

Brasil cresce
e aparece

com o
turismo

As receitas cambiais geradas pelos turistas estrangeiros se elevaram 68,1% de 2003 a 2012. Aumentam as oportunidades para pequenos empreendimentos na área de hotelaria

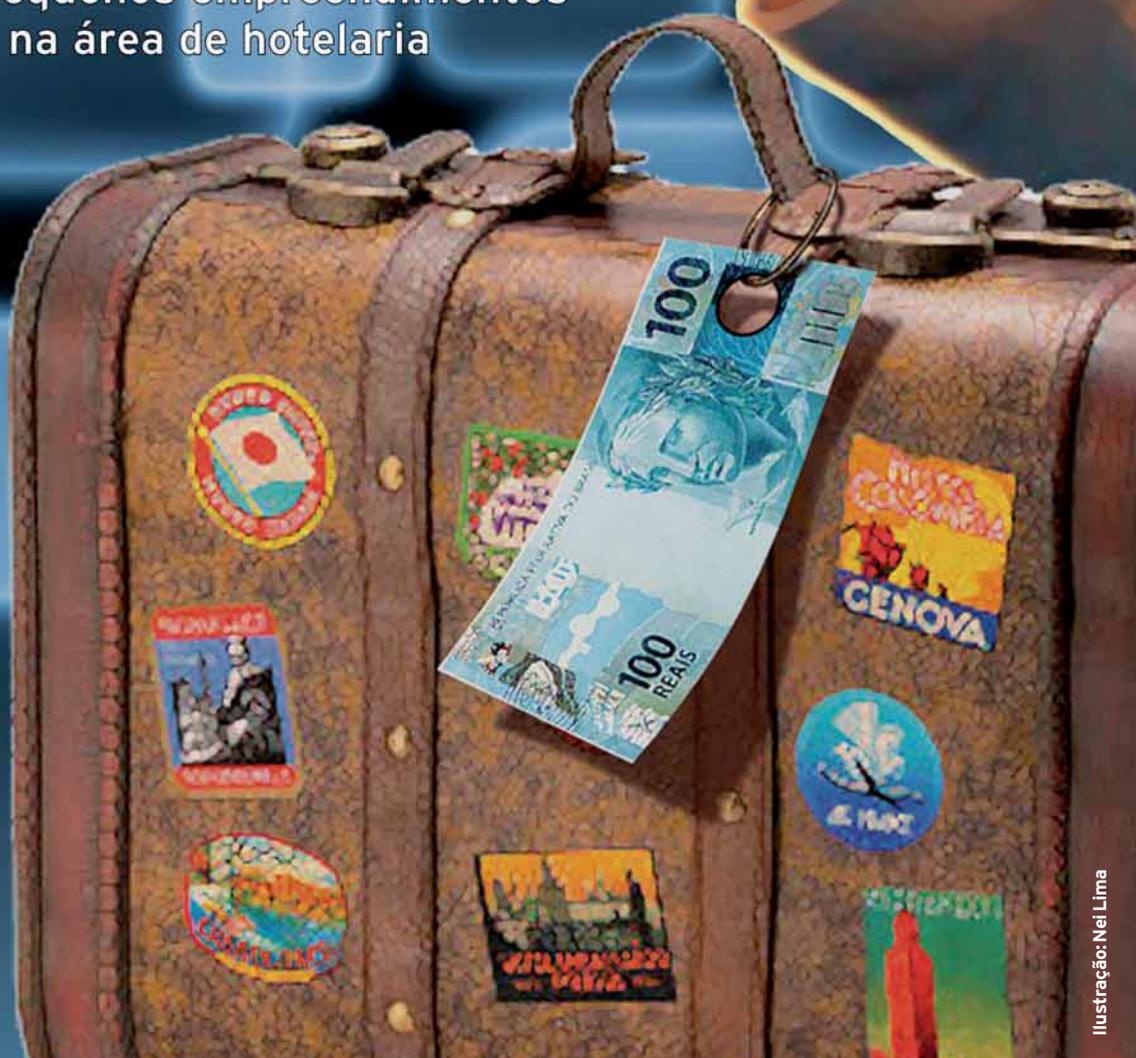
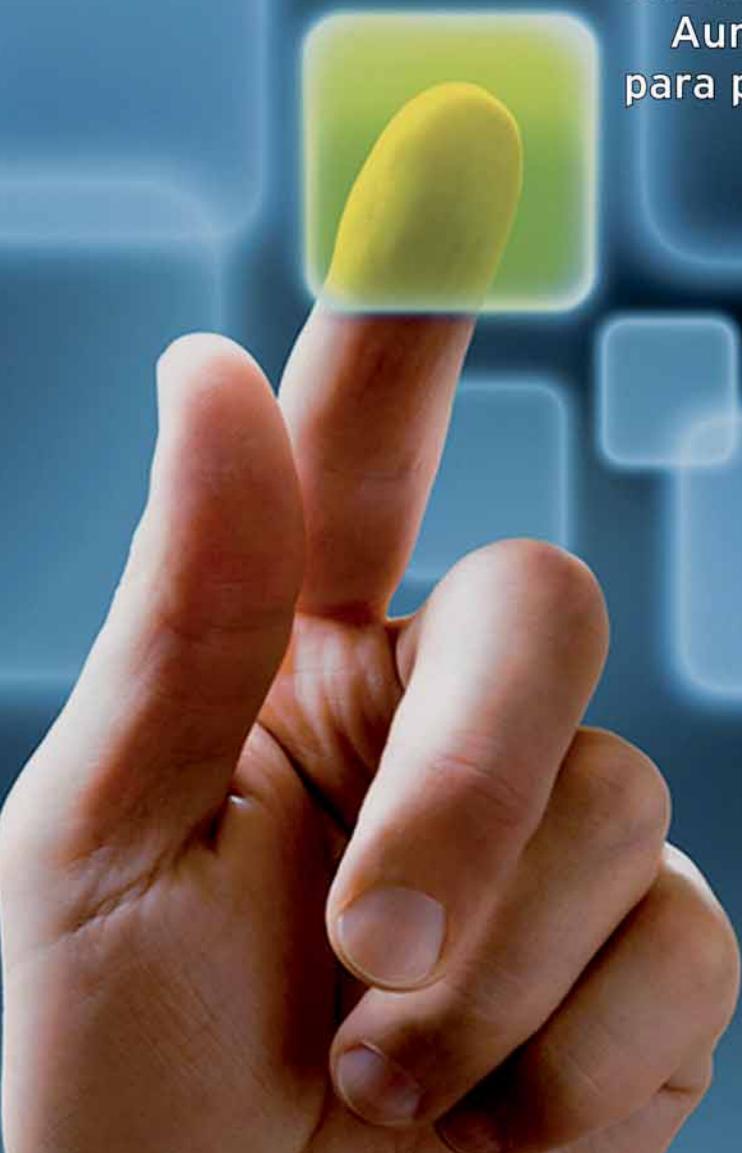


