

USO DE DADOS PÚBLICOS PODE ORIENTAR ESTRATÉGIAS PARA TURISMO INTERNACIONAL NO BRASIL

Livia Machado Costa
Marina Tieppo Testolin

RESUMO: O Brasil é um reconhecido destino turístico internacional. Informações sobre este mercado estão disponíveis em repositórios públicos. Diante de dados do Ministério do Turismo, o objetivo deste trabalho é caracterizar a origem e vias de acesso dos turistas que chegam ao Brasil, por uma análise descritiva. Em 2013, o País foi o destino turístico de 5.813.342 viajantes dos quais 91,4% tinham origem em país da América do Sul, Europa e América do Norte. O acesso por vias de aéreas (69,9%) e terrestres (27,7%) tiveram maior destaque que o acesso por vias marítimas e fluviais, independente do continente de origem. Os resultados permitiram demonstrar para quais mercados o País está consolidado como destino turístico internacional, além de elencar pontos de discussão para melhor atender a esta demanda de forma qualificada.

Palavras-chave: Brasil; Turismo Estrangeiro; Vias de Acesso; Dados Públicos; Análise Descritiva.

ABSTRACT: Brazil is a renowned tourist destination. Informations about its trade are available in public repositories. With Ministry of Tourism data, the purpose of this summary is to characterize the origin and access ways of tourists who come to Brazil, by a descriptive analysis. In 2013, Brazil was the the tourist destination of 5,813,342 travelers, which 91.4% came from South America countries. Access by air (69.9%) and by land (27.7%) was more outstanding than maritime access and fluvial access, regardless of origin continent. The results enabled us to determinate to which markets Brazil is consolidated as a international tourist destination, as well as to list discussion points to better answer this demand in a qualified way.

Keywords: Brazil; Foreign Tourism; Access Ways; Public Data; Descriptive Analysis.

1. INTRODUÇÃO

Anualmente, o Brasil recebe turistas das mais variadas origens. Isso não se restringe apenas aos viajantes de países vizinhos, demonstrando sua importância para o mercado internacional como destino turístico, seja principal ou secundário. Esta fonte de recursos tornou-se de tamanha importância para o país que justificou a criação do Ministério do Turismo a fim de promover e divulgar do turismo nacional, no País e no exterior (BRASIL, 2003).

Para definição de políticas públicas e ações de incentivo ao turismo, os órgãos competentes, como Ministério do Turismo, se beneficiam de informações registradas pela Polícia Federal, aeroportos, agências de turismo e outras estruturas

assessórias. Algumas destas informações estão disponíveis através de repositórios públicos, como o Dados e Fatos: estudos, pesquisas e dados sobre o setor de Turismo (<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/>). Estes dados são relevantes para todos os agentes promotores do turismo, públicos e privados, visto o seu potencial para orientar investimentos e ações sobre mercados específicos e promissores.

Desse modo, o objetivo deste trabalho foi descrever a origem e vias de acesso dos turistas que chegam ao Brasil, a fim de demonstrar a seus agentes, públicos e privados, seu potencial para discussão de estratégias de ação que promovam o país no mercado internacional.

2. METODOLOGIA

Informações sobre a chegada de turistas ao Brasil, discriminadas por vias de acesso, continentes e países de residência permanente, foram obtidas através do Anuário Estatístico (MTur, 2014), ano base 2013. Essa publicação da Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Ministério do Turismo, reúne informações anuais relativas ao comportamento de diversos setores da área turística. Embora já esteja disponível uma publicação mais recente, para o ano base 2014, elegeu-se a primeira a fim de minimizar o impacto da Copa do Mundo de Futebol sobre as variáveis em estudo. Subsequentemente, uma análise exploratória foi executada para descrição do conjunto de dados.

