

# hotelnews

www.revistahotelnews.com.br

HOTELARIA GASTRONOMIA TENDÊNCIAS

Nº 404 | Junho/Julho 2018

58  
anos



## FINANCIAMENTO HOTELEIRO

**entrevista**  
MARCELO NERI  
FGV

**GASTRONOMIA**  
ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL

**TECNOLOGIA**  
AR CONDICIONADO

**ESTILO**  
PROJETO DE ILUMINAÇÃO



## ECONOMIA NO TURISMO

**M**arcelo Neri é economista, pesquisador e diretor do FGV Social, da Fundação Getúlio Vargas; professor da Escola Brasileira de Economia e Finanças (EPGE) e fundador do Centro de Políticas Sociais, também na instituição. Foi presidente do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) entre 2012 e 2014. Atuou como ministro-chefe da Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República (SAE/PR) e como secretário executivo do Conselho de Desenvolvimento Econômico e Social (CDES). Foi representante do Brasil junto ao Fórum Econômico Mundial e NSA, e líder dos Think Tanks do país junto aos BRICS. Avaliou políticas públicas em duas dezenas de países e implementou políticas públicas em três níveis de governo no Brasil.

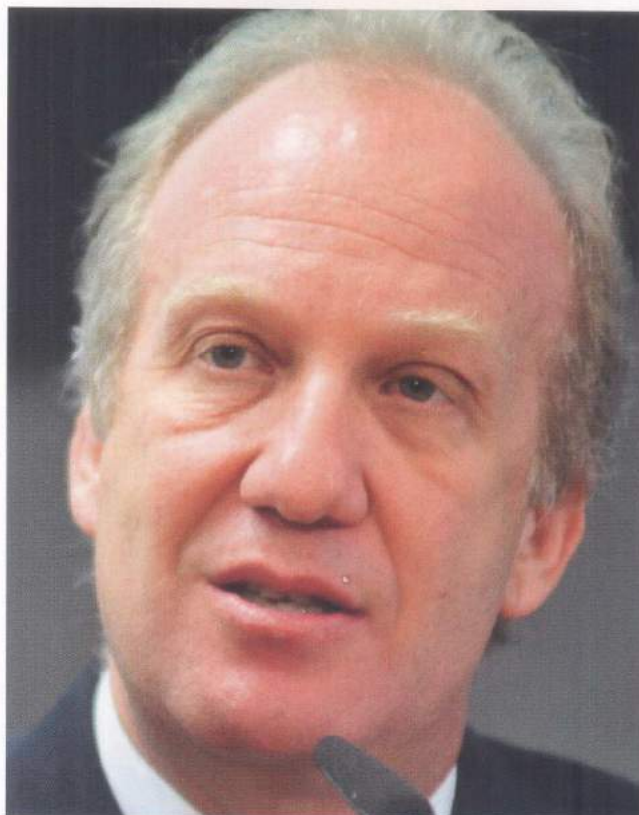
**HOTELNEWS:** *Você foi presidente do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea). Em qual momento o mercado do turismo chamou sua atenção?*

**MARCELO NERI:** Nas pesquisas que realizamos temos uma abordagem voltada para a inclusão social. Há alguns anos desenvolvemos um estudo sobre uma iniciativa que abordava o mercado de turismo chamada "Turismo Sustentável e Alívio à Pobreza (Tsap)", que teve como objetivo avaliar os impactos sociais do Programa de Desenvolvimento do Turismo (Prodetur) no Nordeste. Posteriormente, participei de um grupo de debates sobre o setor no âmbito desta iniciativa. Nossa vantagem comparativa é trazer um olhar de fora e informações que, no geral, não são tão utilizadas no segmento.

**HN:** *Durante o Conotel 2018 (Congresso Nacional de Hotéis) você afirmou em sua palestra que é possível comparar o turismo ao fluxo migratório no Brasil. Explique esta ideia.*

**MN:** Turismo e imigração têm uma linha de ação próxima, com o mesmo espírito. Desenvolvemos um projeto para tentar tornar o País mais aberto. O Brasil teve uma abertura na conta de capitais e um pouco na comercial, mas ainda é muito fechado na movimentação de pessoas. A visão do brasileiro, entretanto, é de que somos abertos. Há uma coincidência numérica entre as duas realidades: cerca de seis milhões de turistas chegam anualmente ao País, totalizando 3% da população, e a proporção de imigrantes de primeira geração no Brasil é ainda menor: 0,3%. Isto é apenas um décimo da média mundial. Temos um potencial gigantesco também para atrair imigrantes. Precisamos de mão de obra qualificada e oxigenar o Brasil como potencial turístico. Nosso fluxo de turistas aqui é ridículo. A título de comparação,

o México recebe 32 milhões de visitantes. A nossa troca em relação ao exterior, no que diz respeito às pessoas, é muito rarefeita. Isso faz também com que nossa população seja fechada para as experiências. Olhando dados sobre envio de brasileiros para estudar fora ou receber estudantes do exterior aqui, por exemplo, somos os últimos do ranking. É um modelo fechado mentalmente, como se nós nos bastássemos. Após uma pesquisa de campo, quando perguntamos para os brasileiros se aceitariam pessoas de alta qualificação do exterior trabalhando na sua empresa, eles responderam que sim.