Ilustração: Nei Lima

O turismo mostra força e músculos

Setor cresce a taxas superiores às da economia nacional e se prepara para novos saltos, com a Copa do Mundo, no próximo ano, e as Olimpíadas do Rio de Janeiro, em 2016

Textos
Dario Palhares

Como de hábito, Luiz Inácio Lula da Silva leu e ouviu poucas e boas nos meios de comunicação quando, logo no início de seu primeiro mandato, decidiu dar vida própria ao Ministério do Turismo, colocando um ponto final na dobradinha deste com a pasta dos Esportes, que data de 1998. Dez anos depois, o agora ex-presidente bem que poderia cobrar seus críticos. Afinal, o setor deslançou neste século, crescendo 32,4% de 2003 a 2009, 7,8 pontos acima do índice registrado pela economia nacional em igual período. Mais: como se fossem balões soltos, o faturamento das 80 maiores empresas do segmento subiu 125% entre 2005 e o ano passado e as receitas cambiais geradas pelos turistas estrangeiros se elevaram 68,1% de 2003 a 2012 (veja tabelas).

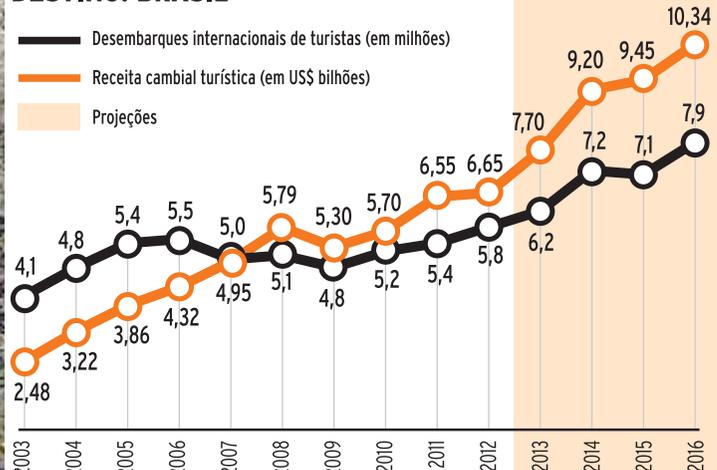
“O Brasil entrou de vez na elite do turismo mundial. No ano passado, por exemplo, o país foi sede de 360 grandes eventos internacionais, o que lhe conferiu o sétimo posto no ranking global, à frente de Japão, Holanda e China”, assinala José Francisco Salles, diretor do Departamento de Estudos e Pesquisas do Ministério do Turismo (MTur).

Dono de uma musculatura já digna de respeito, o setor se prepara para novos saltos, com a Copa do Mundo, que voltará à terra do futebol depois de 64 anos, e as Olimpíadas do Rio de Janeiro, em 2016. As duas maiores competições esportivas do planeta, estima-se, devem atrair cerca de 4,3 milhões de turistas estrangeiros para as principais cidades brasileiras. De olho nessa invasão pacífica, que deve injetar na economia cerca de R\$ 9,4 bilhões, segundo o Ministério dos Esportes, o Poder Central trata de abrir seus cofres.

