

Andréa Miranda Nakane
Francisco de Canindé Gentil Vieira
Silvana Mello Furtado

Turismo, Hotelaria e Eventos

A Arte e a Técnica Profissional do Setor



editora
VIENA

1ª Edição
Bauru/SP
Editora Viena
2013

SUMÁRIO

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS.....	15
APRESENTAÇÃO	13
1. PRINCÍPIOS DE TURISMO.....	17
1.1. Panorama Evolutivo do Turismo no Brasil e no Mundo	19
1.2. Aspectos Históricos do Turismo no Mundo	23
1.3. Mas o que é Turismo?	25
1.4. Há Diferença entre Turista, Viajante e Excursionista?	27
1.4.1. Diferença de Alta Temporada e Baixa Temporada	28
1.5. O Sistema Turístico.....	28
1.6. Estrutura Física do Turismo	32
1.7. Meios de Hospedagem	33
1.8. Transportadoras	33
1.8.1. Transporte Aéreo	36
1.8.1.1. Outros Termos Técnicos Aéreos	39
1.8.2. Turismo Espacial.....	40
1.8.3. Turismo Hidroviário	41
1.9. Empresas Organizadoras de Eventos	43
1.10. Empresas de Serviços de Alimentação e Bebidas.....	46
1.10.1. Termos Técnicos em A&B	48
1.11. Agências de Turismo	49
1.11.1. Operadoras Turísticas x Agências de Viagem	50
1.12. Produto Turístico	51
1.13. Destinos que se Transformam com e pelo Turismo.....	58
2. SEGMENTAÇÃO DO TURISMO.....	71
2.1. Conceito de Segmentação	73
2.2. Ecoturismo e Aventura.....	75
2.2.1. Ecoturismo - Turismo Rural.....	78
2.2.2. Ecoturismo - Turismo de Aventura.....	79
2.3. Turismo de Negócios, Eventos e Incentivos.....	80
2.3.1. São Paulo: Majestoso Cenário para Mega Eventos	81
2.3.2. Viagens Corporativas	84
2.4. Turismo Cultural	85
2.4.1. Economia Criativa.....	87
2.4.2. Incursionistas: Uma Visão de Turista em Sua Própria Cidade.....	87
2.5. Turismo de Estudos e Intercâmbio Cultural.....	88
2.6. Turismo Religioso	90
2.7. Turismo de Esportes	94
2.7.1. As Estrelas Atuais da Prática Esportiva Turística	96
2.7.1.1. Náutico	96
2.7.1.2. Pesca	97
2.7.1.3. Golfe	97
2.8. Turismo Sol e Mar	98
2.8.1. As Melhores Praias	98
2.9. Turismo de Saúde	99
2.9.1. SPA um Novo Modelo de Sucesso no Turismo de Bem-Estar.....	102

3.	AGÊNCIA DE VIAGENS	107
3.1.	Panorama Evolutivo das Agências de Viagens.....	109
3.1.1.	Atual Cenário	111
3.1.2.	Relembrando	114
3.2.	Perfil Atual do Agente de Viagens	115
3.3.	Principais Tipos de Vistos	119
3.3.1.	Visto de Turista.....	119
3.3.2.	Vistos Temporários	120
3.3.3.	Trânsito	121
3.4.	Segmentação de Mercado.....	122
3.5.	Forfait.....	122
3.6.	Organograma Básico de uma Agência de Viagens e Turismo	123
3.7.	Termos Técnicos de Agenciamento.....	124
3.8.	Reservas e Emissões de Bilhetes.....	125
3.9.	Consolidadoras	126
3.10.	GSA's.....	127
3.11.	Associação Brasileira das Operadoras de Turismo	128
3.12.	Direito do Consumidor e as Agências de Viagens.....	128
4.	ÉTICA E LEGISLAÇÃO	135
4.1.	Introdução.....	137
4.2.	Ética e Moral	138
4.2.1.	Os Stakeholders	139
4.2.2.	Os 4 E's	139
4.2.3.	Código Mundial de Ética do Turismo	140
4.3.	Legislação Turística	145
4.3.1.	Lei do Turismo	148
4.3.2.	Guia de Turismo	149
4.3.3.	Agência de Turismo	151
4.3.4.	Meios de Hospedagem.....	151
4.4.	Código de Defesa do Consumidor (CDC).....	154
4.4.1.	Alguns Exemplos de Situações na Área do Turismo	155
5.	HOTELARIA	161
5.1.	Introdução.....	163
5.2.	Contextualização Histórica do Setor Hoteleiro no Brasil.....	165
5.3.	Panorama da Hotelaria no Brasil.....	166
5.3.1.	Grandes Investidores Hoteleiros do Século XX	169
5.4.	Aspectos Culturais da Hotelaria no Mundo	169
5.5.	Meios de Hospedagem.....	172
5.5.1.	Tipos de Hotéis	173
5.5.2.	Porte dos Hotéis	177
5.5.3.	Classificação Hoteleira no Brasil	178
5.6.	Classificação Hoteleira Oficial no Brasil.....	179
5.7.	Estrutura Hoteleira	182
5.7.1.	Estrutura Hoteleira com a Interação dos Departamentos	183
5.8.	Responsabilidades dos Departamentos ou Setores Hoteleiros	184
5.8.1.	Recepção	185
5.8.2.	Reservas	187
5.8.3.	Governança	188
5.9.	Alimentos e Bebidas (A&B).....	190
5.10.	Marketing e Vendas	191

