



Sensacional!

CLIPPING

PRINCIPAIS NOTÍCIAS

FEVEREIRO E MARÇO DE 2009

ASCOM / EMBRATUR

Informe Econômico



ESTELA
BENETTI

(48) 3216-3557
ebenetti@diario.com.br



Importação da Portobello

O Porto de São Francisco recebeu, esta semana, uma prensa hidráulica importada da Itália pela indústria cerâmica Portobello, de Tijucas, SC. O equipamento (foto), que é para a produção de porcelanato, pesa 157,6 toneladas e custou cerca de US\$ 2 milhões. Hoje, o porcelanato responde por 32% da produção da empresa. Com a nova máquina, a produção aumentará de 270 mil metros quadrados para 340 mil metros por mês.

com R\$ 2,017 bilhões, 11,5% mais do que o R\$ 1,8 bilhão do ano anterior.

A empresa cresceu com o bom desempenho do setor automotivo e não teve perdas com derivativos cambiais.

Ecobags

Quem acaba de lançar ecobag com estilo é a Revistaria da Cidade, do Shopping Iguatemi. Esta é a terceira coleção da sacola retornável da empresa e é ilustrada com as estampas *pin ups* (foto). Segundo pesquisas, os brasileiros consomem, em média, 60 unidades de embalagens plásticas/mês. Pelo que se percebe, poucos estão adotando as ecobags para as compras diárias.



seu figurino peças da coleção inverno da grife catarinense Marrocana, especializada em camisas femininas (foto).

Equipe de figurinistas da Globo já selecionou as peças. A empresária Jana Bergamin e a estilista Katiúscia Jaroski estão animadas com essa nova projeção da marca.



mais do que no ano anterior, quando obteve R\$ 4,6 bilhões. O lucro líquido na América do Sul alcançou R\$ 662,8 milhões, 24,5% superior ao de 2007.

◆ MODA – A coleção inverno da marca de calçados Via Uno foi lançada em Florianópolis esta semana, pela Link Sobrões e Eventos, na loja da franquia no Floripa Shopping. Botas de canos altos e saltos baixos, sapatos plataforma, mocassins e outros itens se destacam na coleção.

Turismo GLBT

A Embratur está dando atenção especial a grupo de jornalistas norte-americanos especializados em publicações para o turismo GLBT que visita Florianópolis nestes dias. Eles participam do Simpósio IGTA & Fórum Internacional de Turismo GLBT, que acontece até domingo na cidade.

A Florianópolis apresentada aos jornalistas inclui cenários da Mata Atlântica intocada, praias paradisíacas, gastronomia e história açorianas, além do ambiente *gay friendly*.

diario.com.br

Leia o blog da Estela Benetti em
www.diario.com.br



PELÉ É HOMENAGEADO GUILLERMO, JANINE E CARLOS

Convidado pelo Fórum Panrotas – Tendências do Turismo 2009 para falar sobre sua longa trajetória no futebol, evento que reuniu no Centro Fecomercio de Eventos, em São Paulo, lideranças do governo e da indústria do turismo, **Edson Arantes do Nascimento** (68), o eterno craque **Pelé**, foi homenageado por contribuir para divulgar a imagem do Brasil no mundo. "Receber esta homenagem é uma honra para mim. Por meio de meu futebol pude ajudar o Brasil a ser reconhecido lá fora", disse o rei, ao lado do presidente da Panrotas, **Guillermo Alcorta** (70); da presidente da Embratur, Empresa Brasileira de Turismo, **Janine Pires** (42); e do presidente da Abav, Associação Brasileira dos Agentes de Viagens, **Carlos Alberto Amorim** (56), que entregaram o troféu em forma de globo terrestre.



PAULA E FERNANDA NOVO VISUAL DAS ATRIZES

No elenco de *Reis e Ratos*, novo filme do diretor **Mauro Lima** (41), **Paula Burlamaqui** (42) radicalizou no look para viver uma mulher moderna dos anos 1960. A atriz cortou os cabelos curtíssimos com o hair stylist **Tiago Parente** (31), no salão Fashion Clinic, em Ipanema, Rio. "A personagem dela é revolucionária, então me baseei na **Twiggy**, a top model icone daquela época", explica Tiago, também responsável pelo novo visual da atriz **Fernanda de Freitas** (29). Após viver uma advogada em *Negocio da China*, ela também quis mudar e optou por um chanel replicado (abaixo).



REESE WITHERSPOON E GYLLENHAAL COMPRAS EM CLIMA DE ROMANCE NA FRANÇA

Em Paris para divulgar o seu novo trabalho, *Monsters vs. Aliens*, no qual dubia a heroína da animação, **Reese Witherspoon** (33) levou o namorado, o ator **Jake Gyllenhaal** (28) a tiracolo e curtiu os momentos de folga ao lado do amado, passeando e fazendo compras na capital francesa.



Como enfrentar a crise?

Esta é a pergunta que todos – especialistas, agentes de mercado, economistas – buscam responder durante a ITB, em Berlim, de onde escrevo para os leitores do Jornal FAVROTAS.

Um dos estudos divulgados durante a feira, pelo World Travel Monitor, buscou detectar tendências de comportamento dos turistas internacionais, e, assim, identificar formas de minimizar os efeitos da crise mundial no setor. São essas informações que gostaria de dividir com vocês.

Como em outros estudos, se confirma a constatação de que 2008 ainda terminou com resultados positivos, apesar da mudança de comportamento já no último semestre do ano. Até julho, o crescimento das chegadas internacionais foi de 5%; mas a partir daí iniciou-se o processo de queda (que resultou em -2% no segundo semestre).

De diversos continentes, se comportaram de forma bastante diversa. Enquanto a Europa caiu 2%, por exemplo, as Américas registraram crescimento de 4%.

Segundo o World Travel Monitor, os sete maiores mercados emissores foram Alemanha, Reino Unido, França, Holanda, Itália, Rússia e Espanha. Mas é importante notar que seis mercados foram responsáveis por 75% do crescimento (que foi de 2%, na média mundial). Foram eles, pela ordem: Rússia, Holanda, Polónia, Reino Unido, Irlanda e Grécia.

Em relação aos meios de transporte, as viagens de navio lideraram, com 7% de crescimento – seguidas pelas viagens de trem (6%), de carro (5%) de avião (1%) e de ônibus (1%). As viagens terrestres já ganharam importância em 2008, portanto, e esta tendência deve permanecer em 2009. No caso do avião, o custo foi relevante: as viagens com tarifas promocionais cresceram 4% no ano, enquanto as realizadas com tarifas tradicionais sofreram retração de 3%.

Em 2008, a internet também ganhou muita força – tanto como fonte de informações como meio de reserva.

Além do comportamento do mercado em 2008, a pesquisa buscou detectar tendências para os próximos anos, com entrevistas realizadas em 58 países, com 500 mil pessoas. Alguns pontos importantes sobre os quais vale a pena discutir:

■ As viagens ainda são prioridade para os consumidores, com renda superior a 20 mil euros/ano. Abaixo dessa faixa, a tendência é de queda, principalmente nos mercados emergentes.

■ Na Europa, que concentra os maiores emissores de turistas internacionais do mundo, quatro em cada dez pesquisados afirmaram que vão mudar o comportamento de viagem, buscando outros destinos, gastando menos ou optando por viagens domésticas.

A variação da porcentagem é grande, dependendo do país – vai de 19% em alguns, e chega a 64% em outros. Ou seja, não se

pode afirmar que existe uma tendência única entre os europeus, pois o comportamento varia de mercado para mercado. Com base na pesquisa, o World Travel Monitor aponta, como tendências para 2009:

- Menos impacto nas viagens domésticas.
 - Pequeno impacto em viagens para destinos vizinhos.
 - Grande impacto em viagens de longa distância.
 - Crise deve afetar as viagens corporativas, o city tourism e as viagens aéreas.
 - Devem crescer: viagens domésticas, usuários de internet e encontros virtuais ou por videoconferências.
- O mais importante, a meu ver, foram as conclusões, que buscam apontar caminhos para minimizar o impacto da crise no setor. O que tem sido feito já por uma parte do mercado e foi apontado como possíveis saídas para sobreviver aos anos difíceis?

