



Bunkyo Empresarial

Editado pela Comissão de Relações Empresariais

Nº 10 Janeiro 2018

APRESENTAÇÃO

A edição nº 10 do Boletim Bunkyo Empresarial vem com a mensagem de Ano Novo da Presidente do Bunkyo Harumi Arashiro Goya aos leitores e aos associados e apresenta quatro artigos. Wilson Abrahão Rabahy e Décio K. Kadota são os autores do primeiro artigo “Uma visão do turismo no Brasil e suas perspectivas”, O segundo artigo “China e o Japão no mundo atual” de autoria do Paulo Yokota e o terceiro “Made in China 2025” do Akihiro Ikeda. “Notas Diversas” são algumas das notícias, selecionadas dentre várias, que tiveram destaque durante o último trimestre que possam interessar aos leitores.

ARTIGOS

UMA VISÃO DO TURISMO E SUAS PERSPECTIVAS – Os autores Wilson Abrahão Rabahy e Décio K. Kadota apresentam um estudo sobre a atividade do Turismo. O estudo aborda vários países e mostra o comportamento do turismo nacional e internacional ilustrados com vários dados e gráficos. Destacam que o turismo no Brasil tem potencial para ser uma atividade geradora de recursos, empregos e desenvolvimento local e regional além do atual desempenho que se apresenta. Como o turismo interno no Brasil contribui mais na composição da renda do que o internacional deveria ser incentivado para se tornar uma atividade importante na economia. A escolha de viagem de turismo ao Brasil ainda apresenta restrições do público de massa devido à distância, preço, câmbio. No entanto citam que o Brasil dispõe de atrativos únicos para o público especial do exterior que deveriam ser valorizados e mais bem divulgados. No final o estudo apresenta recomendação para fortalecer o turismo no Brasil. [pág.3](#)

CHINA E O JAPÃO NO MUNDO ATUAL - Paulo Yokota tece as diferenças na atuação da China e do Japão no mundo atual. Ainda que seja em graus diferentes, no passado ambos receberam a influência das ideias do pensador Confúcio. O Japão com a população em ritmo decrescente procura intensificar a robotização e atrair o turismo internacional. No intuito de se tornar global algumas das empresas japonesas transferiram suas sedes para países da Europa. Por outro lado, a China intensifica a presença das empresas estrangeiras na sua economia e visa obter tecnologias modernas para atingir a competitividade internacional e manter um desenvolvimento sustentável a longo prazo. A China mostra dar prioridade aos setores estratégicos como a pesquisa, melhor educação em todos os níveis e ampliação dos serviços sociais à população. O desafio é grande para Japão continuar a se manter como um dos principais países do mundo. [pág.18](#)

“MADE IN CHINA 2025” – Akihiro Ikeda resenha o resumo em base aos comentários de Jost Wubbeke, Mirjan Meissner, Max J. Zenglein, Jaqueline Ives e Bjorn Conrad apresentados no Relatório da MERICS- Mercator Institute for China Studies (*“Made in China”*, dezembro de 2016) sobre o documento “Made in China 2025” que estabelece as diretrizes de modernização industrial da China para os próximos anos. Verifica-se que a China tem aumentado a automação e o uso de tecnologias de digitalização, evidência de investimento nas tecnologias. Entretanto, essa atitude não ocorre por iniciativas das empresas (“bottom-up”) e sim das decisões de cima (“up-down”). A China tem capacidade de mobilização da população a favor da política que se objetiva, após a divulgação do “Made in China 2025” os temas como revolução industrial 4.0, manufatura inteligente são discutidos pela população. O resumo do documento apresenta os pontos fortes e os fracos para implementação do programa. Conclui que o efeito do programa sobre as empresas chinesas será desigual e podem ser classificadas em empresas de vanguarda, as líderes; as menos preparadas, mas serão elas que determinarão a competitividade da manufatura inteligente no médio prazo, e as empresas atrasadas. [pág.20](#)

NOTAS DIVERSAS – trata-se de síntese de notícias do Brasil e internacionais. [pág.24](#)

Notícias do Brasil: Investimento e crescimento econômico no Brasil; Mobilidade Urbana; Feira Internacional de alimentos no Brasil; Energia renovável na agricultura; e Produção e preço do milho no Paraná. [pág.24](#)

Notícias Internacionais: Portugal em recuperação; Hong Kong e o envelhecimento da população; Bactéria destrói oliveiras no sul da Itália; Energia limpa na Dinamarca; e Países pobres ao sul da China (Camboja, Laos, Mianmar e Vietnã.) [pág.30](#)

MENSAGEM DA PRESIDENTE DO BUNKYO

Aos nossos leitores e associados,

Felizmente chegamos ao fim de um ano que não foi fácil para a maioria dos brasileiros. O Bunkyo sentiu os reflexos dessa crise econômica, mas, graças ao esforço e generosidade dos conselheiros e de diretores, membros das comissões e associados, iniciamos o ano de 2018 com muitas expectativas de realizações.

Em 2017, depois de quase uma década de incansável trabalho, concluímos uma parte importante de regularização do Edifício Bunkyo em relação às normas de segurança. Assim, finalmente, conquistamos o AVCB – Auto de Vistoria do Corpo de Bombeiros.

As obras do Espaço Cultural Bunkyo, localizadas no subsolo, estão em fase de finalização. Depois de vistoriadas e aprovadas pelos fiscais do Ministério da Cultura relacionados à Lei Rouanet (lei de incentivo cultural), foi prorrogado o prazo de captação de recursos que se encerraria em dezembro de 2017. Com isso, temos mais um ano para buscar recursos a fim de finalizar estas obras. Acredito que nos próximos meses, o Espaço Gastronômico que faz parte deste conjunto estará pronto e em condições de uso para cursos e eventos.

O ano de 2018 também será dedicado às comemorações dos 110 anos da imigração japonesa. Desejamos que seja uma celebração digna de nossos pioneiros e da comunidade nipo-brasileira. Ao mesmo tempo, queremos que seja um momento para ressaltar o nosso sentimento de gratidão. Primeiro, aos nossos pioneiros, que com todo sacrifício construíram os alicerces para que as gerações de descendentes pudessem usufruir de boa imagem e respeito perante a sociedade. E também, aos brasileiros, que receberam os imigrantes japoneses de braços abertos possibilitando-lhes lutar e conquistar melhores condições de vida.

O próximo ano é do signo do cachorro. Ele é leal, honesto e sempre fiel aos seus códigos de ética. Esperamos que suas características possam influenciar o nosso cotidiano. Dizem ainda que este signo tem dificuldade para confiar nos outros e, às vezes, é temperamental – afinal ninguém é perfeito! Mas, também dizem que o cão sempre está construindo algo ou arrumando algo a fim de tornar as coisas melhores! Portanto, esperamos que 2018 seja um ano feliz, de muitas realizações e muita saúde!

Harumi Arashiro Goya



ARTIGOS

UMA VISÃO DO TURISMO NO BRASIL E SUAS PERSPECTIVAS

(*) Wilson Abrahão Rabahy e () Décio K. Kadota**

1 Introdução

O turismo constitui-se em uma importante atividade econômica, capaz de gerar renda, emprego, divisas e redistribuir a renda regional. As atividades turísticas preponderam nas regiões mais desenvolvidas, mas, em termos relativos, a renda gerada pelo turismo pode ser mais relevante naquelas menos desenvolvidas, que não apresentam a mesma diversidade de atividades produtivas. Assim sendo, a diminuição de desigualdades regionais de renda é um dos significativos benefícios do turismo.

De outra parte, por se constituir preponderantemente numa atividade do setor de serviços, que utiliza mão de obra de forma mais intensiva, o potencial gerador de empregos do turismo também é muito relevante. Segundo pesquisa do IBGE¹, as atividades características do turismo brasileiro respondem por cerca de 6% do emprego total do País, sendo mais de 50% devido ao setor Alimentação, que, como se sabe, atende também o consumo dos não turistas. Numa versão preliminar da Conta Satélite do Turismo, estudo realizado pela FIPE², estima-se que a parcela exclusiva do emprego gerado pelo turismo é da ordem de 3,3%.

O turismo também pode ser uma importante atividade geradora de divisas, particularmente quando o turismo receptivo internacional é expressivo. Não é o caso ainda do Brasil, em que a relação da renda do turismo interno é cerca de nove vezes superior àquela gerada pelos viajantes estrangeiros e que o País recebe apenas 0,5% do total de turistas mundiais e 0,63%³ de seus gastos.

Tal situação é decorrente, de um lado, da força do mercado interno brasileiro, e, de outro, de sua localização, relativamente distante dos principais países emissores mundiais, a Europa, Ásia e América do Norte, que respondem por mais de 80% do emissivo mundial. E há ainda, em alguns períodos no tempo, o efeito do real valorizado. Quando isto ocorre, têm-se estímulos para a saída de brasileiros e restrições de custos para a entrada de estrangeiros, particularmente dos residentes em países vizinhos.

Nessas condições o Brasil apresenta potencial e condições especiais para basear o crescimento de seu turismo a partir do fortalecimento do mercado interno que, além de seus benefícios, gera externalidades para a sustentação do crescimento do turismo internacional. O mercado interno e o externo não se excluem, mas, pelo contrário, podem resultar em benéficas interações em favor da melhoria das condições do turismo em geral. Para tanto, devem ser estabelecidas estratégias para cada uma das regiões do País, em que preponderam diferentes tipos de segmentos de consumo, inclusive entre nacionais e estrangeiros.

Dado o tamanho de seu território, contendo uma ampla diversidade de atrativos e de belezas naturais, é natural que o Brasil ainda dispõe de enormes potencialidades para absorção de maior parcela desse mercado mundial.

¹ IBGE – Estudos e Pesquisas Informação Econômica nº 12 – “Economia do Turismo: Uma Perspectiva Macroeconômica 2003-2006”, página 33, Rio de Janeiro, 2009.

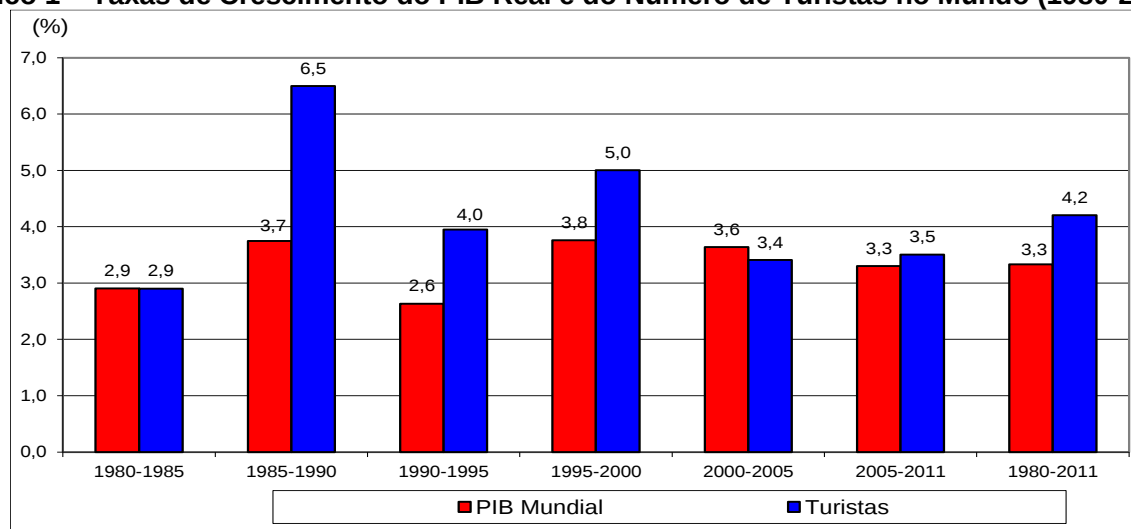
² FIPE – Relatório de Pesquisa: “Impacto Econômico do Turismo Avaliado pela Conta Satélite de Turismo”, páginas 25 a 38, São Paulo, 2002.

³ OMT – Organização Mundial do Turismo: Tourism Highlights 09 e Mtur - Anuário Estatístico.

2 O mercado mundial de turismo

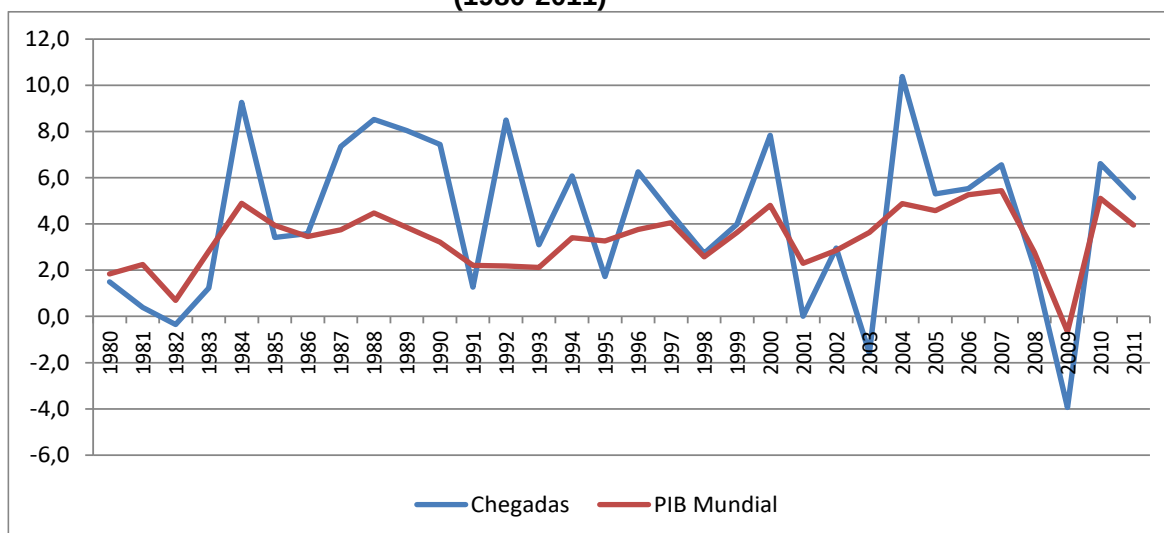
O número de viagens internacionais realizadas em todo mundo vem crescendo consideravelmente nos últimos 30 anos: taxas de crescimento de 4,2% a.a., contra 3,3% a.a. do PIB mundial em valores constantes. No entanto, ao longo do tempo, apresenta flutuações associadas aos ciclos da economia mundial (Gráficos 1 e 2). De certa forma, o movimento turístico vem acompanhando com vantagens o crescimento da economia mundial, medido pelo PIB, e em relação ao total das exportações mundiais. Desenvolvimentos tecnológicos, relacionados particularmente aos setores de transporte e de comunicação; avanços no processo de globalização; aumento da renda real; aumento do tempo livre para o lazer; e as consequentes mudanças no comportamento de consumo dos indivíduos, propiciaram maiores oportunidades para o turismo, antes uma atividade reservada a reduzidos segmentos da população detentores de altos níveis de renda.

Gráfico 1 – Taxas de Crescimento do PIB Real e do Número de Turistas no Mundo (1980-2011)



Fonte: FMI e Organização Mundial do Turismo (OMT)

Gráfico 2 – Variações Anuais de Crescimento do PIB Real e do Número de Turistas no Mundo (1980-2011)



Esse significativo crescimento do turismo, que vem ocorrendo desde os anos 80, não se propaga de modo uniforme entre todos os países. De fato, analisando-se em grupos de regiões, representadas pelos Continentes, observa-se uma forte concentração das atividades turísticas em alguns deles, tanto do emissor, quanto do receptor.