**HN:** Recentemente, José Ernesto Mariño Neto, diretor da BSH International Hospitality Asset Managers, disse que, na visão dele, o Brasil historicamente nunca precisou estabelecer relações. Para ele, desde 1500 somos autossuficientes em recursos e, por isso, o País se basta. Você concorda com essa afirmação? O Brasil fechado de hoje tem essa raiz?

**MN:** Acho que sim. Historicamente o Brasil sempre foi um exportador de matérias-primas. Mas sempre nos apoiamos muito no mercado interno, como se nos bastasse, e como se pudéssemos abrir mão de uma troca com o exterior. Os grandes problemas brasileiros são de relacionamento em um sentido interno também. A desigualdade, a inflação e a criminalidade altas que existem no Brasil, mas não necessariamente em outros países em desenvolvimento, afetam o turismo desde sempre. Estes problemas de relacionamento estão mais fortes.

**HN:** Você acredita que o mercado brasileiro é autossuficiente ou é uma falta de visão?

**MN:** É uma visão diferente dos nossos colegas latinos, que são mais voltados para os Estados Unidos. Peru e Colômbia são exemplos de boas práticas econômicas e turísticas. No Brasil o mercado não é algo bem visto, ainda. Os incentivos são distorcidos. Então, acabamos fazendo escolhas erradas. Há um problema interno e esperamos um Estado grande, que será gerido por um político. Queremos isso e, na verdade, temos que pensar em abrir mais para a concorrência.

**HN:** Você acredita que falta mão de obra qualificada no Brasil? Como resolver este problema?

**MN:** O Brasil vive talvez pela primeira vez na história a falta estrutural

de mão de obra. Há um problema de desemprego, que é circunstancial, ou seja, não veio para ficar. Vai faltar gente pelo fim do bônus demográfico e o mercado não vai ajustar, pois não temos fluxo migratório. Aumentar a produtividade e atrair gente de fora ajuda nisso. Em qualquer país

**“O Brasil teve uma abertura na conta de capitais e um pouco na comercial, mas ainda é muito fechado na movimentação de pessoas”**

da América Central, por exemplo, o inglês é uma prioridade e aqui isto não acontece. Temos um problema também de formação de pessoas, o que seria o cenário ideal para atrair estrangeiros. Na Fundação Getúlio Vargas eu mesmo ministrei um curso para estrangeiros que não existia alguns anos atrás. Está começando a virar uma tendência, mas somos um país grande e temos que pensar na escala do problema. Precisamos gerar uma mudança cultural.

**HN:** De acordo com a pesquisa “Desafios Socioeconômicos e Turismo Receptivo”, houve queda no número de turistas europeus e norte-americanos no Brasil, mas aumento dos argentinos. E os visitantes de outros países?

**MN:** Usando novamente esta analogia da imigração, se a analisarmos em curto prazo, no Brasil são os países vizinhos que vêm. A questão da distância, de fato, nos atrapalha. Há um grande afastamento dos novos centros do circuito internacional. Os dados mostram esse avanço na Ásia que, dada a sua população, hoje em dia bateu a Europa em atividade turística.

**HN:** Sobre o turismo doméstico a pesquisa aponta um crescimento. Você

atribui isto à nova distribuição da renda? Isso é bom ou ruim para o futuro do Brasil?

**MN:** Neste aspecto há o turismo de lazer e o de negócios. Houve esse boom do novo consumidor de turismo, no sentido amplo. Se a pessoa possui carteira assinada e 30 dias de férias, tem

também como se financiar e comprar passagens. Se considerarmos o ápice desse processo de ascensão social e

turística interna, é possível verificar que um terço das pessoas que faziam viagens em 2014 eram passageiros que voavam pela primeira vez. Havia um novo consumidor que forçava a adaptação das empresas do setor.

**HN:** Em relação aos eventos esportivos, você acredita que houve um planejamento sustentável em longo prazo, ou foi apenas algo imediatista?

