem um gasto médio 60% superior à categoria de turista de lazer. Normalmente, esse viajante usa um padrão de serviços mais diferenciado do que o utilizado pelo turista de lazer. Um exemplo está na hospedagem. O turista convencional, muitas vezes, utiliza acomodações como pousadas, albergues e casas de parentes. Em viagens de negócios, as empresas custeiam acomodações de qualidade em hotéis de categoria superior, próximos aos centros de negócios. (Sebrae,2003)

### **3.3 Situação do Estado no Cenário do Turismo de Negócios**

O Espírito Santo vem mostrando um surpreendente desenvolvimento em sua infraestrutura para a captação dos eventos de negócios nos últimos anos e se adaptando muito rápido a essa demanda. Mesmo ainda não estando com sua capacidade plena, existe muito esforço e determinação nesse sentido, tanto do setor público (Governo do Estado e prefeituras) quanto da iniciativa privada, esta parceria vem trazendo um planejamento estratégico para o turismo no Estado, envolvendo alguns pontos essenciais, como a ampliação do aeroporto de Vitória, construção de um centro de convenções, investimentos na região do Caparaó, estudo de viabilidade para o desenvolvimento do turismo no norte do Estado e montagem de mais estrutura para a região Serrana, o que inclui o agroturismo e construção de hotéis.

O Estado possui inúmeras características que atraem positivamente o turismo de negócio para sua economia, primeiramente há de se destacar a proximidade dos principais emissores de turistas do Brasil. Assim se considerarmos um círculo de mil quilômetros, encontra-se uma região de influência do Espírito Santo de cerca de dois terços do PIB brasileiro dentro deste. Desta forma torna-se vantajoso para empresários de diversos ramos realizarem seus eventos em uma localidade próxima dos principais centros urbanos. Também nessa mesma linha de raciocínio, é importante destacar a proximidade com Buenos Aires, um importante emissor de

turistas, considerando a relação América do Sul/Brasil é relativamente próximo do Estado.

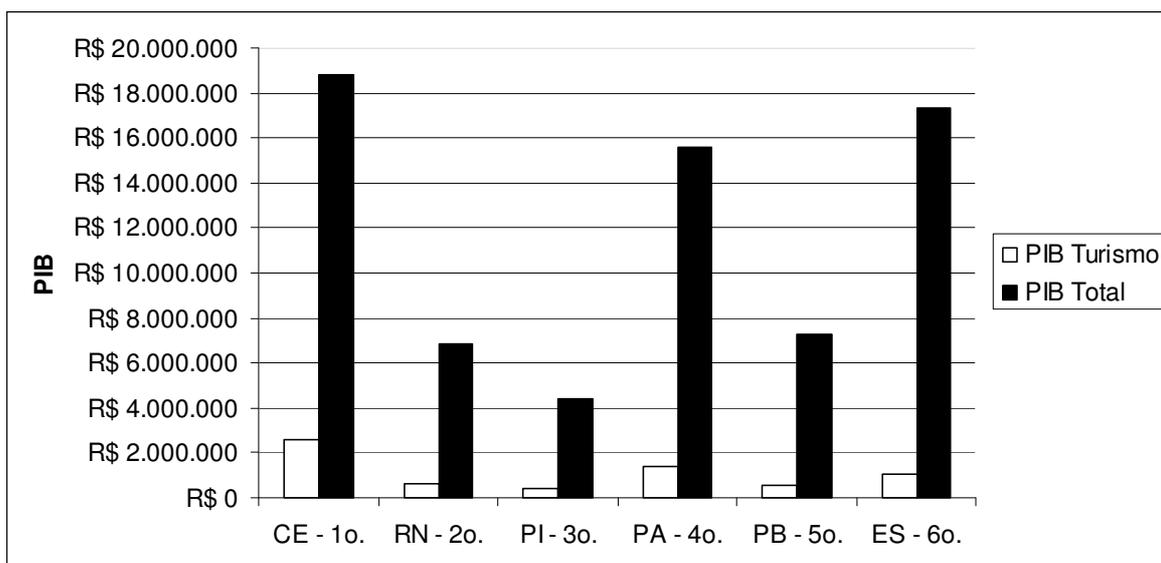
Outro fator competitivo do Estado é a qualidade de vida na capital, sendo considerada a quarta do país neste quesito, a décima melhor para se trabalhar com maior renda per capita brasileira de capital, em torno de US\$ 8 mil dólares. Portanto o Estado é capaz de promover um desenvolvimento sustentável da atividade, através de estudos econômicos mais elaborados, isto vem se evidenciando. (Seminário a Comercialização do Destino Espírito Santo, 2005).