5.10.1.	A Entrevista	193
5.10.2.	Informações sobre o Contato Realizado	193
5.10.3.	A Venda	193
5.10.4.	As Expectativas do Serviço Pós-Venda	194
5.10.5.	Manutenção dos Clientes.....	194
5.10.6.	Tamanho da Equipe de Vendas	194
5.11.	Compras	195
5.12.	Almoxarifado	197
5.13.	Financeiro.....	198
5.14.	Recursos Humanos (RH).....	200
5.15.	Segurança	203
5.16.	Manutenção.....	204
6.	EVENTOS: PROCEDIMENTOS ORGANIZACIONAIS	215
6.1.	Os Eventos e a Arte de Planejá-los	217
6.2.	Tipologia de Eventos	218
6.3.	Tipos de Eventos	218
6.3.1.	Reunião	218
6.3.2.	Congressos	218
6.3.3.	Encontro	219
6.3.4.	Convenção	219
6.3.5.	Conferência	220
6.3.6.	Palestra	220
6.3.7.	Ciclo de Palestras	220
6.3.8.	Seminário	221
6.3.9.	Mesa Redonda	221
6.3.10.	Simpósio	221
6.3.11.	Painel	221
6.3.12.	Fórum	222
6.3.13.	Colóquio	222
6.3.14.	Exposições	222
6.3.15.	Feiras	223
6.3.16.	Coquetel	223
6.3.17.	Café da Manhã	223
6.3.18.	Brunch	224
6.3.19.	Happy Hour.....	224
6.3.20.	Concurso.....	225
6.3.21.	Conclave	225
6.3.22.	Debate.....	225
6.3.23.	Dias Específicos	225
6.3.24.	Entrevista Coletiva	226
6.3.25.	Inauguração	226
6.3.26.	Leilão	226
6.4.	Ponto de Partida para um Bom Planejamento.....	226
6.4.1.	Como Captar um Bom Briefing.....	227
6.5.	Responsabilidades na Arte de Planejar Eventos	230
6.5.1.	Do Cliente.....	230
6.5.2.	Do Organizador de Eventos.....	231
6.6.	O Perfil do Profissional de Eventos	232
6.7.	Qualidades e Porte dos Eventos/Perfil dos Participantes de Eventos.....	232
6.7.1.	Porte dos Eventos.....	233
6.7.2.	Perfil dos Participantes	234

6.8.	Planejamento Global de Eventos.....	235
6.9.	Idealizando o Evento	236
6.10.	O Planejamento Propriamente Dito	236
6.10.1.	Data de Realização.....	236
6.10.2.	Definição do Local de um Evento	238
6.10.2.1.	Espaço Geográfico: A Definição da Cidade Sede.....	234
6.10.2.2.	Espaço Físico do Evento.....	240
6.10.3.	Local da Reunião	242
6.10.3.1.	Forma “U”	243
6.10.3.2.	Forma “V”	244
6.10.3.3.	Forma “Auditório”	244
6.10.3.4.	Forma “Quadrada”	245
6.10.3.5.	Forma “Escola”	246
6.10.3.6.	Forma “Espinha de Peixe / Escola”	247
6.11.	Organização do Temário e do Calendário de um Evento.....	247
6.11.1.	Temário	247
6.11.2.	Calendário	248
6.12.	Divulgação do Evento.....	250
6.13.	Mensagens	252
6.14.	Programação Social de Eventos	253
6.14.1.	Música	254
6.15.	Eventos de Caráter Exclusivamente Social.....	255
6.16.	A Respeito de Etiqueta.....	255
6.17.	Serviços, Equipamentos, Materiais e Recursos Humanos para Eventos.....	256
6.17.1.	Um Bom Comportamento para Evitar Erros	257
6.17.2.	Planilha para Controle dos Materiais, Serviços, Equipamentos, Recursos Humanos e Cronograma Geral	259
ANEXO I	271
ANEXO II	274
ANEXO III	278
REFERÊNCIAS	283

APRESENTAÇÃO

O Brasil possui diversos atrativos turísticos naturais, de aventura, religiosos, históricos e culturais que atraem milhares de turistas. Isso contribui para o destaque do setor no PIB (Produto Interno Bruto) do país, além de gerar um grande número de empregos para diversos tipos de profissionais.

Devido a sua grande extensão territorial e a variedade climática, o país possui as mais diversas paisagens naturais como praias, florestas e até mesmo montanhas. Entre os destaques naturais podemos citar as Cataratas do Iguaçu, Floresta da Tijuca, Cascata do Caracol, as praias do nordeste e do sul, a floresta Amazônica e sua biodiversidade, as Chapadas da Diamantina e dos Guimarães e o Pantanal.

Além dos patrimônios naturais da humanidade declarados pela UNESCO, o Brasil ainda possui os patrimônios culturais como aos centros históricos de Ouro Preto, Olinda e Salvador, as Ruínas de São Miguel das Missões no Rio Grande do Sul entre tantas outras que atraem turistas domésticos e internacionais alavancando o setor de serviços relacionado ao turismo.

Assim como qualquer outra área o turismo deve oferecer condições para que seus clientes sintam-se satisfeitos. Aos profissionais desse setor cabe então a busca constante de atualização e aperfeiçoamento do seu trabalho.

Este material se divide em seis capítulos que permitem ao leitor conhecer as inúmeras fases e partes desse segmento, que cresce naturalmente e impulsionado por diversos outros setores.

O primeiro capítulo, escrito por Andréa Nakane, aborda o panorama do turismo no Brasil e no mundo, a história e o conceito de turismo, as diferenças entre turista, viajante e excursionista. Ainda é mencionada a estrutura física e os serviços necessários para o desenvolvimento do segmento.

Baseando-se nas diretrizes do turismo nacional, o segundo capítulo, escrito por Andréa Nakane, destaca a segmentação do turismo como: ecoturismo, negócios, eventos, incentivos, cultura, esporte, sol e praia e suas características.