2.1 Emissivo e mundial

O turismo caracteriza-se por ser uma atividade que envolve bens e serviços não essenciais e, como tal, apresenta alta elasticidade-renda. Dessa forma, observa-se expressiva concentração do emissivo mundial em regiões e países mais desenvolvidos. A Europa como um todo responde por 48% do total mundial (2016). Deve-se salientar, no entanto, que, ao longo do tempo, vem sendo observada uma tendência de desconcentração do emissivo (em 1990 a Europa respondia por 58%, portanto com perda de 10 pontos percentuais).

Uma das razões se deve ao aumento e melhor distribuição da renda mundial, ao lado da importância do processo de globalização e a ascensão econômica de novas potências, os chamados países emergentes, em particular da China.

Na Tabela 1 tem-se o número de turistas internacionais por região de origem e verifica-se que na Ásia e no Pacífico passa de 58,7 milhões (13,5%) para 316,54 milhões de turistas (25,6%) no emissivo, um adicional de quase 260 milhões de turistas entre os anos de 1990 e 2016 (+ 12,1 pontos percentuais).

Deve-se ressaltar que, pelas restrições de tempo e renda, as mais expressivas parcelas das viagens ocorrem em destinos mais próximos do local de origem do viajante, caracterizando o turismo como uma atividade em que preponderam as viagens intrarregionais. Assim, mais de 75% do turismo mundial é realizado dentro da mesma região.

Tabela 1 – Emissores de Turista no Mundo por Continentes (1990 – 2015)

Regiões	Origem dos Turistas Internacionais										
	(milhões)										
	1990	1995	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Europa	250,7	304,0	390,3	452,3	497,0	518,8	537,7	560,7	571,7	594,1	596,1
Ásia e Pacífico	58,7	86,3	114,1	152,8	205,9	220,6	236,5	253,7	271,6	289,5	316,5
Américas	99,3	108,1	130,6	136,5	156,0	163,5	170,8	175,9	188,8	199,4	209,9
Oriente Médio	8,2	8,5	12,8	21,4	33,3	31,7	33,3	35,1	36,8	36,3	34,8
África	9,8	11,5	14,9	19,3	28,3	30,0	31,0	32,0	34,4	35,4	39,2
Outros	7,9	8,6	11,1	26,7	29,8	29,5	31,2	31,0	30,8	31,5	38,8
Total Mundial	434,6	527,0	673,8	809,0	950,3	994,1	1.040,5	1.088,4	1.134,1	1.186,2	1.235,3
Mesma Região	349,1	423,3	532,9	632,1	721,3	721,3	802,1	838,7	872,0	912,7	946,8
Outras Regiões	77,6	95,3	129,8	176,9	229,0	272,8	207,2	218,7	231,3	242,0	249,7
Regiões	Participação (%)										
	1990	1995	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Europa	57,7	57,7	57,9	55,9	52,3	52,2	51,7	51,5	50,4	50,1	48,3
Ásia e Pacífico	13,5	16,4	16,9	18,9	21,7	22,2	22,7	23,3	23,9	24,4	25,6
Américas	22,8	20,5	19,4	16,9	16,4	16,4	16,4	16,2	16,6	16,8	17,0
Oriente Médio	1,9	1,6	1,9	2,6	3,5	3,2	3,2	3,2	3,2	3,1	2,8
África	2,3	2,2	2,2	2,4	3,0	3,0	3,0	2,9	3,0	3,0	3,2
Outros	1,8	1,6	1,6	3,3	3,1	3,0	3,0	2,8	2,7	2,7	3,1
Total Mundial	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Mesma Região	80,3	80,3	79,1	78,1	75,9	72,6	77,1	77,1	76,9	76,9	76,6
Outras Regiões	17,9	18,1	19,3	21,9	24,1	27,4	19,9	20,1	20,4	20,4	20,2

Fonte: Tourism Highlights - UNWTO

A Tabela 2 mostra os principais países emissores. A partir dos seus dados, tem-se um indicativo do ainda alto grau de concentração do emissivo, dado que em apenas 10 países concentra-se quase 70% dos gastos totais.

Tabela 2 – Principais Países Emissores em Gastos Turísticos – 2015

<i>Ranking</i> dos Países em <u>Gastos</u>	Gastos (2015) (US bilhões)	Partic. (%)
China	292,2	27,6
Estados Unidos	112,9	10,7
Alemanha	77,5	7,3
Reino Unido	63,3	6,0
França	38,4	3,6
Federação Russa	34,9	3,3
Canadá	29,4	2,8
Coréia	25,0	2,4
Itália	24,4	2,3
Austrália	23,5	2,2
Sub-Total	721,5	68,1
Demais Países	338,5	31,9
TOTAL	1.060,0	100,0

Fonte: Tourism Highlights - UNWTO

2.2 Receptivo mundial

Pelo lado do receptivo, verifica-se também grande concentração do turismo em algumas das mais desenvolvidas regiões do mundo, conforme mostra a Tabela 3. Confrontando-se o “*Ranking*” dos países em Gastos (Tabela 2) com o das Receitas (Tabela 3) verifica-se que, entre os 10 principais Emissores, 6 deles (China, Estados Unidos, Alemanha, Reino Unido, França e Itália) concentram 57,4% dos gastos e 45,9% das receitas. De certa forma esta constatação reforça a condição de fluxos entre países desenvolvidos.

Tabela 3 – Principais Países Receptores em Receitas Turísticas - 2015

<i>Ranking</i> dos Países em <u>Receitas</u>	Receitas (2015) (US bilhões)	Partic. (%)
Estados Unidos	204,5	19,3
China	114,1	10,8
Espanha	56,5	5,3
França	45,9	4,3
Reino Unido	45,5	4,3
Tailândia	44,6	4,2
Itália	39,4	3,7
Alemanha	36,9	3,5
Hong Kong (China)	36,2	3,4
Macao (China)	31,3	3,0
Sub-Total	654,9	61,8
Demais Países	405,1	38,2
TOTAL	1.060,0	100,0

Convém ressaltar, no entanto, que, numa perspectiva de longo prazo (Tabela 4), são observadas reduções no grau de concentração das principais destinações turísticas, a cada nova década. De fato, em número de turistas, a Europa que respondia por 60,2% do receptivo mundial em 1990, passa a explicar 50% em 2016, - perda de mais de 10 pontos percentuais -, e a região Américas passa de 21,4% para 16% – perda de quase 5,4 pontos.

Essa parcela de 15 pontos percentuais foi quase toda absorvida pela Região da Ásia/Pacífico, que passa de 12,8% para 25% (+ 12 pontos percentuais), além dos ganhos complementares das regiões da África (+1,3 pontos) e do Oriente Médio (+ 2,1 pontos).

**Tabela 4 – Receptivo Turístico Mundial em N° de Chegadas, por Continente
1990 a 2016 (em%)**

Regiões	1990	1995	2000	2005	2010	2015	2016
Europa	60,2	57,6	57,2	55,1	50,6	50,8	49,9
Asia e Pacífico	12,8	15,5	16,3	19,3	21,8	23,9	25,0
Américas	21,4	20,7	19,0	16,7	15,9	16,2	16,1
Oriente Médio	2,2	2,6	3,6	4,6	6,4	4,7	4,3
África	3,4	3,6	3,9	4,4	5,3	4,5	4,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

2.3 Oportunidades no Receptivo mundial

Essa nova perspectiva de diversificação decorre, além dos fatores de renda e de tempo disponíveis, de um processo de saturação dos mercados tradicionais, com progressivo transbordamento de suas fronteiras, em direção a novos destinos e, na margem, para localidades mais distantes, em busca de atrativos únicos e/ou exóticos, característicos de segmentos pioneiros de viajantes, que depois se propagam a outros tipos de consumidores.

Nesse contexto, tem-se espaço para, no médio e longo prazo, competir pela absorção da natural redistribuição do fluxo turístico às novas destinações, mesmo que em escalas apenas marginais.

2.4 Perspectivas do Brasil no turismo mundial

Considerando a grande concentração das viagens na própria região de origem, a localização do País em relação aos principais países emissores constitui-se em significativo fator limitativo ao crescimento expressivo do receptivo brasileiro. Em 2016 a receita do turismo mundial atingiu US\$ 1,235 bilhões. Deste total o Brasil, com receita de US\$ 6,024 bilhões, responde por somente 0,49%⁴ do total, o que o posiciona na 41ª colocação mundial.

O Brasil compõe o grupo de destinos mais distantes dos principais emissores. Esse tipo de destino não é próprio de um público de massa, mas de pioneiros, mais sofisticados, que, gradualmente, vem ampliando sua participação, embora, em números ainda não expressivos e que ainda não vêm priorizando os destinos brasileiros.

Nesse cenário, as possibilidades de crescimento do turismo internacional no Brasil dependem principalmente do desempenho econômico de seus países fronteiriços, inclusive em termos de taxa de câmbio e preços, e da valorização de atrativos únicos de que dispomos, por meio da melhoria da infraestrutura, dos serviços de apoio ao turismo e da intensificação e maior agressividade nos procedimentos de comercialização e de promoção do turismo brasileiro, ações estas sustentadas pelo fortalecimento do turismo doméstico.

De fato, conforme a Tabela 5, a principal região emissiva ao Brasil, em número de turistas, é a América do Sul, com 56% do total, seguida da Europa (24%) e da América do Norte (11%), acumulando 91%. Merece destaque o aumento de participação da Ásia, que passou de 3,7%, em 2006, para 4,6%, em 2016.

⁴ OMT – Tourism Highlights edição 2017 e Banco Central do Brasil: Balanço de Pagamentos.

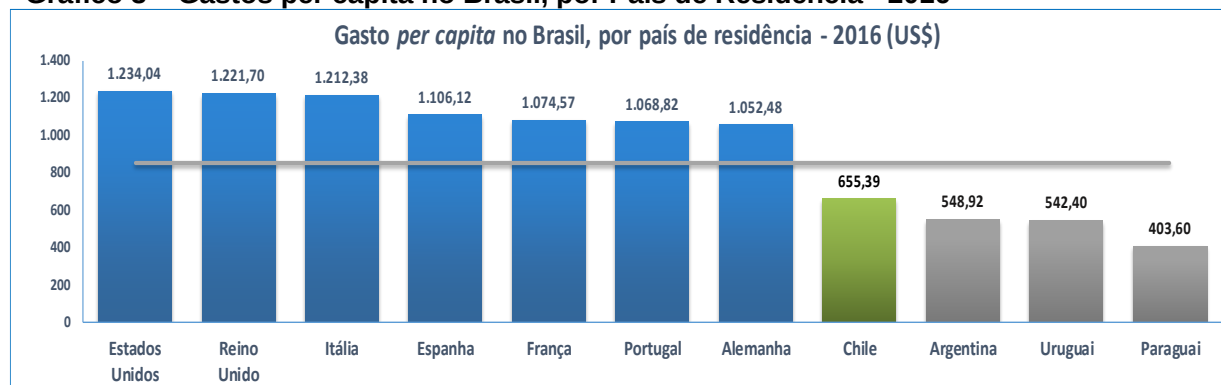
Tabela 5 – Receptivo do Turismo Internacional no Brasil, por Região de Origem Período 2006 a 2016 (em %)

Regiões	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
América do Sul	36,2	38,1	41,0	43,6	46,2	48,4	49,7	50,5	48,7	54,2	56,7
Europa	38,9	37,8	35,2	33,6	31,3	29,8	29,1	28,2	28,7	25,9	24,4
América do Norte	17,0	16,3	15,2	15,3	15,0	13,4	12,6	12,7	13,1	11,6	11,2
Ásia	3,7	4,5	5,3	4,2	4,3	5,1	5,2	5,2	5,2	4,7	4,6
Outros	4,1	3,3	3,4	3,3	3,3	3,2	3,3	3,5	4,2	3,5	3,0
Brasil	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Anuários Estatísticos do MinTur/Embratur

Sabe-se também que os fluxos intercontinentais ao Brasil resultam em receitas *per capita* superior à média do total das visitas internacionais, que incluem os países vizinhos (Gráfico 3). Isto ocorre porque o Brasil representa, em número de turistas, destino apenas marginal das viagens intercontinentais, caracterizando-se como uma destinação menos massificada, própria de viagens de maior distância e duração, em geral associadas ao maior nível de renda e de gastos dos visitantes.

Gráfico 3 – Gastos per capita no Brasil, por País de Residência - 2016



A tese implícita a esta análise é a de que as viagens inter-regionais, mais próximas, são as mais importantes em número de visitantes, mas são as que registram menores gastos *per capita* e as mais sensíveis às variações de câmbio e preços relativos. As viagens inter-regionais ao Brasil, sendo mais longas, implicam em maiores gastos *per capita*. Para esse mercado, as ações requeridas são mais complexas, por serem menos sensíveis às variáveis sob controle do destino Brasil, não respondendo, com significância estatística, às variações de câmbio e preços.

Seguem uma tendência histórica, com taxas de crescimento quase constantes, passível de variações em seu entorno, em função de crises econômicas mundiais ou por razões de suas próprias economias, mas com pouco efeito no Brasil, dada sua magnitude ínfima nesses mercados (apenas entre 0,1 e 0,9% das viagens dos países de outros continentes se destinam ao Brasil, na média 0,5% – Tabela 6).

Tabela 6– Participação do Brasil nos Principais Mercados do Turismo Mundial

Principais Países Emissores	Gasto com turismo internacional		População	Gasto per capita	No Brasil		
	(em US\$ bilhões)				Nº de Turistas	Gasto per capita no Brasil (US\$)	Brasil no Total (%)
	2015	2016					
China	249,8	261,1	1.383	189	57.860	2.345,7	0,1
Estados Unidos	114,7	123,6	323	382	570.350	1.231,9	0,6
Alemanha	77,5	79,8	83	964	221.513	1.050,4	0,3
Reino Unido	63,3	63,6	66	970	202.671	1.223,1	0,4
França	39,3	40,5	65	627	263.774	1.074,8	0,7
Canadá	30,1	29,1	36	802	70.103	1.102,6	0,3
Coreia do Sul	25,3	26,6	51	520	50.312	827,0	0,2
Itália	24,4	25	61	411	181.493	1.212,6	0,9
Austrália	23,8	24,9	24	1.026	49.809	1.242,7	0,2
Hong Kong	23,1	24,2	7	3.284	4.092	1.232,5	0,0
Total	1.196	1.220	7.433		6.578.074	849,9	0,5

Fonte: OMT - Tourism Highlights, Edição 2017 e FIPE/Mintur

Contudo, dentre os destinos desses mercados inter-regionais, no médio e longo prazo, o Brasil apresenta enormes potencialidades para a conquista de ganhos relativos, passíveis de serem obtidos, cabendo desenvolver ações nessa direção, produzindo um deslocamento para cima no “patamar” de seu receptivo.

3 Turismo Internacional no Brasil

3.1 Principais Países Emissores ao Brasil

As variações cambiais acarretam significativos impactos no saldo da conta de viagens internacionais do Balanço de Pagamentos no Brasil. A taxa de câmbio afeta, com diferentes intensidades, o lado das receitas (gasto de estrangeiros no Brasil) e o das despesas (gastos dos brasileiros no exterior).

Do lado das receitas, já se demonstrou⁵ que apenas os países limítrofes respondem às variações do câmbio e dos preços relativos. Eles também são muito afetados por suas próprias condições econômicas. Mesmo não se destacando dentre os principais emissores mundiais, pela razão da predominância dos fluxos inter-regionais, também para o Brasil, os principais emissores são países da América do Sul. Dentre os 5 primeiros países, 4 deles são da América do Sul e respondem por quase 50% do total (Argentina, Paraguai, Chile e Uruguai; apenas os Estados Unidos aparecem em 2º lugar – Tabela 7).

