

Turismo de negócios coloca o Brasil no centro da rota global

Daniel Popov e Luiz Felipe Zamataro

O setor de viagens corporativas, que movimenta em média R\$ 17 bilhões por ano no Brasil, não acredita que a crise econômica vivida na Europa possa afetar os negócios no País, e prevê um crescimento de até 10% este ano, segundo dados da Associação Brasileira de Gestores de Eventos e Viagens Corporativas (Abgev), que destaca a cidade de São Paulo como a principal rota deste setor na América Latina, e a 15ª no mundo. A empresa inglesa Global Star, que faturou US\$ 6 bilhões no ano passado no mundo, e R\$ 300 milhões no Brasil, através da rede L'Aliança Travel Network Brasil (LTN), prevê um aumento de até 15% do faturamento este ano. A empresa brasileira Tivolitur afirma crescer 20% ao ano, mesmo em um ano conturbado como o de 2009, e pretende faturar R\$ 17 milhões este ano.

Segundo estudos do professor doutor em Economia de Turismo, Hildemar Brasil, divulgados pela Abgev, o setor de viagens corporativas pretende alcançar faturamento de R\$ 20 bilhões este ano, ante os R\$ 17,61 obtidos no ano passado, o que representaria um aumento de aproximadamente 10% e teria um grande efeito sobre a economia no País. "Se considerarmos todos os setores envolvidos com este mercado, em um ano o impacto econômico pode chegar a R\$ 33 bilhões. Este segmento está em plena ascensão, com boas expectativas para o ano vigente", comentou Brasil.

Na apuração, o professor destacou que no ano passado o transporte aéreo de viajantes corporativos teve redução de receita e fechou com R\$ 8,91 bilhões, contra R\$ 9,15 bilhões obtidos em 2008. Isso representa mais de 50% do total da receita gerada pelas viagens corporativas. Já no segmento de serviços de hospedagem houve um pequeno aumento, com registro de R\$ 6,55 bilhões, e o setor de locação de automóveis, por sua vez, fechou com receita de R\$ 998,5 milhões. "A pesquisa tem como objetivo manter um conjunto de indicadores que permitam um acompanhamento dos aspectos macroeconômicos relacionados ao segmento de viagens corporativas", frisou Brasil.

A Associação Brasileira de Agências de Viagens Corporativas (Abracorp), que possui 30 agências afiliadas, o que representa 41% de participação da entidade no mercado de viagens corporativas, está mais otimista e prevê um crescimento de até 15% este ano. Segundo o presidente do Conselho de Administração da Abracorp, Francisco Leme da Silva, os dois maiores gastos neste setor são o das passagens aéreas e o da hospedagem, que somadas compõem mais de 80%. Silva destaca que em 2009 foram gastos com passagens aéreas R\$ 4,6 bilhões, e com hospedagem, R\$ 908 milhões. "Neste primeiro semestre a expectativa é crescer 12% em relação aos números do mesmo período do ano passado", garantiu Silva.

Segundo ele o crescimento das viagens a negócio se deu principalmente pela rápida saída do País da crise em comparação a outros centros financeiros, e pela abertura do mercado para o capital estrangeiro. "Com o aumento dos investimentos estrangeiros nos setores produtivos da economia, com mais empresas instaladas no Brasil e com a ampliação da oferta de empregos, a movimentação de viagens corporativas tende a registrar aumento."

O presidente citou um mapeamento das viagens corporativas no Brasil, mostrando a predominância dos grandes centros urbanos na rota dos viajantes. "De acordo com os nossos estudos, além de São Paulo, os cinco destinos mais vendidos para viagens corporativas foram as cidades de Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Brasília, Recife e Salvador." E destacou um crescimento das viagens para as Regiões Norte e Nordeste, devido à questão do surgimento de novas empresas aéreas no Brasil e do crescente investimento dos governos locais no setor de infraestrutura hoteleira.