Primeira, reduzir custos. É o que já estamos observando em boa parte do mercado.

Segundo, lançar ofertas mundiais de redução de preços. Também já adotado por alguns mercados, como Estados Unidos e México.

Terceiro, comunicar com eficiência as atrações e vantagens que o destino tem a oferecer.

Quarto, cooperação público/privada em ações promocionais e de mídia.

Quinto, intensificar as vendas e o marketing on-line. O que o Brasil pode aprender com esses números e tendências que começam a se desenharem? O que estamos fazendo para enfrentar 2009 e as turbulências que, após uma ótima temporada de verão, começam a atingir o país?

Da parte do Poder Público, estamos intensificando a promoção nos vizinhos da América do Sul e buscando garantir o aquecimento do mercado doméstico com as campanhas que vêm sendo feitas pelo Ministério do Turismo. A Embratur já está também implementando um plano de reforço para internet como meio de promoção e comunicação dos destinos brasileiros para o mundo.

Até onde estamos dispostos a ir? Como vamos enfrentar a ofensiva de alguns destinos que vêm baixando preços – e conseguindo, assim, até mesmo anular a vantagem que a diferença cambial vem trazendo para o Brasil? O que já estamos dispostos a estreitar as parcerias entre o setor público e a iniciativa privada para reforçar a nossa promoção no Exterior e dar impulso à força de venda nos mercados?

Essas perguntas estão na mesa, e o Fórum FAVROTAS pode ser um ótimo momento para encontrarmos, juntos, algumas respostas.

Lonely Planet
Brasil
El país de la diversidad
de las culturas, idiomas y paisajes

BRASIL: O PAÍS DA DIVERSIDADE

A Lonely Planet Magazine editou sua edição de fevereiro do Brasil. São 130 páginas que mostram desde paisagens ao longo, tribos indígenas e florestas até Rio de Janeiro, Salvador e Brasília.

Segundo a mesma linha dos guias de editores, a Lonely Planet Magazine vive o desafio que nunca fugiu ao tradicional para experimentar os diversos sabores, cheiros e sons das terras visitadas. E mostra os olhos dos leitores, mostrando ao País que até dentro de tradições podem descobrir-se.

dados da semana

DE ACORDO COM a Conta Satélite do Turismo, divulgada semana passada pelo World Travel and Tourism Council, o setor empregará, em 2009, 220 milhões de pessoas em todo o mundo.

NO BRASIL, este número é de 5,5 milhões de empregos – isto quer dizer que um em cada 17 empregos em 2009 será no setor de turismo.

9,6% DO Produto Interno Bruto Mundial de 2008 foi gerado pelas atividades econômicas ligadas ao turismo. A expectativa é que este número seja de 9,4% em 2009.

O ESTUDO, elaborado pela Oxford Economics, pesquisou 181 países, entre eles o Brasil, que ficou em 13º lugar no ranking global das maiores economias de turismo do mundo em 2009.

E-mails para a coluna: conversando@embratur.gov.br

Empresas Serviços

Perdas das companhias devem atingir US\$ 4,7 bi

Aviação

Kevin Dore
Financial Times

As perdas das companhias aéreas este ano deverão ser quase o dobro dos níveis previstos em dezembro, uma vez que elas estão sendo afetadas pela grande queda nas vendas das passagens e por uma queda recorde no transporte de carga.

"A situação do setor aeronáutico é hoje muito ruim. A demanda vem se deteriorando muito mais rapidamente com a recessão econômica do que foi antecipado poucos meses atrás", disse ontem Giovanni Bognami, diretor-geral da Iata, associação que defende os interesses das companhias aéreas.

O alívio proporcionado pela queda dos preços dos combustíveis foi "obscurecido" pela queda da demanda e das receitas, disse ele. "O setor está na UTL".

Os prejuízos devem chegar a US\$ 4,7 bilhões este ano, contra a previsão de US\$ 2,5 bilhões feita em dezembro, já que as condi-

ções econômicas estão se deteriorando rapidamente.

A Iata também alterou sua estimativa de prejuízos para o setor no ano passado de US\$ 3 bilhões para US\$ 8,5 bilhões, uma vez que as companhias foram atingidas por uma queda súbita na demanda pelas literais passagens de primeira classe, em que as empresas obtêm grande parte de seus lucros, e no transporte de carga.

O número dos passageiros "premium" transportados caiu quase 17% em janeiro, sobre o mesmo período do ano passado, enquanto no transporte de carga houve uma queda de 23%. Neste ano, o número de passageiros transportados deverá cair 5,7%, com a demanda por transporte de carga recuando 13%.

As companhias aéreas estão enfrentando em 2009 uma das maiores quedas nas receitas. A projeção é que faturem 12% menos neste ano, somando US\$ 467 bilhões, um recuo de US\$ 62 bilhões ante 2008. Para se ter uma idéia, as receitas do setor caíram 96,7% nos dois anos após os atentados ter-

ritas nos Estados Unidos de 11 de setembro de 2001.

Bisignani disse que a continuidade das perdas do setor, combinada com a dívida total das companhias, de US\$ 170 bilhões, significa que as pressões sobre seus balanços têm sido "extremas".

Os consumidores estão se beneficiando da queda da demanda, já que as companhias estão sendo forçadas a reduzir os preços das passagens para tentar estimular o tráfego e obter caixa. A Iata diz que os "yields" — valor que cada passageiro paga por quilômetro percorrido — devem cair 4,3% este ano.

O setor está escolhendo em resposta à queda da demanda, com a capacidade devendo recuar 6% este ano, mas as medidas de corte de

voos e o recolhimento de aeronaves ainda não estão acompanhando a queda da demanda.

A Iata disse que os Estados Unidos são a única região em que as companhias aéreas estão conseguindo reduzir a capacidade de acordo com a demanda e a previsão é de que elas deverão transformar os grandes prejuízos de 2008 em pequenos lucros em 2009. No entanto, em todas as outras regiões as empresas sofrem perdas significativas por causa da recessão, com as companhias aéreas da região do Pacífico-Atlântico sendo as mais duramente atingidas — com uma previsão de prejuízos de US\$ 1,7 bilhão.

Bisignani disse que a fraca confiança dos consumidores e da em-

presas deverá manter baixos os investimentos e a demanda por transporte aéreo. "As perspectivas para as companhias aéreas vão depender da recuperação econômica. Há poucos indícios de que a recessão vai acabar logo. O ano de 2009 será muito ruim. Embora as perspectivas possam melhorar no fim do ano, esperar uma recuperação significativa em 2010 exigiria mais otimismo do que realizo".

A recessão está forçando as companhias aéreas a adiar, ou mesmo cancelar, as encomendas de aviões. Com isso, a Iata afirma que os fabricantes de jatos comerciais Airbus e Boeing vão sofrer uma grande queda na produção, com as entregas devendo cair cerca de 30% até 2011.

Curtas

Gastos internacionais

Os turistas estrangeiros garantiram no Brasil US\$ 430 milhões em fevereiro, o que representa uma queda de 13% em relação ao mesmo período de 2008. Já os gastos de brasileiros em viagens internacionais tiveram queda de 32,15%, segundo dados do Banco Central (BC), divulgados pela Embratur.

Itálica e Avimed

A Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS) define até a próxima semana se a operadora Itálica Saúde possui condições técnicas-financeiras para adquirir a carteira de 215 mil beneficiários da Avimed, que está sob intervenção da ANS. A Itálica tem 35,6 mil clientes e recebeu nota baixa na última avaliação da agência.

FREELANDER 2
SOFISTICAÇÃO EM CADA DETALHE.