Tabela 7– Principais Países Emissores de Turistas ao Brasil – 2015/2016 (em %)

Países Emissores	2015	2016	(%)
Argentina	2.079.823	2.294.900	34,89
Estados Unidos	575.796	570.350	8,67
Paraguai	301.831	316.714	4,81
Chile	306.331	311.813	4,74
Uruguai	267.321	284.113	4,32
França	261.075	263.774	4,01
Alemanha	224.549	221.513	3,37
Reino Unido	189.269	202.671	3,08
Itália	202.015	181.493	2,76
Portugal	162.305	149.968	2,28
Espanha	151.029	147.846	2,25
Bolívia	108.149	138.106	2,10
Colômbia	118.866	135.192	2,06
Peru	113.078	114.276	1,74
México	90.361	94.609	1,44
Venezuela	80.488	92.538	1,41
Sub-Total	5.232.286	5.519.876	83,91
Demais	1.073.552	1.058.198	16,09
Total	6.305.838	6.578.074	100,00

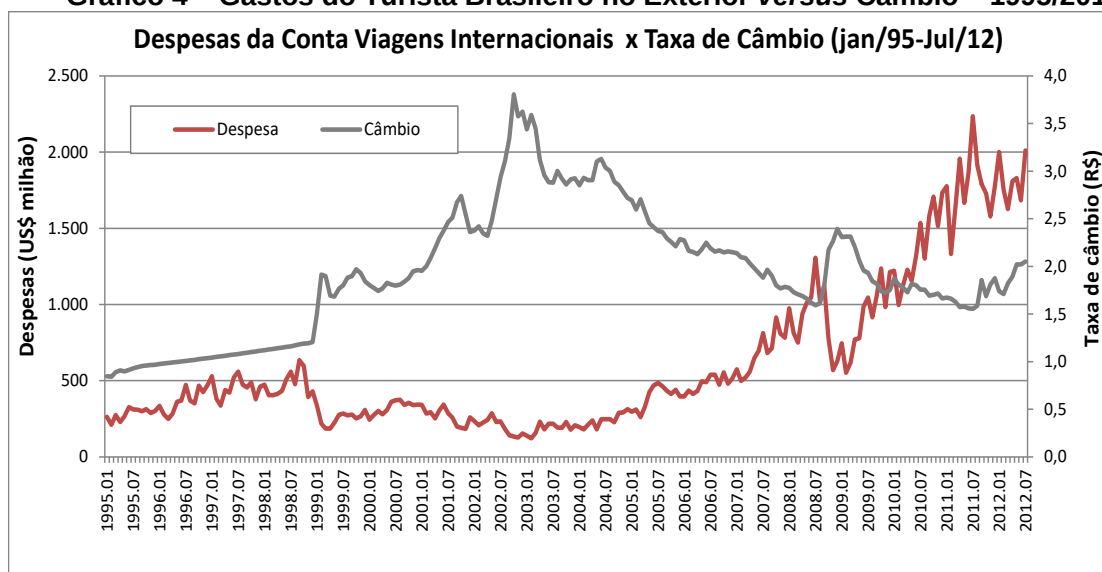
⁵ Rabahy, Wilson Abrahão – Turismo e Desenvolvimento, Capítulo XIII, páginas 177 a 196, Editora Manole, São Paulo, 2003.

Caso se pretenda acelerar o crescimento das receitas, dadas as atuais restrições das economias dos países limítrofes, fazem-se necessárias ações que ultrapassem o uso dos instrumentos convencionais, com ações mais agressivas e adequadamente programadas para cada tipo de mercado, particularmente no mercado intercontinental.

3.2 Relações Gastos versus Câmbio, Renda e Preços

Do lado das despesas, porém, dada a demanda reprimida por viagens internacionais por muitos anos de grandes parcelas da população brasileira, o crescimento da renda, a valorização do real, - que corresponde a um significativo aumento do poder aquisitivo em moeda estrangeira -, e as facilidades de crédito permitiram um expressivo aumento dos gastos dos brasileiros no exterior. A resposta a esses fatores causais fica evidente no Gráfico 4, em que as variáveis câmbio e gastos, transformadas em números índices, se apresentam de forma negativamente correlacionadas.

Gráfico 4 – Gastos do Turista Brasileiro no Exterior versus Câmbio – 1995/2012



A relação Câmbio x Despesas é quase o reflexo de um “espelho”: o Real se valoriza, as Despesas com Viagens (e Importações) crescem; e o inverso quando o Real se desvaloriza. É notória a expressiva redução dos Gastos com Viagens Internacionais a partir da política de flexibilização cambial (1999): a moeda brasileira se desvaloriza, - passa de R\$/US\$ 1,0 para R\$/US\$ 2,3 a 3,1 (e para até R\$/US\$ 4,0 em 2003). Por conta da redução das Despesas, a Conta Viagens Internacionais chega a registrar até saldos positivos (2003 e 2004).

Em 2005 e 2006 acelera-se a desvalorização do Dólar (Real valorizado), estimulando o aumento dos gastos com viagens no exterior, alcançando US\$ 25,5 bilhões em 2014.

Certamente outros fatores, que não somente o câmbio, contribuíram para o crescimento dos gastos com o turismo: o aumento da renda, sua melhor distribuição, a redução dos custos dos produtos, pacotes promocionais, entre outros.

3.3 A Conta Viagens Internacionais do Brasil

Quanto ao saldo da Conta Viagens, alguns períodos se destacam. Num primeiro momento com o Real valorizado, particularmente nos anos de 1997 e 1998, o déficit desta Conta chegou a quase US\$ 4,5 bilhões, por conta da aceleração das despesas. Com a política de flexibilização cambial em 1999, verifica-se uma desvalorização da moeda brasileira, especialmente no período 2001 a 2004, cotação variando entre R\$/US\$ 2,3 a 3,1 (com registro de até R\$/US\$ 4,0). Neste período os gastos com viagens ao exterior

registram expressivas quedas, passando de US\$ 5,5 bilhões em 1997/1998, para US\$ 2,5 bilhões em 2003/2004, chegando inclusive a produzir saldos positivos na Conta Viagens Internacionais, nos anos de 2003 e 2004 (Tabela 8).

Tabela 8: Resultados da Conta Viagens Internacionais versus Câmbio

ANOS	PIB Mundo	PIB Brasil	Cambio R\$/US\$	Conta V. Internacionais		
	(% a.a.)	(% a.a.)		Receita	Despesa	SALDO
1995	3,3	4,2	0,9	971,6	3.391,3	-2.419,7
1996	3,8	2,2	1	839,8	4.438,3	-3.598,5
1997	4,3	3,4	1,1	1.069,0	5.445,8	-4.376,8
1998	2,6	0,0	1,2	1.585,7	5.731,7	-4.146,0
1999	3,5	0,3	1,8	1.628,2	3.085,3	-1.457,1
2000	4,8	4,3	1,8	1.809,9	3.894,1	-2.084,2
2001	2,3	1,4	2,35	1.730,6	3.198,6	-1.468,0
2002	2,9	3,0	2,92	1.998,0	2.395,6	-397,6
2003	3,6	1,1	3,08	2.478,7	2.261,1	217,6
2004	4,9	5,8	2,93	3.222,1	2.871,3	350,8
2005	4,6	3,2	2,44	3.861,4	4.719,9	-858,5
2006	5,3	4,0	2,2	4.315,9	5.763,7	-1.447,8
2007	5,4	6,1	1,9	4.953,0	8.211,2	-3.258,2
2008	2,8	5,1	1,8	5.785,0	10.962,4	-5.177,4
2009	-0,3	-0,1	2,0	5.305,0	10.898,0	-5.593,0
2010	5,4	7,5	1,8	5.261,0	15.965,0	-10.704,0
2011	4,2	4,0	1,7	6.095,0	20.802,0	-14.707,0
2012	3,5	1,9	2,0	6.378,0	22.039,0	-15.661,0
2013	3,4	3,0	2,2	6.474,0	25.028,0	-18.554,0
2014	3,5	0,5	2,4	6.843,0	25.567,0	-18.724,0
2015	3,4	-3,8	3,3	5.844,0	17.357,0	-11.513,0
2016	3,1	-3,6	3,5	6.024,0	14.497,0	-8.473,0
2017*	3,5	0,2	3,2	5.901,0	17.287,0	-11.386,0
FONTES: Banco Centra; FMI; e IPEADATA				(*) Ago 16 a Jul 17		

Com a forte tendência de valorização do Real frente ao dólar iniciada a partir de 2005, nota-se uma crescente evolução das Despesas com viagens internacionais. De fato, desde 2005, os gastos com viagens internacionais evoluem de um patamar de US\$ 5 bilhões para US\$ 10 bilhões em 2008 e 2009, alcançando mais de US\$ 20 bilhões em 2011 e mais de US\$ 25 bilhões em 2013 e 2014, chegando a ocasionar déficit de US\$ 18,7 bilhões. Mais recentemente, com o real no patamar de R\$ 3 a 3,5 por US\$ e a crise interna brasileira (queda da massa de renda dos brasileiros), os gastos com viagens tiveram ligeira redução ao nível de US\$ 15 a 17 bilhões. Como visto, a aceleração das Despesas, não acompanhada das Receitas, chegou a gerar déficits crescentes, até alcançar cerca de US\$ 25 bilhões em 2015, hoje em US\$ 11 bilhões.

As pesquisas da FIPE/Mtur revelam que, além do maior contingente de brasileiros que se agregam ao mercado de consumo do turismo internacional, os gastos médios dos turistas vêm se elevando. Conforme resultados descritos na Tabela 9, nos últimos 6 anos o gasto médio a preços correntes (em US\$) cresceu

70%, correspondente a uma taxa anual média de 9,2% a.a. Somente em 2008 e 2009, como efeito da crise internacional, verifica-se uma queda nos gastos médios de -0,4% e -9,9%, respectivamente.

Tabela 9 - Gasto Médio Total de Turistas Brasileiros no Exterior (em US\$ mil)

Itens	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Gasto Médio	1.898	2.148	2.506	2.352	2.741	3.087	3.217	2.941	2.939	2.569	2.302
Cotação (R\$/US\$)	2,2	1,9	1,8	2,0	1,8	1,7	2,0	2,2	2,4	3,3	3,5
Índice	100,0	113,1	132,0	123,9	144,4	162,6	169,5	154,9	154,9	135,3	121,3
Variação Anual	(*)	13,1	16,7	-6,1	16,5	12,6	4,2	-8,6	-0,1	-12,6	-10,4

Analisando-se estes resultados, verifica-se a relação entre as variações dos gastos médios com as da cotação e valorização do Real: a medida que o Real se valoriza, maiores são os gastos médios. A par da questão do câmbio, tem o problema da redução da renda dos brasileiros, com a crise iniciada em 2013 e seguintes.

Feitas estas colocações é essencial que se examine como se compõem estes gastos dos viajantes brasileiros, para que se entendam as razões do seu crescimento. Nota-se na Tabela 10 que os gastos médios com Hospedagem e Alimentação, embora tenham aumentado ligeiramente no período, claramente deixaram de ser os principais responsáveis do gasto total. Dentre os outros itens de gastos tipicamente associados com o Turismo, verifica-se que apenas o gasto médio com Transportes nos locais de destinos apresentou de fato um aumento significativo, isto até 2011. De outro lado, Visita a Atrativos registra significativos recuos.

O item que chama a atenção quanto ao crescimento do gasto, e é o que efetivamente mais contribuiu para o aumento do gasto médio total, foi o das Compras Pessoais, o qual inclusive passou a ser, na média, o principal item de despesa dos brasileiros em viagem no exterior a partir de 2009 até 2014.

Tabela 10: Composição dos Gastos de Brasileiros no Exterior – 2006/2016 (em %)

Itens	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Hospedagem	25,3	29,8	25,4	22,4	21,6	22,1	24,1	23,0	24,3	26,3	28,2
Alimentação	26,3	26,0	24,8	24,2	24,9	23,4	24,6	24,1	25,4	27,6	27,6
Transportes	10,5	10,0	15,5	15,4	14,5	13,5	9,7	9,9	9,9	8,6	10,1
Compras Pessoais	17,6	16,7	23,9	27,7	28,2	30,5	30,7	30,9	27,9	25,2	23,0
Visitas a Atrativos	17,7	16,2	9,3	9,1	9,4	9,2	9,8	11,0	10,5	10,6	9,4
Outras Despesas	2,6	1,3	1,1	1,2	1,4	1,3	1,0	1,1	2,0	1,8	1,8
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Embora as compras naturalmente façam parte das atividades envolvidas nas viagens de turismo, nos níveis que as mesmas atingiram, superando inclusive os gastos com Alimentação ou com Hospedagem, dificilmente podem ser consideradas na sua totalidade como gastos com turismo. Há algum tempo vem se observando que a valorização do Real tem estimulado a substituição da compra de produtos nacionais por importados, estímulo esse que evidentemente se dá com maior ênfase nos brasileiros em viagem ao exterior. Inclusive, tornou-se até corriqueiro no período recente, a ocorrência de viagens ao exterior apenas para a realização de compras.

Assim, embora seja esperado que a valorização da moeda brasileira estimule o turismo internacional de brasileiros, o que merece ser ressaltado é a afirmação de que todo o montante de gastos no exterior, da Conta Viagem Internacional, seja devido a gastos de turismo externo dos brasileiros. De fato, uma parcela nada desprezível das saídas de divisas deve ser relacionada muito mais com a importação de bens do que propriamente com gasto de turismo, uma vez que pelos atuais critérios do Banco Central, as compras

com cartão de crédito, mesmo que não presenciais, são registradas como Despesas de Viagem de Turismo.

Quanto ao fluxo de turistas estrangeiros para o Brasil, a situação é pouco favorável, com reduzidos avanços positivos ao longo do tempo. Em 2015⁶ o País recebeu 6,3 milhões de turistas, enquanto 10 anos antes (em 2005) já havia sido alcançado 5,4 milhões. E, no mesmo período, a participação do Brasil no mercado em número de chegadas internacionais, que cresceu, caiu de 0,8%, em 1999, para 0,5% em 2015.

4 Turismo Doméstico no Brasil

As viagens domésticas são as realizadas dentro do território brasileiro, com destinação fora do entorno habitual dos residentes, e que impliquem em pelo menos um pernoite no destino. Elas apresentam distintas características em função de seus diferentes tipos, que envolvem renda do turista, motivo, frequência, duração, gastos, meios de hospedagens e de transportes, formas de financiamento e distancia, entre outros.

Uma primeira e destacada segmentação das viagens pode ser identificada pela frequência de visitas a uma mesma localidade. As chamadas viagens rotineiras, aqui definidas como aquelas que são realizadas ao mesmo destino, no mínimo 10 vezes ao ano. A motivação das viagens constitui-se num outro segmento de análise que merece tratamento diferenciado, por apresentar distintas características dentre seus tipos: Lazer; Visita a parentes ou amigos; Negócios (em seu sentido mais amplo); e outros (Saúde, Religioso, Educacional etc.).

4.1 Viagens e Renda

No Tabela 11 é apresentada a proporção de domicílios com viajantes, por tipo de viagem: Internacionais (4,3%), Rotineiras (7,0%) e Domésticas propriamente ditas (44,0%). Naturalmente, a proporção de domicílios com viajantes é dada pela soma das proporções de cada tipo de viagem, descontada a parcela de intersecção, para evitar dupla contagem de domicílios, com indivíduos que realizam mais de um tipo de viagem. Essa proporção alcança um total de 48,5%.