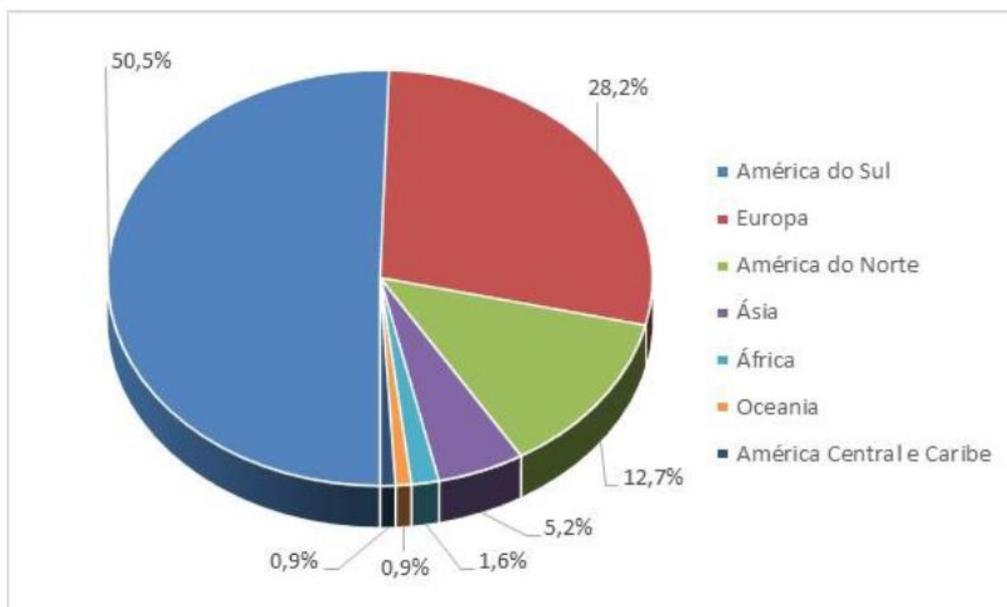
3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Em 2013, o Brasil foi o destino turístico de 5.813.342 viajantes. Destes, 91,4% tinham origem em países da América do Sul, Europa e América do Norte (Fig.1). A importância dos primeiros se justifica em função de sua proximidade territorial. Desse modo, Argentina (58,3%), Paraguai (9,2%), Chile (9,1%) e Uruguai (8,9%) representaram 85,5% dos turistas da América do Sul que chegaram ao País. Não surpreende que o mercado europeu tenha sido mais relevante que o norte-americano (Fig.1), mas sim a proporção observada, ou seja, mais que o dobro deste último. Alemanha (14,5%), Itália (14,3%), França (13,7%), Espanha (10,4%),

Inglaterra (10,4%) e Portugal (10,3%) representaram 73,4% dos viajantes europeus. A importância destes países pode ser explicada por sua influência na colonização da América do Sul. Logo, o Brasil pode ser destino secundário de um público específico que também visita os países vizinhos, como a Argentina. Isso conseqüentemente aumenta a importância dos acessos terrestres para o País (Fig.2). Já os Estados Unidos (80,4%) e México (10,4%) somaram 90,8% dos viajantes oriundos da América do Norte (Fig.1).

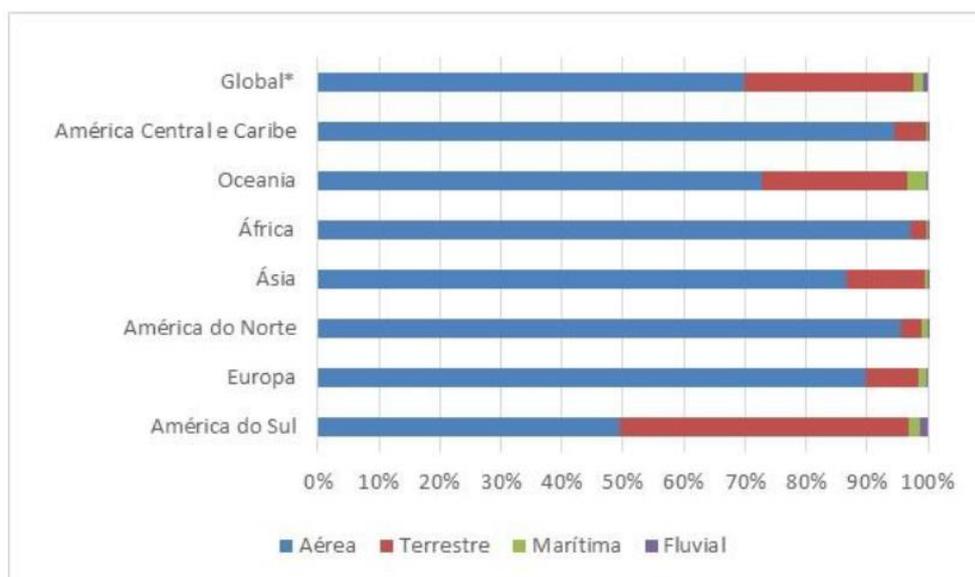
Informações sobre a origem dos turistas internacionais são um valioso recurso para a discutir políticas públicas e ações para o incentivo a este mercado. Sabendo que a grande maioria dos viajantes é oriunda de países de cultura latina, a qualificação de pessoal, bem como a elaboração de material publicitário, para a língua espanhola é tão importante quanto para a língua inglesa. No entanto, é extremamente promissora a preocupação com este último idioma dado a sua difusão internacional e relação com países de economia proeminente. Certamente, as prioridades são definidas pelas percepções dos órgãos competentes, mas são fortemente influenciadas pelo mercado e demais agentes promotores do turismo internacional. Para identificar os pontos estratégicos de qualificação é importante também considerar as vias de acesso pelas quais os turistas chegam ao país.

