

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE ECONOMIA
MONOGRAFIA DE BACHARELADO

**OS IMPACTOS DOS JOGOS OLÍMPICOS 2016 NO
SETOR DE TURISMO DO RIO DE JANEIRO**

VITOR CAVALCANTI FERREIRA

matrícula nº: 115178380

ORIENTADOR: Prof. Dr. Luiz Martins de Melo

AGOSTO 2019

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE ECONOMIA
MONOGRAFIA DE BACHARELADO

**OS IMPACTOS DOS JOGOS OLÍMPICOS 2016 NO
SETOR DE TURISMO DO RIO DE JANEIRO**

VITOR CAVALCANTI FERREIRA

matrícula nº: 115178380

ORIENTADOR: Prof. Dr. Luiz Martins de Melo

AGOSTO 2019

As opiniões expressas neste trabalho são de exclusiva responsabilidade do autor

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais, minha irmã e minha namorada pelo total apoio dado nesse período de quatro anos de curso, que se encerra com um trabalho de conclusão de curso, cuja realização não seria possível sem o auxílio do professor Luiz Martins de Melo, que dedicou parte de seu tempo para a execução do presente documento.

RESUMO

A presente monografia tem como objetivo analisar os impactos econômicos que os Jogos Olímpicos de 2016 proporcionaram no setor de turismo do Rio de Janeiro. Diante disso, serão analisadas informações coletadas por meio de tabelas, gráficos e outros instrumentos fundamentais sobre o desempenho do setor turístico da cidade, tanto antes, durante e pós Rio 2016. A questão central é verificar se os efeitos econômicos do referido megaevento foram positivos para a cidade do Rio de Janeiro no período pós 2016, isto é, verificar quais foram os impactos do megaevento esportivo no período posterior ao de sua realização.

Palavras-chave: Jogos Olímpicos; megaevento; Rio de Janeiro; turismo; impactos

ÍNDICE

INTRODUÇÃO.....	8
CAPÍTULO I- PROJEÇÃO E VISÃO DOS JOGOS OLÍMPICOS 2016. OS IMPACTOS ECONÔMICOS DO MEGAEVENTO PARA COM O SETOR DE TURISMO DO RIO DE JANEIRO.....	10
CAPÍTULO II- DESEMPENHO ECONÔMICO DOS MAIS VARIADOS SETORES VINCULADOS AO TURISMO NO RIO DE JANEIRO EM TRÊS CENÁRIOS DISTINTOS: ANTES, DURANTE E PÓS JOGOS OLÍMPICOS 2016.....	17
II.1- Hotelaria e taxa de ocupação.....	17
II.2- Média diária dos quartos.....	20
II.3- Volume de turistas no Rio de Janeiro.....	21
II.4- Taxa de crescimento percentual do turismo no Rio de Janeiro.....	22
II.5- Prestadores de serviços turísticos cadastrados.....	24
II.6- Quantidade x Gastos dos turistas no Rio 2016.....	25
II.7- Setor de turismo no RJ pós 2016.....	26
II.8- Projeto “O RIO não para”	27
CONCLUSÃO.....	30
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	32

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Taxa de ocupação (em %) dos hotéis do Rio de Janeiro entre 2015-2018.....	20
Gráfico 2: Crescimento do turismo no Rio de Janeiro, comparado ao resto do mundo.....	23

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Quantidade de turistas no Rio 2016 e o gasto médio.....	25
Figura 2: Desempenho do setor alimentício durante o Rio 2016.....	26

LISTA DE TABELAS

Tabela 1-Taxa de ocupação (em %) da rede hoteleira na cidade do Rio de Janeiro por região- 2015.....	17
Tabela 2- Taxa de ocupação (em %) da rede hoteleira na cidade do Rio de Janeiro por região- 2016.....	18
Tabela 3- Taxa de ocupação (em%) da rede hoteleira na cidade do Rio de Janeiro por região- 2017.....	18
Tabela 4- Taxa de ocupação (em%) da rede hoteleira na cidade do Rio de Janeiro por região- 2018.....	19
Tabela 5- - Média dos preços das diárias nos hotéis do Rio de Janeiro entre 2015- 2017.....	20
Tabela 6- Embarque e desembarque de passageiros nacionais no Rio de Janeiro entre 2014- 2017.....	21

Tabela 7 – Desembarque dos turistas internacionais no Rio de Janeiro
entre 2013- 2017.....22

Tabela 8- Quantidade dos prestadores de serviços turísticos cadastrados
no Ministério do Turismo.....24

INTRODUÇÃO

Durante período de 2014 e 2016, o Rio de Janeiro passou por grandes mudanças. Dois eventos internacionais da maior escala possível foram realizados na cidade, e para suportar essa carga, grandes investimentos e sacrifícios foram realizados. Obras foram construídas, orçamentos municipais e estaduais radicalmente afetados por quase uma década e parte da forma da cidade transformada para sempre. Com tudo isso, uma pergunta que naturalmente surge no imaginário da população carioca e fluminense, diz respeito ao quão benéfico a realização desses megaeventos pode ser para o Rio de Janeiro.