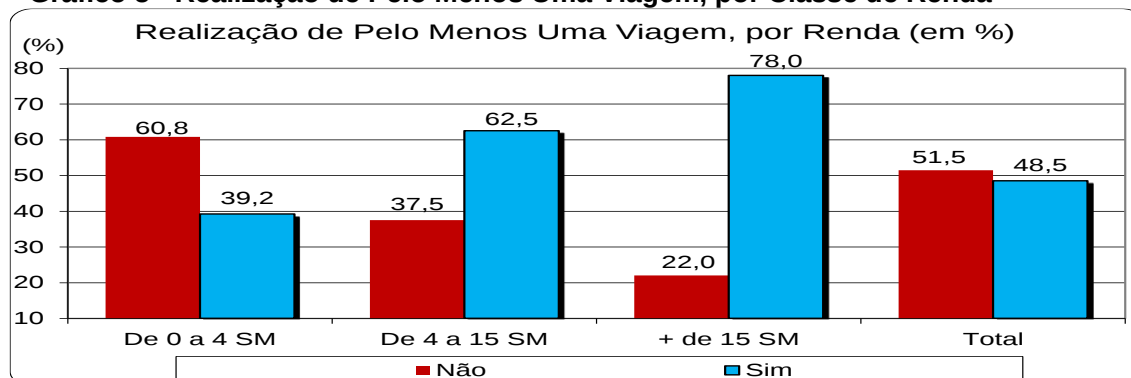
Tabela 11- Proporção de Domicílios Urbanos com Viajantes, por Tipo

(%) de Domicílios Urbanos com Viajantes: Tipo de Viagem e Total (em %)		
Tipo de Viagem	2007	2011
Doméstica	38,2	44,0
Rotineira	7,9	7,0
Internacional	2,7	4,3
Total: Realizou pelo menos 1 desses tipos de viagem	43,4	48,5

A proporção de domicílios com viajantes cresce com a renda, qualquer que seja o tipo de viagem. De fato, a proporção de domicílios com pelo menos um de seus residentes que realizou ao menos um tipo de viagem evolui de 39,2% na menor classe de renda para até 78,0% na classe superior, conforme o Gráfico 5.

⁶ Última informação disponível sobre entrada de turistas estrangeiros no País.

Gráfico 5 - Realização de Pelo Menos Uma Viagem, por Classe de Renda



Como as viagens rotineiras apresentam características mais específicas, para as quais as ações de política são de outra natureza que não as de promoção, a análise que se segue será dedicada apenas às viagens domésticas, exceto as rotineiras.

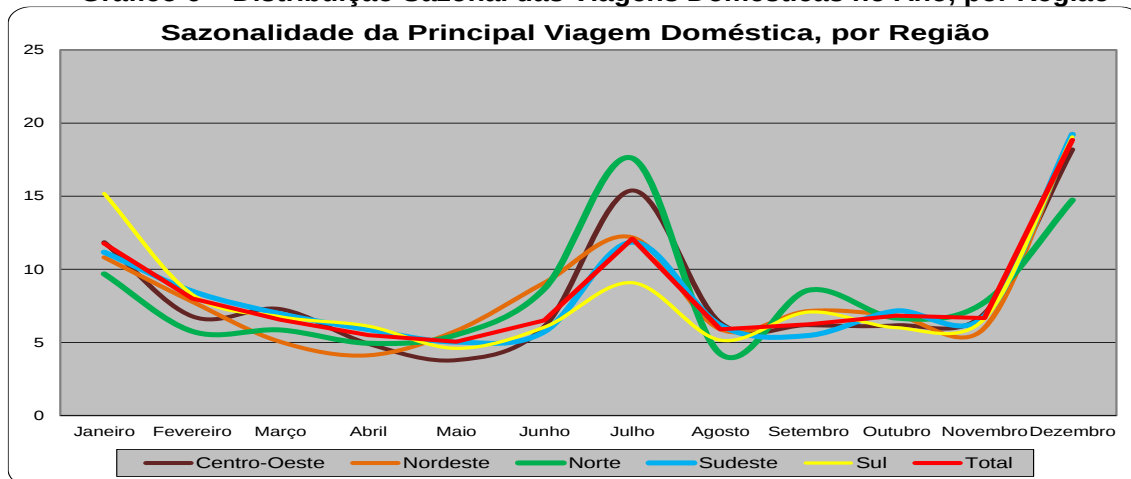
4.2 Sazonalidade das Viagens

Um dos fatores que contribui para a alta de seus custos e nos graus de viabilidade dos investimentos no setor é a não regularidade do uso de seus equipamentos e serviços, em termos de hospedagem, transportes, serviços de apoio, entre outros, além da questão do abastecimento de alimentação e de outras necessidades dos turistas. A concentração do consumo nos meses de “alta estação” é um fato notório, particularmente para o motivo Lazer.

No Gráfico 6 têm-se a ilustração dos períodos preferidos pelos turistas brasileiros em suas principais viagens domésticas. Considerando-se o total anual igual a 100, se houvesse regularidade nas distribuições mensais a proporção média das viagens seria de 8,33% a.m. Desta forma, analisado em termos de um índice, com essa média igual a 100, o mês de Dezembro, por exemplo, respondendo por 20,0% do total anual, situa-se 140 pontos superior à média do ano. Por outro lado, Maio, com cerca de 4%, representa menos da metade da média anual (mais de 52 pontos percentuais abaixo da média).

Assim, a partir dos dados da proporção mensal de viagens, pode-se reconhecer os meses de “alta” ou “baixa” estação (Gráfico 6), relativamente à média. Assim, Dezembro, Janeiro, Julho e Fevereiro, são meses de mais “alta” estação; Outubro, Novembro e Março podem ser considerados de “média” estação. Os demais cinco meses, podem ser considerados de “baixa” estação.

Gráfico 6 – Distribuição Sazonal das Viagens Domésticas no Ano, por Região



Naturalmente, não havendo regularidade no uso dos recursos e serviços disponíveis, o custo da ociosidade acaba limitando a oferta e se refletindo no preço, o que restringe o acesso de novos consumidores e a capacidade competitiva do turismo brasileiro.

De outro lado, nos períodos de alta estação a concentração das viagens domésticas exerce forte pressão no uso dos equipamentos de serviços turísticos disponíveis, agravada pelo fluxo internacional de turistas ao Brasil, também destacadamente mais forte nos meses de Dezembro a Fevereiro, seguido, em menor proporção, do mês de Julho. Tal situação tem sido mais evidenciada nas estradas e nos terminais dos Aeroportos.

4.3 Origens e Destinos das Viagens Domésticas e suas Relações

Dentre os números das principais viagens domésticas, destacam-se as matrizes de origem e destino, bem como a lista de principais emissores e receptores, tanto em número de turistas quanto em gastos. As regiões mais desenvolvidas do País são as mais destacadas, tanto como emissoras, quanto como destino.

Essa constatação vem ao encontro da percepção de que esta atividade se correlaciona fortemente com a renda, tanto pelo lado da demanda, quanto pelo lado da oferta, pelas exigências requeridas por esse tipo de “produto”, que depende da “massa de consumidores” com renda e das condições dos bens e serviços turísticos oferecidos.

4.3.1 Matrizes Origem-Destino entre Regiões

A construção de uma matriz origem-destino das viagens domésticas no Brasil, por região auxilia a interpretar quais as origens dos visitantes da região receptora, assim como os destinos dos residentes da região emissora. Mais do isso revela que as parcelas mais expressivas dos fluxos turísticos ocorrem dentro das próprias regiões (Tabela 12).

Tabela 12 – Fluxo de Renda das V. Domésticas: Origens e Destinos, por Região

Fluxos de Gastos/Receitas V. Domésticas, por Região (em %)						
Região de Origem	Região de Destino					Total
	C. Oeste	Nordeste	Norte	Sudeste	Sul	
C. Oeste	4,0	3,9	0,7	3,4	1,4	13,4
Nordeste	0,9	12,2	0,5	3,7	0,8	18,1
Norte	1,1	1,6	3,0	1,3	0,4	7,3
Sudeste	3,6	10,9	0,8	23,5	5,1	43,8
Sul	0,7	2,2	0,1	3,2	11,2	17,4
Total	10,3	30,8	5,0	35,0	18,9	100,0

5 Perspectivas do Turismo no Brasil

O turismo pode ser considerado uma importante atividade econômica, capaz de impulsionar o crescimento de algumas regiões, que apresentem condições para a sua propagação. Entre os benefícios que podem ser gerados por esta atividade destacam-se a de contribuir para a redução das desigualdades regionais e pessoais de renda, para a geração de divisas e para a criação de empregos.

Neste aspecto em particular, por se constituir preponderantemente numa atividade do setor serviços, que notadamente utiliza mão-de-obra de forma intensiva, o potencial gerador de empregos do turismo é muito relevante, sendo, também por isso, a base do crescimento da economia de regiões ou mesmo países.

A concepção comumente reconhecida é a de que a importância do turismo numa economia é determinada pelo significado de seu turismo internacional. Porém, nem sempre é assim. Em algumas economias, como no Brasil, o turismo interno é mais determinante na composição da renda do turismo, do que a contribuição dada pelo turismo internacional. E mais, em algumas localidades que apresentam condições propícias, é essencial o desenvolvimento da base formada pelo turismo interno, que, além de acarretar diretamente benefícios para seus residentes e para suas economias, geram externalidades em favor da sustentação do crescimento do turismo internacional.

5.1 Turismo Doméstico: Base de Sustentação do Turismo no Brasil

Embora a importância do turismo numa dada economia se associe com o significado do turismo internacional, o que se verifica nos principais países é que a base para o crescimento do turismo seja propiciada pela formação e desenvolvimento do mercado interno. Mesmo em alguns casos em que o mercado externo se revela o mais importante, o mercado interno, em valores absolutos, pode representar alta significância no contexto total. A Tabela 13, baseada em Bull⁷, estabelece a relação entre a participação do turismo interno e externo em alguns dos principais países do turismo mundial.

Tabela 13 – Turismo no PIB e Relações Turismo Doméstico x Internacional
(Valores em US\$ milhões)

Países ¹	Receitas		Total (T)	Relação (N)/(I)	PIB do País (US\$ Bilhões)	Relação (T)/(PIB)
	Internac.(I)	Nacional (N)				
Austrália (2003)	11,5	32,4	43,8	2,8	455	9,6
Áustria (2005)	17,9	17,0	34,9	1,0	304	11,5
Canadá (2002)	11,5	24,5	36,0	2,1	735	4,9
Chile (2003)	1,1	3,8	4,9	3,4	74	6,6
China (2002)	1,1	10,4	11,5	9,9	1.454	0,8
Espanha (2004)	49,3	48,7	98,0	1,0	1.044	9,4
Estados Unidos (2006)	84,0	593,7	677,7	7,1	13.117	5,2
França (2005)	54,0	126,6	180,6	2,3	2.147	8,4
Holanda (2007)	9,3	39,1	48,4	4,2	776	6,2
Japão (2007)	12,6	181,0	193,6	14,4	4.381	4,4
México (2006)	15,3	96,2	111,5	6,3	949	11,7
Suiça (2005)	9,6	14,8	24,4	1,5	372	6,6
Brasil ² (1999)	3,9	38,8	42,7	9,9	950	2,5 ³

1 - Anos de referência dos dados estão entre parênteses

2 - V. do Consumo - Fonte: Impacto Econômico do Turismo Avaliado pela Conta Satélite de Turismo - FIPE, 2002

3 - Estimativa Preliminar

Fonte: UNWTO - TSA data around the world, 2009

Dentre os países constantes (13 países) dessa tabela, em apenas dois - Áustria e Espanha -, o mercado interno não supera o internacional.

Uma medida alternativa de avaliação da importância do turismo internacional é dada pela relação das receitas turismo/exportação. Na média dos países a participação do turismo internacional nas receitas totais com exportações vem oscilando entre 6 e 7%. No caso do Brasil, a relação receita do turismo/receita das exportações, que já foi de 4,2% no final da década de oitenta, situa-se em 2016 em apenas 2,8%. De outro lado, a relação despesas com turismo/despesas com importação, que oscilava em torno de 3 a 5%, já alcançou em 2014 a expressiva participação de 8%, recuando em 2016 para 7,1%.

⁷ Bull, Adrián – La Economía del Sector Turístico, Capítulo 7 e páginas 219-220, Alianza Editorial, Madrid, 1994.

Convém destacar que no Brasil a principal força motora do turismo é dada pelo mercado interno, cujo consumo turístico representa 9 vezes mais do que o consumo turístico de estrangeiros no Brasil.

6 Algumas Recomendações para o Turismo no Brasil

Há muito tempo, a aceleração do crescimento do turismo no Brasil constitui-se em permanente desafio para sua consecução. As recomendações aqui contidas reforçam algumas já conhecidas, ao lado de outras que emergem especificamente da análise realizada e de outras considerações.

O Brasil deve basear o crescimento de seu turismo a partir do fortalecimento do mercado turístico interno que, além de seus benefícios, gera externalidades para a sustentação do crescimento do turismo internacional.

Este deve ocorrer articulado com todas as instancias deste setor de atividade, atentando para dois aspectos principais. O primeiro se refere à priorização dos segmentos de mercados mais típicos para uma dada região, tanto no que tange à sua procedência, de origem doméstica ou do exterior, quanto no que tange ao segmento que representa, em termos de níveis de renda, motivações de viagens, perfil psicográfico, entre outros.

O outro, diz respeito à estratégia a ser adotada numa dada região para promover o crescimento das atividades do turismo: ordenar e facilitar a tendência espontânea manifestada, a partir das forças da demanda, ou, alternativa e complementarmente, enfatizando-se o lado da oferta, orientando-se e estimulando novos investimentos públicos e privados na região.

Atenção especial deve ser dada à questão da sazonalidade das viagens, mediante iniciativas para aliviá-la, de modo a assegurar uma escala mínima ao longo do ano para diminuir seus custos unitários. Há várias iniciativas nessa direção: uma delas é a de ampliar programas específicos para a população da melhor idade. Tem-se, no Brasil, uma clara tendência de envelhecimento da população, com o contingente de idosos aumentando significativamente a cada ano.

Parcela expressiva desse contingente é aposentada e não tem restrições ligadas ao trabalho que inviabilizam o exercício de atividades do turismo fora dos períodos de férias. Nessa linha, caberia planejar também a possibilidade de que algumas localidades turísticas fossem equipadas com serviços de atendimentos especiais para este público, particularmente na época fora da alta estação.

Por outro lado, sabe-se que as taxas de câmbio vêm nos últimos anos prejudicando seriamente o turismo no Brasil porque incentiva a saída de brasileiros para o exterior e as compras. Na indústria, o efeito do câmbio costuma ser atribuído à chamada desindustrialização. No caso do turismo ele está levando o brasileiro a uma “turismização”, favorecendo as saídas ao exterior, inclusive para compras.

Finalmente, por serem atividades que caminham juntas, deve-se buscar uma maior integração com os demais setores, - particularmente com o de economia, do meio ambiente e dos esportes – e com o setor privado. No caso específico do turismo receptivo internacional uma das ações que se recomenda é a instalação de Postos Avançados de Comercialização no exterior, junto aos principais aeroportos do mundo, com representantes dos setores públicos e privados brasileiros. Destes últimos especialmente das companhias aéreas e das agências de viagens, e, do setor público as agências e órgão encarregados da promoção do turismo, inclusive no âmbito dos Estados.

Não se afigura como adequado que haja distanciamento dos órgãos que de alguma forma interagem com essas questões do turismo. A atuação mais conjugada, além da sinergia que propicia, resultará na ascensão dessas atividades na escala de prioridades do governo.