É importante ressaltar que a análise não deve limitar-se a beleza da localidade, a culinária, a temperatura, é necessária uma análise detalhada do setor, uma reflexão econômica.

### 3.3.1 Uma Análise Econômica do Turismo de Negócios no Estado do Espírito Santo

Numa perspectiva de longo prazo, uma maior inserção do Brasil no mercado internacional também poderá impactar o Espírito Santo de forma positiva. Oportunidades advirão principalmente nos segmentos de eventos e de negócios.

Em termos econômicos, o turismo é um elemento importante para a composição da economia. Ao observar a figura 1, percebe-se que o Ceará é o Estado que o setor turismo tem maior importância econômica no Brasil, já o Espírito Santo ficou com o 6º lugar. De acordo com Secretário de Estado de Desenvolvimento Econômico e Turismo, Júlio Bueno, o turismo no Ceará representa cerca de 13% (treze por cento) do PIB do Estado, e no Espírito Santo este setor representa cerca de 6% (seis por cento) do PIB. Cabe ressaltar que no Ceará a potencialidade do turismo encontra-se nas suas belezas naturais, ou seja, destaca-se o turismo de lazer que possui um foco diferente daquele que é o destaque do turismo no Estado do Espírito Santo, o turismo de negócio.



**Figura 1: Setor Turístico no Brasil**

Fonte: FIPE/USP 2001

Os turistas que se destinam à Região Metropolitana têm como principal Estado emissor Minas Gerais, tanto no que se refere à categoria de turismo de lazer, como o de negócios, conforme pesquisas realizadas pelo Sebrae-ES. Através da tabela 6 percebe-se que na região metropolitana do Espírito Santo o fluxo de turistas por motivos de negócios em média e alta temporada é maior do que o turista de lazer, só ficando atrás nos períodos de baixa temporada. Na alta temporada, por exemplo, enquanto a renda média do turista de passeio/lazer ficou em torno de R\$ 2.833,70, a do turista de negócios ficou em R\$ 3.250,00.

**Tabela 6: Fluxo de Turistas da Região Metropolitana por Estado de Origem - 2003**

Opções	Baixa Temporada		Média Temporada		Alta Temporada	
	Turismo/ passeio	Negócios /trabalho	Turismo/ passeio	Negócios /trabalho	Turismo/ passeio	Negócios /trabalho
Distrito Federal	3.45	3.42	4.21	3.39	8.06	1.95
<b>Espírito Santo</b>	<b>24.14</b>	<b>21.23</b>	<b>15.37</b>	<b>22.71</b>	<b>23.73</b>	<b>24.90</b>
Minas Gerais	39.66	22.95	49.47	29.15	35.82	22.57
Rio de Janeiro	15.95	20.89	15.37	21.36	17.16	25.29
São Paulo	7.33	17.12	7.37	13.22	7.61	10.89
Outros	9.47	14.39	8.21	10.17	7.62	14.40
Total	100	100	100	100	100	100

Fonte: FIPE - USP

Durante o ano de 2005, estima-se que cerca de 75,3 mil turistas dos demais Estado e também do exterior, em menor proporção, incrementaram a economia local injetando cerca de R\$ 93 milhões na compra de diversificado leque de produtos e de serviços, como hospedagem, alimentação e transporte, entre outros, como mostra a tabela 7.

**Tabela 7: Turismo de eventos na Grande Vitória**

	2004	2005 <sup>9</sup>
Número de eventos captados	32	32
Número de participantes	68,5 mil	75,3 mil
Gasto médio diário per capital	R\$ 320,00	R\$ 428,37
Movimentação na economia local	R\$ 84 milhões	R\$ 93 milhões

Fonte: FUTURA 2004/2005 - Elaboração própria

<sup>9</sup> Dados estimados

O Espírito Santo vem se tornando um centro nacional do turismo de negócios. Existe uma estimativa no Estado de um crescimento de 10,7% da atividade no ano de 2005, sendo que em 2004 o crescimento atingiu 3,7%. De janeiro a junho de 2005, 11 (onze) eventos de negócios aconteceram no Espírito Santo, atraindo cerca de 26 (vinte e seis) mil turistas de negócios. Em 2005 68,5 mil turistas desembarcaram em Vitória por motivos de negócios, representando cerca de 60% dos desembarques totais. Para tanto se faz necessário algumas medidas por parte das instituições responsáveis. (A GAZETA, 2005).