O estudo apresentado, procura responder essa pergunta ao menos do ponto de vista econômico no setor de turismo. Certamente outros aspectos econômicos ou até mesmo culturais e sociais também são relevantes, mas seriam muito menos exatos e mais difíceis de quantificar, além de abrangerem áreas do conhecimento que divergem e/ou fogem ao escopo do estudo.

Para realizar essa tarefa, obviamente é necessário considerar a natureza única dos próprios eventos e identificar os muitos aspectos que vão interferir nos mesmos. Uma Copa do Mundo ou uma Olimpíada não são eventos de abrangência governamental, privada ou cultural e filantrópica, mas sim todos estes ao mesmo tempo. Tantas empresas de mídia, esportivas, comitês, instituições não governamentais e instituições do governo local e nacional participaram, investiram, organizaram e cooperaram para que esses grandes projetos fossem possíveis.

Da mesma maneira, os retornos dos Jogos Olímpicos de 2016 tiveram múltiplas escalas. Orçamentos públicos, grandes empreendimentos locais, a população Carioca, mão de obra e investimentos internacionais e visitantes estrangeiros, estes últimos recebendo atenção especial nessa monografia, foram impactados de várias formas e com diferentes saldos. E qual maneira melhor de observar o desempenho turístico de uma cidade e um estado senão comparar essas somas?

Devido a isso, no decorrer do estudo múltiplas organizações privadas e públicas, especializadas no setor do turismo ou em setores relacionados foram contatados ou simplesmente observados

seus dados disponíveis ao público, a fim de sintetizar e definir o panorama final do impacto econômico.

No Capítulo 1, será apresentado o panorama geral da cidade/estado anterior às Olimpíadas e as principais justificativas para a realização desses eventos, citando diretamente as falas de alguns dos agentes idealizadores das Olimpíadas no Rio de Janeiro, os responsáveis pela sua execução e preparação e estudiosos conceituados nas áreas de maior importância.

Logo em seguida, no capítulo 2, será apresentada uma análise mais rigorosa e neutra possível do desempenho do Rio de Janeiro em setores específicos naturalmente atrelados ao turismo. Dados oficiais sobre desempenho da aviação comercial, hotelaria, transportes e informações do Ministério do Turismo sobre empreendimentos turísticos serão utilizados para relacionar o desempenho pré, pós, durante e entre as Copas do Mundo e Olimpíadas na cidade, que logo em seguida serão comparados com dados do resto mundo para referência base.

No final desse estudo, buscar-se-á verificar se os impactos econômicos proporcionados pelos Jogos Olímpicos 2016 sobre o setor de turismo do Rio de Janeiro foram ou não benéficos. Apesar de algumas limitações em informações e dados, principalmente em relação aos períodos muito recentes ou anteriores ao intervalo de tempo 2014 – 2016, foi possível chegar a uma conclusão.

CAPÍTULO I- PROJEÇÃO E VISÃO DOS JOGOS OLÍMPICOS 2016. OS IMPACTOS ECONÔMICOS DO MEGAEVENTO PARA COM O SETOR DE TURISMO DO RIO DE JANEIRO.

O Rio de Janeiro tem vocação natural para o turismo. Detentora de belas praias, pontos turísticos, culinária e do Carnaval (considerado pelos cariocas como o maior espetáculo da Terra), a cidade recebe um elevado número de visitantes dos mais variados países e estados brasileiros todos os anos. Isso proporciona um choque cultural com os turistas ganhando mais visibilidade mundo a fora. O choque cultural positivo aumenta o fluxo de turistas e divulga nossos costumes para todos os continentes. Muito mais do que uma simples questão cultural, é preciso enxergar a imagem do Rio de Janeiro não apenas como vocação, mas também, como solução para grande parte dos problemas econômicos sofridos pela cidade.