(*) Wilson Abrahão Rabahy - Economista pela PUC de São Paulo. Foi professor titular da ECA/USP - Escola de Comunicação e Artes, com ênfase na área de economia quantitativa; coordenador do curso de

MBA em turismo Universidade Anhembi-Morumbi; e professor do curso de MBA em turismo na FEA/USP. É coordenador de projetos em economia de turismo da Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE/USP.

() Décio K. Kadota** - Economista pela FEA/USP. Professor de microeconomia, economia matemática e teoria de jogos na FEA/USP. Pesquisador da Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas – FIPE/USP. Foi coordenador do curso de pós-graduação em economia da FEA/USP; Diretor de Pesquisas da FIPE; e professor da PUC de São Paulo.



A CHINA E O JAPÃO NO MUNDO ATUAL

(*) Paulo Yokota

Solicitado a tecer algumas considerações sobre a China e o Japão, parece indispensável registrar, preliminarmente, que aqueles que tiveram alguma responsabilidade em gestão pública devem estar conscientes que sempre é mais fácil falar sobre outros países do que atuar no sentido de contribuir para resolver alguns dos seus problemas. Há que ser modesto, pois existem muitos profissionais competentes nesses países que já estudaram seus problemas de forma profunda, não havendo que receber sugestões de analistas estrangeiros que mal conhecem as limitações existentes no momento.

Todos sabem que a China é um país continental, com uma gigantesca população, com grandes diferenças regionais que pelo seu nível de renda per capita ainda deve ser considerado como emergente, que procura atingir uma posição de país desenvolvido, com forte liderança mundial. Uma parte de sua população se espalhou por outros países como os Estados Unidos, o Reino Unido, o Canadá, a Austrália encontrando-se chineses em todo o mundo que mantêm entre eles um intenso intercâmbio de informações.

O Japão, ao contrário, é um país relativamente pequeno que ocupa um arquipélago, com uma população decrescente e cada vez mais idosa, que já tem um nível de desenvolvimento respeitável e que perdeu parte do dinamismo de sua economia. Sua presença internacional é relativa, ainda que muitas de suas empresas estejam atuando no mundo globalizado. Seus emigrantes se concentram em poucos países estrangeiros.

Os problemas que os dois países enfrentam atualmente são bastante diferentes, ainda que sejam vizinhos contando com um elevado nível de intercâmbio bilateral. A base da cultura japonesa recebeu uma forte influência chinesa, mas acabou se diferenciando ao longo de séculos, obtendo características próprias.

O Japão é o único país que sofreu um bombardeio atômico que encerrou a Segunda Guerra Mundial, o que obrigou o país a uma forte aliança militar com os Estados Unidos, que ainda é o responsável por parte de sua independência externa. Há uma forte resistência da população para que o Japão tenha novamente poder militar, onde o armamento nuclear é fundamental para cuidar de sua segurança internacional.

Ambos os países sofreram graus diferentes das influências das ideias do grande pensador Confúcio, que resultam em sociedades hierarquizadas que se diferenciam das democracias ocidentais perseguidas pelas Revoluções Francesa e Norte-Americana. As diferenciações das interferências do poder público nas atividades econômicas são sensíveis em ambos os países. Também os graus da utilização dos instrumentos governamentais e dos mecanismos de mercado são diferentes.

As desigualdades econômicas nas populações que se acentuaram recentemente fazem que nem sempre todos sejam razoavelmente iguais na sociedade, notadamente na detenção do poder político, ainda que a igualdade seja sempre perseguida como um ideal.

A China, mesmo com a desaceleração atual do seu crescimento econômico, objetiva manter um desenvolvimento sustentável de longo prazo acima da média mundial, no que conta com os recursos próprios, inclusive humanos, mas procura intensificar a presença de empresas estrangeiras na sua economia, visando contar com tecnologias indispensáveis para sua competitividade internacional. Com uma visão de muitas décadas aparenta dar prioridade para setores que consideram estratégicos como o desenvolvimento da pesquisa, que eleva a sua eficiência; a melhoria da educação em todos os níveis; e ampliando também os serviços sociais para a sua população. Muitos dos seus setores já se destacam no cenário mundial, tirando partido da dimensão do seu mercado interno e dos seus orçamentos. Conta com muitos recursos humanos habilitados para as tarefas indispensáveis, inclusive do setor público e político, parte com estudos pós-graduados no exterior. Parece que procuram ser o contraponto do atual líder mundial, os Estados Unidos que conta com um Presidente no mínimo controvertido. Visando relacionamentos com outros países no mundo enfatiza o programa da nova Rota da Seda, terrestre como marítimo.

O Japão procura compensar o decréscimo de sua população estimulando o turismo internacional, intensificando a robotização para substituir parte dos seus recursos humanos, mas conta com dificuldades para ser receptivo aos imigrantes de outros países. Ainda são poucos os executivos estrangeiros que atuam no Japão. O grau de globalização de suas empresas ainda parece relativamente modesto, notadamente nas posições de direção. Tem carência de fortes lideranças empresariais e políticas, salvo raras exceções, pois faz parte de sua cultura se manter dentro da média coletiva, sem procurar um destaque individual. Algumas de suas organizações, mesmo privadas, ainda procuram se manter dentro dos padrões adequados para o mercado interno, quando necessitam atuar no mercado globalizado.

Deve-se reconhecer que é sempre mais fácil perseguir no país padrões que foram obtidos por outros mais desenvolvidos do que se manter na vanguarda mundial, como procura fazer a China atual, mesmo numa perspectiva relativamente longa. O Japão já teve no passado como modelo histórico o Reino Unido que ocupando um conjunto de ilhas detinha um Império onde “o sol nunca se punha”. Mas hoje a realidade é outra, e mesmo em escala menor o que parece se consolidar é Cingapura que se tornou um país-cidade que funciona como a capital do Sudeste Asiático, mas fortemente aberto para os demais países da região.

Do ponto de vista da política cultural, tudo indica que a China procura aumentar a influência de sua cultura no mundo, utilizando para tanto o Instituto Confúcio, inclusive para o ensino do idioma dominante, o mandarim. O Japão parece adotar uma orientação mais modesta só procurando informar parte de sua cultura artística por intermédio de suas instituições especializadas, sem a disposição de alocar recursos para o ensino do seu idioma no exterior.

O que parece é que se torna indispensável imaginar algo diferente, ajustado às condições atuais do Japão no mundo, para enfrentar desafios a serem perseguidos, principalmente pelos jovens. O METI – Ministério de Indústria e Comércio Exterior do Japão, que já desempenhou um papel importante no passado, reuniu um grupo expressivo de jovens funcionários, inclusive treinados no exterior, que elaborou um documento para sugerir diretrizes para a recuperação que o Japão já teve no passado, quando ficou conhecido por “Milagre Japonês” e por “Japan Incorporation”. Parece que há que se perseguir algo semelhante, envolvendo também jovens empresários do setor privado japonês, que se aperfeiçoaram no exterior e já transformaram algumas empresas japonesas em internacionais.

Algumas empresas japonesas já transferiram suas sedes para a Europa para se tornarem globais e contam com executivos japoneses nos seus Conselhos de Administração. As operações são conduzidas por executivos estrangeiros, inclusive nas subsidiárias existentes no Brasil, como uma empresa internacional de vidros. Também existem empresas farmacêuticas japonesas que adquiriram outras na Europa e nos Estados Unidos e atuam utilizando os nomes das empresas estrangeiras tradicionais nas suas operações mundiais. O que parece interessante é que o número delas se multiplique, se desejam atuar globalmente.

Parece que já existem esboços do que se poderia ser feito pelo Japão. Para que as ideias se tornem um razoável consenso nacional, há necessidade de envolvimento de fortes lideranças políticas como da imprensa japonesa. O desafio japonês é tentar acompanhar o que a China está fazendo para continuar figurando entre os principais países do mundo, mesmo mantendo a tradicional aliança com os Estados Unidos. O mundo parece que se tornou muito diversificado para contar somente com a liderança de um país.

(*) **Paulo Yokota** foi Diretor de Crédito Rural e de Administração do Banco Central; Presidente do INCRA-Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária; Comissário do Governo Brasileiro na Exposição Internacional de Tsukuba no Japão; Diretor da Cotia Trading; Presidente da Diretoria Executiva do Hospital Santa Cruz e Presidente do Conselho Deliberativo do Hospital Santa Cruz.



“MADE IN CHINA 2025”

(*) **Akihiro Ikeda**

1. Introdução

As manufaturas produzidas pela China são bastante conhecidas no mercado brasileiro. Inclui produtos como aço, máquinas e equipamentos, material ferroviário e bens de consumo como tecidos, roupas e santinhos de eventos religiosos. Há alguns anos a Bíblia deixou de ser fabricada no país e passou a ser importada desse país. “*Made in China 2025*”, documento que foi editado em 2015, estabelece as grandes diretrizes de modernização industrial para os próximos anos. Jost Wubbeke, Mirjan Meissner, Max J. Zenglein, Jaqueline Ives e Bjorn Conrad comentam aspectos dessa política e algumas de suas consequências no Relatório da MERICS- Mercator Institute for China Studies (“*Made in China*”, dezembro de 2016). O resumo a seguir tem por base esses comentários.

O objetivo dessa política industrial é implantar no país uma manufatura moderna e competitiva através de tecnologias inovadoras e inteligentes. “*Smart manufacturing technology*” é a expressão que identifica o programa. Abrange setores de elevada tecnologia, decisivos no desenvolvimento econômico, incluindo ferramentas e robôs automáticos; equipamentos aeroespaciais, aeronáuticos, marítimos, ferroviários, agrícolas e médicos; desenvolvimento de novos materiais etc. Fazem parte desta estratégia:

- i) o favorecimento de empresas chinesas fornecedoras de tecnologia em relação às similares estrangeiras,
- ii) a aquisição acelerada de empresas internacionais de tecnologia por investidores chineses,
- iii) a organização de imensos fundos, como o *Advanced Manufacturing Fund* e o *National Integrated Circuit Fund*, para dar suporte financeiro à realização dessa estratégia industrial.

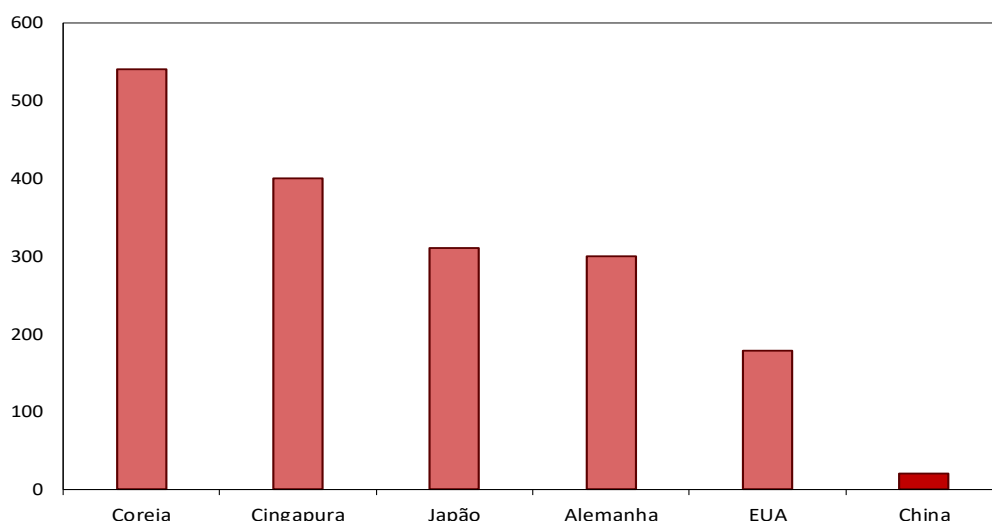
Acredita-se que a indústria mundial esteja à beira de uma nova revolução. Historicamente, a primeira revolução aconteceu na segunda metade do século 18, com a produção mecânica liderada pelo poder da água e do vapor. A segunda ocorreu ao final do século 19 com a eletrificação das máquinas e a produção em massa. A terceira na década de 1970 com robôs industriais, controladores lógicos programáveis e gestão da produção baseada na tecnologia de informação. Os países industrializados utilizam basicamente os instrumentos dessa terceira revolução. Existe a percepção de que está se iniciando a quarta revolução, que vai alterar as condições de competitividade global. A mudança tecnológica será

caracterizada pela combinação da internet avançada com a tecnologia de comunicação, e a utilização de máquinas inteligentes. A disputa pela produção industrial avançada pode decidir o destino das grandes corporações. A China crê que essa disputa é a oportunidade de alcançar a tecnologia e a economia dos países avançados.

2. Estágio atual da indústria na China

A produção industrial da China encontra-se atrasada quando comparada à das economias industrializadas. A maioria das fábricas chinesas tem baixos níveis de automação e pouca digitalização.

Gráfico 1: Densidade de robôs industriais por 10.000 trabalhadores em 2015

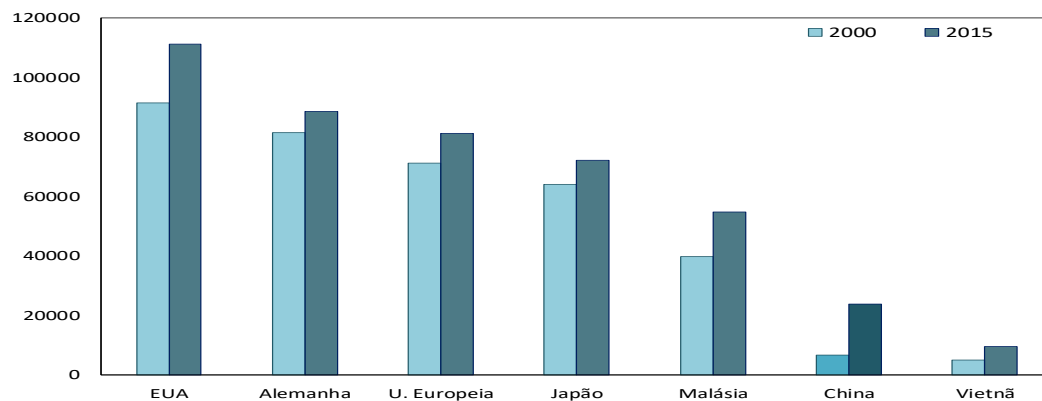


Fonte: "Made in China 2025", MERICS (2016)

Entretanto, está ocorrendo um aumento relativamente rápido da automação e do uso de tecnologias de digitalização. Também existem evidências de que a indústria chinesa começou a investir em tecnologias relevantes para a próxima geração da produção (quarta revolução). Esses investimentos, no geral, não estão ocorrendo por iniciativas das próprias empresas, tipo "*bottom-up*", mas por decisões de cima para baixo, "*up-down*". A pesquisa lembra que muitas empresas chinesas são relutantes em correr riscos no que se refere a investimentos em equipamentos de alta tecnologia. Seus administradores costumam optar por custos baixos e pouco investimento.

Com algumas exceções, as iniciativas empresariais são fracas comparadas às dos países industrializados. Uma das razões para essa falta de iniciativa é que elas não são sujeitas às pressões de concorrência no mercado em virtude da forte interferência do estado. Falta-lhes incentivos para fortalecer o poder de mercado através do aumento de produtividade e de melhor tecnologia de produção.