**MN:** Estamos muito conturbados. Os eventos internacionais servem para transmitir a imagem do país. Tínhamos essa visão de um país receptivo, mas nós mesmos nos sabotamos de uma maneira inacreditável. O Brasil desandou entre o anúncio dos eventos esportivos e a implementação deles. As manifestações ocorreram em paralelo com a Copa das Confederações. O que me surpreende é que abandonamos a situação após a realização deles. Está faltando uma clareza de propósito. Em relação às Olimpíadas, havia um ganho potencial gigantesco que em parte se transformou em perda do chamado softpower. O que a experiência está mostrando é que o Brasil sempre morre no final do filme, mas neste caso foi suicídio coletivo mesmo. Não sabemos reconhecer nem nossas dificuldades, nem nossos acertos.



**HN:** Na sua visão de economista, dentro do mundo da política, você acredita que os objetivos acontecem aleatoriamente, por interesses de uma própria causa, e não importa o preço que se pague?

**MN:** Os políticos são vistos com desconfiança, com toda razão. Mas, se analisarmos os dados em escala global, não necessariamente isso é verdade. Em um conjunto de países do mundo, ponderado ou não pela população, nem sempre isso acontece. Entretanto, o Brasil é um ponto fora da curva. Se analisarmos os dados de pesquisas de opinião com brasileiros sobre honesti-

se beneficiou de certa forma, não só no que é voltado à indústria hoteleira e ao turismo, mas também em cultura. Houve um ganho, mas foi pouco; não soubemos lidar com a oportunidade. O mundo todo se voltou para cá, mas pegamos este palco e jogamos contra o nosso próprio patrimônio.

**HN:** Como você insere o País nos BRICS (acrônimo que se refere aos países membros fundadores do grupo, composto por Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul), no que diz respeito ao potencial turístico?

**MN:** Todos os países, com exceção da Índia, foram receptores de grandes eventos. Os BRICS ocuparam esse espaço na cena internacional. A riqueza

deles é que são uma combinação de países muito diferentes entre si, e não um bloco de interesses comuns como as associações na América Latina. É mais difícil convergir para uma agenda comum que é de trocas, mas é uma questão de aprendizado.

**HN:** A distribuição de renda nos BRICS é similar?

**MN:** Não. A desigualdade em todos os BRICS aumentou, com exceção no Brasil, que caiu. A China está vivendo o que o Brasil viveu na época do milagre econômico. A distribuição de renda está piorando em todos os países. Aqui melhorou por um tempo, mas agora está piorando bastante. Diria que é uma conjunção de diferentes.

**HN:** No que os BRICS refletem para o turismo e a economia do Brasil?

**MN:** Os BRICS são um potencial e têm duas características. Primeiro: são poucos países. São países grandes, que abrigam 40% da população mundial.

Lidar com o mundo todo é complexo, por isso escolher cinco ou quatro, apenas, é uma boa estratégia, tem um grande potencial. As experiências de abertura são muito interessantes. Para um país fechado como o nosso, é um grande exercício lidar com o exterior.

**HN:** A Embratur (Instituto Brasileiro de Turismo) tem investido muito nos mercados russo e chinês. Você acredita que são países promissores para o Brasil?

**MN:** É uma boa aposta. São países grandes. A geografia econômica e turística está mudando. Vemos que a Ásia ultrapassou a Europa. É verdade que somos distantes, mas, como não temos este relacionamento, devemos sim tentar desenvolvê-lo.

**HN:** O Ministério do Turismo (MTur) vem batendo na tecla de que a facilitação do visto pode ajudar no fluxo turístico. Você acredita nessa importância?

**MN:** Pode ajudar, com certeza. De fato, a burocracia é muito grande, tanto para imigrante, quanto para o estudante e para o turista.

**HN:** Sempre ouvimos de líderes do trade turístico que o Brasil é distante, e essa distância prejudica o setor. Você acredita ainda que é um fator determinante? Somos distantes ou não temos infraestrutura?

**MN:** As duas coisas. A distância é um dos fatores, e a infraestrutura é outro; mas também existe a questão da mentalidade. Precisamos mudá-la e pensar em abrir o Brasil para o mundo. Quando a Europa estava em crise e o Brasil não estava, era o momento certo. Agora ficou mais difícil.