### **3.4 Plano de Desenvolvimento do Turismo no Estado do Espírito Santo**

#### **3.4.1 O Processo de Desenvolvimento do Plano**

A política para o turismo no Brasil, até a gestão anterior do governo federal, tinha como estratégia a municipalização. Objetivava-se fomentar o desenvolvimento turístico nos municípios, com base na sustentabilidade econômica, social, ambiental, cultural e política. A iniciativa de elaboração do plano insere-se no contexto do processo de planejamento estratégico do governo estadual. O plano foi construído com um amplo leque de participações, incluindo instituições públicas, representantes do setor privado, instituições de ensino, secretarias municipais de turismo, Conselho Estadual de Turismo do Espírito Santo (Contures), profissionais especializados e organizações da sociedade civil.

Foi apresentado no Seminário “A Comercialização do Destino Espírito Santo”, um conjunto de ações que vem sendo implantadas para o desenvolvimento do turismo no Estado, o chamado “Plano de Desenvolvimento do Turismo no Estado do Espírito Santo”, que terá como princípios balizadores os macro-objetivos do governo do Estado do Espírito Santo e os objetivos gerais do Plano Nacional do Turismo.

São três os macro-objetivos estratégicos do governo estadual, estabelecidos no seu planejamento:

1º Promover o desenvolvimento sustentável socioeconômico do Espírito Santo;

2º Reconstruir e modernizar a máquina pública do Estado;

3º Promover o choque ético no Estado.

Será nessa linha de raciocínio que serão elaborados e estruturados projetos e produtos voltados para a geração de renda, emprego e desenvolvimento social para o Espírito Santo.

Os projetos do Plano de Desenvolvimento do Turismo do Estado do Espírito Santo sairão de sete macroprogramas, divididos por áreas temáticas, seguindo-se a lógica do Plano Nacional do Turismo. Assim, os macroprogramas foram definidos na seguinte seqüência:

- 1- Gestão e Relações Institucionais;
- 2- Infra-estrutura;
- 3- Fomento;
- 4- Diversificação da Oferta ao Turista;
- 5- Qualidade dos Produtos Turísticos;
- 6- Comercialização;
- 7- Promoção e Informações Turísticas.

Primeiramente, temos a Gestão e Relações Institucionais, constituindo na articulação de todos os agentes de turismo no Espírito Santo. A combinação de ações do Estado, municípios e agentes privados possibilita a obtenção de ações concretas e articuladas para o desenvolvimento do turismo no Estado. O Conselho Estadual de Turismo - CONTURES foi criado para administrar esse plano, observando todas as regiões do Estado e os interesses dos agentes privados.

Em relação à infra-estrutura pode-se destacar a questão da rede rodoviária que é totalmente asfaltada e liga a maioria dos municípios. Somos cortados por quatro rodovias federais – BR 101, 262, 259 e 428, ligando-nos ao nordeste, ao sul e ao centro-oeste do Brasil. Outros quesitos relevantes em relação à infra-estrutura são: malha ferroviária ligando Vitória a Belo Horizonte (CVRD), um aeroporto com um fluxo de cerca de 122 mil passageiros, entre embarque e desembarque, neste ponto vale salientar que um fluxo de desembarque de cerca de 527 mil passageiros em 2003, teve um salto de 720 mil em 2005, sendo que 60 % destes representavam

turistas de negócios, e por fim um complexo portuário composto de 07 (sete) portos, voltados para o transporte de cargas. O governo vem se empenhando bastante no quesito infra-estrutura, 10% do orçamento do Estado neste ano está reservado para tal investimento. A tabela 8 traz os montantes dos investimentos públicos no setor turístico do Estado.