O terceiro capítulo, escrito por Andréa Nakane, o assunto são as agências de viagens. A autora destaca o histórico e a expansão de suas atividades. Além de um organograma básico para uma agência de viagens e turismo e alguns termos técnicos de agenciamento.

O quarto capítulo, escrito por Silvana Furtado, apresenta a legislação e a conduta ética do profissional da área, que deve ser baseada no Código Mundial de Ética do Turismo, criado pela Organização Mundial do Turismo, e na legislação do Turismo no Brasil, definida na Lei do Turismo.

No quinto capítulo, escrito por Silvana Furtado, o tema abordado é a hotelaria, sua história, organização e a contextualização histórica do setor no país. Os tipos

e as classificações dos hotéis, a estrutura hoteleira e suas divisões, o pós-venda e a manutenção do cliente também são tópicos mencionados nesse capítulo.

Os eventos e sua organização é o assunto do sexto capítulo, escrito por Francisco de Canindé Gentil Vieira. Os tipos de eventos, a definição de local, data e público-alvo, entre outros itens relevantes também são abordados. Há ainda modelos de planilhas de controle para as diversas etapas de um evento.

O material possui no final de cada capítulo exercícios sobre o tema abordado que avaliam o entendimento do conteúdo, mas que também complementam a aprendizagem.

Denise de Fátima Andrade
Jornalista-MTB: 53277

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

<i>A&B</i>	<i>Alimentos e Bebidas.</i>
<i>ABAV</i>	<i>Associação Brasileira de Agências de Viagens.</i>
<i>ABBTUR</i>	<i>Associação Brasileira de Bacharéis em Turismo.</i>
<i>ABC Spas</i>	<i>Associação Brasileira de Clínicas e Spas.</i>
<i>ABETA</i>	<i>Associação Brasileira das Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura.</i>
<i>ABGEV</i>	<i>Associação Brasileira de Gestores de Eventos e Viagens Corporativas.</i>
<i>ABGTUR</i>	<i>Associação Brasileira dos Guias de Turismo.</i>
<i>ABLA</i>	<i>Associação Brasileira de Locação de Automóveis.</i>
<i>AIDA</i>	<i>Atenção, Interesse, Desejo e Aquisição.</i>
<i>AO</i>	<i>Ações Operacionais.</i>
<i>ASTA</i>	<i>Sociedade Americana de Agentes de Viagens.</i>
<i>AVIESP</i>	<i>Agências de Viagens Independentes do Interior de São Paulo.</i>
<i>BID</i>	<i>Banco Interamericano de Desenvolvimento.</i>
<i>BNDES</i>	<i>Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social.</i>
<i>BOH</i>	<i>Boletim de Ocupação Hoteleira.</i>
<i>BRAZTOA</i>	<i>Brazilian Tour Operators Association.</i>
<i>BRICS</i>	<i>Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul.</i>
<i>Cadastur</i>	<i>Cadastro dos Prestadores de Serviços Turísticos.</i>
<i>CBG</i>	<i>Confederação Brasileira de Golfe.</i>
<i>CCCad</i>	<i>Comitê Consultivo do Cadastur.</i>
<i>CDC</i>	<i>Código de Defesa do Consumidor.</i>
<i>CIFat</i>	<i>Comitê Interministerial de Facilitação Turística.</i>
<i>CIPA</i>	<i>Comissão Interna de Prevenção de Acidentes.</i>
<i>CIT-14</i>	<i>Centro de Informações Turísticas 2014.</i>
<i>CLT</i>	<i>Consolidação das Leis do Trabalho.</i>
<i>CNH</i>	<i>Carteira Nacional de Habilitação.</i>
<i>CNPJ</i>	<i>Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica.</i>
<i>CNTur</i>	<i>Conselho Nacional de Turismo.</i>
<i>COBRAT</i>	<i>Câmara dos Operadores Brasileiros de Turismo.</i>
<i>COI</i>	<i>Comitê Olímpico Internacional</i>
<i>COMBRATUR</i>	<i>Comissão Brasileira de Turismo.</i>
<i>CTClass</i>	<i>Conselho Técnico Nacional de Classificação de Meios de Hospedagem.</i>
<i>CTPS</i>	<i>Carteira de Trabalho e Previdência Social.</i>
<i>DAC</i>	<i>Departamento de Aviação Civil.</i>
<i>DRT</i>	<i>Delegacia Regional do Trabalho.</i>
<i>EMA</i>	<i>Expedição Mata Atlântica.</i>
<i>EMBRATUR</i>	<i>Instituto Brasileiro de Turismo.</i>
<i>FAVECC</i>	<i>Fórum das Agências de Viagens Especializadas em Contas Correntes.</i>
<i>FBCVB</i>	<i>Fórum Brasileiro dos Conventions Visitors & Bureau.</i>
<i>FIFO</i>	<i>First in First Out.</i>