Antes de abordar os impactos que o turismo tem na economia de uma região, é preciso definir seu conceito, e para isso, vamos recorrer à literatura sobre o tema. De acordo com Hayakawa (1963), o turismo é o conjunto de serviços inerentes, tais como: hospedagem, transportes, guias e outros serviços com o objetivo de fornecer às pessoas que o praticam, as melhores condições para atraí-las e fazer com que desfrutem da melhor maneira possível. Havendo interesses conjugados em atividade econômica que contribuem para a geração de riquezas.

Para Montejano (2001), o turismo é compreendido como atividade principalmente econômica, responsável por estabelecer relações de cunho comercial, financeiro, consumo e produtos de serviços turísticos, através de empresas que estão relacionadas ao setor, tais como: rede hoteleira, rede de transportes, agências de viagens, setor alimentício, entre outros. Além de contribuir com alguns parâmetros macroeconômicos da economia, como: Balanço de Pagamentos (BP); Produto Interno Bruto (PIB) e empregos.

O turismo é um setor gerador de diferentes postos de trabalho e é dividido em dois níveis: de um lado, os profissionais responsáveis pela realização de tarefas manuais, em que a prestação de serviços não exige tanto o nível intelectual do profissional, como é o caso das camareiras que trabalham no ramo de hotelaria, dos garçons que prestam serviços a restaurantes ou dos motoristas contratados por uma agência de turismo, responsáveis pelo deslocamento dos turistas para diferentes regiões requisitadas. Por outro lado, existem os profissionais ligados a tarefas administrativas, em que o conhecimento intelectual é mais exigido do que aqueles responsáveis pelas tarefas manuais. São exemplos de profissionais desse segundo nível: guias turísticos, em que uma das exigências para o exercício do cargo é a proficiência em pelo menos um idioma,

diferente do português¹; recepcionistas de locais que tenham contato direto com os turistas, como os hotéis; agentes de viagem, em que as atividades exigem conhecimentos a respeito de roteiros de viagens e prestações de informações inerentes às viagens.

O turismo tem contribuído ao desenvolvimento econômico de territórios e regiões, entendido como sinônimo de crescimento econômico. O potencial do turismo para impulsionar o crescimento econômico é conhecido, mas sabe-se que pode também incentivar as inequidades. Sem detalhar que tipo de desenvolvimento e para quem, o turismo se utiliza do termo desenvolvimento como uma ideologia de progresso para todos. (FARIA, 2012, p.5).

Dessa forma, por mais variados que sejam os conceitos de turismo, o fator econômico está presente nas definições dadas pela literatura sobre o tema. De modo que, um bom desempenho no setor de turismo, proporciona uma situação confortável para os mais variados setores da economia, principalmente por sua ampla capacidade de geração de emprego. O conceito de turismo é importante para termos ideias claras a respeito do assunto. E para a análise dos impactos que o setor pode proporcionar em uma região é fundamental.

Segundo Fernandes e Coelho (2002) as atividades turísticas são responsáveis por 4 impactos na economia, são eles:

- Contribuição na formação do Produto Interno Bruto (PIB): já que os mais variados setores da economia tendem a crescer com o aumento do turismo;
- Contribuição na arrecadação de impostos;
- Redução de desequilíbrios regionais: os efeitos multiplicadores provocados pelo aumento do turismo são capazes de intensificar a economia em que apresenta uma menor renda;
- Efeitos multiplicadores de renda, produção e emprego: o multiplicador da produção refere-se ao incremento de produção na economia ocasionado pelo gasto turístico, enquanto o multiplicador de renda pode ser entendido como um incremento na renda devido ao gasto turístico e seguindo o mesmo raciocínio, no multiplicador emprego, os gastos turísticos são responsáveis pelo emprego relacionado direta ou indiretamente com o setor, então refere-se ao emprego adicional gerado por esse gasto turístico.

¹ Fonte: <http://www.turismo.gov.br/legislacao/?p=117>

O turismo tem efeitos econômicos diretos e indiretos na economia de um país. Os efeitos diretos são os resultantes da despesa realizada pelos turistas dentro dos próprios equipamentos turísticos e de apoio, pelos quais o turista pagou diretamente alguma coisa. Os efeitos indiretos do turismo são resultantes da despesa efetuada pelos equipamentos e prestadores de serviços turísticos na compra de bens e serviços de outro tipo. Trata-se de um dinheiro que foi trazido pelo turista, mas que está sendo gasto por outrem que o recebera do turista em primeira mão. Numa terceira etapa de circulação do dinheiro do turista estão os efeitos induzidos, que são constituídos pelas despesas realizadas por aqueles que receberam o dinheiro dos prestadores de serviços turísticos e similares. (BARRETTO, 2006, p.72)