TURINOTAS

**MTUR PROMOVE VISITA TÉCNICA PARA DISCUTIR
INVESTIMENTOS TURÍSTICOS EM SÃO CARLOS**

Com o objetivo de apresentar e debater com investidores e empresários a potencialidade de São Carlos para receber novos investimentos turísticos, o Ministério do Turismo realizou visita técnica ao município no dia 19 de março.

Durante a visita, o diretor do Departamento de Financiamento e Promoção de Investimentos no Turismo do MTur, Hermanno Carvalho, se reuniu com representantes do FOHB (Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil) e das redes Atlântica Hotels International e Accor Hospitality – potenciais investidores. No encontro foram discutidas as políticas do Governo Federal para atração de investimentos e apoio à implantação de projetos turísticos de iniciativa privada. Além disso, os técnicos do MTur ouviram as propostas do prefeito de São Carlos, Oswaldo Barba, sobre o potencial da região para receber investimentos do setor.

A ideia é promover ações de atração de investimentos públicos e privados para o município e aumentar a demanda turística na região. Para isso, discute-se a adequação e ampliação da oferta de meios de hospedagem e equipamentos turísticos.

Embratur apresenta painel sobre o mercado de eventos na Costa Rica

Atualmente o Brasil lidera o ranking da promoção de eventos internacionais na América Latina e, para divulgar as ações que levaram o País a este patamar, a Embratur participou do XXVI Congresso da Federação de Entidades Organizadoras de Congressos da América Latina, realizado dia 13 de março na Costa Rica.

No evento, a gerente de Turismo de Eventos, Negócios e Incentivos da Embratur (Instituto Brasileiro de Turismo), Maria Katavatis, apresentou o painel 'Impulsionando um Destino para o Turismo de Negócios' com as estratégias promovidas pela Embratur e as políticas



► Katavatis, gerente de eventos da Embratur, apresenta painel sobre o Brasil criadas para a captação eventos promoção de eventos internacionais por representantes de no Brasil. No encontro, o País foi citado como referência na outras nações presentes.



GOVERNO

Embratur disponibiliza agenda de promoção comercial

Atualização, mudanças e ajustes no material servirão para facilitar o planejamento das ações do setor público e privado no exterior

Sérgio Nery / JT

Com o objetivo de informar e facilitar o planejamento de estados, municípios e empresas nas ações e eventos promovidos no exterior, a Embratur disponibiliza na internet, desde o dia 16 de março, a Agenda de Promoção Comercial com todos os eventos e ações que a autarquia do Ministério do Turismo irá promover e participar em 2009.

A agenda divulgada no final do ano passado trazia apenas o calendário do primeiro semestre deste ano. A nova, mais completa, traz as 220 ações programadas e está à disposição dos interessados para consulta no endereço eletrônico <http://www.brasilintur.br>. No site, os empresários, entidades e órgãos públicos poderão realizar uma busca personalizada de acordo com os mercados ou tipo de eventos de interesse.

"A ideia é dar a oportunidade desses atores de otimizar sua participação nos eventos de promoção internacional que a Embratur participa e promove", afirma Marcelo Pedrosa, diretor de Produtos e Destinos da autarquia.

Os eventos são variados e voltados para diferentes públicos. Durante o ano, serão 42 feiras, 62 workshops, 13 promoções de eventos, além de treinamentos presenciais e outros eventos. A construção da agenda teve participação dos EBTs (Escritórios Brasileiros de Turismo) no exterior, que contribuíram significativamente, fazendo pesquisas de mercado.

De acordo com ele, a partir da divulgação da agenda todos os atores poderão se planejar e integrar as ações da Embratur. "Todos poderão estabelecer



» Marcelo Pedrosa acredita que a nova agenda de promoção ajudará o setor a elaborar suas estratégias de vendas

Embratur. É fundamental que o material tenha visibilidade para que os atores se articulem conosco, já que a promoção internacional do Brasil é uma reunião de esforços de todos. Isso ajuda a incorporar o perfil comercial ao nosso trabalho", pondera.

A grade de Produtos e Destinos da Embratur tem atualmente 223 itens e indicará 269 produtos para promoção e comercialização. Esses roteiros são fruto de trabalho realizado em todos os estados brasileiros para divulgar a diversidade e o potencial do Brasil no exterior.

FOCO

A nova agenda de promoção segue a linha adotada desde o ano passado, que prioriza a qualidade na participação da Embratur em eventos internacionais e não a quantidade. "O objetivo é ganhar em quantidade de informação e em dados para municiar estratégias de venda. O foco das ações é voltado para ter efetividade, quantidade de público e de informação", defende Pedrosa.

A agenda sofrerá ajustes e modificações de acordo com a necessidade, já que o dinamismo é uma das características dos

eventos. "Os atores precisam estar atentos e acessar constantemente a agenda para estar ciente de possíveis mudanças", lembra.

O foco está alinhado às especificidades de cada mercado e a divisão das ações se dá da seguinte maneira - Europa: 86 ações, América Latina: 39 ações, América do Norte: 31 ações, outros mercados: 21 ações e mais 20 no Brasil. O material traz também mais 23 ações voltadas para o segmento MICE (Meetings, Incentives, Conventions e Exhibitions) em diferentes mercados do mundo.

INTERNET SERÁ MAIS UTILIZADA PARA PROMOÇÃO DO BRASIL NO EXTERIOR

Os avanços tecnológicos fazem parte cada vez mais da vida das pessoas ao redor do mundo e a internet é uma das ferramentas mais utilizadas para busca de informações e entretenimento. No âmbito do turismo, o uso da rede mundial de computadores tem aumentado. Segundo dados da IPK International, em 2008 houve uma ampliação de 15% na pesquisa, compra e venda de turismo pela internet.

Atenta a esta mudança de paradigma, a Embratur prevê intensificar ações de promoção do Brasil no exterior voltadas a atender esse público-alvo específico e selecionado, que costuma fechar seus próprios pacotes e itinerários de viagens utilizando essa ferramenta.

No segundo semestre deste ano, a Embratur deve lançar o novo portal de promoção turística do Brasil para o mercado internacional. Com um perfil arrojado, moderno e com mais informações sobre o País, seus produtos e destinos turísticos. O novo site ainda está em fase inicial, já que o processo licitatório e de edital ainda não foi finalizado.

Segundo o diretor de Produtos e Destinos da Embratur, Marcelo Pedrosa, a utilização e inovação dessa ferramenta terá atenção especial na estratégia e no trabalho de promoção do autarquia do Ministério do Turismo.

"Os indicadores mostram que o uso dessa ferramenta para o turismo está crescendo de forma vertiginosa. Isso demonstra a necessidade de oferecer a internet como ferramenta moderna e necessária para turismo. A ideia é, ao longo do ano, implementar mais ferramentas, com o novo site e aproveitar essa oportunidade", explica. (Sérgio Nery / JT)

Publicada em 18/03/2009 às 10h04m

Cadastre-se Login

HOJEVIAGEM

Pelé, turismo e superexposição da vida privada de craques

Crôsther Massari

DE SEU VOTO

MÉDIA: 3,7

Comentários



SÃO PAULO - No encerramento do Fórum Panrotas, evento que reuniu 1,2 mil participantes, entre empresários e autoridades do setor de turismo em São Paulo, Pelé foi homenageado por sua contribuição à divulgação da imagem do Brasil no exterior. O Rei, que admitiu ter dificuldades em fazer movimentos que exigem a forma que exigia há décadas quando reinava nos gramados...

Talão de turismo (final de carreira) e a estreia de um cruzeiro pelo Mediterrâneo em junho, de futebol e da vida particular exposta em penais dos super-craques de hoje.

- Ninguém conecta o Brasil em 58 quando ganhamos a Copa do Mundo.

Hoje o Brasil tem tudo para ser campeão do turismo. As pratas são um presente de Deus. E eu nunca denegri o nome do meu país - disse Pelé ao apresentador Wilson Waack, e ao lado da presidente da Embratur, Jeanine Pires, do presidente da Associação das Agências de Viagens, Carlos Alberto Amorim Ferreira e do presidente da Panrotas, Suller de Azevedo.