O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), por exemplo, dobrou para R\$ 2 bilhões o orçamento da linha do Procopa Turismo, modalidade de financiamento voltada à hotelaria. Em outubro do ano passado, as micro, pequenas e médias empresas também receberam seu quinhão, com a criação do FAT Turismo. Lastreada em recursos do Fundo de Amparo ao Trabalhador (FAT), a linha de crédito dispõe de R\$ 400 milhões para investimentos e R\$ 100 milhões para capital de giro.

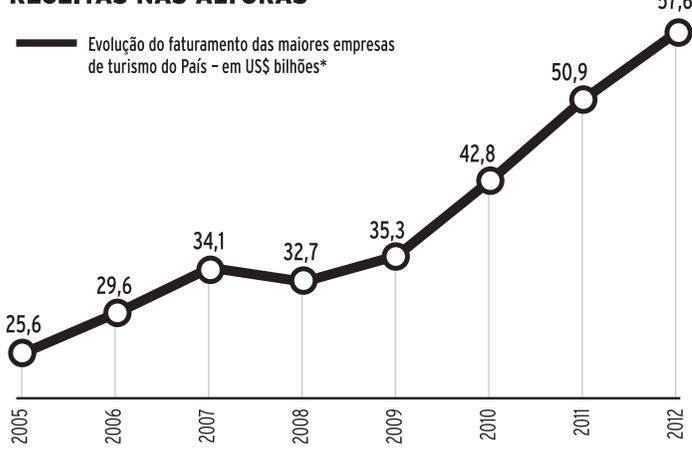
Apesar do custo mais em conta — TJLP mais juros de 4,5% ao ano —, a iniciativa, se fosse anunciada na virada do século, receberia elogios públicos e críticas nos bastidores. Tudo em razão do elevado índice de mortalidade então apresentado pelos empreendimentos de menor porte. Sete de cada dez batiam as botas antes de completar duas temporadas de atividade. Hoje, é o inverso, como revela levantamento recente do Sebrae: de cerca de 520 mil micro e pequenas de quatro setores (comércio, serviços, construção e indústria) surgidas em 2007, mais de 70% permanecem de pé. “Antes, a maioria abria uma pequena pousada com os recursos do Fundo de Garantia. Hoje, os micros que seguem o mesmo caminho o fazem por vocação e competência”, assinala Juarez de Paula, gerente de Comércio e Serviços do Sebrae.

DESTINO: BRASIL



Fontes: Ministério do Turismo e Banco Central

RECEITAS NAS ALTURAS



* O levantamento abrange 80 agentes do setor, exceto em 2007 (92) e 2008 (78)

Fonte: Ministério do Turismo

Governo sonha com pódio no ranking mundial

Março de 2017. Sete meses após a equipe nacional ter alcançado um, até então, inimaginável quinto posto na classificação geral dos Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro — atrás apenas de Estados Unidos, China, Rússia e Alemanha —, o governo brasileiro anuncia a provável conquista de uma nova e bilionária medalha de bronze, com a iminente ascensão do país ao terceiro posto no ranking mundial do turismo de negócios, superando França e Itália, entre outras. A previsão é confirmada, 60 dias mais tarde, pelo

International Congress and Convention Association (ICCA), a “suprema corte” do setor.

Exceto no que diz respeito aos esportes, o exercício de futurologia desenvolvido acima tem fundamento. Sua referência é o Plano Nacional de Turismo para o triênio 2013-16, viga-mestra das políticas do Executivo federal para o segmento, que crava como uma de suas metas, para daqui a três anos, a chegada ao pódio. Quem desdenha da projeção deve refletir melhor. Primeiro, porque o Brasil, hoje em sétimo na

tabela do ICCA, galgou 12 posições desde 2003. E, sobretudo, porque a Copa do Mundo, no ano que vem, e as Olimpíadas, em 2016, atrairão legiões de turistas estrangeiros e contribuirão para valorizar as imagens dos anfitriões, o país e a sua ex-capital, aos olhos do planeta.

Não faltam exemplos para corroborar tal tese. Até o início da década de 1990, qualquer visitante conseguia posar tranquilamente para fotos ao lado da famosa estátua do lagarto postada na entrada do Parque

Güell, uma das atrações de Barcelona. No entanto, depois que a cidade sediou os Jogos Olímpicos, em 1992, o pobre bicho, revestido com cacos de cerâmica, começou a ser “assediado” a tal ponto que, nas altas temporadas, nem pode ser identificado a olho nu. Natural, considerando-se que o fluxo de turistas na capital da Catalunha cresceu 347% nos últimos 20 anos: de 1,7 para 7,6 milhões a cada temporada.

Dito isso, resta uma pergunta que não quer calar: qual será o “lagarto” carioca pós-Olimpíadas? Façam suas apostas.