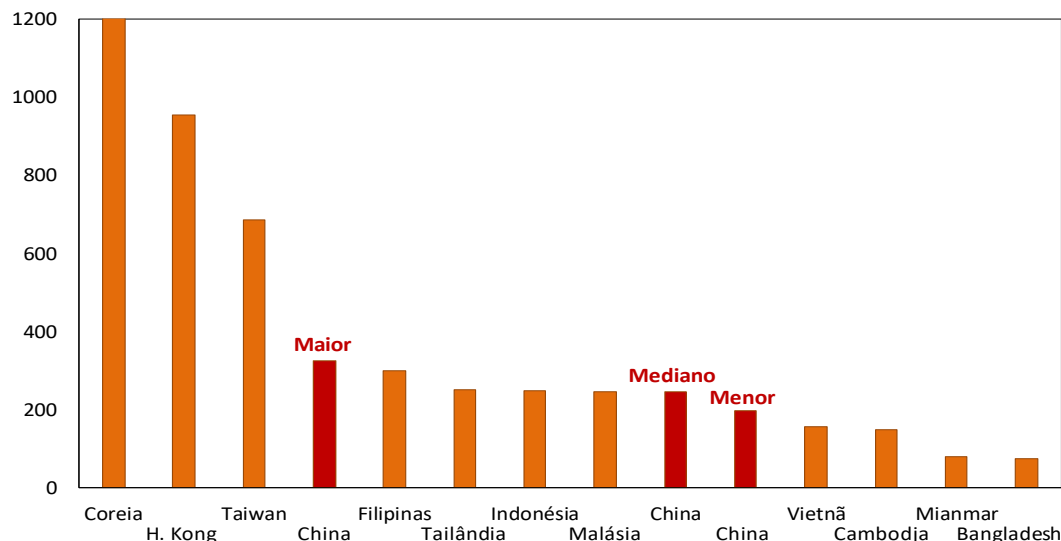
Gráfico 2: Produtividade - PIB por trabalhador (dólares constantes em 2011, PPP)



Fonte: Banco Mundial, World Development Indicators e MERICS (2016)

A outra razão é que, embora os custos da mão de obra venham aumentando, ainda são moderados e apenas ligeiramente superiores aos dos países vizinhos do Sudeste Asiático. O emprego de grande número de trabalhadores representa uma opção mais barata comparada com pesados investimentos em novos equipamentos. Porém, em alguns setores intensivos de mão de obra as pressões dos salários são já relativamente elevadas, estimulando a substituição da mão de obra por robôs.

Gráfico 3: Custo da mão de obra - salário mínimo mensal em US\$/mês



*Maior salário mínimo prevalecente. Dados de set/2016. Fonte: MERICS

3. Empresas chinesas de tecnologia estão defasadas

São empresas que fornecem tecnologia e serviços necessários para a automação, digitalização e manufatura inteligente. Atualmente elas encontram-se defasadas em relação às estrangeiras que estão sendo beneficiadas neste início de implantação do processo de modernização. Mas já sofrem discriminações. A previsão é que, dependendo da efetividade, do apoio e dos subsídios da política industrial chinesa, as fornecedoras locais podem-se tornar competitivas em algumas áreas, deslocando os competidores estrangeiros.

4. O sucesso do programa chinês

O Relatório menciona pontos fortes e fracos do sistema chinês para a implementação do programa:

Pontos fortes – positivos:

- i) A enorme capacidade de mobilização de todos a favor de uma determinada política. Após a divulgação do “Made in China 2025”, temas como “manufatura inteligente” e “revolução industrial 4.0” são bastante discutidos pela população;
- ii) As lideranças chinesas têm no planejamento de longo prazo um dos seus maiores atributos, às vezes abstraindo-se das preocupações de curto prazo;
- iii) Capacidade do Estado mobilizar grandes somas de recursos financeiros para implementar programas;

iv) A China tem mostrado que é muito boa em experimentar novos negócios e novas tecnologias. O governo central muitas vezes realiza testes com projetos pilotos que posteriormente servem de modelo para coisas mais amplas;

v) A rapidez dos governos locais para apoiar o programa, e garantir benefícios do governo central, tem acelerado a implantação da manufatura inteligente, particularmente na área de robótica.

Pontos fracos:

i) O estilo tipo campanha do “Made in China 2025” ignora o papel do desenvolvimento empresarial e das práticas gerenciais para efetuar a manufatura inteligente. O governo impõe a sua prioridade sobre as empresas sem considerar as circunstâncias reais;

ii) A política industrial subestima o papel da organização empresarial e o desenvolvimento gradual do processo de produção como meios de realizar a manufatura inteligente;

iii) Existem riscos de equívocos na alocação de recursos dos fundos. Nem sempre é a empresa mais promissora e eficiente que recebe os recursos, mas aquela que tem melhores contatos no sistema político;

iv) O entusiasmo dos governos locais e a falta de coordenação podem resultar na duplicação de projetos, implicando em perda de dinheiro e produzindo em excesso em relação à demanda;

v) A queda do crescimento econômico pode afetar a vontade de investir;

vi) O sistema educacional do país e as universidades tem dificuldades de fornecer número suficiente de especialistas para tarefas sofisticadas;

vii) O governo não se encontra preparado para um desemprego mais forte em decorrência de maior uso de robôs e da melhoria do processo produtivo.

5. Comentários finais

O Relatório acredita que mesmo que o programa não atinja por inteiro seus objetivos, haverá um grande impacto na China e nos mercados mundiais. Países industriais serão afetados pelo pequeno, mas poderoso, grupo de empresas chinesas líderes. O efeito do programa sobre as empresas industriais chinesas será bastante desigual. Estas podem ser classificadas em três categorias, de acordo com a capacidade de resposta aos desafios:

i) empresas de vanguarda, as líderes, caracterizadas pela capacidade de iniciativa, movidas pelo retorno, integradas nos mercados mundiais e que são altamente competitivas (“frontrunners”);

ii) empresas menos preparadas (“hopefuls”) mas esperançosas de seguir com o programa. Elas dependem do sucesso na implementação da política industrial, dos incentivos e da compreensão de que a sua modernização resulta em seu benefício. O Relatório opina que o desenvolvimento desse grupo vai determinar a competitividade da China da manufatura inteligente no médio prazo.

iii) empresas que chegam atrasadas (“latecomers”). Este último grupo, que engloba a porção maior das empresas chinesas, vê ainda na mão de obra barata e na produção em larga escala de produtos de baixo custo um modelo de sucesso nos negócios. Não tem estímulos para investir e inovar.

Características das empresas industriais chinesas

Ítem	Líderes	Esperançosos	Recém chegados
Nível atual	Altamente atualizadas e Digitalizadas (indústria 3.0)	Avançando em direção à Alta automação e Digitalização (indústria 2.0 para indústria 3.0)	Trabalho manual e Automação básica
Importância do interesse das Empresas p/ progresso	Alta	Baixa. Potencialmente Aumentando	Baixa
Importância das políticas para o progresso	Média	Alta	Baixa
Perspectivas para os próximos dez anos	Grandes benefícios em Utilizar tecnologia avançada (indústria 4.0)	Potencialmente consolidando automação e digitalização (indústria 3.0) e testando tecnologia avançada (indústria 4.0)	Permanecendo majoritariamente com trabalho manual e automação básica

(*) **Akihiro Ikeda** - Foi funcionário do Banco América do Sul; economista da Comissão Interestadual da Bacia Paraná Uruguai; Secretário Executivo do Conselho de Política Aduaneira do Ministério da Fazenda; Chefe da Coordenadoria Econômica do Ministro da Agricultura; Secretário Especial de Assuntos Econômicos da Secretaria de Planejamento da Presidência da República; Presidente da Diretoria Executiva do Hospital Santa Cruz; Presidente do Conselho Deliberativo do Hospital Santa Cruz; e Professor Assistente de Estatística Econômica e Econometria da FEA/USP.



NOTAS DIVERSAS

Notícias do Brasil

1. Investimento e crescimento econômico

Existe uma relação entre aumento do investimento em capital fixo e expansão do produto real que decorre, passado o devido tempo, pelo funcionamento do conhecido multiplicador de Keynes. Nos últimos anos, o investimento murchou na economia brasileira coincidindo, grosso modo, com o período de recessão (tabela abaixo). Os dados do primeiro semestre deste ano ainda indicam queda em relação ao mesmo período do ano passado. A ligeira recuperação da produção que vem ocorrendo neste ano resulta do maior uso da capacidade ociosa.

Formação bruta de capital fixo* - variação em relação ao ano anterior e acumulado no período

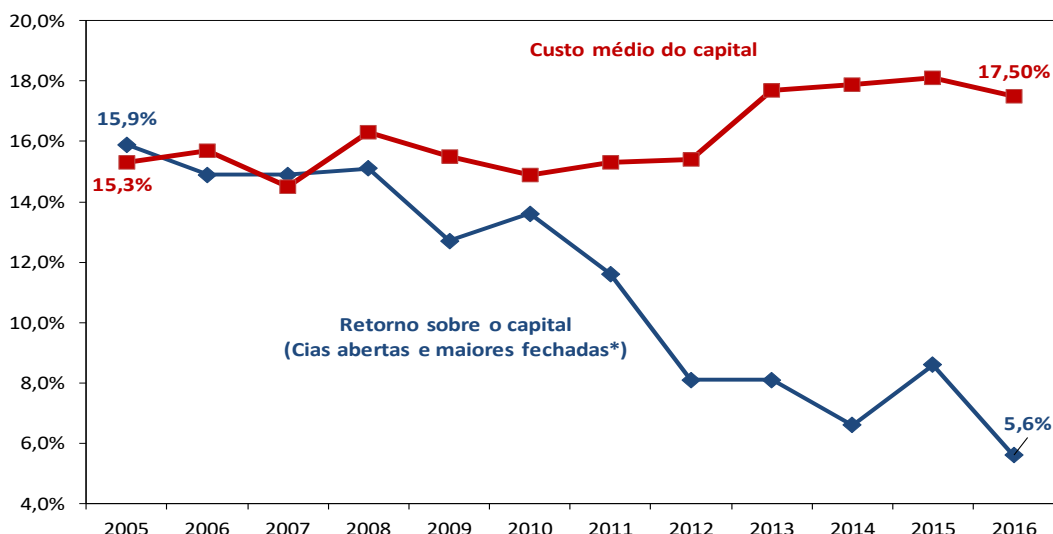
	(%)
2014	-4,2
2015	-13,9
2016	-10,2
Acumulado 2014/16	-25,9
1º semestre, 2017/16	-5,1

*Preços constantes. Fonte: BCB

Na área empresarial a decisão de investir depende, de um lado, das expectativas para os próximos anos, incluindo a evolução da demanda, as condições de competitividade e a confiança no governo e nas instituições. Mais importante talvez seja o grau de ousadia do empreendedor. De outro, depende de fatores objetivos como o nível de capacidade ociosa, os retornos dos investimentos passados, o custo do capital, a facilidade de realizar negócios etc. Pelas declarações na imprensa, os empresários estrangeiros parecem ter uma melhor visão da economia brasileira do que os brasileiros. Os investimentos estrangeiros diretos continuam relativamente elevados, embora nem sempre signifiquem ampliação da capacidade produtiva. Muitas vezes são meras transferências de controle acionário.

Os fatores objetivos continuam desanimadores. O último levantamento da CEMEC, coordenado pelo prof. Carlos Antônio Rocca, mostra uma das dificuldades que inibe o investimento de empresas privadas: o custo do capital tem sido muito superior ao retorno sobre capital próprio.

Retorno sobre capital investido e custo médio do capital (%)



*C/ Petrobrás e Eletrobrás. Fonte: Carlos Rocca, "Resultados e investimentos das maiores empresas não financeiras brasileiras, 2005-jun/2017", CEMEC, setembro/2017.

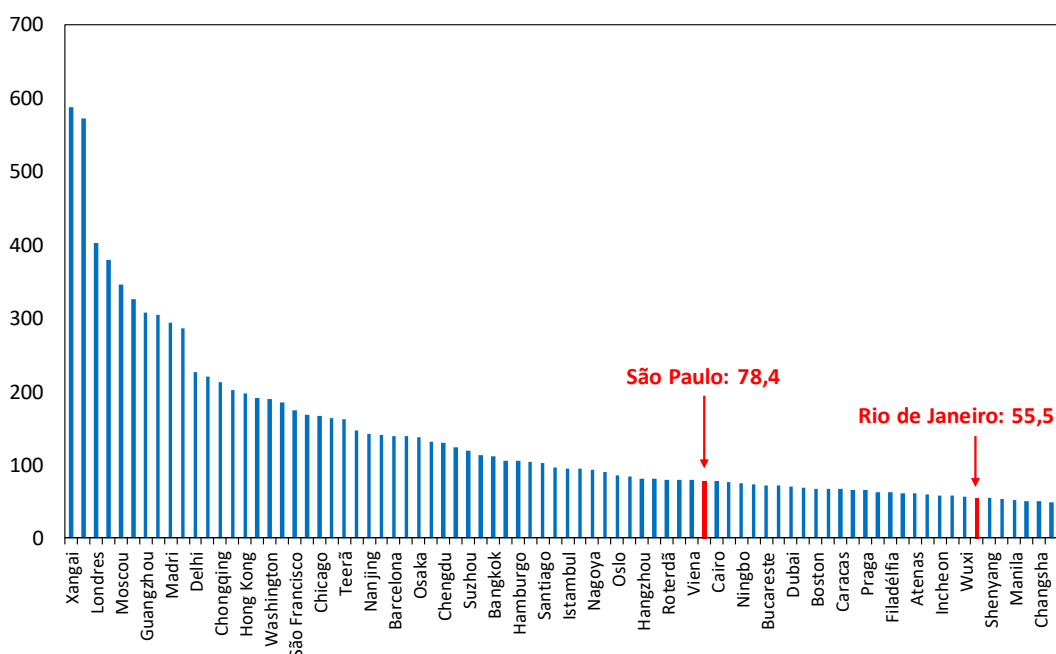
Não é possível um crescimento firme e contínuo da produção sem uma forte expansão dos investimentos. Em algumas áreas, como a da infraestrutura, a carência de investimentos pesados é evidente há tempos. Por exemplo, Relatório do Banco Mundial de 2007 (*"How to Revitalize Infrastructure Investments in Brazil"*) mostrava a preocupação da Instituição pela queda do investimento público: no período 1981-85 foram investidos, em média, 3,6% do PIB, caindo para 1,0% no período 1996-2000. O Relatório ainda acentuava a necessidade e a oportunidade que se abria para o setor privado ampliar os seus investimentos nessa área, recomendando que: i) eliminassem os gargalos regulatórios que restavam e as incertezas políticas; ii) evitassem renegociações excessivas; e iii) fortalecesse a qualidade dos reguladores. Desse período para hoje as condições da infraestrutura deterioraram-se ainda mais. É uma grande chance para colocar em marcha todo o mecanismo de crescimento que certamente induzirá outros investimentos importantes.

2. Mobilidade urbana

A mobilidade nas grandes cidades é fator importante para a população. Na maioria delas o trânsito de veículos é lento e difícil. O congestionamento é a regra. A solução encontrada para a mobilidade das pessoas é o uso intensivo dos sistemas metropolitanos (metrô) nas áreas centrais da cidade, conjugados com os trens suburbanos que fazem as ligações das periferias com os metrô. Os sistemas metropolitanos são considerados os mais eficientes e confortáveis. Na cidade de São Paulo as pessoas de renda mais baixa moram, em geral, mais distante dos seus locais de trabalho e dos serviços essenciais como escolas, hospitais, postos de saúde, creches etc. Dependem de transporte público. Perde-se bastante tempo. Para muita gente 3 a 4 horas diárias.