<i>FISET</i>	<i>Fundo de Investimento Setorial de Turismo.</i>
<i>FNRH</i>	<i>Ficha Nacional de Registro de Hóspede.</i>
<i>FUNGETUR</i>	<i>Fundo Geral do Turismo.</i>
<i>GDS's</i>	<i>Sistemas Globais de Distribuição.</i>
<i>GOP</i>	<i>Gross Operating Profit.</i>
<i>IATA</i>	<i>International Air Transport Association.</i>
<i>IBAMA</i>	<i>Instituto Brasileiro do Meio Ambiente.</i>
<i>ICCA</i>	<i>International Congress & Convention Association.</i>
<i>ICCL</i>	<i>International Council of Cruise Lines.</i>
<i>IEB</i>	<i>Instituto de Ecoturismo do Brasil.</i>
<i>Inns</i>	<i>Hotel de Pequeno Porte.</i>
<i>INSS</i>	<i>Instituto Nacional do Seguro Social.</i>
<i>IPEA</i>	<i>Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada.</i>
<i>IPHAN</i>	<i>Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional.</i>
<i>Km2</i>	<i>Quilômetro Quadrado.</i>
<i>MCO</i>	<i>Miscellaneous Charge Order.</i>
<i>MEC</i>	<i>Ministério da Educação.</i>
<i>MICT</i>	<i>Ministério da Indústria, Comércio e Turismo.</i>
<i>MMA</i>	<i>Ministério do Meio Ambiente e da Amazônia Legal.</i>
<i>MPI</i>	<i>Meeting Professionals International.</i>
<i>MTur</i>	<i>Ministério do Turismo.</i>
<i>OACI</i>	<i>Organização da Aviação Civil Internacional.</i>
<i>OE</i>	<i>Organização Estrutural.</i>
<i>OMT</i>	<i>Organização Mundial do Turismo.</i>
<i>ONU</i>	<i>Organização das Nações Unidas.</i>
<i>PAX</i>	<i>Código internacional para designar passageiros.</i>
<i>PIB</i>	<i>Produto Interno Bruto.</i>
<i>PNR</i>	<i>Passenger Nominal Record.</i>
<i>PROECOTUR</i>	<i>Programa de Desenvolvimento do Ecoturismo na Amazônia Legal.</i>
<i>PTA</i>	<i>Prepaid Ticket Advice.</i>
<i>R.S.V.P.</i>	<i>Responda por Favor.</i>
<i>RA</i>	<i>Relações Ambientais.</i>
<i>REVPAR</i>	<i>Revenue Per Available Room.</i>
<i>RH</i>	<i>Recursos Humanos.</i>
<i>ROI</i>	<i>Return On Investments (Retorno sobre Investimentos).</i>
<i>SBClass</i>	<i>Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem.</i>
<i>SBM</i>	<i>Sociedade Brasileira de Metrologia.</i>
<i>SINDETUR-SP</i>	<i>Sindicato das Empresas de Turismo do Estado de São Paulo.</i>
<i>SISTUR</i>	<i>Sistema Turístico.</i>
<i>SNRHos</i>	<i>Sistema Nacional de Registro de Hóspedes.</i>
<i>TGV</i>	<i>Train à Grande Vitesse.</i>
<i>UH</i>	<i>Unidades Habitacionais.</i>
<i>UPPs</i>	<i>Unidades de Polícia Pacificadora.</i>
<i>US\$</i>	<i>Dólar Americano.</i>
<i>VIP</i>	<i>Very Important Person.</i>
<i>WTTC</i>	<i>World Travel & Tourism Council.</i>

C A P Í T U L O

1

PRINCÍPIOS DE TURISMO

PANORAMA EVOLUTIVO DO TURISMO NO BRASIL E NO MUNDO

•
ASPECTOS HISTÓRICOS DO TURISMO NO MUNDO

•
MAS O QUE É TURISMO?

•
HÁ DIFERENÇA ENTRE TURISTA, VIAJANTE E EXCURSIONISTA?

•
O SISTEMA TURÍSTICO

•
ESTRUTURA FÍSICA DO TURISMO

•
MEIOS DE HOSPEDAGEM

•
TRANSPORTADORAS

•
EMPRESAS ORGANIZADORAS DE EVENTOS

•
EMPRESAS DE SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO E BEBIDAS

•
AGÊNCIAS DE TURISMO

•
PRODUTO TURÍSTICO

•
DESTINOS QUE SE TRANSFORMAM COM E PELO TURISMO



PRINCÍPIOS DE TURISMO

1

CAPÍTULO

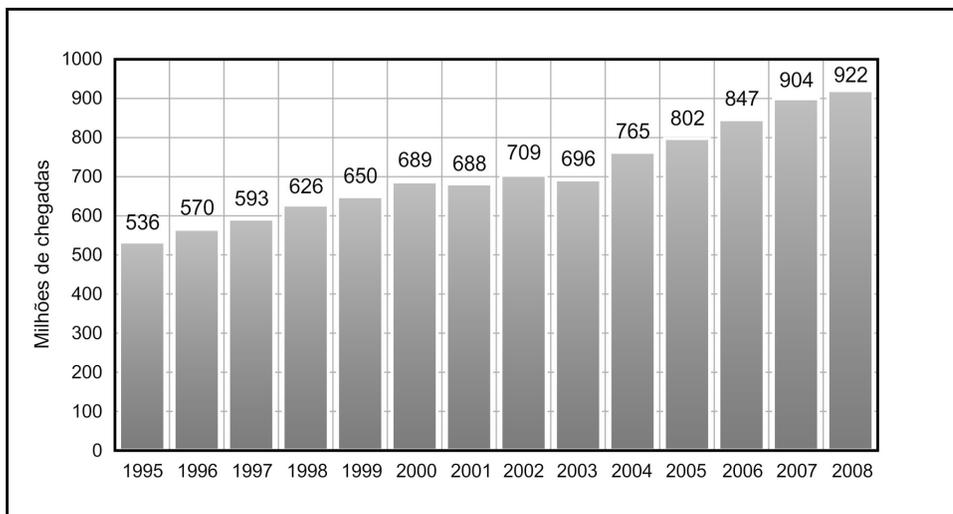
O turismo é uma atividade que proporciona experiências, valores e emoções diversificadas. E para alcançar sua plenitude deve ser orquestrado por profissionais qualificados e que dominem os princípios, técnicas e práticas que geram resultados satisfatórios e surpreendentes no universo de interesse. Nesse sentido, esse livro se propõe a apresentar uma visão multidisciplinar e abrangente dessa atividade considerada como uma das mais importantes do século XXI.