**Tabela 8: Investimento em infra-estrutura no Espírito Santo**

DESTINO	RECURSOS
Saneamento (PRODESAN)	R\$ 155 MILHÕES (Bird e Estado)
PRODETUR NE II	R\$ 30 MILHÕES (BID, Mtur e Estado)
Construção e pavimentação de rodovias – Extensão 1.101 Km	R\$ 608 MILHÕES (Tesouro Estadual, BID II e Caminhos do Campo)
Ampliação do aeroporto de Vitória	R\$ 337,4 MILHÕES
Construção de novo Centro de Convenções	R\$ 70 MILHÕES

Fonte: Seminário A Comercialização do Destino Espírito Santo - Elaboração própria



**Figura 2: Ampliação do aeroporto de Vitória**

Fonte: Seminário A Comercialização do Destino Espírito Santo, 2005

Outro ponto do conjunto de ações é o fomento<sup>10</sup>, com os investimentos na atividade turística resumidos na Tabela 9. Onde se tem linhas de financiamento com vários agentes disponíveis no Estado, com destaque no Banestes disponibilizando para o Estado cerca de 11 (onze) milhões de reais no ano de 2005 para o desenvolvimento da atividade no Espírito Santo.

**Tabela 9: Volume de financiamento para o turismo**

<b>INSTITUIÇÕES</b>	<b>VOLUME DE NEGÓCIOS</b>
BANDES	R\$ 2.159.463,00 (2003/2005)
BANESTES	R\$ 10.850.000,00 (2005)
BANCO DO BRASIL	R\$ 1.784.000,00 (2004/2005)
BANCO DO NORDESTE DO BRASIL	R\$ 100.480,00 (2003/2005)
CAIXA ECONÔMICA FEDERAL	R\$ 4.900.000,00 (2004/2005)
<b>TOTAL DE FINANCIAMENTO 2003/2005</b>	<b>R\$ 19,793 MILHÕES</b>

Fonte: Seminário A Comercialização do Destino Espírito Santo, 2005 - Adaptação própria

Cabe ao Estado, portanto, criar políticas para o fomento de empreendimentos turísticos; criar e divulgar linhas de crédito; orientar os empreendedores no acesso às linhas de crédito e oportunidades de negócios e atrair novos investimentos para as regiões.

A diversificação da oferta turística é condição necessária para a organização e ampliação da atividade turística. Considera-se como fundamental a articulação entre setor público e privado, principalmente como forma de fortalecer as atividades de estruturação e qualificação de roteiros. Temos algumas ações como a criação de um calendário oficial de eventos, estadual e regional, desenvolvimento de estudos objetivando a identificação de novas oportunidades de desenvolvimento de produtos turísticos.

<sup>10</sup> Por fomento, entende-se a disponibilização de crédito de longo prazo e de políticas de incentivos.

A qualidade do produto turístico, mais do que uma vantagem competitiva, é pressuposto fundamental para o sucesso dos destinos. Parcerias como Bandes e SEBRAE vêm promovendo treinamentos para a mão-de-obra no Estado, como cursos de qualidade no atendimento ao turista, para taxistas, recepcionistas de hotéis, com 2000 pessoas treinadas do ano de 2004 a 2005, com a finalidade de qualificar o produto turístico.

A promoção e comercialização, outro ponto sendo explorado através da criação de um plano estratégico de marketing, como a criação da marca Espírito Santo, criação de um famtur (viagens oferecidas por empresas do *trade* turístico para a promoção do produto) para jornalistas de todo o Brasil com a finalidade de conhecerem o Espírito Santo. E por fim neste “Plano de Desenvolvimento do Turismo no Estado do Espírito Santo” temos a implantação de postos de informações turísticas, como a criação do Portal do Turismo – site da SEDETUR.

## CONCLUSÃO

No Brasil, os seus 106 eventos captados em 2004 representaram, pelo menos, mais de US\$ 44 milhões na economia nacional. Foram mais de 86 mil pessoas apenas participantes dos encontros. A 14ª posição ocupada referente ao turismo de negócios mundial, agora gera uma visibilidade espontânea entre os tomadores de decisão internacionais, que são aqueles que definem onde serão realizados os eventos, gerando economia de recursos em promoção, com forte repercussão na entrada de divisas e no desembarque de passageiros. Além da importante pulverização dos eventos nas diversas cidades do país, impulsionando o turismo e recursos também para o interior.

Ao se tratar do Espírito Santo, não se pode afirmar que o Estado desfruta hoje de uma infra-estrutura adequada para o desenvolvimento turístico, conforme sua vocação. Mas também é certo que em breve terá o suporte necessário para tanto.

Para se desenvolver o turismo no Estado, torna-se necessário implantar uma boa infra-estrutura básica nas áreas de saneamento, transportes, comunicação, estradas, segurança, entre outras.

Com o crescimento maior da atividade empresarial, o turismo de negócios destaca-se como importante segmento no desenvolvimento turístico do Estado, movimentando os diversos setores envolvidos, como o de transportes, hotelaria, serviços de receptivo, exigindo dos núcleos receptores uma estrutura de equipamentos e serviços de qualidade.