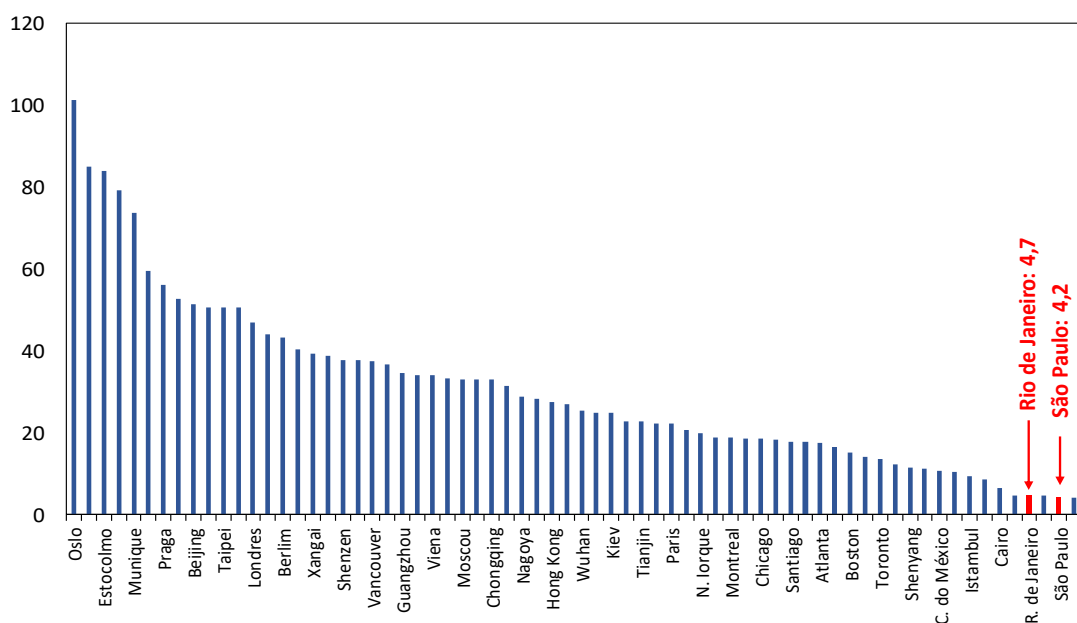
A primeira linha metropolitana foi inaugurada em Londres em 1863. Nos últimos anos a construção de metrô acelerou-se no mundo e atualmente estão presentes em 208 cidades com extensão total de 13.996 km. A China tem sido o país mais ativo no seu uso nos anos recentes. No final do século passado contava com 90 km. Atualmente com inacreditáveis 3.485 km. No Brasil temos São Paulo com 78,4 km, Rio de Janeiro com 55,5 km, Brasília com 42 km, Porto Alegre com 33,8 km, Belo Horizonte com 28,1 km, Fortaleza com 24,1 km, e Salvador com 20,3 km, num total de 282,2 km de trilhos. É o resultado de mais de 40 anos. A primeira linha em São Paulo, a norte-sul, foi inaugurada em 1974. Tem atualmente 16,7 km de extensão. Comparativamente a outras grandes aglomerações urbanas os nossos sistemas ainda são modestos. Shanghai com 588 km, Beijing com 572 km e Londres com 402 km lideram o ranking dos sistemas mais extensos.

Gráfico 1: Transporte metropolitano (km de trilhos)



Fonte: World Metro Database.

Gráfico 2: Transporte metropolitano (km de trilho por 1 milhão de pessoas)



Fonte: World Metro Database.

3. Feira internacional de alimentos no Brasil

A ANUFOOD é uma feira de alimentos que acontece na cidade de Colônia, na Alemanha, a cada dois anos. Organizada pela empresa de eventos Koelnmesse a feira é considerada um dos eventos mundiais mais importantes nesse ramo. A Fundação Getúlio Vargas de São Paulo, através da FGV projetos, coordenada pelo ex-ministro da Agricultura Roberto Rodrigues, acaba de assinar acordo com a Koelnmesse para realizar uma feira em São Paulo nos dias 12 a 14 de março de 2019. O governo brasileiro e as entidades do setor se mostraram bastante interessados e dispostos a colaborar. A feira é um instrumento para a realização de negócios. Também abre oportunidades para conquistar o mercado mundial.

4. Energia renovável na agricultura

Comitiva de 35 pessoas do sistema FAEP/SENAR do Paraná, incluindo agricultores, técnicos e lideranças sindicais rurais, embarcaram para a Europa a fim de contatar centros de pesquisas, universidades, usinas e propriedades rurais envolvidos na produção e comercialização de energias renováveis na agricultura na Alemanha, Áustria e Itália. Uma das razões de se conhecer o que está sendo feito é que o Paraná tem abundância de material para a produção de energia, principalmente de biogás. Tem o maior rebanho suíno do país sendo ainda um grande produtor de cereais que pode fornecer muito material. Outra razão, considerada de suma importância, foi a resolução 687/15 da ANEEL que “permitiu o consumo remoto, a geração compartilhada por meio de cooperativas e consórcios, e o principal, abriu a possibilidade de injetar energia excedente na rede gerando créditos” (Boletim Informativo FAEP, 11 a 17/9/2017).

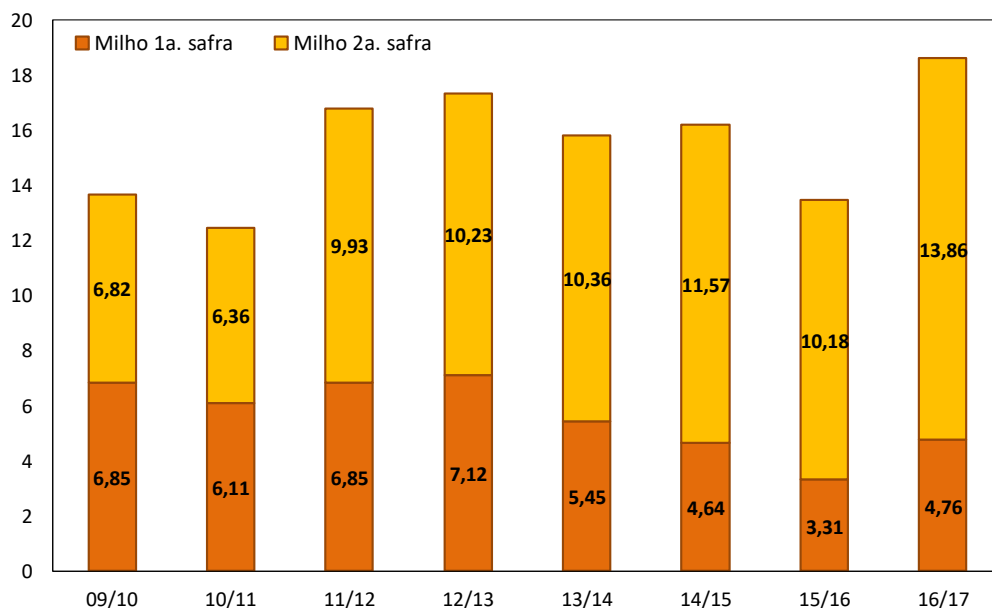
A Alemanha possui 10 mil usinas de energia renovável de biogás, técnica relativamente antiga, construídas com incentivos do governo no final da década de noventa. No Centro Experimental GRUB o governo alemão realiza vários experimentos, em parceria com a Universidade de Munique, procurando a diversificação e a melhor solução para o produtor aumentar a sua competitividade, com a utilização de energia fotovoltaica, de biogás que se pode produzir à noite, e através da melhoria da eficiência energética. Numa área de 240 hectares do Centro há produção de grãos, bovinocultura de leite e ovinocultura.

A Áustria tem a meta de produzir 95% de sua matriz energética até 2030 através de fontes alternativas. Em 2000 o governo concedeu subsídios para a construção de usinas de energias renováveis de biogás, fotovoltaica e eólica. Atualmente 6% da energia produzida tem origem em biogás, 14% na hidroelétrica e 5% na eólica.

5. Produção e preços de milho no Paraná

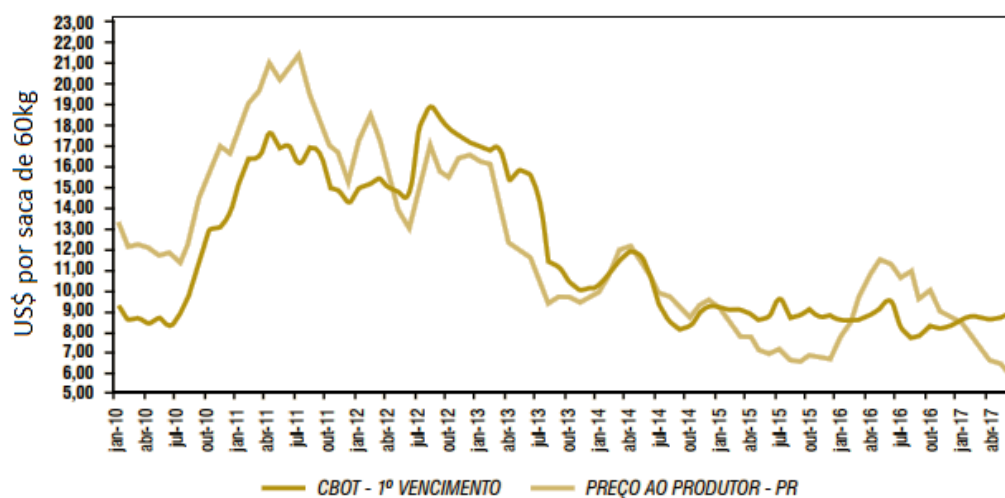
Na última safra de milho o Paraná produziu 13,7 milhões de toneladas de milho em grão, correspondente a 14,5% da produção do país. É o segundo estado em volume de produção, ultrapassado pelo Estado de Mato Grosso que produziu 25,3 milhões de toneladas. Levantamento da FAEP, Federação da Agricultura do Estado do Paraná, mostra que os preços internos desse cereal seguem de perto a cotação da Bolsa de Chicago, 1º. vencimento, sendo as maiores divergências relacionadas principalmente a maior ou menor produção local. É a oferta e a demanda local afetando os preços.

Gráfico 1: Produção de milho do Paraná, safra 2009/10 a 2016/17 (milhões de toneladas)



Fonte: Sistema FAEP, boletim informativo n. 1396, julho/2017

Gráfico 2: Variação dos preços pagos aos produtores do Paraná e cotações do milho na bolsa de Chicago



Fonte: Sistema FAEP, boletim informativo n. 1396, julho/2017

Em 2010, 2011 e início de 2012 os preços internos estavam acima de Chicago quando a produção das safras de 2009/10 e 2010/11 foi ruim. A situação reverteu-se logo depois até o final de 2013 com as boas safras de 2011/12 e 2012/13. Os preços internos voltaram a cair abaixo de Chicago em 2015 com o aumento da produção da safra 2014/15. Em 2016, com a safra muito fraca, os preços internos foram superiores aos de Chicago. A situação novamente se inverte com a excepcional produção da última safra.

6. Pesquisa e tecnologia em prol da agricultura

a) *Cebola com maior período de conservação*

Pesquisadores da EMBRAPA conseguiram desenvolver uma nova variedade de cebola, a “Valessul”, que reúne duas características de outras duas variedades, a “Bola Precoce” que tem ciclo mais curto e a “Crioula” com casca mais escura que é mais valorizada por produtores e consumidores. A casca mais escura da cebola “Valessul” vai permitir maior tempo de conservação depois da colheita, dando ao produtor condições de esperar um preço mais favorável (A Lavoura, ano 120, no. 718).

b) *Café híbrido*

O cruzamento de plantas do tipo canéfora, do grupo robusta, com as do grupo conilon pode resultar em grãos de melhor qualidade, segundo a EMBRAPA de Rondônia. Os pesquisadores esperam aumentar a produtividade nessa região de até 25%, atualmente da ordem de 19 sacas por hectare no Estado (A Lavoura, ano 120, no. 718).

c) *Integração lavoura-pecuária-floresta (ILPF)*

Ela consiste basicamente na aplicação conjunta das atividades agrícolas em áreas rurais para o melhor desenvolvimento ambiental. Segundo a revista “A Lavoura”, acima citada, algo como 11,5 milhões de hectares já contam com alguma modalidade de integração LPF. Entretanto, ainda existem 30 milhões de hectares de pastagens em estágio de degradação, com produtividade muito baixa. Embora não seja coisa simples, requer tempo e disposição do pecuarista, as áreas degradadas podem ser melhoradas com boas práticas integradas.

d) *Inovação no plantio de arroz em Tocantins*

No Estado de Tocantins existe uma grande várzea, próxima à ilha do Bananal, própria para o cultivo do arroz. Agricultores gaúchos que migraram para essa área passaram a utilizar as mesmas técnicas da região de origem. Entretanto, segundo André Borja Reis, pesquisador da ESALQ/USP, a terra em Tocantins é mais porosa, exigindo mais água para manter a lâmina, e mais a área a ser alagada não é inteiramente plana. Especialistas observaram que em locais com menos água o arroz crescia com mais vigor. Reis, que mudou para Tocantins em 2008, tentou criar melhores alternativas de manejo. Seus testes mostraram que sem a inundação total, método de produção no Rio Grande do Sul, a produtividade aumenta em 15%.

O gerente operacional de uma fazenda, Josnei Spinardi Rosa, explica a diferença. Canais são cavados ao lado das parcelas, nome dado a campos retangulares de 200 metros por 1.000 metros onde ocorre o cultivo. “Antes, enchíamos os canais até transbordar, para criar a lâmina d’água, hoje não há esse transbordo, colocamos água apenas no canal e, por capilaridade, todo o terreno é umidificado em quantidade de água ideal para o arroz”. A produção da fazenda passou de 120 sacas de 60 quilos para 140 sacas por hectare. Outra comparação, o arroz de sequeiro, mais comum em Tocantins produz 70 sacos por hectare (Reportagem Especial O Estado de São Paulo, 19/11/2017, “No Tocantins, um Novo Jeito de Plantar Arroz”, texto de Cristiane Barbieri).

Inovação na agricultura: produção de arroz na Fazenda dois Rios



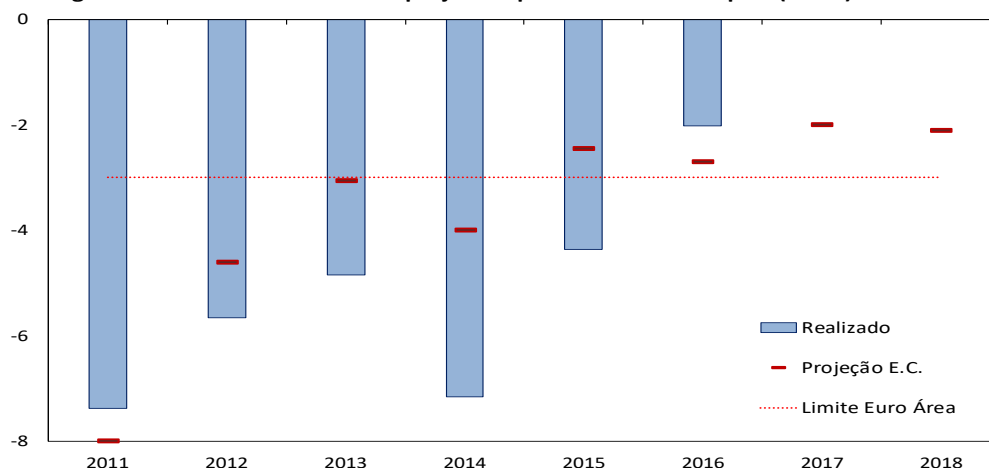
Fonte: "No Tocantins, um novo jeito de plantar arroz". OESP, 19/11/2017.