1.1. PANORAMA EVOLUTIVO DO TURISMO NO BRASIL E NO MUNDO

Com a entrada do século XXI, o turismo no Brasil consolidou-se como um dos mais importantes impulsionadores da economia da nação, gerando inúmeros postos de trabalho diretos ou indiretos, sendo que nos últimos dois anos com a entrada no mercado de ávidos consumidores provenientes da nova classe média esse número demonstrou ainda mais vigor e necessidade de mais investimentos, não só em infraestrutura adequada para o conforto e satisfação dos turistas, mas sobretudo na qualificação de excelência por parte daqueles que estão ou irão ingressar nesse segmento lucrativo e detentor de grandes perspectivas no país. Não só pelo momento atual, mas também, tendo em vista a proximidade com a realização da Copa do Mundo da Fifa™, em 2014 e dos Jogos Olímpicos, em 2016.

Em 2011, o balanço parcial do turismo no Brasil, divulgado pelo Banco Central, atingiu recordes com a vinda de 5,4 milhões de estrangeiros visitando o país, somando cerca de US\$ 6,7 bilhões em entrada de divisas, dados divulgados pela Organização Mundial do Turismo (OMT) considerada o órgão mais relevante do turismo internacional, vinculado a Organização das Nações Unidas, sendo conceituado como um fórum para questões turísticas e fonte fidedigna de diagnósticos e pesquisas sobre o tema.

Essa relevância do Turismo não acontece somente no país, na esfera mundial, os patamares de crescimento desse segmento também dão indícios de seu poder econômico e social, mesmo em momentos oriundos da crise global. Esses fatos podem ser comprovados com os números divulgados pela OMT. Há projeções da própria entidade que o setor movimentará, anualmente, US\$ 3,5 trilhões, equivalentes a 10% do PIB mundial.



Juliana Rodrigues da Costa
Fonte: Organização Mundial do Turismo - OMT

Gráfico 1: Comportamento do Fluxo Turístico Internacional - 1995-2008.

O gráfico acima apresenta um panorama das viagens internacionais, com crescimento anual em 2008 de 4,2%, gerando uma movimentação de renda de US\$ 5 trilhões conforme dados divulgados pelo World Travel & Tourism Council (WTTC).

Ainda segundo a OMT, o turismo em regiões que foram atingidas plenamente pela crise mundial, tiveram em 2011 números bastante otimistas, como o caso da Grécia, que nos primeiros meses do ano passado, chegou a crescer 13,9% na comparação com o mesmo período em 2010. A própria Espanha, um dos Top Five do Turismo mundial, cresceu cerca de 7,8% no ano de 2011. A OMT declarou que somente na Europa em geral, o aumento do número de turistas em 2011 é de 6%. Porém um dado de grande significância para o Brasil foi que a região em que o turismo mais cresceu no período foi na América do Sul, registrando um aumento de 13,2% se comparado ao ano de 2010.

Apesar da recuperação do setor em 2011, com elevação de 4,4% no número de viagens, o ritmo em 2012 deve ter uma pequena desaceleração em função de um contexto econômico menos ativo, segundo projeções da OMT, prevendo um aumento entre 3% e 4%.

Nos últimos dois anos, em função principalmente da crise econômica mundial, ocorreu uma maior pulverização dos destinos visitados e os países que integram o BRICS (Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul) obtiveram performances de destaque, sobretudo a China que em 2010, segundo estudo elaborado pelo Fórum Econômico Mundial, divulgado em março de 2011, alcançou a terceira posição no ranking mundial de competitividade, com 55,98 milhões de turistas ultrapassando a Espanha, que contabilizou 53 milhões de turistas. Por sua vez, a França, que lidera o ranking, recebeu 78,95 milhões de visitantes estrangeiros, isto é, mais 2,8% em

relação a 2009. No segundo lugar, os EUA acolheram 60,88 milhões, um aumento de 10,9%.

Há estudos que já anunciam a China como futura primeira potência turística, no lugar da França, para muito breve.



Manoel R. P. de Bem

X



©Stockphoto.com/traffic_analyzer

O Brasil apesar de ser considerado o primeiro destino em riquezas naturais, ainda encontra-se na 52º da classificação geral como os destinos mais competitivos do mundo, em um grupo de 139 países analisados, demonstrando que há muito trabalho pela frente, já que potenciais não faltam ao país para tornar-se um dos principais destinos mundiais.

Nesse estudo, o Brasil obteve as piores avaliações em critérios, como a ausência de trabalhadores qualificados, a infraestrutura dos transportes e as regras para o estabelecimento de negócios no setor. Por exemplo, o Brasil é considerado um dos países onde se leva mais tempo para abrir uma empresa. O peso do crime e da violência também desfavorece o país. Esses problemas precisam de atenção prioritária para que possamos galgar posições de maior relevância internacional.

No momento contemporâneo de crise econômica, principalmente no continente europeu, sobretudo em países, como Grécia, Espanha, Portugal, Itália e França, além da América do Norte, com ênfase nos Estados Unidos, o turismo tem sido considerado como um elemento que está contribuindo para atenuar os efeitos perversos da crise, já que o consumo dos visitantes estrangeiros estão compensando a falta de demanda interna, demonstrando claramente, que o setor funciona como uma atividade de exportação, permitindo a entrada rápida de divisas e coopera para minimizar os déficits da balança de pagamentos. Na economia europeia, por exemplo, o turismo tem peso crucial, tendo países que chegam a atingir com esse setor mais de 15% do PIB, como é o caso da Grécia. Nessas nações, o turismo é encarado como um assunto estratégico.

