

Turismo e Globalização

Oswaldo Trigueiros Jr.
Especialista em Turismo

No paradoxo global, a maior indústria é impelida, como nenhuma outra, pelas decisões dos indivíduos. Os protagonistas menores decidem. Essa situação também reflete o paradoxo de que quanto mais universal nos tornamos, mais tribalmente agimos. Quanto maior e mais competitivo se torna o turismo, mais autênticas para os turistas tornaremos as nossas culturas.

Quanto mais nos expomos a outras culturas, outros idiomas e outras paisagens, maior é o nosso desejo de experimentá-las pessoalmente. Hoje, a tendência é cada vez mais do homem sair de seu pequeno mundo e explorar novos horizontes. Aí está a força indomável do turismo.

A indústria de turismo e viagens é a maior do mundo? A geração de energia, a indústria do petróleo, a eletrônica, a agricultura e outros não seriam maiores? Uma pesquisa de 400 articuladores políticos e formadores de opinião, em vinte países, situou essas e outras indústrias na frente do turismo na contribuição para a economia global; porém, estatísticas coletadas contaram uma história diferente, confirmam, segundo eles que o turismo não tem rival, continua com a maior contribuição. Consideram os seguintes fatos:

- O turismo emprega 204 milhões de pessoas em todo o mundo, ou um em cada nove trabalhadores, totalizando 10,6% da força de trabalho global.
- O turismo é o setor que mais contribui para a economia do mundo, produzindo uma inacreditável cifra de 10,2% do produto nacional bruto mundial.
- O turismo é o maior gerador de receitas de impostos, no valor de 655 bilhões de dólares.
- O turismo corresponde a 10,9% de todos os dispêndios dos consumidores, 10,7% de todos os investimentos de capital e 6,9% de todos os gastos governamentais.

Para muitos países, o turismo é, de longe, a maior fonte de renda e o setor mais forte no financiamento da economia global.

Além do mais, apesar dos reveses econômicos e políticos, inclusive os conflitos nos países árabes, das ameaças de terrorismo em várias partes do planeta, o turismo sofre uma pequena recessão, mas sem desequilibrar os programas lançados.

“No século XXI”, afirma Geoffrey Lipman, Presidente do Conse-

lho Mundial de Viagens e Turismo, “haverá um surto de viajantes asiáticos por todo o mundo e os países asiáticos serão os destinos preferidos dos visitantes”.

Se o turismo de fato contribui de forma tão significativa para o bem-estar econômico mundial, surge a pergunta: por que o turismo tem recebido uma atenção tão pequena dos governantes e dos artífices dos acordos comerciais internacionais? Até bem recentemente, o comércio de serviços mal era mencionado nas negociações do Acordo Geral de Tarifas e Comércio (GATT) e, no Tratado de Maastricht, o turismo é simplesmente ignorado.

Inexiste uma resposta óbvia. Uma explicação é que o turismo é uma indústria de múltiplos componentes, da qual muitas partes estão invariavelmente associados a outro setor econômico: as empresas de aviação, ao transporte, as lojas de *souvenirs*, os *stands* de concessionárias e os restaurantes ao comércio varejista ou aos serviços e os hotéis e outras acomodações ao desenvolvimento comercial.

O artigo “Broadening the Mind: A Survey of World Travel and Tourism”, publicado na revista *The Economist*, oferece a seguinte explicação.

“A importância do setor de turismo é de difícil compreensão, por pelo menos três razões. Primeira, não existe uma definição aceita do que constitui essa indústria; qualquer definição corre o risco de superestimar ou subestimar a atividade econômica. Segunda, o turismo é um negócio em que muitas atividades (como a dos guias de turismo e dos vendedores de *souvenirs*) e receitas (gorjetas) se prestam bem aos praticantes da economia informal. Nos países com controle de câmbio exterior (que é sempre contornado), todas as cifras oficiais sobre os gastos no estrangeiro estarão erradas. Tercei-

ra, o turismo internacional sofre de diferenças espantosas nos dados de diferentes países.

Enquanto esforços são empreendidos para uniformizar a coleta e a análise dos dados em todo o mundo, provavelmente algum tempo ainda passará até que um consenso sobre o escopo e o impacto da indústria do turismo seja alcançado. Entretanto, ao menos duas organizações se dedicam à tarefa de reconhecer o turismo como a maior indústria mundial.