- Nas pesquisas feitas pela Embratur, o nome do Pelé sempre aparece como brasileiro mais conhecido - disse Jeanine.

É, segundo Pelé, o Brasil hoje já é um país respeitado no exterior.

- Recebi um convite para assistir à posse do presidente Barack Obama, mas mandei um telegrama avisando que não poderia ir. Recebi então uma resposta dele dizendo que ele queria trabalhar, ter um contato mais próximo com o Brasil no futuro, que seria um país maravilhoso.

Para Pelé, a eleição de Barack Obama, os títulos de campeão mundial conquistados por Lewis Hamilton na Fórmula 1 e o jamaicano Usain Bolt, campeão olímpico nas Olimpíadas de Pequim são citados por Pelé como momentos importantes e fatos históricos para a cultura negra.

Na expectativa da realização da Copa do Mundo em 2014, Pelé avalia a importância do evento para o país sede:

- Em termos de publicidade e abertura de negócios, uma Copa do Mundo é um evento importantíssimo. É uma mudança radical. Hoje já se vê com muito mais olhos de negócios, que antigamente. Hoje traz investimentos e negócios. As vezes, os países têm problemas para usar os estádios e alojamentos que foram construídos. Hoje, o país que sedia uma copa melhora a saúde, comunicação, meio de transportes.

Ao falar de futebol, o provocado por Waack sobre o segredo de se manter um exemplo para as gerações, Pelé citou outros países, e comentou a situação de atletas que enfrentam problemas diversos, incluindo dependência química e alcohólica e deviam de ser exemplos a serem admirados.

- Vou ter que citar um exemplo aqui, que é o Maradona, um excelente jogador, mas que se meteu com drogas. Foi um excelente jogador de futebol. Infelizmente aconteceu o que aconteceu com ele. A maioria dos jornalistas em toda parte do mundo fala de drogas e futebol. Mas são um dois casos isolados. E tem milhões de jogadores em todo mundo.

O que aconteceu infelizmente com o Ronaldo, com o Roberto, que teve esse problema... E os outros jogadores todos que dão exemplo? Eu citei o Kaká como um exemplo de ídolos nossos. E na Europa, tem o Beckenbauer, o Platini que deram bons exemplos. Não acho muito justo isso. Ninguém é perfeito. Somos humanos. Todo mundo erra e peço a Deus que me ajude para que eu erre o menos possível. É injusto pegar um caso isolado e dizer que são todos os jogadores. Tem muita gente boa.

Ele não poupou críticas e exposição desnecessária da vida particular dos ídolos de hoje, muitas vezes que se tornam 'celebridades instantâneas':

- As últimas duas gerações se preocuparam mais em aparecer e ganhar dinheiro do que respeitar a camisa do clube. Eu até brinco. Hoje com o advento da publicidade e TV o jogador se torna muito conhecido em muito pouco tempo e às vezes nem está preparado e já estão dizendo que ele é o grande, o melhor, o público vê que ele não é o que a televisão fala ou que o empresário vende. Começa a cobrança e fica difícil para o jogador... A FIFA deveria prestar atenção e combater essa coisa do jogador só pensar no dinheiro. Com todo respeito aos jogadores que são meus amigos... Eles vão ao Corinthians, tem apresentação e tem o marketing, tem que vender... E no mês seguinte ele está no São Paulo, ou lá no Santos e diz... Ah eu adoro o Santos... Então o problema dele são dez mil reais a mais... que fazem ele adorar... O respeito e o amor à camisa foram perdidos. Quando fala em craque hoje me dá cinco craques que se lembrem e vou esperar... Antes você achava quatro em cada time: Tostão, Beraldo, Pelé, Gerson, Jairzinho, Pelé, Dirceu Lopes, Ademir da Guia, Dunga. Temos que tomar cuidado.

De olho em futuros craques, Pelé cita o atacante Henner, do Santos, e recomenda cautela, para evitar novas vítimas dos holofotes:

- O Henner é um garoto diferenciado. Como o Roberto também começou. Só me preocupa um pouco, porque o Roberto e Diego quando começaram não tinham sido tão apoiados pelos empresários. Deus para ajudar. O leão foi treinador, depois foi o Luxemburgo. Esse menino, já está dizendo que é o futuro Roberto. Acho que precisa ter um pouco de cuidado. De já está ganhando um dinheiro bem superior ao que nós ganhávamos antes, por que está na mão de empresários e isso me preocupa um pouco. Mas que ele tem talento e é um garoto diferenciado isso é. É um garoto francês, precisa pegar mais um pouco de corpo. E é muito inteligente.

Meas notícias

SÓ PARA ELAS Libano: Revolução cor-de-rosa no trânsito com o taxi para mulheres

AÉREAS

Oceanair lança promoção com passagens a partir de R\$ 93 e estacionamento sem juros

HIMALAIA

Tibete volta a receber turistas internacionais e espera chegada de 200 grupos em abril

NOTÍCIAS

PARTICIPA

Vote

Conhece Campo Grande e Curitiba? Qual das duas cidades deve representar o Pantanal como sede da copa de 2014?

- Campo Grande Curitiba

Resultado Pesquisa anterior

Opine

Você vai mudar seus planos de viagem por causa da crise econômica?

Dê sua opinião Outras opiniões

O TEMPO HOJE

Table with columns: City, Max, Min. Rows: BUENOS AIRES, LISBOA, LONDRES, MIAMI, NOVA YORK, PARIS, RIO DE JANEIRO, SÃO PAULO, TEL AVIV, TÓQUIO

Outras cidades

GUIAS E SERVIÇOS

- GUIA DE LAZER Dicas dos principais pontos de lazer do Brasil
RIO DE JANEIRO SÃO PAULO SELO HORIZONTE SALVADOR PORTO ALEGRE BRÁSILIA FLORIANÓPOLIS CURITIBA

DESTAQUES

- ILHA GRANDE Cinco dias de caminhada em volta da ilha
DISCOVERY COVE Em Orlando, na companhia dos golfinhos
DE CAMBÓ Uma viagem entre nata e João Pessoa
O RIO DE FACHADO Itaque pelos locais frequentados pelo escritor
SERVIÇO DE BORDO Air France reformula o menu da tripulação
NOVA YORK Visita virtual ao debate do Rockefeller Center
EVEREST Disney leva o Himalaia para a Flórida

ESTATÍSTICAS, ESTUDOS ETC

- CEPTA Instituto Brasileiro de Estudos Estratégicos e de Políticas Públicas em Transporte Aéreo
DESTINATIONS Site do Fórum Mundial de Turismo para Paz e Desenvolvimento Sustentável

PLANTÃO

09h04m Amor é tema de mostra de grafites em Paris

17h53m Libano: Revolução cor-de-rosa no trânsito com o taxi para mulheres

NOTÍCIAS

CENTRAL DE RESERVAS

Form for flight reservations with fields for Origin, Destination, Dates, and Search options.

SAIBA MAIS

- Central de Reservas Planeje sua viagem

NOTÍCIAS NO CELULAR

Receba notícias via SMS no seu celular. Para ativar agora, informe o operador e o número do celular (com DDD). Saiba como funciona. Telefone celular. Escolha o canal: Carreira

LINKS ÚTEIS

- Vídeo de line Infraero
Visitas para os EUA
Mapquest
Lorey Planet TV
Retró no Ipod
Embratur
Visit Europe
Wikitravel
See America
Fuso horário
Portal de Hospedagem
Abar

EDIÇÃO DE HOJE



- Capa de Sua Viagem
Linha 92 COURTS

O GLOBO 24H

- NEWSLETTER As principais notícias de dia no seu e-mail
MOBILE As notícias do Globo no seu celular
RSS Receba as notícias em tempo real
PODCAST Soluções de notícias para ouvir no MP3 Player ou PC
WIDGETS O Globo com você no seu Desktop



Os sinais de um grande emissor

Estamos próximos da realização da ITB em Berlim, uma das maiores feiras de turismo do mundo. Além da importância do próprio evento, vamos ter a oportunidade conhecer e compartilhar análises e perspectivas sobre nossa atividade. Pela primeira vez em 2009, teremos de várias fontes diferentes uma perspectiva de desenvolvimento do turismo para este ano e o próximo. Os dados virão de apresentações que acontecem durante a feira, pela OMT, WTTC e World Travel Monitor - IPK (esse último, que divulga dados com perspectivas de turismo receptivo e emissor dos principais mercados do mundo).