Este trabalho buscou analisar o turismo sob aspecto econômico, onde vale ressaltar sua capacidade de gerar empregos, o Espírito Santo gerou em 2001, 23.407 empregos num total de 515.153 gerados, se destacando na 12ª posição entre os Estados brasileiros<sup>11</sup>, distribuir renda, captar divisas e proporcionar a melhoria da qualidade de vida das comunidades. Assim, o turismo é visto como parte constitutiva de um processo de desenvolvimento sustentável. Assim como, mostrando os

---

<sup>11</sup> O Estado de São Paulo encontra-se em primeiro lugar com 410.432 empregos num total de 8.227.367 gerados pelo Estado.

diversos tipos de investimento que vem sendo realizados no setor, com o objetivo de que se gerem ganhos financeiros.

O Estado com suas inúmeras belezas naturais obviamente é um grande destino dos turistas interessados em lazer e descanso. Entretanto o Espírito Santo vem mostrando que não somente pode atrair estes tipos de turistas, mas também aquele interessado em qualificações profissionais, melhor desempenho de suas empresas, busca de novos negócios e participação de eventos em suas áreas profissionais, fazendo do Estado um perfeito ambiente de negócios.

## REFERÊNCIAS

ALVES, Cíntia. Turismo Maior. **A Gazeta**, Vitória, Es, 11 de setembro de 2005.

ANDRADE, José Vicente de. **Turismo fundamentos e dimensões**. 5. ed. São Paulo: Ática, 1998

BARROS, Bianca Velozo. Entrevista realizada com a Agência Futura Viagens e Turismo em 23 de junho, 2005

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 2ª ed. São Paulo: SENAC, 1998

CUNHA, Licínio. **Economia e Política do Turismo**. 1ª ed. São Paulo: McGraw-Hill, 1997

Dados do SEBRAE disponível em <<http://www.sebraees.com.br/arquivos/Pesquisa%20Turismo%202005%20Metro pole.doc>> . Acesso em: 19 Jul. 2005

Dados do Espírito Santo Convention & Visitors Bureau. Disponível em: <<http://www.conventionbureau-es.com.br>>. Acesso em: 19 Jul. 2005

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. Futura, 1998

GOELDNER, Charles R. **Turismo princípios, práticas e filosofias**. 8. ed. São Paulo: Bookman, 2002

LEMOS, Leandro. **O Valor Turístico: Redefinindo a Economia do Turismo**. 2003. Disponível em: <<http://revistaturismo.cidadeinternet.com.br/artigos/valortur.html>> . Acesso em: 19 Jul. 2005.

LAGE, Beatriz H. Gelas & Milone, Paulo César. **Economia do Turismo**. São Paulo: Papirus, 1991

MOLETTA, Vânia Beatriz Florentino. **Turismo de Negócios**. Porto Alegre: SEBRAE/RS, 2003

MORAES, M. A. **O Arranjo Produtivo de Turismo de Negócios/eventos de Vitória/ES: Uma análise baseada em teorias recentes da inovação do setor de serviços**. Mimeo, 2005.

**Plano de Desenvolvimento do Turismo do Estado do Espírito Santo**, 2005.  
Disponível em: <[http://www.es.gov.br/download/catalogo\\_plano\\_de\\_turismo.pdf](http://www.es.gov.br/download/catalogo_plano_de_turismo.pdf)>  
Acesso em: 22 de maio, 2006

PETROCCHI, Mário. **Turismo: Planejamento e Gestão**. São Paulo: Futura, 2000

RABAHY, Wilson. **Turismo e Desenvolvimento**. 1º Ed. São Paulo: Manole, 2003

SAAB, William George Lopes. **Considerações sobre o Desenvolvimento do Setor de Turismo no Brasil**. Rio de Janeiro, BNDES Setorial, 1999

SEMINÁRIO A COMERCIALIZAÇÃO DO DESTINO ESPÍRITO SANTO, 2005,  
Vitória: Centro de Convenções de Vitória

SODRÉ, U.N. **O Melhor Mercado do Mercosul para Investidores Estrangeiros**. Disponível em:  
<http://revistaturismo.cidadeinternet.com.br/negocios/mercosul.htm> . Acesso em:  
07 de jun., 2006

TRIGO, L.G. **Turismo Básico**. 6º Ed. São Paulo: SENAC,2002.