Quanto à importância de São Paulo no cenário de viagens corporativas brasileiras, alguns dados de empresas internacionais creditam a capital paulistana como de referência no setor de negócios. De acordo com estudo anual elaborado pela América Economia Intelligence, unidade de pesquisas da AméricaEconomia, de São Paulo foi eleita o melhor destino da América Latina para fazer negócios. Além de ser considerada pela Associação Internacional de Congressos e Convenções o maior destino de eventos internacionais das Américas e entre as 15 maiores do

planeta, São Paulo também é avaliada como a cidade de maior e mais qualificada rede hoteleira do país e onde se concentram 75% do mercado de grandes feiras e negócios.

No âmbito internacional, a Abracorp divulgou que os lugares mais procurados pelos brasileiros para viajar a negócios são: Miami, Paris, Buenos Aires, Nova York e Madrid. Silva falou também das previsões para o futuro das viagens corporativas internacionais. "Além dos EUA, dos países da América do Sul e Europa, a Ásia deve aumentar de maneira significativa a demanda, projetando crescimento no ranking dos destinos internacionais mais procurados para a realização de viagens de negócios", enfatizou ele.

Voos Fretados

Um outro setor que colabora para o aumento das viagens corporativas é o de voos fretados, que está em constante crescimento, devido principalmente ao fato de a economia e os investimentos no Brasil estarem crescendo e ao aumento no número de empresas estrangeiras no País. "Este mercado, de fretamento de aeronaves, especialmente para os chamados voos executivos, está aquecido", garante o presidente da associação, que ainda fala da expectativa do setor para este ano. "A tendência é de crescimento acima das previsões mais otimistas em relação ao PIB, ou seja, o crescimento percentual dos aviões fretados para empresas no começo deste ano supera dois dígitos, se comparado ao do ano passado."

Agências

O grupo inglês Global Star, que atua neste segmento de viagens corporativas e faturou em 2009 US\$ 6 bilhões, aposta principalmente em países emergentes, destacando China, Índia e Brasil, para crescimento de seus negócios.

Segundo o diretor de Marketing do grupo, Mark van Iersel, a perspectiva é crescer 5% este ano, graças ao aumento do número de parceiros, que irá resultar em acréscimo da receita total da empresa. "Os principais mercados para a Global Star são América do Norte e Europa, porque estas regiões continuam a ser a força motriz da consolidação internacional da Business Travel Services para empresas de grande porte. Contudo, vimos um crescimento substancial na China, na Índia e na América do Sul, regiões onde buscaremos mais parceiros para nos consolidarmos nesse mercado emergente", contou Iersel.

No Brasil a empresa é representada pela L' Aliança Travel Network Brasil (LTN), e espera crescer 25% este ano, ante os R\$ 300 milhões obtidos em 2009, ano que, segundo o diretor comercial da empresa, Paulo Perez, foi muito ruim para os negócios. "No ano passado fechamos com uma retração de 37%, puxados principalmente pela crise econômica. Mas este ano temos a perspectiva de recuperar este revés, pois o Brasil é um país muito forte, e um dos mais importantes para a empresa", comentou Perez.