Vale a pena, quando nos preparamos para a ITB, examinar alguns sinais que vêm da Alemanha, o maior emissor de turistas do mundo. Duas matérias recentes, em revistas especializadas do setor (Travel Talk e Travel One), divulgam relatórios sobre o comportamento dos turistas alemães em tempos de crise.

Na primeira, as notícias são de que um estudo do German Institute for Opinion Research (Instituto Alemão de Pesquisas de Opinião) revela que os consumidores daquele país estão "surpreendentemente resistentes", e os operadores esperam até mesmo algum crescimento. Por outro lado, muitos turistas devem fazer suas reservas em cima da hora, ao contrário do habitual.

Na Travel One, o estudo divulgado é da Foundation for Future Studies (Fundação para Estudos de Futuro): a 25ª Análise do Turismo Alemão. Os resultados indicam que 35% dos alemães ainda não decidiram sobre sua viagem de férias, mas dois em cada cinco já manifestam que vão viajar. Espera-se que muitos fiquem observando antes da tomada de decisão, graças à situação atual. Ainda segundo este estudo, o desejo de viajar permanece inalterado, e 22% dos alemães esperam viajar mais do que em 2008.

Uma prévia divulgada pelo IPK sobre o relatório que será apresentado durante a ITB indica que "europeus que mantiverem seus empregos durante a crise econômica acharão destinos fora da zona do euro mais acessíveis". E, ainda, que "uma tendência emergente entre os europeus é diversificar suas viagens para destinos mais baratos".

Ainda com grau de incerteza elevado, já que o comportamento do turista depende fundamentalmente da evolução da crise econômica que atinge em cheio toda a Europa, é interessante destacar alguns pontos. Primeiro, a desaceleração não tem sido acompanhada, realmente, de queda no desejo de viajar, como previsto no primeiro momento, em que estourou a crise. Segundo, os destinos fora da zona do euro, como o Brasil, podem se beneficiar da situação de um câmbio valorizado, que torna seus produtos mais acessíveis. É fundamental, agora, acompanhar muito de perto o comportamento dos nossos principais concorrentes para viagens de longa distância. Isso vale tanto para o setor público (para fazer ajustes na promoção), como para o setor privado (para monitorar a venda dos produtos na ponta e enxergar oportunidades de crescimento ou necessidade de rearranjos comerciais).



OS CARNAIS DO BRASIL

A mídia do mundo inteiro noticiou e deu destaque ao Carnaval do Brasil, ressaltando a beleza, a diversidade e a alegria da nossa grande festa. O Rio é o grande destaque, mas o mundo começa a descobrir os outros ritmos. The Guardian, um dos principais jornais ingleses, elegeu o carnaval de Olinda, como "o mais autêntico, alegre e amigável".

dados da semana

1.037.488 passageiros vieram ao Brasil no sentido Europa – Brasil no primeiro semestre de 2008, segundo dados do Relatório Semestral do Transporte Aéreo da autoridade aeronáutica brasileira, Anac.

A TAP FOI responsável pelo transporte de um em cada quatro passageiros no período, e foi a empresa líder nessa ligação.

A BRASILEIRA TAM, segunda em número de passageiros, ficou com uma fatia de 19,3% deste total.

OS DADOS divulgados pela Anac indicam ainda que em nível mundial Portugal foi a terceira principal origem/destino de ligações aéreas com o Brasil, ficando apenas atrás dos Estados Unidos e da Argentina.

E-mails para a coluna: conversando@embratur.gov.br



NEGÓCIOS & cia

Flávia Oliveira

presidente, Rogério Chor.

Trezentos já viraram 'amigos do Vasco'

• A goleada no Botafogo renovou o ânimo da Associação dos Amigos do Vasco. Ontem, o governador Sérgio Cabral foi convidado para a presidência de honra. Já são 300 associados, entre eles, Olavo Monteiro de Carvalho, da ACRU.

Elogio à economia do Brasil em feira em Paris

• Na abertura da Franchise Expo Paris, ontem, Michel Choukroun, presidente do setor através o Brasil

Brasil é 13º em turismo

País subiu uma posição em ranking da WTTC, apesar da desaceleração no setor em 2008

O Brasil está ganhando posições em rankings internacionais de turismo. Na pesquisa de impacto econômico do Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC, na sigla em inglês), divulgada esta semana em Berlim, o Brasil subiu uma colocação, para 13º lugar, na lista das maiores economias do setor. É o melhor resultado na América Latina. O país é ainda o 5º maior em geração de empregos diretos. O desempenho confirma a importância do turismo para a economia nacional, diz Jeanine Pires, da Embratur. O crescimento do PIB global do setor

desacelerou para 1% em 2008, após quatro anos de alta média de 3,6%. A previsão da WTTC é de retração de 3,3% este ano e alta de 0,3% em 2010. O Brasil avançou também no Relatório de Viagens e Turismo do Fórum Econômico Mundial, que mede a competitividade para desenvolvimento do segmento. O país passou de 49º para 45º no ranking mundial. Nas Américas, é o 5º. Entre os pontos fortes estão recursos naturais (2º lugar) e culturais (14º). Os mais fracos são segurança (130º), qualidade das estradas (123º) e rede de transportes (110º).

mais. "Año passado, o resultado subiu 40%, para R\$ 35 milhões. Com mais um dia, o total deve mais que dobrar", diz Aylton Fornari, presidente da Asserj. a

LIVRE MERCADO

• O GRUPO Reconf comprou nova máquina digital para imprimir pequenos tiragens de livros. O equipamento dá agilidade às resoluções e eleva em 20% a capacidade de produção da empresa.

• PESQUISA DA área de cartões de crédito, Banco Santander mostrou que, no ano 71% dos clientes são mulheres e 29% homens. No resto do país, elas são 47%, eles, 53% da clientela.

• O "BRUNER" mais rápido do mundo. a

B2 dinheiro

SÁBADO, 14 DE MARÇO DE 2009

FOLHA DE S.PAULO

Mercado Aberto

GUILHERME BARROS

guilherme.barros@grupofolha.com.br

ASCENSÃO

O Brasil ganhou uma posição no ranking do WTTC (World Travel and Tourism Council) das maiores economias de turismo de 2009, informa a Embratur. O país pulou para a 13ª posição e foi o primeiro colocado da América Latina. O estudo quantifica itens relacionados a viagens e turismo de 181 países.

RETRAÇÃO

O WTTC prevê retração de 3,5% no crescimento real do PIB do turismo em 2009, na média geral dos países avaliados. No Brasil, a queda prevista é menor, de 0,4%.