Curiosidade: A OMT foi fundada em 1974 e tem sua sede em Madri, Espanha. Conta atualmente com mais de 155 países participantes. Atua como uma agência especializada da ONU desde 2003. Visite o site www.world-tourism.org.

DICA BACANA DE PESQUISA

Portal oficial do Ministério do Turismo. Apresenta informações sobre a indústria do turismo no Brasil: indicadores econômicos, marco legal, políticas públicas, parcerias instituições e ações em andamento. Também apresenta os produtos e destinos turísticos do país para os brasileiros. www.turismo.gov.br

Outro site interessante é o da EMBRATUR (Instituto Brasileiro de Turismo) que representa uma autarquia especial do Ministério do Turismo responsável pela execução da Política Nacional de Turismo no que diz respeito a promoção, marketing e apoio à comercialização dos destinos, serviços e produtos turísticos brasileiros no mercado internacional. www.embratur.gov.br



Apesar de toda essa relevância e priorização atual do setor, a atividade turística tem raízes profundas que acompanharam a própria evolução da humanidade em diversos momentos históricos. Porém como área temática e organizada de estudos, pesquisas e ensaios a mesma é considerada relativamente bem recente. Podemos datar a década de 70, como o marco introdutório do setor no meio acadêmico mundial, sendo o Brasil antes de todos os demais a introduzir o primeiro curso superior de Turismo.

CURIOSIDADES

No ano de 1971, em São Paulo, fruto de um visionário empresário do ramo da educação, Dr. Gabriel Mário Rodrigues, surgiu o primeiro curso superior de Turismo do mundo, tendo seu projeto pedagógico desenvolvido pelo espanhol Domingo Hernandez Peña, que residia no Brasil desde meados da década de 60 e era um atuante profissional do trade turístico. A Faculdade de Turismo do Morumbi, tendo como instituição mantenedora a Organização Bandeirante de Tecnologia e Cultura, logo em seu primeiro ano, atraiu um perfil de discentes bastante peculiar: alguns até mesmo com titulação de bacharelado, que enxergavam no curso uma forma de expansão de bagagem cultural e até mesmo

uma nova oportunidade de explorar um mercado que no Brasil começava a se estruturar de forma não amadora.

O curso em 2011 completou 40 anos e continua sendo a principal referência nacional da área acadêmica, tendo já formado mais de uma dezena de milhares bacharéis em turismo, que ingressaram na cadeia turística e colaboram com a excelência no setor.

Dica Bacana de Leitura: Se não foi a primeira, não foi a segunda: o desafio de implantar a Faculdade de Turismo do Morumbi no início dos anos 70. Autor: Gabriel Mário Rodrigues. Editora Anhembi Morumbi. São Paulo, 2005.

1.2. ASPECTOS HISTÓRICOS DO TURISMO NO MUNDO

Para uma maior clareza sobre a atividade de turismo, torna-se vital conhecer alguns aspectos sobre sua historicidade, com o intuito de preparar a compreensão conceitual do setor.



Como não há uma convergência de autores que pontuem qual foi o primeiro marco na linha cronológica do turismo, por questões de maior idade temporal, considera-se como objeto sinalizador desse panorama, os registros nas cavernas que indicam que os povos primitivos deslocavam-se para as regiões litorâneas, demonstrando os patamares básicos da atividade datando de 10.000 anos A.C.

Já como a atividade econômica, a sinalização ganha o século VII A.C, com a realização dos jogos olímpicos da antiguidade, na Grécia antiga, na cidade de Olímpia, para o qual grupos das mais distantes regiões do território grego se deslocavam no intuito de acompanhar o acontecimento.

Com a supremacia dos Romanos, a valorização cultural foi estimulada, orientando diversos deslocamentos para apreciação de espetáculos culturais, lutas ou mesmo para usufruir de regiões termiais.

Após a queda do Império Romano, o turismo permaneceu adormecido, já que os conflitos entre os povos criaram inúmeras hostilidades e depreciaram diversas estradas utilizadas para os deslocamentos, retomando com sua força total em meados da Idade Média, principalmente em função do teor religioso, com as peregrinações, sobretudo a Jerusalém e a Meca.

Com a chegada da Idade Moderna, a retomada pelo olhar das artes, impôs novo ritmo de deslocamentos, no intuito de conhecer novas culturas, técnicas, gerando assim um novo conceito educacional, nos quais as viagens eram portadoras de grandes oportunidades e crescimento individual. Inclusive na segunda metade do século XVIII, iniciou-se uma tradição nas famílias de aristocratas ingleses, cujos filhos foram incentivados a usufruir de uma viagem, batizada de Grand Tour, com duração de aproximadamente 3 anos pelo continente europeu visando o aprimoramento da educação até então recebida.

Desta tradição nasceu o termo *touriste* criado por Stendhal, definindo as pessoas que faziam esse tour. O termo acabou se proliferando e atingindo todos que se deslocavam, independente da sua motivação.

Nesse mesmo período com o aumento das viagens comerciais e exploratórias marítimas, novas formas de hospedagem começaram a surgir para atender a demanda da ocasião.

Já com a revolução industrial, o impulso tecnológico também atingiu os veículos de transporte facilitando ainda mais os deslocamentos mais longos, não só com o cunho de lazer, de entretenimento, com a conquista pelos trabalhadores de um tempo livre maior, mas sobretudo na busca por mais mercados para o escoamento da produção.

Há um momento uníssono entre os estudiosos do turismo: trata-se da viagem organizada por Thomas Cook, em 1841, considerada a primeira viagem coletiva internacional, com a utilização de um trem como meio de transporte fretado especialmente para a ocasião.