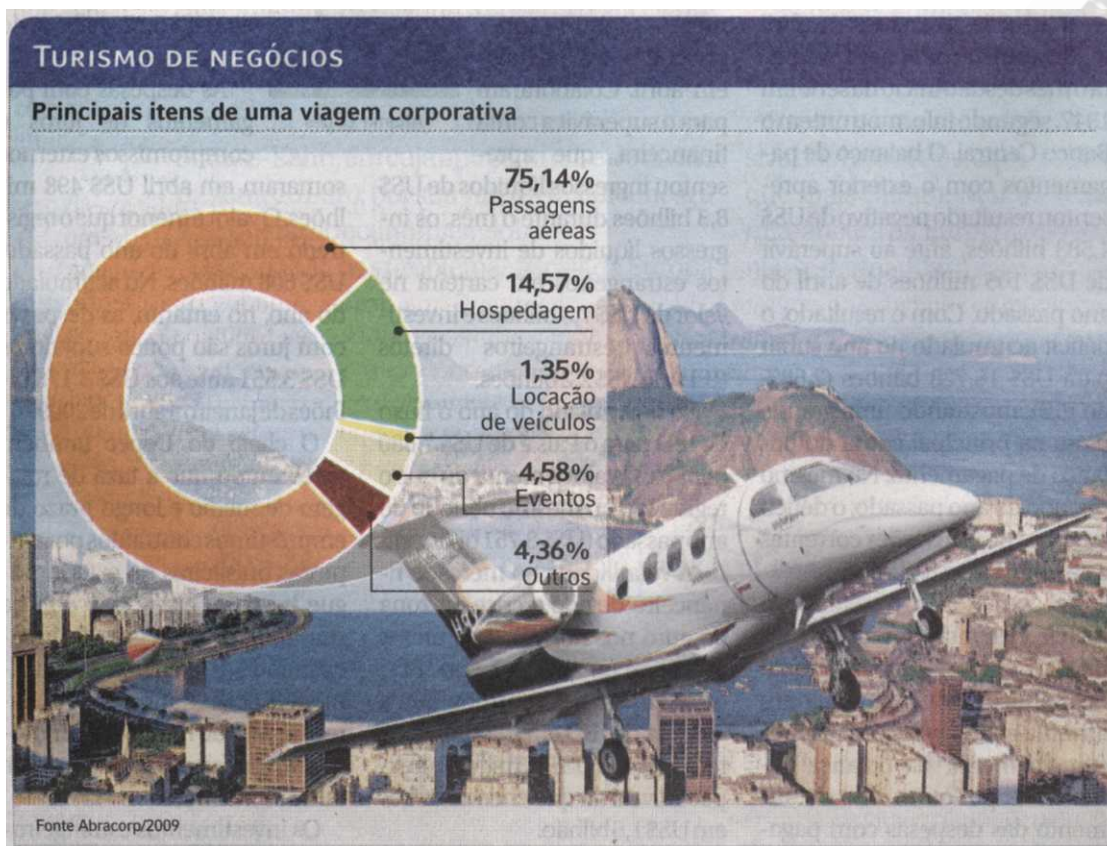
A empresa brasileira Tivolitur, fundada pelo empresário Rocco Laieta, espera terminar o ano com um incremento de 20% em seu faturamento, que no ano passado foi de R\$ 15 milhões, mantendo o nível de crescimento mesmo com a crise global, além da abertura de uma filial no Rio de Janeiro. "Quando vimos a chegada da crise em 2008, nós nos preparamos para um ano difícil; entretanto, não notamos isso em 2009, e fechamos o ano com a mesma média de crescimento do ano anterior", contou Laieta.

Laieta também mencionou o profissionalismo do setor de viagens corporativas no Brasil, que hoje compõe pouco mais da metade do faturamento total de viagens realizadas por agências de turismo, e a chegada de novas tecnologias. "Hoje em dia, não existe mais agente de viagens, o certo é dizer `consultor', pois as agências disponibilizam ferramentas para que a própria empresa faça a escolha do voo, do assento, do hotel etc. Nós ficamos à disposição para auxiliar se necessário."

Turismo de saúde

Em meio a este otimista cenário vivido pelo turismo brasileiro, um outro setor começa a ganhar destaque, além das viagens corporativas e do turismo de lazer: o turismo de saúde, que movimentava US\$ 60 bilhões ao ano no mundo, vem atraindo as atenções ao País, que tem como concorrentes diretos Índia, Tailândia e Cingapura.

Com o objetivo de impulsionar esse novo mercado no País, acontecerá, entre os dias 25 e 28 de agosto, no Grand Hyatt São Paulo (SP), o evento "Medical Travel Meeting Brazil", evento internacional com elenco da excelência médica do Brasil para operadoras de saúde, empresas corporativas e facilitadores internacionais.



Fonte: DCI, São Paulo, 26 maio 2010, Primeiro Caderno, p. A4.