Notícias Internacionais

1. Portugal em recuperação

A revista *"The Economist"* (abril de 2017) chama a atenção para um início de recuperação da economia portuguesa. Enfatiza a diminuição do déficit público que o primeiro ministro socialista Antônio Costa tem conseguido. Tomou posse em novembro de 2015 e sua atuação tem surpreendido os conservadores. Em 2016 cortou à metade o déficit do ano anterior, reduzindo para 2% do PIB, abaixo da meta fixada pela União Europeia de 2,5% pela primeira vez nos últimos anos.

Portugal: déficit nominal realizado e projetado pela Comissão Europeia (% PIB)



Fonte: The Economist

Alguns indicadores apontam que a economia portuguesa iniciou um processo de recuperação, relativamente modesta ainda. A dívida pública deve cair lentamente por efeito do controle do déficit público e do crescimento econômico. Os investimentos ainda não reagiram, mas a taxa de desemprego tem caído.

Portugal: indicadores econômicos recentes

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Crescimento PIB (%)	-1,8	-4,0	-1,2	0,9	1,5	1,5
Taxa de desemprego (%)	12,7	15,5	16,2	13,9	12,4	11,1
Saldo c/c (US\$ bi)	-6,0	-1,8	-1,6	0,1	0,1	0,8
Investimento (% PIB)	18,6	15,7	14,6	15,3	15,5	14,9
Dívida Bruta (% PIB)	111,4	126,2	129,0	130,6	129,0	130,3

Fonte: FMI

2. Hong Kong e o envelhecimento da população

Carrie Lam, executiva-chefe de Hong Kong tomou posse em julho último. Segundo “The Economist” (7 de outubro de 2017), ela gostaria de amainar a divisão que existe no território. Essa divisão fica clara entre os membros do Conselho Legislativo. Há um desentendimento entre os que advogam a democracia e os que apoiam Carrie Lam. Em assuntos políticos ela não pode fazer nada senão seguir as diretrizes do Partido Comunista que se opõe a qualquer concessão aos democratas. Assim, ela tem que se dedicar a outras questões.

Um dos problemas é o envelhecimento da população e suas consequências. A expectativa de vida do território é muito alta, de 81,3 para homens e 87,3 para mulheres, a taxa de fecundidade baixa e o envelhecimento rápido. No ano passado o número de pessoas acima de 65 anos era estimado em 1,2 milhões, 17% da população, e a previsão para 2036 é que esse número dobre para 2,4 milhões de pessoas, ou 30% da população.

À medida que o envelhecimento avança cresce a demanda por maior ajuda do governo aos idosos. O governo já concede auxílio em dinheiro para os idosos que se encontram abaixo da linha de pobreza, de acordo com critérios locais, cujo volume tem aumentado substancialmente. Não existe em Hong Kong um sistema de aposentadoria universal. Pelas pesquisas de opinião a maioria da população gostaria que ele fosse implantado, e estariam dispostos a contribuir. O receio é que a sua implantação, que em si pode ser bastante onerosa, pode estimular outras demandas sociais, implicando na deterioração do orçamento fiscal que sempre foi muito bem controlado. Por enquanto parece difícil uma decisão nesse sentido, numa região rica cuja prioridade historicamente tem sido o desenvolvimento dos negócios com impostos reduzidos.

3. Bactéria destrói oliveiras no sul da Itália

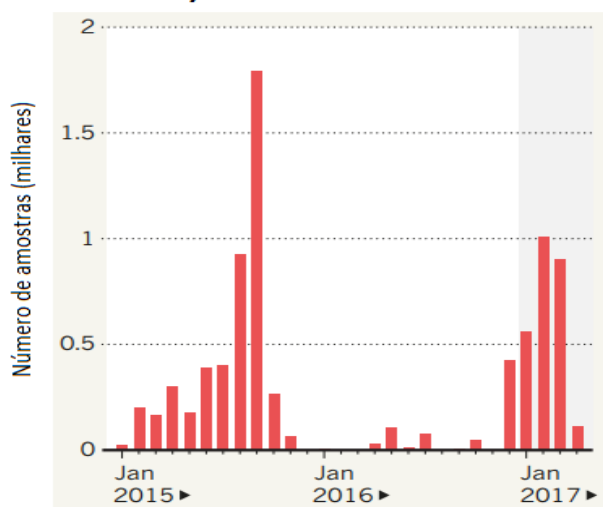
Suspeita-se que uma doença causada pela bactéria *xylella fastidiosa* está dizimando antigas oliveiras em Puglia e avançando para o norte do país com o risco de atingir o resto da Europa (“Italy Rebuked in Olive Fiasco”, Nature, vol. 546, 8 de junho de 2017). É uma bactéria desconhecida na Europa e que provavelmente veio das Américas onde é endêmica. Cientistas dizem que as autoridades vêm se movimentando muito lentamente quando uma ação rápida seria necessária. Uma auditoria publicada em maio inclui uma série de falhas pelas autoridades italianas: o monitoramento sistemático da infecção começou muito tarde e houve atraso excessivo na eliminação das árvores infectadas. Em termos de recursos, as autoridades desembolsaram apenas pouco mais da metade da verba orçamentária de 10 milhões de euros, uma evidência a mais de descaso. Em todo o ano de 2016 laboratórios italianos analisaram poucas amostras de *xylella*.

Oliveiras antigas no sul da Itália, destruídas por doença bacteriana



Fonte: Nature, vol. 546, Junho/2017

Amostras de Xylella analisadas em laboratório



Fonte: Nature, vol. 546, junho/2017.

A boa notícia é que cientistas identificaram em Puglia duas variedades de oliveira relativamente resistentes à infecção. Elas podem ser plantadas nas áreas infectadas para substituir as árvores mortas. Mas pesquisas para obter variedades inteiramente resistentes podem demorar muito tempo.

4. Energia limpa na Dinamarca

A Dinamarca é um país de pequena dimensão, com 43,6mil km² de área e 5,7 milhões de habitantes. Fica no Mar do Norte, ao norte da Alemanha, com a qual tem ligação por terra, e ao sul da Noruega e da Suécia. É uma monarquia constitucional. É um dos países mais desenvolvidos, com renda per capita em torno de US\$51.000,00. Atualmente esforça-se para transformar Copenhague numa metrópole neutra em carbono até 2025, talvez a primeira do mundo (Celia Roseblum em “Os Embaixadores do Baixo Carbono”, Valor EU & Fim de Semana, 10 de novembro de 2017).

Dinamarca e região



Fonte: Toda Matéria

Celia Rosemblum cita alguns fatos que mostram o que está em andamento nesse país. O prefeito de Copenhague acredita que o desenvolvimento adequado da infraestrutura, como garantir a movimentação rápida, dispensar o uso de automóveis com o objetivo de 75% dos deslocamentos possam ser feitos a pé, de bicicleta ou por transporte público, é um passo importante rumo à zeragem da emissão de CO₂. O sistema metropolitano encontra-se em expansão e as ciclovias serão alargadas. Ele mesmo há quatro anos, quando assumiu o cargo, vendeu o automóvel a que tinha direito e comprou uma bicicleta elétrica. E acrescenta “reciclar tudo que é possível, reformar os prédios para otimizar aquecimento e resfriamento, combinar esforços em mobilidade, resiliência à água e consumo de energia. Cria e desenvolve a cidade”.

Segundo o ministro de Energia, Concessionárias e Clima, o país tem um setor de energia bastante competitivo: cerca de 11% das exportações são de tecnologias energéticas, e a meta é chegar a 20% em 2030. A crise do petróleo de 1973, quando o país dependia 99% de energia importada, causou muito desconforto e preocupação. Foi o início das mudanças. O PIB do país foi de US\$71 bilhões em 1980 e aumentou para US\$306 bilhões em 2016, mas o consumo de energia manteve-se constante. Atualmente as fontes renováveis representam 75% da geração de eletricidade, com ênfase na eólica, e 27% no total. O consumo de água reduziu-se em 40% no total, e hoje é de 106 litros habitante/dia.

5. Países pobres ao sul da China

Camboja, Laos, Mianmar, Tailândia e Vietnã formam um bloco territorial ao sul da China. A Tailândia é a mais desenvolvida dentre esses países. Caminha para se tornar uma economia industrial. Teve PIB per capita de US\$16,9 mil em 2016 ligeiramente superior ao do Brasil. Os demais, que ainda são bastante pobres e compõem a presente Nota, passaram por lutas sangrentas cujos efeitos ainda estão visíveis. Elas causaram grandes instabilidades sociais que inibiram uma melhor organização da atividade econômica. O período de relativa paz, nos últimos 20 a 25 anos, tem beneficiado o crescimento econômico desses países que seguem a um ritmo relativamente veloz.

Região do Sul da China



Fonte: El País

a) Camboja

Tem regime monárquico. O rei Norodon Sihamoni tomou posse em 2004. É chefe do Estado, porém tem papel simbólico. O primeiro ministro, Hun Sen, escolhido em 1985 por uma coalizão política, é quem governa. O último período sangrento ocorreu de 1975 a 1979 quando o Khmer Vermelho, um movimento de guerrilha rural comunista tomou o poder, sob a chefia de Pol Pot. A história registra que 1,5 milhões de pessoas podem ter morrido. Em 1979 foram rechaçados com a ajuda do Vietnã. O processo de recuperação iniciou-se no início da década de oitenta quando o Partido Revolucionário do Povo Cambojano ganhou as eleições. Em 1990 conquistou a autonomia política, restabeleceu um governo constitucional e instituiu eleições livres.

b) Laos

Foi colônia francesa até 1953. Em 1975 forças comunistas derrubaram a monarquia. O Partido Revolucionário do Povo de Laos comanda o país. O atual presidente Bounnhang Vorachit foi indicado pela Assembleia Nacional em abril de 2016. Depois da derrocada da União Soviética em 1991, Laos iniciou a abertura para o exterior. A maioria da população ainda vive na área rural. O grande sonho é a construção da usina hidrelétrica no rio Mekong, de grande potencial, para a exportação de energia. Tornou-se membro da ASEAN- Associação das Nações do Sudeste Asiático em 1997, e da Organização Mundial do Comércio em 2013.

c) Myanmar

Conhecido também como Birmânia esteve sob o domínio britânico de 1885 a 1948, quando conquistou a sua independência. De 1962 a 2011 viveu um período opressivo sob uma junta militar. Em 1990 a oposição, a Liga Nacional para a Democracia, ganhou as eleições, mas os militares ignoraram o resultado.

A principal líder oposicionista é Aung San Suu Kyi, prêmio Nobel da paz. Em 2010 iniciou uma fase de liberalização gradual. Nas eleições gerais de novembro de 2015 a oposição elegeu a maioria nas duas casas legislativas, iniciando-se um novo governo em março de 2016. Htin Kyaw é o primeiro presidente civil eleito que, de fato, segue a orientação da senhora Aung. Os militares ainda detêm muito poder. Uma questão que tem tido repercussão internacional, de certa forma manchando a figura de Aung San Suu Kyi, é a perseguição às minorias étnicas obrigando muitas pessoas a deixarem o país.

d) Vietnã

Foi colônia francesa até 1940 quando o Japão assumiu o controle do país. Em 1945 Ho Chi Minh proclama a independência estabelecendo a República Democrática do Vietnã. Em 1954 o Vietnã foi dividido em duas partes, Norte e Sul. A Guerra do Vietnã foi um sangrento conflito entre o Norte e o Sul, este com o apoio dos Estados Unidos. Terminou em 1975. O Vietnã foi reunificado como um estado comunista de partido único. O partido de fato mantém o poder. Em 1986, ocorreu uma transformação fundamental. O país decidiu passar de uma economia centralizada para uma economia orientada pelo mercado, principal razão, segundo analistas, do seu rápido crescimento. Tornou-se membro da ASEAN em 1995, assinou tratado bilateral de comércio com os Estados Unidos em 2001 e em 2007 foi aceito como membro pleno pela Organização Mundial do Comércio.

A tabela abaixo contém vários indicadores. São países ainda pobres com PIB per capita variando entre US\$3,7 mil dólares em Camboja a US\$6,4 mil no Vietnã, que é relativamente mais desenvolvido. Para efeito de comparação, o do Brasil é em torno de US\$15 mil. A mortalidade infantil ainda é elevada, exceto no Vietnã, 17 por mil nascidos vivos, que se aproxima da do Brasil de 15 por mil. A inflação média do período 2006 a 2016 é relativamente elevada em Mianmar (10,2% aa) e Vietnã (8,8% aa). Entretanto, nos últimos três anos ela tem se comportado bem no Camboja (2,7% aa), no Laos (2,5% aa) e no Vietnã (2,5% aa). Somente em Mianmar que continua alta para os padrões atuais (7,4% aa).

O desenvolvimento desses países tem se beneficiado do comércio exterior. Chama a atenção a forte expansão em *quantum* das suas exportações, que com exceção do Vietnã (9,7% aa) ficaram acima de 10% ao ano no período de 2006 a 2016. O contraste com as exportações brasileiras é enorme, porquanto o nosso *quantum* cresceu apenas, 1,3% ao ano nesse período. O produto interno bruto real, PIB, teve desempenho vigoroso no período correspondente a uma geração (1990-2016): Camboja 7,3% aa, Laos 6,8% aa, Mianmar 8,4% aa, e Vietnã 6,8% aa. O Brasil 2,2%. Os níveis salariais desses países são menores do que os da China que teve forte aumento nos últimos anos. Isto tem estimulado a transferência para a região da produção e da exportação de produtos manufaturados de pouca intensidade tecnológica.

Principais indicadores econômicos

	Camboja	Laos	Mianmar	Vietnã
Área (km ²)	181	237	678	331
População (milhões)	15,8	7,2	52,3	92,6
Mortalidade infantil em 2015 (1 ano)	25	51	40	17
Índice de Gini	30,8	37,9	-	37,6
PIB em 2016 (US\$ bilhões PPP)	58,9	40,9	304,7	595,5
PIB per capita, 2016 (US\$ mil PPP)	3,7	5,7	5,8	6,4
Crescimento anual do PIB* (%)	7,3	6,8	8,4	6,8
Investimento** (% PIB)	21,7	-	18,2	31,7
Inflação preços ao consumidor** (%)	5,6	4,6	10,2	8,8
Dívida pública bruta em 2016 (% PIB)	33,0	67,3	35,8	62,4
Exportação quantim, anual %**	12,9	11,8	12,6	9,7
Export. Manufaturados/export. Bens, 2016 (%)	66,1	-	29,5	81,4
Déficit em c. correntes (% PIB)**	8,0	18,2	2,4	0,9
Dívida externa, 2015 (% PIB)	34	55	15	29

Fonte: FMI e ADB; (*) período 1990-2016; (**) médias anuais, 2006-2016.



Comissão de Relações Empresariais

Akihiro Ikeda - Presidente
Isidoro Yamanaka – Vice-Presidente
Kazuo Watanabe – Vice-Presidente
Mitie Nagoshi Mantoku - Secretária
Eiki Shimabukuro
Harumi Arashiro Goya
Henrique Shiguemi Nakagaki
Paulo Hirai
Pedro Paulo Cardoso de Melo
Roberto Yoshihiro Nishio
Tuyoci Ohara

Comitê de Redação: Kazuo Watanabe, Tuyoci Ohara e Mitie Nagoshi Mantoku

Revisor: Roberto Yoshihiro Nishio

Consultas, dúvidas e comentários

Encaminhar para: Mitie Nagoshi Mantoku - e-mail: comissao.empresarial@bunkyo.org.br

Nota: as opiniões emitidas nos artigos são exclusivas dos autores de artigos.

Boletim Bunkyo Empresarial deseja a todos Feliz Natal e próspero Ano 2018 com muitas alegrias, saúde e realização. Agradecemos a todos os leitores e colaboradores que nos acompanharam durante 2017. Esperamos continuar a merecer atenção de todos no próximo ano.