A relação entre o turismo e a economia é muito ampla, e vai muito além dos simples gastos em hotéis, restaurantes e pontos turísticos. O dinheiro é multiplicado porque abrange uma série de efeitos na economia local, por exemplo: aumento na arrecadação de impostos; aumento da mão de obra para serviços ligados direta ou indiretamente com o setor em questão; aumento na entrada de divisas para equilibrar a balança comercial; sem contar a elevação das indústrias relacionadas com o setor de turismo: transporte, alimentícia, bens de capital para os fornecedores de serviços associados ao turismo.

A realização de megaeventos esportivos, como os Jogos Olímpicos, é uma excelente oportunidade para que a cidade-sede supere ou alavanque o setor turístico e conseqüentemente eleve o PIB da cidade, contribuindo conseqüentemente para o aumento na economia nacional. É importante destacar que o simples fato da realização de um megaevento não é garantia de catalisador no setor em questão, em cada ocasião de realização do evento este fato pode ocorrer ou não. Por exemplo, o impacto econômico de um modo geral dos Jogos Olímpicos de Sydney em 2000 não foi tão considerável (US\$ 7,5 bilhões entre 1995 e 2000) se comparado a outros impactos em diferentes cidades-sedes das Olimpíadas. Todavia, os efeitos do megaevento no turismo internacional foram muito satisfatórios, com um acréscimo de 1,6 milhões de turistas na Austrália e 15% em Sydney². Em contrapartida, os resultados de Londres 2012 ficaram muito abaixo do esperado, principalmente no que se refere ao fluxo de turistas³.

O impacto da diminuição dos turistas pôde ser sentido em diversos setores. Por exemplo, a porta voz do British Museum, Helen Glynn, afirmava que o movimento era de 25% a 30% menor em relação ao mesmo período do ano anterior. Outros museus da cidade, como o National Gallery

²Fonte: <https://oglobo.globo.com/brasil/licoes-olimpicas-sydney-criou-paradigma-ambiental-6264528>

³ Fonte: https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2012/08/120731_turismo_londres_ru

ou o famoso museu Madame Tussauds, apresentavam números parecidos. O comércio e restaurantes da cidade também tiveram um resultado abaixo do esperado e menor do que os anos anteriores às Olimpíadas. A exceção daqueles realizados próximos ao Parque Olímpico, estima-se uma queda de 40% no movimento dos restaurantes. Outro aspecto que exemplifica a diminuição de turistas na cidade, segundo o Secretário Geral da Associação dos Motoristas de Táxi, a diminuição do movimento dos táxis na capital inglesa variava entre 20% e 40% a depender do dia e horário. (PRONI, 2014, p.117)

É evidente que ao recepcionar um megaevento esportivo desse nível, as cidades-sedes tem as melhores expectativas possíveis para os benefícios proporcionados. De qualquer forma, é preciso estudar e analisar o que deu errado em edições anteriores para que não incorram no mesmo erro, por isso que o tempo destinado à preparação dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos é elevado, a fim de que possa ser realizado da melhor maneira. Rever o que deu de errado em Londres para que o fluxo turístico diminuísse nessa cidade mesmo no período de realização da edição, por exemplo, é algo que deve ser feito por todas as cidades que pretendam sediar tal megaevento no futuro. Após 4 anos da realização dos Jogos Olímpicos de Londres, o Rio de Janeiro foi responsável por sediar a então próxima edição: o Rio 2016. No decorrer do trabalho será abordado como foi a preparação, sobretudo para o setor de turismo, e mais importante, analisar os impactos proporcionados no setor em questão.

Sabendo da importância que um evento de tamanha magnitude como os Jogos Olímpicos tem para a promoção e divulgação da cidade-sede no exterior, o Rio se candidatou oficialmente, em 2007, para sediar os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016 e dois anos depois, em Outubro de 2009, o mundo soube, oficialmente, que a realização do evento em 2016 seria realizada em terras cariocas.