O Conselho Mundial de Viagens e Turismo (World Travel & Tourism Council – WTTC) é uma coalizão, sediada em Bruxelas, de 65 presidentes de todos os setores da indústria. Os seus objetivos, conforme enunciados em relatórios, são para o desenvolvimento econômico nacional e mundial, promover a expansão dos mercados de turismo em harmonia com o ambiente e eliminar as barreiras ao crescimento da indústria”.

Por outro lado, a organização Mundial do Turismo (World Tourism Organization – WTO) é uma agência do Programa de Desenvolvimento da Nações Unidas. Essa organização tem mais de 170 membros afiliados da indústria do turismo. Trata-se da única organização intergovernamental aberta ao setor operacional. A sua missão é a promoção e o desenvolvimento econômico e dos negócios e fomentar a paz e a compreensão entre as nações.

Embora existam decerto outras organizações devotadas à promoção do turismo, incluindo agências nacionais, regionais e internacionais, essas duas gozam de respeito da indústria e dos governos mundiais. Além disso, ambas as organizações oferecem dados confiáveis e bem analisados, com base nos quais se podem identificar questões emergentes e prever o crescimento futuro.

Embora os viajantes a lazer constituam a base da indústria do turismo, as empresas de aviação, os hotéis, as locadoras de automóveis e os restaurantes mesmo assim cortejam ativamente o viajante a negócios. O motivo é que os viajantes a negócios gastam mais dinheiro. Ocupando cerca de 20% da capacidade, os viajantes a negócios contribuem com 50% dos lucros da indústria da aviação. Enquanto a maioria dos turistas planeja as viagens com meses (ou anos) de antecedência e vai de loja em loja atrás do preço mais barato, os viajantes a negócios raramente se dão a esse luxo.

Encontrar formas de satisfazer as suas “fontes de dinheiro” é uma preocupação importante das empresas de aviação. Pesquisas de viagens a negócios são avidamente esquadrihadas, à procura de informação específica que atrairá os executivos altamente rentáveis de uma empresa de aviação para outra. Inúmeras pesquisas da Associação Internacional de Transporte Aéreo (IATA) revelaram que a característica mais desejada pelos homens de negócios nas viagens aéreas é bastante espaço para as pernas, e atendimento prioritário, hoje em alguns países verdadeiros labirintos. Conseqüentemente, a maioria das empresas de aviação introduziu uma classe executiva bem mais confortável, eliminando seções inteiras da classe turística; poltronas mais largas foram instaladas, acompanhadas por tarifas equivalentes.

Quando os serviços de curta distância impossibilitam as seções de classe executiva, as empresas de aviação estão oferecendo outras amenidades para atrair os homens de negócios. Refeições levemente melhores, limites de bagagens maiores, telefones e fax a bordo e vídeo nas poltronas para o lazer personalizado. Entretanto, muitos analistas da indústria insistem que o mais importante não são os acontecimentos a bordo e sim o grau de facilidade com que os via-

jantes deparam para conseguir embarcar num avião, este é o fator que distingue uma empresa de aviação da outra.

O que hoje mais se leva em conta numa viagem aérea é a prestação de serviço no aeroporto, o bem-estar a bordo, espaço para as pernas, refeições *light* mais atrativas.

Introduzindo o “conceito de viagem total”, muitas empresas de aviação estão se esforçando para eliminar os incômodos da viagem a negócios. A Qantas, a Cathay Pacific, a Virgin Atlantic e a Continental oferecem serviços de limusine de porta a porta. A British Airways tem planos de aliviar os passageiros de suas bagagens no hotel e entregá-las no destino final. A empresa de aviação britânica também está testando um serviço de *check-in* móvel, com encarregados de vôo carregando computadores portáteis para reduzir o tempo de espera.

Salas de estar modernas oferecidas por um número crescente de empresas de aviação possibilitam, agora, que executivos atarefados continuem conduzindo os seus negócios a bordo.

Uma vez em seus hotéis, esses mesmos executivos podem prosseguir o trabalho, aproveitando os centros comerciais projetados para serem escritórios longe do escritório. Não faz muito tempo, realizar uma chamada telefônica internacional do quarto do hotel exigia tempo e paciência. Atualmente, os quartos dos hotéis oferecem serviços de fax, estações de trabalho computadorizadas dotadas de *modem* e equipamentos para conferências telefônicas de duas linhas.