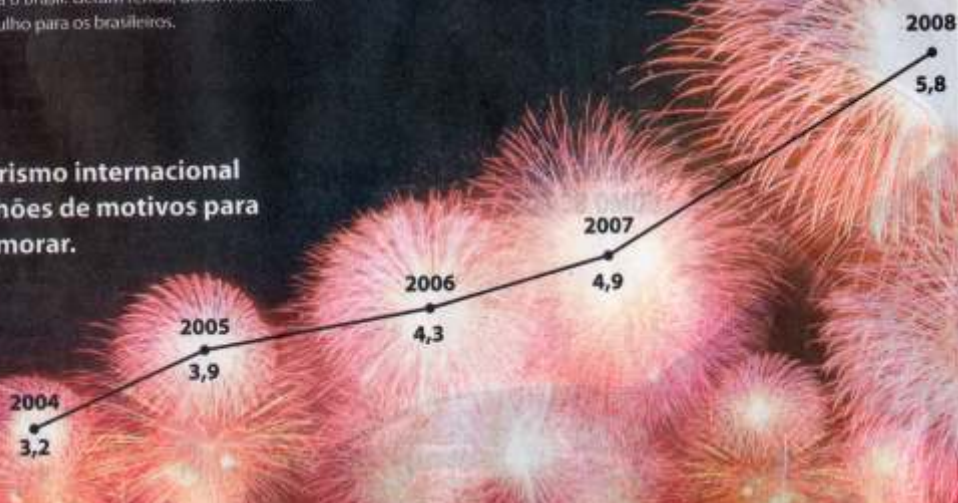
ECONOMIA

Visitar o Brasil é sensacional para o turista estrangeiro – e para o País. Prova disso é que um novo recorde foi batido: a entrada de 5,8 bilhões de dólares em 2008. E, a cada ano, os esforços do Ministério do Turismo, por meio da Embratur, trazem muito mais que turistas para o Brasil. Geram renda, desenvolvimento econômico, empregos e muito orgulho para os brasileiros.

www.braziltour.com

Em 2008, o turismo internacional trouxe 5,8 bilhões de motivos para o Brasil comemorar.

Ano
Receita em milhões de dólares



Brasil

Países vizinhos são aposta para Brasil manter movimento turístico este ano

Janes Rocha
De Buenos Aires

O governo brasileiro vai reforçar a aposta na América do Sul em geral e na Argentina em particular para manter o movimento turístico este ano. A estratégia é compensar com turistas dos países vizinhos a falta dos europeus e americanos, que já estão adiando viagens por causa da crise internacional.

O principal sócio do Mercosul vai receber quase metade dos R\$ 11 milhões que o Ministério do Turismo vai gastar em 2009 com promoção do Brasil como destino turístico em toda a América do Sul, informou ontem o ministro do Tu-

risma, Luiz Barretto, em entrevista à imprensa na embaixada do Brasil em Buenos Aires.

Barretto esteve na capital argentina para o lançamento do Global Travel & Tourism Summit, o maior encontro de turismo internacional, promovido pelo Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC), e que será realizado pela primeira vez em Florianópolis (SC), em maio. "A Argentina continua sendo um mercado prioritário, é o principal emissor de turistas e será ainda mais com a crise que afetou o mercado americano e europeu", disse. Ele manteve uma reunião ontem com um grupo de 20 agências e operadores de turismo Brasil-Argentina para um ba-

lanço do movimento em 2008 e apresentar a agenda de 2009.

Dos 5 milhões de turistas que o país recebeu no ano passado, 2 milhões eram sul-americanos. Segundo o ministro, os números ainda não estão totalmente fechados, mas tudo indica que o número de argentinos que se dirigiram para o Brasil em 2008 atingiu 950 mil pessoas, o que representaria um pequeno aumento em comparação com 2007, quando 920,2 mil argentinos foram ao Brasil, de acordo com a Embratur.

O número de brasileiros que visitaram a Argentina é praticamente a metade, cerca de 500 mil. As estimativas mostram, segundo Barretto, que o turismo

Turistas estrangeiros

Ingresso no país ano a ano



foi pouco afetado pela crise internacional, que começou a mostrar seus efeitos negativos no último trimestre de 2008.

O Brasil é destino de um quarto dos argentinos que viajam ao exterior e para Barretto, manter o número de visitantes num ano

conturbado como 2008, pode ser considerado "uma vitória". Segundo ele, com a crise é difícil prever o que vai acontecer com o movimento de turistas em 2009, mas a expectativa é manter o mesmo número de visitantes.

De acordo com dados do Ban-

co Central, o turismo foi um dos setores que mais trouxeram divisas internacionais para o Brasil em 2008, com US\$ 5,8 bilhões, ficando em quinto lugar na pauta de exportações do país depois do minério de ferro, soja, petróleo e frango.

B4 | Valor | Sexta-feira, 27 de fevereiro de 2009

Empresas | Tendências & Consumo

BLUE CHIP

ANGELA KLINKE



Floresta off-road

Uma viagem de Macapá ao Rio Araguari e até surf na pororoca. Para lançar seu modelo esportivo X-Trail no último verão no Japão, a Nissan fez uma campanha na região amazônica. Agora os vídeos-documentários foram colocados na íntegra na web e os acessos pelo YouTube chegaram a 95 mil. O cenário faz sentido. A natureza, o ecoturismo e a aventura são as motivações dos japoneses para visitar o país, pela pesquisa da Embratur.

GUSTAVO LOURENÇÃO/VALOR



Conversando SOBRE TURISMO

com

Jeanine Pires
presidente da Embratur



Acesso, destinos e promoção

A chave da nossa estratégia de promoção internacional é a diversidade que o Brasil oferece aos turistas de todo o mundo. Esse valor está presente nas nossas campanhas publicitárias no Exterior, orienta o trabalho com a imprensa feito pelas agências de relações públicas e é o que buscamos apresentar aos operadores e agentes de viagens nos mercados, para que, a cada dia, novos destinos e produtos brasileiros passem a ser oferecidos nos principais países emissores.

Um apoio essencial para essa estratégia se transformar em comercialização é a existência de uma malha aérea diversificada, já que mais de 70% dos nossos turistas estrangeiros chegam ao Brasil de avião. Os avanços que conseguimos nos últimos anos nessa área nos permitem estar, hoje, em um novo patamar.

No caso da Europa, o grande salto se deu com a diversificação dos portões de entrada iniciada com os voos da Tap e hoje com outras ofertas. Com a abertura de voos para Brasília e Belo Horizonte surgiu uma grande possibilidade de exploração de roteiros diferenciados, para destinos do Centro-Oeste (o patrimônio de Brasília, os pontos de ecoturismo e turismo de aventura de Goiás e Mato Grosso) e para os produtos diferenciados oferecidos em Minas (que vão de cidades históricas, centros de gastronomia até destinos de esporte e aventura).

Lisboa transformou-se em um hub importante para muitas cidades europeias. Hoje, se um francês quiser visitar o Ceará, por exemplo, ele não necessita mais ir ao Rio ou a São Paulo: ele fará uma rápida conexão em Lisboa e seguirá para seu destino final. Com a ligação de Lisboa com países escandinavos e Rússia, mais possibilidades se abrem de exploração de novos mercados.

No mercado norte-americano, o grande avanço se deu com a ampliação do acordo bilateral, que permitiu a abertura de rotas para o Nordeste e Belo Horizonte e aumentou as frequências para Manaus e Rio de Janeiro. As saídas hoje são feitas de onze cidades americanas, tanto na Costa Leste quanto na Costa Oeste – o que também é essencial em um país de dimensões continentais como os EUA.

Na América do Sul, os voos da Argentina se estendem a Belo Horizonte, Salvador e Recife, chegam a Cabo Frio e a Brasília – além dos tradicionais, Rio, São Paulo, Florianópolis e Porto Alegre. Ganhamos novos voos do Peru, que tem se destacado como um mercado emissor importante para o Brasil.

Se uma das questões essenciais para o receptivo internacional é garantir as condições de chegada, o outro grande desafio é o que o turista encontra no Brasil como opção de produto. Por isso, o grande esforço que faremos junto ao trade internacional durante 2009 será divulgar novos roteiros e produtos, todos formatados para o público internacional, que otimizam a viagem a partir dos diversos portões de entrada e saída, e convidam o visitante a conhecer mais destinos durante sua estadia no Brasil. Esses novos roteiros, fruto de um extenso trabalho de meses em todos os Estados brasileiros, serão um instrumento chave para divulgar – para o trade e a para a imprensa, principalmente – a grande diversidade de opções que nosso país tem a oferecer.

ENCANTOS DE MINAS

O jornal espanhol El País publicou bela reportagem que mostrou da modernidade da Igreja da Pampulha, em Belo Horizonte, ao barroco das cidades históricas de Ouro Preto, Tiradentes e Congonhas.