A realização dos Jogos Olímpicos, antecidos por uma Copa do Mundo, além de um enorme legado de infraestrutura que tem impacto direto no turismo, significará pelo menos quatro anos de uma megacampanha publicitária, que transformará a imagem do País. É uma grande oportunidade de promoção e vamos mostrar o mundo que, além de belas praias, diversidade cultural e natural, temos também infraestrutura para nos consolidarmos como um dos grandes destinos de eventos internacionais do mundo. (TURISMO, 2009)

Ter vocação natural para o turismo não basta quando o intuito é fazer com que o fluxo de turistas em terras fluminenses aumente a médio/ longo prazo e que tal setor contribua para alavancar o

PIB de um estado que há algum tempo não sabe o que é viver em uma situação confortável economicamente. Atrelar políticas públicas objetivando seduzir a vinda dos turistas para cá com investimentos em infraestrutura e nos mais variados setores que pudessem contribuir para o bem-estar daqueles que nos visitariam, seria de extrema importância. Foi preciso um investimento significativo no setor de transportes, na rede hoteleira, construção civil e entre outros.

Se o Rio não se preparar adequadamente, em um mundo de uma competição feroz, para oferecer serviços de qualidade a quem aqui mora e a quem vem à cidade com turista- seja de negócios ou com a família, o projeto terá fracassado. E, ao mesmo tempo, se queremos que o Rio seduza o turista, teremos que ser capazes de construir um espaço onde gente dos mais diversos espaços do mundo possa se encontrar, definindo assim novas características para esse lugar, como um ponto com traços próprios, mas também com marca cosmopolita, como Nova York, Londres, Milão ou Tóquio. (GIAMBIAGI, 2015)

Ora, muito mais do que apresentar uma boa imagem para quem vem de fora, um evento dessa proporção é responsável por ampliar o comércio com diversas nações, criar empregos que estão relacionados direta ou indiretamente com o evento, atrair investimentos de empresas estrangeiras em território nacional, além de estimular o desenvolvimento socioeconômico do Rio de Janeiro e , conseqüentemente, do Brasil. Todavia, se tal evento não obtém êxito pode ser catastrófico para a auto- promoção da cidade mundo a fora.

Portanto, é possível aproveitar os Jogos para impulsionar de modo consistente a “indústria do turismo”, que abarca empresas de diferentes segmentos econômicos, em especial de hotelaria e transporte de passageiros (aéreo e rodoviário), com impacto derivado para os ramos de alimentação, entretenimento, serviços de táxi e aluguel de veículos, entre outros. Contudo, a concorrência vem aumentando e não há garantias de que o setor hoteleiro como um todo vai se beneficiar com a expansão do turismo provocada pelos Jogos de 2016, o mesmo valendo para o conjunto das demais empresas turísticas. E é importante mencionar que os megaeventos podem influenciar o turismo doméstico, cujo peso no País é muito maior do que o internacional. Mas, como os Jogos serão disputados entre 5 e 21 de agosto- fora da época de férias no Brasil-, ainda é difícil estimar quantos brasileiros apaixonados por esporte viajarão para o Rio para ver de perto as Olimpíadas. Sem dúvida, dependerá dos preços de hospedagem, transporte e alimentação. (PRONI, 2014, p.144)

Além de proporcionar uma boa imagem do Rio de Janeiro e promover o conforto dos visitantes, a ideia central era que os investimentos realizados durante o período de preparação para os

Jogos Olímpicos e Paralímpicos 2016 seriam benéficos para a população carioca de alguma forma, seja na promoção de emprego ou na melhoria da qualidade de vida para os habitantes: o chamado Legado Olímpico.

A expectativa na realização de um megaevento de tamanha magnitude, do ponto de vista econômico, especificamente no setor turístico, que é o enfoque do trabalho, é que tal setor seja desenvolvido e propicie renda, empregos e melhor qualidade de vida para a população carioca. Mas isso não deve ocorrer apenas nas vésperas ou durante a realização do evento. É necessário que nos anos posteriores, a taxa de ocupação dos hotéis, a receita cambial do turismo, as locadoras de veículos, a indústria alimentícia, a chegada de visitantes em aeroportos aumentem consideravelmente, para que assim, a cidade do Rio de Janeiro possa gozar de realizar um evento que não apenas tenha um benefício momentâneo, mas também que possa beneficiar a economia carioca pós execução do megaevento. É bom para o estado do Rio de Janeiro, é bom para o Brasil e mais ainda, para a população.