Boas notas no ensaio geral

Saldo positivo da Copa das Confederações deixa o governo otimista em relação ao Mundial de Futebol, no próximo ano

O triunfo categórico do escrete carinhoso sobre a toda-poderosa Espanha foi a cereja no bolo da primeira Copa das Confederações realizada no país. Além do título da competição e das convincentes exibições do time dirigido por Luiz Felipe Scolari, os brasileiros têm ainda a comemorar a boa avaliação das seis cidades-sede do torneio. De acordo com levantamento preliminar do Ministério do Turismo, 2.106 turistas entrevistados em estádios e aeroportos gostaram do que viram e experimentaram por aqui (*ver tabela*).

“Ainda estamos compilando os dados da pesquisa, que ouviu 14 mil visitantes brasileiros e estrangeiros,

mas já é possível identificar os prós e os contras. Restaurantes, hotéis, opções de diversões noturnas e as cidades, de maneira geral, ficaram muito bem nas fotos”, constata José Francisco Salles, diretor do Departamento de Estudos e Pesquisas do Ministério do Turismo (MTur). “Por outro lado, o pessoal se queixou do preço da alimentação nos estádios e cobrou melhorias na sinalização e informações turísticas.”

Superado o ensaio geral da Copa das Confederações, cabe agora ao governo e, também, à iniciativa privada fazerem os ajustes necessários para garantir o sucesso, em 2014, da festa principal, o Campeonato

Mundial de Futebol, que depois de 64 anos voltará a ser realizado no Brasil. Além de programas voltados à ampliação da rede hoteleira e à capacitação de mão de obra no setor, o Executivo federal programa investimentos de R\$ 116 milhões em sinalização turística, acessibilidade e centros de atendimento ao turista.

Tudo isso e mais um pouco para satisfazer os 3,7 milhões de estrangeiros que, estima-se, deverão passar pelo país entre junho e julho do próximo ano para acompanhar a competição. Além de numerosa, essa legião de torcedores têm poder de fogo acima da média dos turistas convencionais. Com renda média familiar na casa de R\$ 25 mil, seu gasto per capita na África do Sul, durante o último Mundial, somou R\$ 11,5 mil.

O Ministério do Esporte estima que a grande festa do futebol injetará na economia local R\$ 9,4 bilhões. O montante, contudo, poderá oscilar de acordo com os participantes do torneio. Uma ótima notícia, na avaliação de Salles, é a presença quase certa dos Estados Unidos, cujos cidadãos figuram com destaque entre os principais visitan-



André Mourão/Ag. O Dia

Copa das Confederações: primeiro teste para o serviço ao turista

tes do Brasil. “Os norte-americanos, apesar de chamarem o futebol de soccer, adoram Copas do Mundo. Como sua seleção está praticamente classificada, eles terão um estímulo a mais para arrumar as malas”, observa. “O mesmo vale para argentinos, italianos e chilenos.”

Em compensação, os paraguaios, também assíduos no país, andam desanimados com a desclassificação da sua equipe. Para a preocupação do diretor do MTur, os uru-

guaios correm o mesmo risco. “Todo ano, recebemos entre 200 mil e 220 mil uruguaios, número que deverá crescer pelo menos 10% em 2014, caso sua equipe se classifique. Eles serão muito bem-vindos, como sempre, embora seus jogadores costumem ‘aprontar’ por aqui”, emenda Salles, referindo-se à decisão da Copa de 1950, quando a “Celeste Olímpica” derrotou o Brasil por 2 a 1 em pleno Maracanã e conquistou seu segundo título mundial.

O BRASIL BEM NA FOTO

Avaliações positivas dos turistas sobre serviços turísticos e infraestrutura das cidades-sede da Copa das Confederações - em %



Fonte: Ministério do Turismo

Para os especialistas em servir, somos especialistas em conquistar clientes.

0800 570 0800 | sebrae.com.br

> Baixe o aplicativo do Sebrae na App Store ou na Play Store.

Quem tem seu próprio negócio é um especialista. Mas para começar ou melhorar a sua empresa, até um especialista precisa de especialistas em pequenos negócios. Vai empreender? Vai ampliar? Vai inovar? Conte com o Sebrae.

Como vai? Somos o Sebrae. Especialistas em pequenos negócios.

Educação Empreendedora

Consultoria

Gestão

Inovação

Resultados

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas



Juarez de Paula, do Sebrae: boas oportunidades, principalmente, nos segmentos de alojamentos para estudantes e hospedagem familiar

A Copa já começou para as micro e pequenas

Lançado em 2011, o Programa Sebrae 2014 ajudou até agora 1.800 empresas de turismo a ganharem competitividade e a identificarem novos nichos de negócios

O futebol, ao contrário do que reza o velho dito popular, não é uma caixinha de surpresas. Para conquistar títulos, atrair seguidores e faturar alto, qualquer clube, nacional ou estrangeiro, tem de traçar planos e metas, desenvolver sua infraestrutura, cuidar do caixa e da tesouraria, saber identificar e valorizar talentos, definir táticas e estratégias e, claro, manter sua equipe permanentemente treinada e motivada. Tais quesitos, vale lembrar, também se aplicam, sem exceção, ao mundo dos negócios. Não por acaso, portanto, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Se-

brae) resolveu colocar seu time de consultores e experts em campo, com antecedência, para auxiliar empreendedores de menor porte a cumprirem boas campanhas na próxima Copa do Mundo, que será disputada entre maio e junho de 2014 em gramados brasileiros.