Além da história, beleza e arquitetura, a matéria elogia a diversidade da gastronomia mineira.

As cidades históricas de Minas Gerais estamparam a primeira fase da campanha publicitária Brasil Sensacional na Espanha, veiculada até dezembro de 2008.



Barroco de sangue y oro

Reportagem de El País sobre o Brasil

M



Guia

dados da semana

CONEXÃO

eficiente à internet (76%), um quarto tranquilo (58%), boas condições de transporte (54%) e localização central (52%). Estes são os itens imprescindíveis para os turistas asiáticos, europeus e norte-americanos que viajam a negócios.

PARA OS

executivos, os melhores indicadores de um bom serviço hoteleiro são a flexibilidade para realizar mudanças (68%), check-in e check-out eficientes (64%) e rápida solução de problemas.

A PESQUISA,

realizada pelo The Economist Intelligence Unit, revela que em 2009 as viagens a trabalho serão reduzidas, mais curtas e baratas. Eficiência e serviços adequados contam mais pontos do que a oferta de serviços extras.

E-mails para a coluna: conversando@embratur.gov.br

Turismo



Com mais visitantes estrangeiros no país e uma quantidade recorde de brasileiros viajando a lazer, o setor turístico não dá bola para a crise e cresce 20%

CAROLINA ROMANINI E RENATA MORAES

A economia brasileira pode encolher sob os efeitos da crise mundial, mas o turismo do país está na contramão da maré de pessimismo. O setor vive uma bonança como fazia tempos não se via. Enquanto o fluxo de viajantes no mundo sofre uma retração — a ONU prevê uma queda de 2% em 2009 —, o turismo brasileiro cresceu 20% nos últimos quatro meses. Na base dessa expansão está a alta do dólar. Cotada a 1,59 real no primeiro semestre de 2008, a moeda americana chegou a 2,50 reais em dezembro. A

desvalorização da moeda nacional teve dois efeitos. Primeiro, tornou-se mais vantajoso para os turistas de outros países visitar o Brasil. No ano passado, o país recebeu 200 000 estrangeiros a mais do que em 2007. Uma evidência do aumento desse fluxo está nas cidades litorâneas de Santa Catarina. Nos últimos anos, nas temporadas de verão, 70% dos hóspedes dos hotéis da região eram brasileiros e 30%, argentinos e uruguaios. Neste Carnaval, a divisão ficou em 50% para cada grupo.

A segunda consequência da alta do dólar é que muitos brasileiros, em vez de tirar férias no exterior, preferem viajar

pelo país. Nos últimos quatro meses, a procura por pacotes turísticos internacionais caiu 30%. Em contrapartida, a agência de viagens que comercializa 70% dos pacotes turísticos domésticos, a CVC, vendeu 17% a mais em dezembro e janeiro últimos do que no mesmo período em 2007-2008. O aquecimento do turismo interno se reflete também no setor aéreo. Em janeiro, o número de voos domésticos aumentou 10%, enquanto aqueles com destino ao exterior diminuíram 8%. “Muitos brasileiros trocaram de itinerário por causa do câmbio”, diz o presidente da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis, Álvaro Bezerra de Mello.

Os turistas brasileiros que não se preocupam com a conta do cartão de crédito certamente continuarão a ir para Paris, Milão ou Nova York. Mas, em qualquer país, é a classe média que mo-



OS TURISTAS ESTRANGEIROS GASTAM MAIS NO BRASIL...

(em bilhões de dólares)

2006	2007	2008
4,3	4,9	5,7

...E OS BRASILEIROS NUNCA VIAJARAM TANTO PELO PAÍS

- O gasto dos brasileiros no exterior **caiu 34%** de outubro a dezembro de 2008
- No dia 4 de janeiro deste ano, a TAM registrou o recorde histórico de **112568 passageiros** transportados num único dia. O recorde anterior foi em 24 de março de 2008: 100 000 passageiros
- A agência de viagens CVC, que comercializa 70% dos pacotes turísticos domésticos, **vendeu 17%** a mais em dezembro e janeiro do que no mesmo período entre 2007 e 2008
- O número de passageiros em navios de cruzeiro no litoral brasileiro pulou de 400 000 no verão passado para **500 000 neste ano**

O RESULTADO

O setor de turismo no país **cresceu 20%** de outubro de 2008 a janeiro deste ano

SOL, CALOR E CARNAVAL *Ilha de Itamaracá, em Pernambuco: neste Carnaval, os hotéis das praias ensolaradas do Nordeste têm índice médio de ocupação de 90%*

vimenta o setor turístico. Nos Estados Unidos, a indústria do turismo só se consolidou quando a massa de trabalhadores conquistou poder aquisitivo para viajar a lazer, nos anos 50. No Brasil, as empresas turísticas sabem que não podem abrir mão dessa clientela. Os navios de cruzeiros, que se popularizaram nos últimos anos com o dólar baixo, tratam agora de fazer promoções para segurar os clientes. Transportam gratuitamente o terceiro passageiro de um grupo, dão descontos para pacotes familiares e estão com o câmbio congelado a 1,99 real. Isso garantirá que fechem o verão com um número recorde de passageiros des-

de que surgiram em peso na costa brasileira, há oito anos.

A Fundação Getúlio Vargas realiza mensalmente uma pesquisa sobre hábitos de consumo dos brasileiros, com 2 000 entrevistas. Em dezembro de 2007, o estudo apontou que 34% da população pretendia viajar a lazer no primeiro semestre do ano seguinte. No levantamento feito em dezembro de 2008, com a crise a pleno vapor, 39% dos entrevistados declararam a intenção de viajar em 2009. A análise da pesquisa mostra que o crescimento do turismo no Brasil pode não estar atrelado apenas ao câmbio, mas também a mudanças no próprio conceito de viagem turística. Diz o economista Luiz Gustavo Barbosa, coordenador do Núcleo de Estudos em Turismo e Hotelaria da FGV: "Se antes viajar era sinônimo de praia e sol, nesta década aumentaram as

opções: turismo cultural, gastronômico, ecoturismo, aventura. Essa variação, aliada à popularização do transporte aéreo e à expansão do crédito, fez com que o turismo se tornasse acessível a um número muito maior de pessoas".

O turismo se diversificou, mas a principal revoada de viajantes neste verão destina-se mesmo às praias ensolaradas do Nordeste. Neste Carnaval, seus hotéis têm índice médio de ocupação de 90%. Na Bahia, de dezembro do ano passado a fevereiro deste ano, esse índice chegou a 84% — contra 72% no mesmo período em 2007-2008. Entre os pacotes turísticos mais vendidos, a liderança continua com Porto Seguro, na Bahia. Seguem-se, pela ordem, Salvador, Natal, Fortaleza, Maceió e Porto de Galinhas, em Pernambuco. Não há crise que segure a animação dos turistas brasileiros. ■

Conversando SOBRE TURISMO

com

Jeanine Pires

presidente da Embratur



Avanços

e desafios

No ano passado, a entrada de divisas trazidas por turistas estrangeiros ao Brasil bateu mais um recorde. Foram quase US\$ 5,8 bilhões, 17% a mais do que 2007. Em dezembro, com o ingresso de US\$ 527 milhões, a variação foi de 12,3% em relação ao mesmo mês de 2007. Estes números tão expressivos têm um valor especial neste início do ano. A entrada de divisas tem sido nosso principal indicativo de evolução do turismo receptivo internacional, e ter superado a meta de US\$ 5,7 bilhões foi um resultado excepcional. E, em um momento de crise, quando a maioria dos países já registra forte desaceleração de receita cambial turística, temos ainda mais a comemorar.