Todo megaevento, seja ele esportivo ou não, necessita de planejamento e estratégias necessárias para que tudo ocorra da melhor forma possível e o saldo financeiro no final de tudo seja positivo. Para isso, o poder público criou uma medida que aumentaria consideravelmente o fluxo de turistas estrangeiros durante o período de Olimpíadas, sobretudo no Rio de Janeiro, já que seria a cidade-sede. Foi sancionado um projeto de Lei 149/15, pela ex presidente Dilma Rousseff, que concedia aos estrangeiros de quatro países: Estados Unidos, Japão, Canadá e Austrália a possibilidade de frequentar o território brasileiro até uma determinada data (18 de setembro de 2016) sem a necessidade de apresentar o visto. Com tal medida, houve um favorecimento de 40 mil estrangeiros nas Olimpíadas e uma injeção de US\$ 48,5 milhões⁴ na economia brasileira, decorrente dessa política.

Outra estratégia que visava o melhor atendimento ao turista foi a capacitação de pessoas por intermédio de cursos gratuitos promovidos pelo Ministério do Turismo em parceria com a Rio Tur. Ambulantes profissionais, funcionários de albergues e outros segmentos teriam mais qualificação para atender a demanda presente. Foram 5 mil pessoas capacitadas para trabalhar no setor do turismo. Tal medida beneficiou os dois lados: o primeiro foi o turista que recebeu um atendimento mais profissional e qualificado; o segundo foram as pessoas que participaram do curso e obtiveram conhecimento para uma possível profissionalização permanente. Foi

⁴Fonte: <http://www.brasil.gov.br/noticias/turismo/2015/11/dilma-sanciona-lei-que-isenta-vistos-de-estrangeiros-para-a-olimpiada>

muito comum que os voluntários ou até mesmo os profissionais que tiraram proveito do curso, adquirissem um emprego mesmo após a realização dos Jogos, justamente pelo fato de apresentar uma qualificação promovida por essas medidas públicas⁵.

Este trabalho de qualificação dos profissionais que lidam diretamente com o visitante nacional e internacional reflete na melhoria do serviço prestado e no aumento da competitividade do Brasil como destino. O país mostra que vem se preparando para receber cada vez melhor e atender as expectativas de nossos turistas. Esse será um legado marcante para o setor uma vez que deixará milhares de profissionais preparados para agir em grandes eventos. (ALVES, 2016)

Trata-se de uma excelente oportunidade para profissionais que atuam diretamente no contato com o turista, não só pela chance de se aprimorarem com o objetivo de oferecer um serviço melhor durante os jogos, mas por obterem uma certificação que pode fazer a diferença em seus currículos no futuro. O profissional que busca atualização e aperfeiçoamento é sempre visto como diferenciado no mercado de trabalho. (FIGUEIRA DE MELLO, 2016).

Tendo em vista a importância já apresentada do turismo para a economia do Rio de Janeiro, e de certa forma do país inteiro, fica evidente o potencial retorno na realização de um megaevento esportivo de visibilidade global como esse. É possível perceber a importância de um evento dessa magnitude quando os números de telespectadores atingem a marca dos 3 bilhões, como nos Jogos Olímpicos de Pequim em 2008 e os Jogos Olímpicos de Londres em 2012, em que os números de telespectadores corresponderam a 3,5 bilhões e 3,6 bilhões, respectivamente⁶.

Tal fato por si só, porém, não justificará economicamente o imenso gasto público e as potenciais consequências colaterais que os Jogos Olímpicos podem trazer à cidade, como aumento de poluição e sobrecarga dos serviços locais. É necessário o retorno do investimento, o chamado legado Olímpico, seja na forma de benefício na qualidade de vida dos moradores do Rio de Janeiro, seja no retorno econômico das obras de infraestrutura realizadas, ou, como será abordado nesse estudo em específico, no aumento da visibilidade turística do Rio de Janeiro e das receitas provenientes do turismo no longo prazo.

⁵ Fonte: <http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/6436-turismo-capacita-5-mil-pessoas-no-rio-de-janeiro.html>

⁶ Fonte: <https://forbes.uol.com.br/listas/2018/06/9-eventos-esportivos-com-mais-audiencia-da-historia/#foto9>

CAPÍTULO II- DESEMPENHO ECONÔMICO DOS MAIS VARIADOS SETORES VINCULADOS AO TURISMO NO RIO DE JANEIRO EM TRÊS CENÁRIOS DISTINTOS: ANTES, DURANTE E PÓS JOGOS OLÍMPICOS 2016.