Há três anos, foi dado o pontapé inicial do Programa Sebrae 2014. A iniciativa tem duas vertentes: a identificação, em parceria com a Fundação Getúlio Vargas (FGV), de novas oportunidades de negócios em 10 setores prioritários, entre os quais o de turismo; e a elaboração de um check-list que permite aos

negociantes detectarem ações concretas para alcançar um maior grau de competitividade. No caso de bares e restaurantes, as dicas incluem a implantação de cardápios trilíngues — em português, inglês e espanhol — e melhores condições de acessibilidade — ponto valorizado por torcedores do Primeiro Mundo.

“Até o momento, já atendemos cerca de 20 mil empresas, das quais 30% do ramo de turismo”, comemora Juarez de Paula, gerente de Comércio e Serviços do Sebrae. “Realizamos seminários nas 12 cidades onde serão disputados jogos do Campeonato Mundial, participamos

dos congressos da Associação Brasileira das Agências de Viagens e da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes e o trabalho continua.”

Do outro lado do campo, ou melhor, do balcão de negócios, a bola também segue a rolar. A Copa das Confederações serviu como menu degustação em seis capitais para o banquete que será realizado, no próximo ano, pelos 3,7 milhões de estrangeiros que, estima-se, virão ao país para acompanhar a maior festa do futebol. De olho nessa legião de forasteiros, micro e pequenos empresários tratam de ensaiar jogadas para ganhar pontos nas tabelas de classificação de seus segmentos. “A expectativa é justificada. Turistas que vão a Copas do Mundo têm, em geral, alto poder aquisitivo e se interessam, além do futebol, pela cultura, o lazer e a gastronomia dos anfitriões”, assinala Juarez.

Ponto a favor das agências de viagens e operadoras de passeio especializadas e dos restaurantes voltados a culinárias regionais. E há, ainda, boas perspectivas em nichos pouco explorados no Brasil. O gerente do Sebrae cita dois exemplos: alojamentos para jovens (veja reportagem na pág. 6) e bed and breakfasts (confira à direita). “Ambas são opções de hospedagem muito populares na Europa”, conta. “No caso dos bed and breakfasts o grande desafio para os candidatos é padronizar a prestação dos serviços.”

Investimento na qualificação de mão de obra

Os empresários do turismo figuram entre as maiores “vítimas” do “apagão” de mão de obra que afeta vários setores da economia, devido aos baixos níveis de desemprego no país. O jeito é investir no treinamento do pessoal contratado, aproveitando as iniciativas do Ministério do Turismo (MTur) na seara. A principal é o Pronatec Copa na Empresa, que oferece 44 cursos profissionalizantes gratuitos e, ainda, aulas de inglês, espanhol, francês e da língua brasileira de sinais, a libras, específica

para deficientes auditivos.

“Além de não custar nada, o Copa na Empresa tem outro diferencial bem ao gosto dos patrões: os cursos podem ser realizados quando e onde eles quiserem, inclusive na sede da empresa”, destaca Fábio Mota, secretário nacional de Programas de Desenvolvimento do Turismo. “Essa flexibilização ampliou, e muito, o interesse do mercado pela proposta.”

“Estranhos no ninho” também estão em pauta. Trabalhadores que pretendem ingressar no setor

de viagens, hospedagens e refeições contam com o Pronatec Copa, com capacitações em cinco atividades: recepcionista, camareiro, garçom, auxiliar de cozinha e organizador de eventos. No total, o MTur pretende oferecer, até o próximo ano, 240 mil vagas em 54 cursos profissionalizantes com, no mínimo, 160 horas-aula, todos a cargo do “Sistema S” — formado por Senac, Senai, Sesc e Sesi — e alguns institutos federais e estaduais de educação.

Um cantinho, um violão

A rede de hospedagem doméstica Cama e Café prepara sua expansão pelo Estado do Rio

Nada como conhecer o mundo para arejar a cabeça, inclusive em relação a negócios. Há 13 anos, o empresário carioca Carlos Magno Cerqueira partiu para a Europa em companhia de dois amigos. Como o dinheiro andava curto, eles resolveram se hospedar em bed & breakfasts, ou seja, residências que oferecem pernoite e café da manhã. Era uma opção mais confortável e econômica do que albergues e hostels. De volta ao Brasil, o trio trouxe na bagagem a ideia de implantar no Rio de Janeiro o conceito de hospedagem doméstica. “Resolvemos começar por Santa Teresa. Turistas europeus sempre curtiram o bairro, mas reclamavam da falta de hotéis na região”, conta Cerqueira.