A indústria do turismo ainda concentra especial atenção aos recursos no mercado das viagens das empresas com prioridade.

A Globalização da Indústria das Empresas de Aviação

Diz Mckinley Conway:

Os primeiros anos do século XXI, testemunharão uma revolução global nas viagens pessoais. O apelo místico das viagens por avião será descoberto pelas populações do mundo. Haverá um novo sentido de comunidade, uma nova percepção das vastas oportunidades ainda por explorar.

Em seu livro *Airport cities 21; the new global transportation centers of the 21st century*, Conway prefigura um mundo onde as necessidades de transporte aéreo do público viajante serão atendidas por transportes supersônicos que se deslocarão com o triplo da velocidade do som e com um alcance de 16 mil quilômetros; por veículos espaciais que proporcionarão um transporte em velocidades hipersônicas na faixa de Mach 25; pelo avião de rotor oblíquo, que deslocará verticalmente e viajará horizontalmente; e por “aviões-ônibus”, pequenos veículos de passageiros capazes de voar ou de percorrer uma estrada, dependendo do tempo e do tráfego.

Mas, ainda assim, os *experts* não chegaram a uma conclusão, quanto mais eles estudam, outros acham que os ganhos na aviação nas próximas décadas serão de capacidade, e não de velocidade.

É significativo que o Concorde, por mais impressionante que pareça (particularmente devido a sua idade), jamais tenha se revelado uma fonte de dinheiro que levasse à construção de outros aviões além dos dezesseis originais. Os protótipos do Concord há muito tempo foram desativados.

O problema do Concorde residiu, é claro, em seu tamanho reduzido (apenas 100 poltronas). Vários fabricantes possuem sucessores

nas pranchas de desenho com capacidades de até 300 passageiros. Infelizmente, as leis da física – particularmente as da aerodinâmica, que determinam a energia necessária para mover um dado objeto através do ar em uma dada velocidade – asseguram que o transporte supersônico sempre exigirá gastos exorbitantes de energia por poltrona-quilômetro e, por conseguinte, será sempre caríssimo. A necessidade de energia para propelir um avião aumenta pelo cubo de sua velocidade, o que significa que voar com o dobro da velocidade do 747 exige oito vezes mais energia. Por isso, a tendência na área da aviação está se voltando para os transportes em velocidade subsônica, mas com uma capacidade extremamente grande de passageiros.

A Boeing e a Air Bus está trabalhando na próxima versão *wide Body*, cujo bojo no convés superior se estenderá até a cauda. Ele voará com uma velocidade mais ou menos semelhante à dos transportes atuais, mas carregará de 800 a 1.000, passageiros, sofredores em direção a uma experiência realmente degradante de extravio de bagagens no destino e eventuais demoras nos embarques e desembarques.

Os aviões e os seus passageiros e tripulantes não serão acomodados em aeroportos conforme os conhecemos hoje, mas em cidades-aeroporto, cada qual projetada para atender aos padrões de um setor de transportes específico e todas elas interligadas entre si e a outras modalidades de transportes. Uma espécie de sistema global de centros de irradiação.

Esta é uma nova versão dos aeroportos dos próximos anos, que em breve pretendo projetar neste Conselho.

Podemos citar três grandes projetos da Alemanha, Canadá e Inglaterra na construção de aeroportos, verdadeiras cidade modernas.

As Fusões das Empresas de Aviação Abrem Espaço para os Empreendedores

Contudo, antes de começarem a trabalhar nos aeroportos do futuro, as empresas de aviação atuais precisam se organizar. Cada um dos três grandes mercados atuais das linhas aéreas – os Estados Unidos, a Europa e a Ásia – está lutando para se adaptar à realidade econômica. Os Estados Unidos vivem os últimos espasmos da reviravolta de seu mercado doméstico. As empresas de aviação da Europa estão procurando antecipar os efeitos da unificação do mercado europeu, ao mesmo tempo em que enfrentam uma séria recessão. A Ásia, por sua vez, precisa lidar com as consequências do sucesso e o seu crescimento dinâmico está atraindo muitos protagonistas novos.