Apesar das décadas de 50 e 60 marcarem no Brasil a criação dos principais organismos de turismo do país, como o Sindicato das Empresas de Turismo do Estado de São Paulo (SINDETUR) em 1951, a Associação Brasileira das Agências de Viagens (ABAV) em 1953 e a Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR) em 1966, notadamente, o turismo encontra seu momento de maior valorização e crescimento, a partir da década de 70, época em que o turismo de massa, ou seja, em grandes grupos começa a despontar em terras tupiniquins. O próprio regime militar da época proveu uma série de investimentos para estimular o setor, no intuito de desviar atenções e interesses da população. Porém o mais importante momento ocorreu no início da década de 90 com a abertura da economia brasileira e posteriormente a própria estabilização da moeda local.

Em 2003 a criação do Ministério do Turismo atende ao pleito do mercado, elevando o setor ao patamar de maior credibilidade e foco estratégico.

MOMENTO DE ADMIRAÇÃO E INSPIRAÇÃO

Thomas Cooker (1808-1892) é considerado o pioneiro na atuação como agente de viagem, tendo como ponto de partida o fretamento, em 1841, de um trem para transportar cerca de 570 pessoas no trajeto correspondente a 11 milhas entre as cidades de Leicester e Loughborough, na Inglaterra, para que o grupo participasse de um congresso contra o Álcool, promovido por uma entidade chamada Harborough Temperance Society. Como integrante da entidade e comerciante das publicações editadas pela mesma, Thomas Cooker era hábil negociador e conseguiu uma tarifa muito especial pela passagem junto a Midland Railway Company. Com o sucesso obtido nessa ação, ele começou a repetir sua atuação, até que em 1851 fundou a Thomas Cook & Son em Leicester, abrindo uma filial, em 1865 na capital Londres. Entre outras contribuições para o setor, destaca-se também, o lançamento do Handbook of the trip, um completo itinerário descritivo da viagem para uso dos viajantes, o cupom de hotel, que mais tarde seria batizado de voucher e o circular note, uma espécie de traveller check (meio de pagamento), representado como um documento oficial que substituiu o dinheiro em espécie, podendo ser trocado em moeda local em bancos especializados, casas de câmbio, mas também aceitos em meios de hospedagens, restaurantes e estabelecimentos comerciais.

Outro fato muito marcante, foi a complexa operação que ele organizou em 1851 para levar 165 mil excursionistas de Yorkshire à Primeira Grande Exposição Universal, a Feira Industrial do Hyde Park em Londres, incluindo não só o transporte, mas também alojamentos. Em 1872, Thomas Cooker também promoveu uma, até então inédita, volta ao mundo, com duração de 222 dias para um pequeno grupo de 9 pessoas.

Em 1892, data de seu falecimento, o grupo empresarial liderado pelo visionário empreendedor já contava com 84 escritórios e 85 agências distribuídas por todo o mundo. Atualmente, a empresa tem operações sólidas, alcançando mais de 170 anos de história e excelência de serviços. É o segundo maior conglomerado turístico britânico, com cerca de 19.000 colaboradores e mais de 800 lojas. Foi um dos parceiros oficiais dos jogos olímpicos de 2012.

1.3. MAS O QUE É TURISMO?

Segundo a OMT, turismo é o: “Movimento de pessoas a lugar diverso do qual habite por tempo inferior a 364 dias, desde que esta não realize atividades econômicas”. Soma-se posteriormente a esta definição “...tanto o deslocamento e as atividades realizadas pelas pessoas durante suas viagens e estadas, bem como, as relações que surgem entre eles, em lugares distintos de seu ambiente natural”.

Para a EMBRATUR: “É uma atividade econômica representada pelo conjunto de transações compra e venda de serviços turísticos efetuadas entre os agentes econômicos do turismo.”

Como agentes econômicos do turismo entende-se os turistas, os excursionistas, as empresas turísticas e os estabelecimentos turísticos.

Portanto turismo é o movimento de pessoas, considerado um fenômeno social, econômico e cultural que aglutina pessoas. É uma vertente das ciências sociais e não das ciências econômicas, apesar de atualmente esta última ter grande correlação com a sustentabilidade financeira de uma localidade, o turismo transcende as esferas das meras relações comerciais, pois tem como sua principal essência o ser humano, seu bem-estar e suas trocas culturais.



©iStockphoto.com/kathykonkle

Àqueles que optam por uma formação específica, técnica ou superior, apresentam maior qualidade na realização de suas tarefas, pois assimilaram expertise teórico, sendo este um grande facilitador para o ingresso no mercado e o para o próprio desempenho profissional.

O termo “turismólogo” foi criado pela Associação Brasileira de Bacharéis em Turismo (ABBTUR) e o projeto que regulamenta a profissão após idas e vindas pelo Congresso e Senado, finalmente recebeu o aval para sua oficialização em dezembro de 2011, e no dia 18 de janeiro de 2012, a presidente da república sancionou o projeto lei 290, tornando a lei nº 12.591, que reconhece a profissão de turismólogo, porém não a regulamentação. Essa será uma nova conquista para o futuro, para que a profissão efetivamente torne-se legítima do ponto de vista trabalhista, já que a atuação desse profissional há muito já é reconhecida pelo mercado turístico, ocupando cargos de gerência, diretoria, coordenação, supervisão, planejamento, consultoria e docência técnica e superior. No mesmo dia que se comemora o Dia Mundial do Turismo, 27 de setembro, no Brasil comemora-se o Dia do Bacharel em Turismo, instituído por intermédio da Lei nº 10457, de 14/05/2002. Verifique o Anexo I.

1.4. HÁ DIFERENÇA ENTRE TURISTA, VIAJANTE E EXCURSIONISTA?

Muitas pessoas confundem as designações acima citadas, muitos acreditam que sejam sinônimas, porém para quem trabalha no setor é importante absorver suas peculiaridades e ter a ciência de suas distinções, segundo a ONU.