Em 2003, surgia o Cama e Café (www.camaecafe.com.br), que oferecia 15 imóveis de até três quartos para viajantes — alguns com vistas privilegiadas para o Corcovado e o Cristo Redentor. A microempresa vingou de cara, atingindo 100% de ocupação no Carnaval daquele ano. O grande salto veio em 2006: de olho nos Jogos Pan-Americanos do Rio, que seriam realizados dali a 12 meses, os sócios ampliaram as atividades para a Zona Sul da cidade, hoje responsável por dois terços dos 200 endereços oferecidos.

Considerado pelo, Ministério do Turismo referência para o segmento, o bed and breakfast à carioca fez escola

Com um currículo que inclui o atendimento a 18 mil hóspedes, a rede pretende expandir suas operações para Arraial do Cabo (RJ), sem descuidar da qualidade. Os novos parceiros terão de acompanhar um curso a distância e prestar prova. “Educação a distância e consultoria são nichos promissores”, destaca Cerqueira. “Estamos prestando assessoria, por exemplo, para um pessoal de Santo Amaro, nos Lençóis Maranhenses.”

Considerado pelo Ministério do Turismo como referência para o segmento, o bed and breakfast à carioca fez escola e abriu trilhas. Ganhou concorrentes — casos do BBrasil (www.bbrasil.com) e do Fica lá em casa (www.ficalaemcasa.com.br) — e vem contribuindo para mudar a mentalidade dos viajantes nacionais. “A maioria dos nossos hóspedes ainda é da Europa e da América do Norte, mas os brasileiros crescem e aparecem. Se no início somavam só 10%, hoje já representam cerca de 25%”, assinala o empresário.

A Dell recomenda o Windows 8.



The power to do more

Transforme informações
em oportunidades.

Encontre a solução perfeita
para a sua empresa.



Preço da doca não incluso na oferta. Adicione-a por apenas 10x de R\$ 45,10 nos cartões.

Tablet Latitude 10

Desenvolvido para negócios. Excelente para lazer.

10x de

R\$ 189,90 nos cartões

À vista: **R\$ 1.899**

Confira as condições de frete

- Processador Intel® Atom™ Z2760
- Windows 8 - Complete seu Dell com Windows 8 Pro por mais R\$ 169
- 2GB de memória
- 64GB Solid State Drive
- Tela LCD com 10,1"
- Porta USB de tamanho normal e leitor de cartão de memória SD.
- 1 ano de garantia com diagnóstico remoto e atendimento no local⁽¹⁾

Trabalhe melhor. Divirta-se mais. Windows 8

Consulte um especialista Dell.

Dell.com.br ou **0800 970 0254**

De segunda a sexta, das 8h às 22h, e sábado, das 9h às 18h

Oferta válida até 01/08/2013, limitada a 03 unidades para pessoa física, seja por aquisição direta e/ou entrega a ordem, e que não tenha adquirido equipamentos Dell nos últimos 04 meses, e a 05 unidades para pessoa jurídica ou grupo de empresas com até 500 funcionários registrados. Os serviços de suporte pós garantia e demais serviços serão faturados em nota fiscal específica de prestação de serviço. Preços com impostos para a cidade de São Paulo. As ofertas podem ser adquiridas através de cartão de crédito das operadoras Visa, Mastercard, American Express ou Diners. Para mais detalhes sobre a promoção, outras condições de pagamento e sobre a garantia do seu equipamento consulte o seu representante de vendas ou visite o site www.dell.com.br. Frete não incluso, ligue e confira as condições de frete. Empresa beneficiada pela Lei de Informática. Fotos meramente ilustrativas. 1 - Plano de Serviços: para mais informações, acesse www.dell.com.br/planodeservicos. Garantia total (legal + contratual) de 01 ano, inclui peças e mão de obra, restrita aos produtos Dell. Produtos e softwares de outras marcas estão sujeitos aos termos de garantia dos respectivos fabricantes, conforme o respectivo site. Intel, o logotipo Intel, Intel Inside, Intel Core e Core Inside são marcas da Intel Corporation nos EUA e em outros países. Microsoft e Windows são marcas registradas da Microsoft Corporation nos EUA. Inspiron, Vostro, Latitude, PowerEdge e ProSupport são marcas registradas da Dell Inc. © 2013 Dell Inc. Todos os direitos reservados.

Samba, feijoada e hospedagem pegam carona na pacificação

Livre dos traficantes, o morro Chapéu Mangueira, no Rio de Janeiro, ganhou como atração o hostel Favela Inn

Daniel Ferrentini/Ag. O Dia

Os gringos não estavam nem aí. Ignoravam avisos e advertências e subiam a ladeira Ary Barroso, no Leme, Zona Sul do Rio de Janeiro, a caminho da favela do Chapéu Mangueira, escala obrigatória rumo à trilha que leva à Pedra do Urubu. O esforço era recompensado pela vista cinematográfica da Urca, de Botafogo, Flamengo e Copacabana. A peregrinação ganhou inúmeros adeptos — inclusive entre a classe média nativa — após a expulsão dos traficantes de drogas que infestavam o local, em junho de 2009. Ponto a favor da comunidade, que tratou de se mexer para receber os turistas. “De início, oferecemos um samba na laje. Depois, vieram feijoadas, um botequim caprichado e o nosso hostel”, conta, orgulhosa, Cristiane da Silva de Oliveira, gerente do Favela Inn.