Em 1990, as empresas de aviação em todo o mundo perderam 2,7 bilhões de dólares apenas nos serviços internacionais. No final de 1998, a indústria da aviação norte-americana perdeu mais do dobro do lucro acumulado desde que iniciou os serviços comerciais, na década de 1920. Cerca de 18% da indústria já está falida, mas as empresas de aviação deverão recorrer à legislação de proteção do governo. Muitas empresas de aviação estatais da Europa só conseguem se manter em operação através de maciços subsídios governamentais e a linha aérea japonesa, a Japan Airlines (JAL), está lutando para superar prejuízos de milhões de dólares, causados pela retração econômica do país, por um mercado de aviação internacional cada vez mais competitivo e por uma gestão inadequada.

Qual será o impacto final de toda essa reviravolta na indústria da

aviação? Ela entrará em colapso sob o seu próprio peso? Restará no mundo um pequeno número de megatransportadoras impondo o seu preço e limitando as opções dos passageiros?

Positivamente, não! Apesar do que dizem os críticos, a lei norte-americana de desregulamentação da aviação, de 1978, não é responsável – a realidade de um mercado onde não é possível separar um mercado do outro. A indústria da aviação norte-americana foi desregulamentada durante uma época em que era possível diferenciar os mercados domésticos que existem em uma economia global; a indústria da aviação internacional simplesmente terá de se ajustar. E o fará.

A indústria não entrará em colapso e nem terminaremos com um pequeno número de megatransportadoras dando as cartas. Os agentes de decisões das empresas e dos governos são criativos demais para isso. Na verdade, presenciaremos uma série de fusões, *joint-ventures* e parcerias entre linhas aéreas que servem os grandes mercados internacionais, enquanto as linhas aéreas menores voarão isoladamente ou se associarão com outras linhas aéreas pequenas em mercados de base regional que alimentam os mercados internacionais. Um dia, será possível voar de qualquer lugar do mundo para qualquer outro lugar no que se assemelhará a uma única empresa de aviação, mas que na verdade serão diversas empresas que atenderão os consumidores cooperativamente.

A Liberalização Leva à Mudança de Política e às Parcerias

A Comunidade Econômica Européia, constituída de vários países, iniciou no princípio deste século um plano de quatro anos para desregulamentar as suas empresas de aviação. A desregulamentação,

A Globalização da Indústria das Empresas de Aviação

Diz Mckinley Conway:

Os primeiros anos do século XXI, testemunharão uma revolução global nas viagens pessoais. O apelo místico das viagens por avião será descoberto pelas populações do mundo. Haverá um novo sentido de comunidade, uma nova percepção das vastas oportunidades ainda por explorar.

Em seu livro *Airport cities 21; the new global transportation centers of the 21st century*, Conway prefigura um mundo onde as necessidades de transporte aéreo do público viajante serão atendidas por transportes supersônicos que se deslocarão com o triplo da velocidade do som e com um alcance de 16 mil quilômetros; por veículos espaciais que proporcionarão um transporte em velocidades hipersônicas na faixa de Mach 25; pelo avião de rotor oblíquo, que deslocará verticalmente e viajará horizontalmente; e por “aviões-ônibus”, pequenos veículos de passageiros capazes de voar ou de percorrer uma estrada, dependendo do tempo e do tráfego.

Mas, ainda assim, os *experts* não chegaram a uma conclusão, quanto mais eles estudam, outros acham que os ganhos na aviação nas próximas décadas serão de capacidade, e não de velocidade.

É significativo que o Concorde, por mais impressionante que pareça (particularmente devido a sua idade), jamais tenha se revelado uma fonte de dinheiro que levasse à construção de outros aviões além dos dezesseis originais. Os protótipos do Concorde há muito tempo foram desativados.

O problema do Concorde residiu, é claro, em seu tamanho reduzido (apenas 100 poltronas). Vários fabricantes possuem sucessores

nas pranchas de desenho com capacidades de até 300 passageiros. Infelizmente, as leis da física – particularmente as da aerodinâmica, que determinam a energia necessária para mover um dado objeto através do ar em uma dada velocidade – asseguram que o transporte supersônico sempre exigirá gastos exorbitantes de energia por poltrona-quilômetro e, por conseguinte, será sempre caríssimo. A necessidade de energia para propelir um avião aumenta pelo cubo de sua velocidade, o que significa que voar com o dobro da velocidade do 747 exige oito vezes mais energia. Por isso, a tendência na área da aviação está se voltando para os transportes em velocidade subsônica, mas com uma capacidade extremamente grande de passageiros.