II.1- HOTELARIA E TAXA DE OCUPAÇÃO

A rede hoteleira proporciona acomodação aos turistas que visitam uma determinada região. A hospedagem é uma necessidade que se encontra nas mais variadas atividades turísticas. Muitos turistas que não tem como recorrer à moradia de amigos ou familiares em uma região, geralmente desembolsam o dinheiro para alugar alojamentos em forma de pousadas de baixo orçamento até hotéis de luxo. São instalações que permitem aos turistas a estadia por determinado período e, em troca, eles retribuem com o pagamento pelo serviço. Os hotéis são fundamentais na indústria do turismo e com o passar do tempo evoluíram ao ponto de oferecer não apenas alojamento, mas também outros serviços que variam de acordo com o perfil e necessidade de cada turista, como: creches, locais destinados às crianças e clubes de ginástica, onde o turista pode realizar a prática de exercícios durante a estadia⁷. Diante disso, é possível considerar a hotelaria e sua respectiva taxa de ocupação como uma representação base da oferta, capacidade e desempenho dos serviços de turismo de uma determinada região.

De acordo com a ABIH-RJ/FECOMÉRCIO, o número de vagas de hospedagem ocupadas sofreu um aumento durante os Jogos Olímpicos, conforme o esperado na maioria das projeções sobre impacto do evento na cidade. Porém, excetuando o mês de agosto de 2016 e o período de transição entre 2015/2016, houve considerável queda na ocupação de visitantes, o que aponta uma queda na rentabilidade do setor de hotelaria no médio prazo, após o boom momentâneo proporcionado pelo evento.

Tabela 1-Taxa de ocupação (em %) da rede hoteleira na cidade do Rio de Janeiro por região- 2015

Região	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Med
Barra/ São Conrado	43	46	40	53	51	45	47	43	43	57	40	40	46
Ipanema/ Leblon	75	73	57	72	60	53	62	63	63	75	81	71	67
Leme/ Copacaba	69	68	74	72	66	60	69	70	70	75	78	70	70

⁷ Fonte: http://oer.nios.ac.in/wiki/index.php/Tourist_Accommodation

Outros Bairros	68	66	65	62	66	68	67	63	63	64	63	59	65
Média													62

Fonte: ABIH-RJ/ FECOMÉRCIO-RJ (2015)

O ano anterior às Olimpíadas, se comparado com o ano da efetiva realização dos Jogos e os períodos subsequentes, foi o que apresentou a maior média anual (62%). Todavia, o mês de agosto de 2015 apresentou uma média de 59,75%. A referência ao mês de agosto se deve ao fato de ser o mesmo período em que foram executados os Jogos Olímpicos, implicando numa resposta mais qualitativa a respeito dos benefícios ou não da realização do evento.

Tabela 2- Taxa de ocupação (em %) da rede hoteleira na cidade do Rio de Janeiro por região- 2016

Região	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Med
Barra/São Conrado	56	49	46	31	33	35	45	70	45	41	30	33	43
Ipanema/Leblon	79	79	75	69	55	44	48	74	54	53	56	53	62
Leme/Copacabana	79	71	67	65	48	49	59	78	59	57	59	58	62
Outros Bairros	64	67	63	65	54	53	55	73	53	45	44	44	57
Média													56

Fonte: ABIH-RJ/ FECOMÉRCIO-RJ (2016)

Diferentemente das demais tabelas, essa é a que apresenta o maior grau de importância, justamente pelo fato de representar a taxa de ocupação em 2016, isto é, o ano de realização dos Jogos Olímpicos. A média anual fica abaixo ao ano anterior em 6%. Todavia, calculando a taxa de ocupação do mês de agosto (efetiva realização do evento), o cenário é alterado. A taxa de ocupação dos hotéis no Rio de Janeiro nesse período corresponde a 73,75%. Apresentando um aumento de 14% com relação ao mesmo período do ano anterior aos Jogos Olímpicos. Dessa forma, no tocante ao setor hoteleiro, é possível identificar um impacto bastante positivo da realização dos Jogos Olímpicos, mas somente no período dos Jogos, demonstrando um impacto momentâneo.

Tabela 3- Taxa de ocupação (em %) da rede hoteleira na cidade do Rio de Janeiro por região- 2017

Região	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Méd
Barra/ São Conrado	47	44	38	38	36	29	43	36	53	41	44	41	40,8
Ipanema/ Leblon	59	60	57	63	49	48	47	53	63	60	69	62	57,5
Leme/ Copacaba na	68	65	59	60	43	42	52	50	64	60	63	64	57,5
Outros Bairros	58	55	50	42	41	37	36	42	54	42	44	59	46,6
Média													50,6

Fonte: ABIH-RJ/ FECOMÉRCIO-RJ (2017)

A conclusão de que a realização do Rio 2016 apresentou um impacto positivo no período de sua realização, pelo menos no setor hoteleiro, pode ser verificada por meio da tabela acima. A taxa de ocupação no mês de agosto apresentou 45,25 %. Um número muito abaixo daqueles apresentados nos dois anos anteriores. Se comparado com o ano de 2015, o decréscimo foi de 14,5%; já a comparação com o ano de 2016, a redução foi mais alta ainda: 28,5%. Vale destacar que a taxa de ocupação anual foi a menor do período compreendido entre 2015- 2018.