Em operação desde fevereiro de 2011, a microempresa (www.favelainn.com) conta com acomodações para 18 hóspedes. As diárias, que incluem café da manhã, variam de R\$ 25 a R\$ 50 entre a baixa e a alta estação, atingindo picos de R\$ 100 em épocas de intensa procura, como Carnaval e Réveillon. Como a demanda — especialmente de estrangeiros — vem superando as expectativas, o albergue já está em obras para ampliar sua capacidade. Até o fim do ano, serão entregues quatro apartamentos para dois hóspedes cada. O quarteto será destinado, prioritariamente, a jovens estudantes, que respondem pela maior parte das receitas. Eles desembolsam R\$ 500 por mês e contam com banheiros privativos, acesso à internet, rede wifi, tevê, refeitório e uma minibiblioteca. A lavagem de suas roupas é providenciada pela própria Cristiane, que cobra um preço “camarada” pelo serviço e põe ordem na casa. “Os vizinhos dizem que parece a mãe dos meninos. E bem que poderia, pois a maioria não tem mais de 21 anos”, diz ela.

Tudo a ver com o espírito do negócio, tocado pela família da gerente, na qual o que não falta é em-



A informalidade do Favela Inn: diárias de R\$ 25 a R\$ 50 entre a baixa e a alta estação, atingindo picos de R\$ 100 no Carnaval e Réveillon

“

Já tinha assistido à queima de fogos no Réveillon na praia de Copacabana, mas nunca no morro. Modéstia à parte, visto daqui o espetáculo é muito mais bonito”

Cristiane da Silva de Oliveira
Gerente do Favela Inn

preendedorismo. O clã já promovia rodas de samba regadas a caipirinha na comunidade e no calçadão do Leme. Para alçar voo rumo ao hostel, buscou ajuda no Sebrae. Recebeu consultoria em finanças, segurança alimentar, gestão de resíduos sólidos, design e até mesmo em decoração, por parte do artista plástico Coco Barçante. “Ele nos ensinou a transformar garrafas PET em luminárias”, informa Cristiane, que também tomou lições de sustentabilidade de talentos do Chapéu Mangueira. “A Regina Coeli, do Buffet Favela Orgânica, mos-

trou à comunidade como reaproveitar alimentos. Uma de suas receitas mais saborosas é a pizza com massa à base de casca de abóbora.”

Outro point valorizado do local é o Bar do David. O estabelecimento ganhou fama Brasil a fora após alcançar o pódio em duas das três últimas edições da versão local do concurso Comida di Buteco. Os petiscos premiados: o Tropeiro Carioca, com feijão preto, terceiro colocado em 2011; e o Croquete de Frutos do Mar, vice-campeão no ano passado. “Recomendamos o David a todos os hóspedes e também

frequentamos o seu boteco. Meu prato preferido é a feijoada de frutos do mar”, comenta Cristiane.

Livre para sonhar e criar, após a pacificação do morro, a equipe do Favela Inn segue dando asas à imaginação. Na última passagem de ano, a turma promoveu o Réveillon na Laje, com direito a música ao vivo, ceia e a uma vista privilegiada da tradicional queima de fogos em Copacabana. “Já tinha assistido à festa na praia, mas nunca no morro. Modéstia à parte, o espetáculo é muito mais bonito visto daqui de cima”, afirma a gerente.

Tutti buona gente: italianos montam pousada para comunidade no Ceará

Grupo de pescadores de Tremembé investe em hospedagem com o apoio de turistas que visitam sua praia há 15 anos

“Che meraviglia!” Levas de italianos não param de se encantar com a praia de Tremembé, em Icapuí (CE), a 215 quilômetros de Fortaleza. Os primeiros chegaram por lá há cerca de 15 anos e, na ba-

se do boca a boca, trataram logo de vender o “peixe” da pacata comunidade de pescadores na Europa. Solidária, a turma criou uma ONG que lançou as bases — em parceria com uma associação local, a Caicara — da Pousada Tremembé, em atividade desde o início do século. “A ideia é capacitar os moradores para que possam tocar o negócio, cuja renda é toda voltada para a comunidade”, explica o italiano Luca Fabozzi, licenciado em re-

lações internacionais, que assumiu a gerência em janeiro.

Simples e aconchegante, a pousada oferece 12 quartos (diárias de R\$ 70 a R\$ 80) com banheiros privativos e ventiladores de teto, e nada mais. Na área comum, os hóspedes contam com churrasqueira, um restaurante também aberto ao público, lavanderia, duchas, um mirante, redes e uma tevê. O cardápio de atrações inclui — além da praia, claro — trilhas,

visitas a núcleos de pescadores e agricultores, e passeios de buggy pelas dunas vizinhas. “Nossa proposta é mais apreciada por turistas estrangeiros. Os brasileiros ainda estão acostumados com opções de hospedagem tradicionais”, comenta Fabozzi.