A Boeing e a Air Bus está trabalhando na próxima versão *wide Body*, cujo bojo no convés superior se estenderá até a cauda. Ele voará com uma velocidade mais ou menos semelhante à dos transportes atuais, mas carregará de 800 a 1.000, passageiros, sofrendores em direção a uma experiência realmente degradante de extravio de bagagens no destino e eventuais demoras nos embarques e desembarques.

Os aviões e os seus passageiros e tripulantes não serão acomodados em aeroportos conforme os conhecemos hoje, mas em cidades-aeroporto, cada qual projetada para atender aos padrões de um setor de transportes específico e todas elas interligadas entre si e a outras modalidades de transportes. Uma espécie de sistema global de centros de irradiação.

Esta é uma nova versão dos aeroportos dos próximos anos, que em breve pretendo projetar neste Conselho.

Podemos citar três grandes projetos da Alemanha, Canadá e Inglaterra na construção de aeroportos, verdadeiras cidades modernas.

As Fusões das Empresas de Aviação Abrem Espaço para os Empreendedores

Contudo, antes de começarem a trabalhar nos aeroportos do futuro, as empresas de aviação atuais precisam se organizar. Cada um dos três grandes mercados atuais das linhas aéreas – os Estados Unidos, a Europa e a Ásia – está lutando para se adaptar à realidade econômica. Os Estados Unidos vivem os últimos espasmos da reviravolta de seu mercado doméstico. As empresas de aviação da Europa estão procurando antecipar os efeitos da unificação do mercado europeu, ao mesmo tempo em que enfrentam uma séria recessão. A Ásia, por sua vez, precisa lidar com as consequências do sucesso e o seu crescimento dinâmico está atraindo muitos protagonistas novos.

Em 1990, as empresas de aviação em todo o mundo perderam 2,7 bilhões de dólares apenas nos serviços internacionais. No final de 1998, a indústria da aviação norte-americana perdeu mais do dobro do lucro acumulado desde que iniciou os serviços comerciais, na década de 1920. Cerca de 18% da indústria já está falida, mas as empresas de aviação deverão recorrer à legislação de proteção do governo. Muitas empresas de aviação estatais da Europa só conseguem se manter em operação através de maciços subsídios governamentais e a linha aérea japonesa, a Japan Airlines (JAL), está lutando para superar prejuízos de milhões de dólares, causados pela retração econômica do país, por um mercado de aviação internacional cada vez mais competitivo e por uma gestão inadequada.

Qual será o impacto final de toda essa reviravolta na indústria da

aviação? Ela entrará em colapso sob o seu próprio peso? Restará no mundo um pequeno número de megatransportadoras impondo o seu preço e limitando as opções dos passageiros?

Positivamente, não! Apesar do que dizem os críticos, a lei norte-americana de desregulamentação da aviação, de 1978, não é responsável – a realidade de um mercado onde não é possível separar um mercado do outro. A indústria da aviação norte-americana foi desregulamentada durante uma época em que era possível diferenciar os mercados domésticos que existem em uma economia global; a indústria da aviação internacional simplesmente terá de se ajustar. E o fará.

A indústria não entrará em colapso e nem terminaremos com um pequeno número de megatransportadoras dando as cartas. Os agentes de decisões das empresas e dos governos são criativos demais para isso. Na verdade, presenciaremos uma série de fusões, *joint-ventures* e parcerias entre linhas aéreas que servem os grandes mercados internacionais, enquanto as linhas aéreas menores voarão isoladamente ou se associarão com outras linhas aéreas pequenas em mercados de base regional que alimentam os mercados internacionais. Um dia, será possível voar de qualquer lugar do mundo para qualquer outro lugar no que se assemelhará a uma única empresa de aviação, mas que na verdade serão diversas empresas que atenderão os consumidores cooperativamente.