- » **Visitante:** É toda a pessoa que se desloca temporariamente para fora da sua residência habitual, quer seja no seu próprio país ou no estrangeiro, por uma razão que não seja a de exercer uma atividade remunerada. Dessa definição, há dois desdobramentos:
 - » **Turista:** É todo o visitante temporário que permanece no local visitado mais de 24 horas. Os motivos da viagem podem ser agrupados em: lazer e negócios, razões familiares, missões, reuniões, entre outros.
 - » **Excursionista:** É todo o visitante temporário que permanece fora da sua residência habitual menos de 24 horas.

Os turistas, então, são conceituados como um grupo heterogêneo, com bagagens experienciais, personalidades e demografias distintas, sendo divididos entre **turistas domésticos** (àqueles que viajam dentro de seu próprio país) e **turistas internacionais** (àqueles que viajam para fora do seus país de residência).

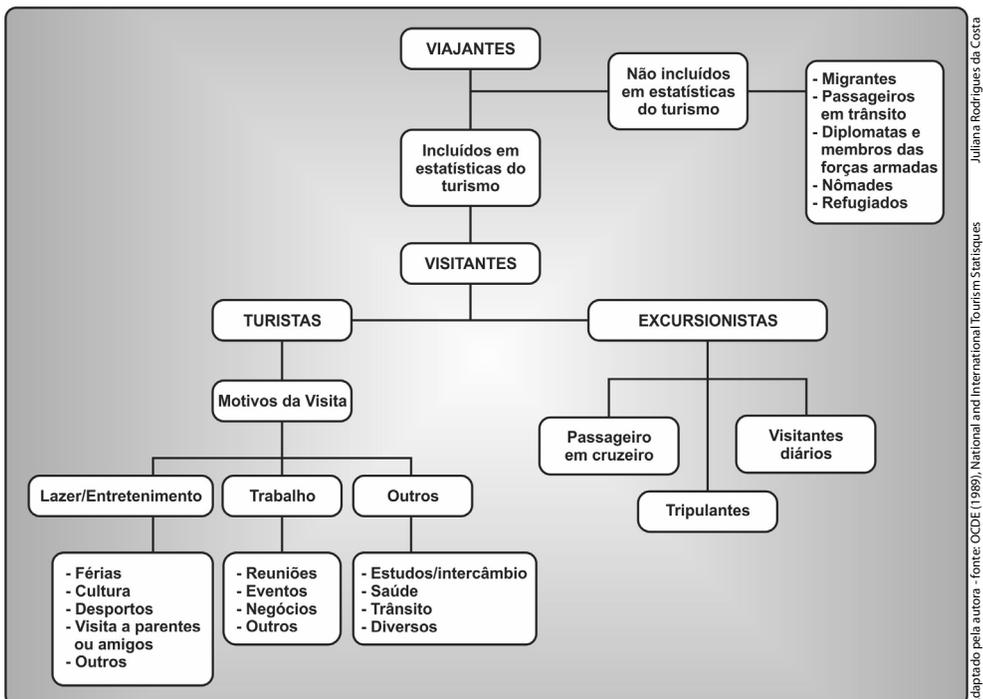


Gráfico 2: Viajantes, Turistas e Excursionistas.

Você Sabia: No Brasil o turismo doméstico é muito explorado, principalmente nas épocas de crises e dólar com valor alto, quando fica bem mais caro viajar para o exterior. Apesar dos investimentos progressivos em campanhas no exterior com a finalidade de atrair estrangeiros para o Brasil os que mais movimentam o turismo no país são os próprios turistas locais, sendo responsáveis por redistribuir a riqueza, já que há uma concentração maior nas regiões sul e sudeste.

O turismo também pode ser dividido em duas categorias conforme o deslocamento do viajante, essas categorias são: receptivo e emissivo.

No **turismo receptivo** (inbound tourism), o país/localidade de destino de uma viagem oferece infraestrutura, bens e serviços capazes de atender a todas as necessidades do turista que visita o local.

Já o **turismo emissivo** (outbound tourism) é aquele gerado pela viagem de pessoas residentes em um país para outro país ou localidade.

1.4.1. DIFERENÇA DE ALTA TEMPORADA E BAIXA TEMPORADA

Considera-se como alta temporada o período do ano no qual os destinos turísticos recebem um maior fluxo de visitantes, geralmente ocorrendo simultaneamente as férias escolares e profissionais. Os períodos que compreendem feriados, sobretudo, os prolongados, com emendas, também se incluem nessa denominação.

Também está relacionada com o auge de uma estação climática que possibilite maiores oportunidades de vivência de atividades de lazer e desportivas, em lugares agradáveis, geralmente em pontos de grande beleza natural.

Já a baixa estação corresponde exatamente a períodos em que a procura dos visitantes é menor, oferecendo inúmeras vantagens para àqueles que podem agendar-se para usufruir a localidade exatamente na contra-mão da grande maioria.

Uma dessas vantagens está relacionada com um custo menor do valor total da viagem, além da própria economia de tempo, que elimina filas gigantescas e em alguns casos, até mesmo precariedade dos serviços.

1.5. O SISTEMA TURÍSTICO

Compreende-se como sistema turístico a estrutura que regulamenta e oferece o aval para a execução das diversas operações que compõem o turismo. Reúne elementos que devem interagir entre si para a equalização da entrega do produto ou serviço turístico adquirido, sendo vital que todos tenham consciência de suas interfaces, já que não há um único agente isolado ou independente. No turismo o trabalho em equipe é condição obrigatória para um resultado satisfatório.