A Organização Mundial do Turismo (OMT), em sua análise mais recente, divulgada durante a Fitur, em Madri, prevê que a média mundial de crescimento das receitas em 2008 acompanhe a evolução das chegadas internacionais. Ou seja, deve ficar em torno de 2%. Se esses dados se confirmarem, o Brasil terá crescido, em 2008, mais de oito vezes que a média mundial. Há apenas cinco anos, com a criação do Ministério do Turismo, iniciamos o trabalho de promoção internacional com planejamento e metas estratégicas. Neste curto período, alcançamos não só números expressivos, mas também consolidamos o Brasil como um destino emergente no competitivo mercado turístico global. Em Madri, de onde escrevo, este reconhecimento foi expresso por parceiros do trade espanhol, pela imprensa e pelos dirigentes da OMT em sua reunião anual.

A entrada de divisas de 2003 a 2008, por exemplo, mais do que dobrou, saindo dos US\$ 2,47 bilhões para o patamar atual. A evolução positiva da imagem do País – em todos os aspectos, e também como destino turístico – não pode ser medida em números, mas pode ser percebida, por exemplo, na mudança da forma como a imprensa internacional trata o Brasil. O País é hoje reconhecido não só pela sua diversidade natural e cultural, mas também pelos grandes avanços na economia, estabilidade econômica e democracia consolidada.

Este cenário sem dúvida contribui muito para nosso turismo receptivo. Mas não seria suficiente sem o desenvolvimento de um plano estratégico de marketing e uma série de ferramentas que nos aproximaram muito da rede de distribuição internacional de produtos turísticos e permitiram um grande conhecimento das particularidades de cada mercado.

Por outro lado, o trabalho que vem sendo desenvolvido dentro do País, por outras áreas do nosso ministério, para qualificação dos destinos brasileiros, treinamento e investimento em infraestrutura, permite que tenhamos hoje muito mais a oferecer ao turista estrangeiro. Essa sinergia, ao lado da atenção crescente do governo federal para o setor, foi fator determinante para chegarmos até aqui.

São muitos os desafios que nos esperam em 2009, com a expectativa de que o cenário econômico mundial impacte fortemente o turismo. Mas estou certa, pelos resultados que obtivemos nesses cinco anos, que saberemos atravessar o período difícil para que, quando vier a recuperação, estejamos preparados para crescer.



PÉROLA A SER DESCOBERTA

Com chamado de capa, o caderno Fugas, do jornal português Público, dedica seis páginas aos 230 quilômetros do litoral de Alagoas. Recheada de imagens de lugares paradisíacos, a matéria mostra ao turista português toda a beleza e diversidade natural, cultural e histórica oferecida pelo Estado. Dicas de como se divertir e desfrutar das belas opções naturais de norte a sul de Alagoas têm

destaque no texto – exaltando as vantagens de conhecer o que o jornalista definiu como 'um litoral ainda com pérolas por descobrir'.

dados da semana

A INTERNET

se consolida como uma das principais fontes de informação turística no mundo: 24,4% dos estrangeiros que vieram ao Brasil em 2007 utilizaram a rede para organizar as suas viagens.

OS INGLESES TÊM

grau de utilização acima da média: 30%. E, apesar das pesquisas na web terem caído 42% nos últimos 12 meses na Inglaterra, o Brasil ganhou 19,5% mais acessos de turistas ingleses na internet entre janeiro de 2008 e janeiro de 2009.

MAIS CAUTELOSOS,

os ingleses estão fugindo dos destinos na zona do euro e Estados Unidos e considerando destinos mais baratos para passar as suas férias. Resultado: lugares como França (-45,4%), Espanha (-42,8%), Portugal (-41,7%) e Itália (-41,2%) sofreram brusca queda nas consultas de viagem feitas pela internet.

E-mails para a coluna: conversando@embratur.gov.br

Turismo

Semana passada, as atrações de Minas Gerais foram o principal recheio do caderno de turismo do jornal *El País*, de Madri, um dos maiores da Espanha. Destacaram-se as cidades históricas, BH (com a Pampulha em evidência), estâncias, grutas e gastronomia. A matéria faz parte da campanha de US\$ 88 milhões que a Embratur está promovendo na Europa para atrair turistas ao Brasil. Minas também aparece em cartazes, televisão, outdoors, internet e revistas especializadas.



RADIOBRÁS - VOZ DO BRASIL - 16/02/2009 -

EMBRATUR DIVULGA DESTINOS NA FEIRA INTERNACIONAL DE TURISMO

A Embratur divulgou, na Feira Internacional de Turismo, em Santa Cruz de la Sierra, na Bolívia, os destinos brasileiros ainda pouco conhecidos pelos estrangeiros. A divulgação faz parte do projeto 'Descubra o Brasil'. Executivo do Escritório Brasileiro de Turismo na América do Sul, João Carlos Vasconcelos, afirma: "estamos na 13ª edição dessa Feira. O Brasil sempre se fez presente a partir de 2004, quando criamos esse comitê. Congrega tanto transportadores, que são representantes das empresas aéreas, rodoviárias, juntamente com os operadores que vendem o destino Brasil".

Fala, Brasil
O QUE ESTÁ ACONTECENDO PELO PAÍS

4 BRASÍLIA
O lado bom do dólar alto

SEGUNDO a Organização Mundial do Turismo, o gasto com essa atividade em todo o mundo cresceu 7% em 2008 na comparação com o ano anterior. No Brasil, o aumento foi de quase o dobro, 16,8%. Os dados são do Banco Central, que registrou no ano passado uma entrada recorde de dólares no Brasil por meio dos gastos de turistas estrangeiros. O valor declarado foi de US\$ 5,785 bilhões, sendo US\$ 527 milhões apenas em dezembro. A desvalorização do real no segundo semestre tornou o país mais atraente.

O SALTO NAS DESPESAS
Gastos de turistas estrangeiros no Brasil - em US\$ milhões

Ano	Gastos (em US\$ milhões)
2003	2.479
04	3.222
05	3.861
06	4.316
07	4.953
2008	5.785

Fonte: Banco Central

Fotos: Ricardo Moraes/AP e Luiz Tito/Ag. A Tarde/Futura Press

2 de fevereiro de 2009 **ÉPOCA** > 17

JORNAL DO COMMERCIO PE - NON STOP - 05/02

EM NORONHA

Até o dia 11, dois jornalistas da revista Viajeras, suplemento do jornal chileno La Tercera, visitam Fernando de Noronha a convite da Embratur. Em 2007, o Brasil recebeu 260.430 chilenos, atrás de sol e mar.

VOZ DO BRASIL - Radiobrás - 05/02/2009 19:07

ESTRANGEIROS DEIXARAM QUASE R\$ 6 BILHÕES EM 2008

De acordo com a Embratur, Brasil recebeu 5 milhões de turistas estrangeiros no ano passado, que deixaram US\$ 5,7 bilhões. Em 2003, foram 4 milhões de visitantes do exterior. A maior oferta de vôos, a condição econômica e o tempo de permanência no país colaboraram. Rio é a cidade mais procurada. Clayton Machado, do Sindhobar-DF, comemora: "ano passado foi um divisor de águas, em particular para a hotelaria". O diretor de Produtos e Destinos da Embratur, Marcelo Pedroso, prevê: "ainda que a crise atinja o segmento de forma mais significativa, ela vai ser superada".

RÁDIO ELDORADO (SP) - JORNAL ELDORADO - CAIO CAMARGO - 18/02/2009

JEANINE: CARNAVAL LEVA IMAGEM POSITIVA AO MUNDO / ENTREVISTA

Presidente da Embratur, Jeanine Pires, detalha a Campanha Brasil Sensacional. "A Campanha está em 12 países. É uma campanha que usa esses ícones, como o Carnaval, pra falar de outras coisas ainda pouco conhecidas do Brasil, seja da diversidade cultural ou da diversidade natural. O Carnaval é muito responsável por essa imagem positiva que nós temos no exterior. O esforço que nós da Embratur fazemos é pra mostrar que não só no Rio você tem o Carnaval, tem as festas populares", ressalta. Lembra ainda a entrada de quase US\$ 6 bilhões na conta turismo: "é um dos recordes no mundo em termos de gastos de estrangeiros no Brasil".