**HN:** O que você acha sobre o Airbnb no negócio do turismo?

**MN:** Seria positiva se existisse uma isonomia tributária. Você precisa ter

**“O que a experiência está mostrando é que o Brasil sempre morre no final do filme, mas neste caso foi suicídio coletivo mesmo”**

dade das eleições, sobre a confiança no Governo Federal em si, ou sobre a liderança do País, ocupamos o segundo posto mais baixo do mundo. Estamos em uma situação que veio de um boom social; as commodities ajudaram e os eventos aconteceram. Obviamente a classe política tem um peso grande no desajuste, mas o que me preocupa mais é a nossa psicologia interna de lidar com sucesso e com os fracassos.

**HN:** Voltando à sua pesquisa, ela mostra que as pessoas reconhecem o País como ruim hoje, mas acreditam que em cinco anos irá melhorar. Por quê? Isso está refletindo para fora do Brasil? Em comparação a outros países, temos uma dificuldade maior de captar turistas estrangeiros?

**MN:** De forma geral, somos um país apreciado, que as pessoas têm curiosidade em conhecer. Somos exóticos e estamos no Ocidente. Os grandes eventos geraram melhorias, e a população



# AQUECEDOR DE ÁGUA PRESENTE NOS MELHORES HOTÉIS



- Câmara quente separada da fria, gerando maior rendimento
- Fácil instalação acoplando ao seu sistema atual
- Economia garantida em contrato
- Mais economia do que aquecimento solar
- Retorno econômico médio de 6 meses
- Dispensa manutenção preventiva



(11) 5572-1554  
[www.lighttech.com.br](http://www.lighttech.com.br)

uma forma de estabelecer uma competição saudável e bem regulamentada. Eu acho que pode ser predatória em relação à indústria turística tradicional, então tem que se tornar melhor regulado.

**HN:** *O Airbnb se abraçou ao turismo de lazer. Você acha que esse movimento não foi uma nova visão de marketing de vendas, que deveria ser feito também pela hotelaria tradicional, que ficou focada no turista de negócios e acabou não percebendo que o consumidor mudou?*

**MN:** Acho que faz sentido. O maior mercado é o de lazer e de alguma forma você tem uma nova tendência. O curso muda com a internet, mas você precisa ter um conteúdo nesta história. Não basta a tecnologia; é preciso uma estratégia. Faltava a concorrência, claro, mas precisa ser uma concorrência bem regulada. Eu acho que o problema aqui do Brasil é não só a carga tributária alta, mas a forma com que você taxa o turismo.

**HN:** *Recentemente ocorreu a questão da reoneração de vários segmentos, inclusive a hotelaria. E não vimos nenhum movimento político. Qual sua opinião sobre a ação das entidades relacionadas ao turismo?*

**MN:** Todos os setores tinham que ter uma atitude neste sentido. Você precisa de um grande pacto nacional, na verdade, mas isso não acontece. A situação do setor hoteleiro talvez tenha mostrado que o jogo é de disputa mesmo. O equilíbrio ideal seria não ter os vários lobbies indo à Brasília, e cada um puxando a sardinha para o seu lado.

**HN:** *De que forma o hoteleiro pode auxiliar a cadeia do turismo?*

**MN:** O que a gente observa é um pro-

blema de falta de infraestrutura. Houve uma dinâmica até 2014 em que aconteceu um boom social forte, mas não foi feita uma ação de sustentabilidade nos destinos. O setor precisa tomar posse dos seus efeitos bons e dos seus limites. É preciso ações, a começar dentro do setor, dando essa consciência coletiva dentro de uma estratégia. A indústria de turismo no Brasil não é uma potência. É subaproveitada e subdesenvolvida. Estamos em uma situação que você vai tentar se proteger, sem pensar em chegar a um equilíbrio. Se a indústria nascente - essa criança de 70 anos - foi atrás de proteger a desoneração, por exemplo, fez com que os outros setores fizessem a mesma coisa. Falta essa orquestração dos vários segmentos produtivos, a começar por dentro do próprio setor.

**HN:** *Na sua visão de economista, como você enxerga o País nos próximos cinco anos?*

**MN:** Eu acho que estamos em um momento de incerteza máxima. A sociedade está polarizada, de uma maneira não só objetiva, como subjetiva. Quem ganhar, ganhará tudo; e quem perder, perderá tudo. Isso é uma situação de risco máximo e é ruim para o Brasil. Tivemos um movimento interessante, por exemplo, de colocar a criança na escola. Avançamos na escolaridade, mas a produtividade continuou baixa. Avançamos, mas cheios de problemas, e não temos uma escolaridade voltada para o mercado de trabalho. É fantástico que a expectativa de vida tenha aumentado; o mais importante é que as pessoas vivam com qualidade. Só que é necessário financiar isto; por isso a necessidade da reforma da previdência. Conseguimos ter avanços sociais importantes, mas sem responsabilidade econômica. ■