Tremembé não está só nessa cruzada. A vila integra a Rede Tucum (www.tucum.org), ONG que promove e fomenta o turismo solidário em mais 12 pontos do mapa

cearense. Na lista, há outras colônias litorâneas, duas de etnias indígenas, Tapebas e Jenipapo-Kandê, e até um centro de eventos do Movimento dos Trabalhadores Sem Terra (MST), em Fortaleza. “A rede surgiu em 2008 e vem crescendo. A maioria das comunidades tem hospedagem e oferece refeições e passeios como reforço e complemento às atividades econômicas locais”, informa Camila Garcia, que faz parte do grupo.

Mega eventos e turismo. Onde tem relevância para o país, tem Brasil Econômico.

A realização dos mega eventos, além de trazer grandes oportunidades para todos, aumenta a importância econômica do turismo no País.



Novo design.
Mais colunistas.
Mais opinião.

BRASIL ECONÔMICO. LER É PODER.



De tirar o fôlego: mergulhar no Rio Sucuri é um programa obrigatório para quem visita o Pantanal

Atendimento 24 horas no coração do Pantanal

Especialização e serviços diferenciados são as apostas da agência Ar Bonito para driblar a concorrência virtual e seguir crescendo

Divulgação



Passeio de bote pelo rio: com cerca de 400 atendimentos diários, agência ganhou vários prêmios

Os cliques crescentes em sites como Booking, Decolar e Expedia causam arrepios em igual proporção nas agências de viagem. As receitas do segmento, é fato, evoluíram 21,9% em 2012, segundo a Pesquisa Anual de Conjuntura Econômica do Turismo, que ouviu as 80 maiores empresas de todo o setor. Ainda assim, muitos acreditam que esses intermediários terão o mesmo destino dos despachantes (lembra-se?). As exceções ficarão por conta de negócios voltados a nichos específicos e craques no uso da “temida” web. “Tem gente que oferece pacotes de Bora-Bora a Nova York. Já a nossa agência só aposta em Bonito. Somos os maiores vendedores da cidade que é a pérola do Pantanal”, afirma o gaúcho Alex Furtado, diretor-presidente e fundador da Ar Bonito.

Especializado até no nome, o pequeno empreendimento conquistou, em 2011, o Prêmio MPE, concedido pelo Sebrae, o Movimento Brasil Competitivo (MBC), o Grupo Gerda e a Fundação Nacional de Qualidade (FNQ). Uma façanha e tanto, já que o galardão era disputado por mais de 100 mil empresas dos quatro cantos do país, mas até certo ponto previsível, considerando-se a longa quilometragem do “pai da criança” na área. Antes de se lançar ao negócio, Furtado singrou as águas do Caribe e do sul do Atlântico por dez anos e, em seguida, passou outros dois percorrendo a América do Sul a bordo de um jipe. “Durante as viagens, eu me surpreendia, a toda hora, com bons e maus atendimentos. Em 2003, decidi colocar as boas experiências em prática”, conta o empresário.

A inovação marca a trajetória da Ar Bonito desde a infância. Um ano após a sua decolagem, a agência passou a prestar serviços em tempo integral. Ou seja, os clientes não ficam na mão se precisarem, no meio da madrugada, de dentistas, médicos ou mecânicos.

Contam, do outro lado da linha telefônica com uma equipe calejada e versada em línguas (inglês, francês e espanhol, além do português, claro), a qual é monitorada todo santo dia. Novatos só entram em atividade se aprovados em um teste — isso depois de mergulharem de cabeça, por 30 dias, nos manuais desenvolvidos pela empresa.

“Qualidade no atendimento é um dos nossos pilares. Desde 2009, somos certificados nas normas ISO 9001 e 14001 pelo Inmetro e a TÜV Nord, da Alemanha”, destaca o diretor-presidente. “A certificação nacional, diga-se, tem tanto valor quanto a alemã, mas esta é muito respeitada pelos turistas estrangeiros, que, embora respondam atualmente por apenas 10% dos negócios, tendem a expandir sua presença a médio e longo prazo.”

A “Rainha do Pantanal” atende, em média, 400 viajantes diariamente. Suas impressões podem ser conferidas em vídeos armazenados no site www.agenciaarbonito.com.br. São cerca de 200 depoimentos sobre as atrações de Bonito e os serviços prestados pela anfítria, que continua a nadar de bráçã na web. “Depois que o cliente compra um pacote, passa a receber e-mails com fotos dos locais que irá conhecer e mensagens personalizadas. É o que chamamos de pós-venda real”, diz Furtado.

Um ano após a decolagem, a agência Ar Bonito passou a prestar serviços em tempo integral. Os clientes não ficam na mão se precisarem, no meio da madrugada, de dentistas, médicos ou mecânicos