FIGURA 1: Distribuição da origem dos turistas que chegam ao Brasil, segundo continentes



Em 2013, as vias aéreas (69,9%) e terrestres (27,7%) foram as principais vias de acesso ao Brasil (Fig.2), independente do continente de origem. Desse modo, torna-se evidente a importância da preocupação com a qualificação estrutural e de pessoal em aeroportos, aduanas, bem como em suas áreas de informações turísticas. A importância das vias aéreas é também uma realidade mundial (VALENTE; CURY, 2004), as demais são influenciadas pelos principais meios de transporte locais e pelas relações políticas e econômicas entre países vizinhos. Isso se torna claro no cenário brasileiro um vez que a Argentina (54,4%), Paraguai (13,7%) e Uruguai (10,5%) representaram 78,5% de todos os turistas que chegaram ao país por vias terrestres. Embora a Argentina (18,7%) ainda mantivesse destaque entre os acessos por vias aéreas, surge neste cenário os Estados Unidos (14%) e Chile (5,8%), enquanto Itália, Alemanha, França, Portugal, Espanha e Inglaterra somaram 26,7% deste mercado.

FIGURA 2: Distribuição conjunta entre vias de acesso e a origem dos turistas que chegam ao Brasil, segundo os continentes.



*Global: ao desconsiderar o continente origem.

O acesso fluvial, de menor proporção global (0,8%), evidentemente se restringe as atividades de turismo entre países vizinhos, transportando nativos e outros turistas que chegam ao Brasil como destino secundário. Mesmo nestes

casos, conhecer a origem destes visitantes pode direcionar estratégias para atrair um perfil específico de turistas que visitam os países vizinhos. Por exemplo, embora os mexicanos estivessem em maior proporção que os canadenses dentre os turistas da América do Norte, o mesmo não ocorreu para as vias de acesso terrestres, fluviais e marítimas. Isso mostra que como o Brasil capta turistas de mercados vizinhos (vias terrestres e fluviais) ou como destino turístico de viagens transatlânticas (via Marítima). Cabe ainda destacar a crescente expansão dos cruzeiros marítimos no mercado do turismo internacional (DE JESUS, 2004).

4. CONCLUSÕES FINAIS

Identificar as principais origens e vias de acesso dos turistas que chegam ao Brasil permitiu demonstrar para quais mercados o País está consolidado como destino turístico internacional. Além disso, podemos elencar pontos de discussão para melhor atender a esta demanda de forma qualificada, bem como quais mercados ainda carecem de ações para promoção do turismo em território brasileiro.

5. REFERÊNCIAS

BRASIL. Lei Nº 10.683, de 28 de maio de 2003. Dispõe sobre a organização da Presidência da República e dos Ministérios, e dá outras providências. Brasília: Diário Oficial da União, Seção 1, p. 2-9, 2003.

DE JESUS, E. Influência dos Serviços de Transportes na Hospitalidade do Turista. **Revista do Turismo**, 2004. Disponível em: <<http://www.revistaturismo.com.br/artigos/transportes.html>>. Acesso em: 22 abri. 2016.

MTur. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Chegadas de Turistas ao Brasil, por vias de acesso, segundo continentes e países de residência permanente – 2012 – 2013. **Anuário Estatístico de Turismo 2014 - Ano Base 2013**. Brasília: Ministério do Turismo. Disponível em: http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/anuario/downloads_anuario/Anuario_Estatistico_Turismo_2014_Ano_base_2013_De_z2014.xlsx>. Acesso em: 23 nov. 2015.

VALENTE, F.J.; CURY, R.M. Air Transport and Logistics Integration with Tourism Activities. **Turismo - Visão e Ação**, v.6, n.1, p. 27-43, 2004.