A Liberalização Leva à Mudança de Política e às Parcerias

A Comunidade Econômica Européia, constituída de vários países, iniciou no princípio deste século um plano de quatro anos para desregulamentar as suas empresas de aviação. A desregulamentação,

sob vários nomes diferentes, está se espalhando pelos mercados internacionais, seguindo o mesmo padrão de maior facilidade de entrada no mercado, da abolição das quotas de capacidade e da fixação de preços baseada no mercado. As mesmas forças da concorrência evidenciadas nos Estados Unidos e na Europa estão sendo encontradas no Canadá, na Austrália, no Japão e em uma série de outros países.

As empresas de aviação estão começando a agir como todas as demais empresas, selando acordos de marketing, vendendo ações e formando alianças estratégicas. Poucas horas depois de sua aprovação pelo Departamento de Transportes norte-americano, em março de 1993, uma investida nos meios de comunicação anunciou o acordo de compartilhamento de códigos entre a British Airways (BA) e a USAir. Comerciais de televisão levaram aos lares a mensagem que dizia “duas empresas de aviação, uma só visão”, prometendo aos viajantes uma experiência de transporte aéreo jubilosa.

Mas o que significa esse acordo? Significa que, nas rotas domésticas da USAir e nas rotas da British Airways dos Estados Unidos para a Grã-Bretanha, os passageiros encontrarão um único ponto de emissão de passagens e um único despacho de bagagens. As empresas de aviação operarão vôos sincronizados, compartilhando o mesmo código designador nos sistemas de reservas por computador; além disso, as equipes de bordo, em alguns vôos entre Londres e as cidades norte-americanas de Baltimores e Pittsburgh, serão constituídas de empregados da USAir usando uniformes da British em aviões da empresa britânica. Ambas as empresas de aviação esperam que esse seja apenas o primeiro pequeno passo de uma parceria a longo prazo que envolva a integração ampla.

Deixando o entusiasmo da mídia de lado, o acordo entre a USAir e

a British não foi o primeiro e tampouco será o último.

Com bem menos fanfarra, a United Airlines e a Lufthansa anunciaram recentemente, que iriam unir forças nas viagens entre os Estados Unidos e a Alemanha. Possibilitada pela assinatura de um acordo bilateral de aviação entre os dois países, a aliança funde outro grande segmento da indústria globalizada da aviação.

Das grandes empresas de aviação norte-americanas, apenas a American Airlines carece de um parceiro europeu ou de uma rede intra-européia. Diferindo dos acordos entre a USAir e a British e entre a Northwest Airlines e a KLM, em que as linhas aéreas européias aplicaram grandes somas de dinheiro nas empresas de aviação norte-americanas, o pacto United-Lufthansa é um acordo de *marketing* direto. Conhecido como um acordo de compartilhamento de código, assemelha-se bastante aos acordos existentes entre a American Airlines e a Qantas e entre a American Airlines e a Cathay Pacific.

As linhas aéreas australianas, Qantas, e a linha aérea de Hong Kong, Cathay Pacific, possuem acordos de compartilhamento de código com a American Airlines, pelos quais as empresas de aviação do Pacífico Asiático penetram no rico mercado doméstico norte-americano e os norte-americanos ganham acesso a uma região em rápido crescimento. A Cathay Pacific também se associou com a Lufthansa na rota Hong Kong-Frankfurt, com a Garuda na ligação entre Hong Kong e Denpasar (Bali) e com a Air Mauritius e a Air New Zealand.

A Thai International tem mantido um acordo de marketing conjunto com a Scandinavian Airlines Systems (SAS) nos últimos doze anos. De forma semelhante, a Japan Airlines e a Delta promovem os serviços uma da outra. Um acordo ainda mais complicado existe

entre a Singapore Airlines e a Swissair, a qual também está estreitamente ligada à SAS, que, por sua vez, possui 25% da Airlines of Britain.

A KLM e a British Airways juntaram-se em uma *joint-venture* com a Sabena. A Lufthansa, a Air France e a Ibéria formaram um grande grupo de base européia com esperanças de controlar os mercados locais e possuem participação acionária nas linhas aéreas da Alemanha e da ex-Alemanha Oriental. As empresas de aviação do leste europeu, por sua vez, procuram parceiros para *joint-ventures* e parece que não faltam interessados.

Palestra pronunciada em 10 de Outubro de 2006.