Tabela 4- Taxa de ocupação (em %) da rede hoteleira na cidade do Rio de Janeiro por região- 2018

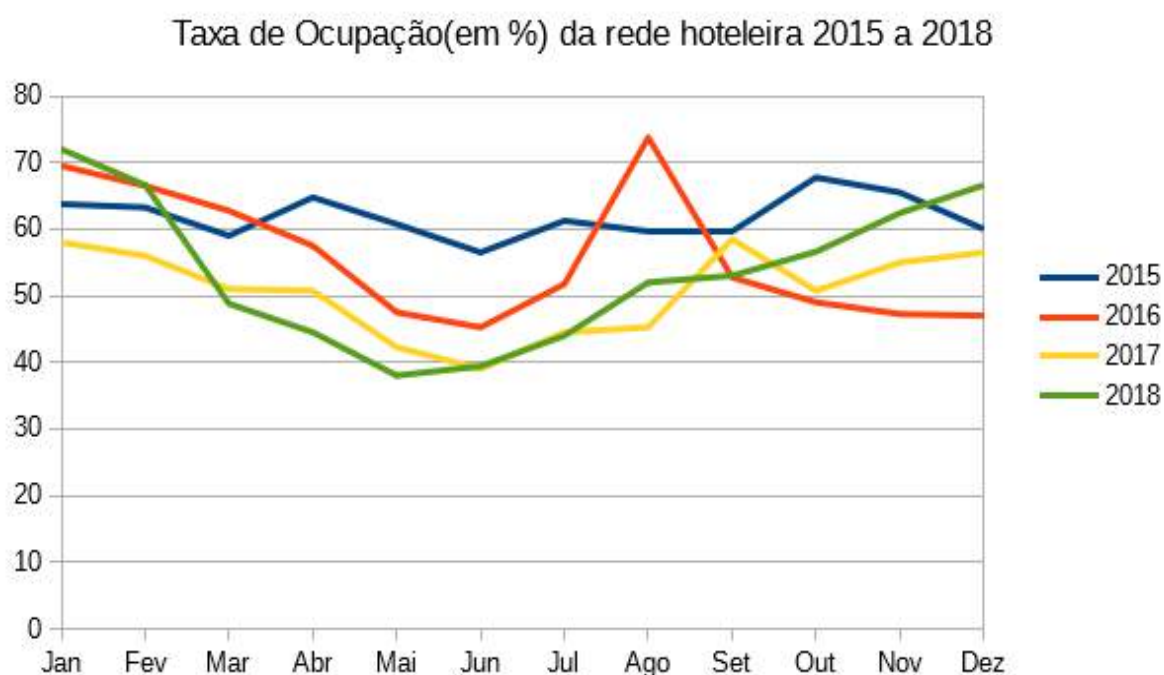
Região	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Méd
Barra/ São Conrado	61	49	34	37,6 7	33,8	33,2	38	47	48,4	45,8	49,8	54,5	44,3
Ipanema/ Leblon	78	71	67,2	63	49,4	50,8	56	69,2	70	70,6	78,8	79,5	66,9
Leme/Co pacabana	84	74	66	52,5	41,2	42,4	49	56,2	59	66	75	74,3	61,6 4
Flamengo / Botafogo	67	68	44,6	32	41,8	50,2	54	53,6	54,6	61,2	61,4	79,3	55,6 4
Centro	57	60	32	24,5	25,8	28,6	26	38,8	36,6	38	40,6	52,3	38,3 5
Média	72	66,6	48,8	44,5	38	39,4	44	52	53	56,6	62,4	66,6	53,6

Fonte: ABIH- RJ/ FECOMÉRCIO-RJ (2018)

Dois anos após a realização do megaevento, a expectativa dos profissionais ligados direta ou indiretamente ao setor de turismo era a de um melhor desempenho econômico do setor em questão, visto que, os discursos políticos depois de terminada a realização das Olimpíadas foram de grau otimista. Mas os números, pelo menos no setor hoteleiro, não demonstram isso. A taxa de ocupação apresentada no mês de agosto foi de 52%. Embora tenha melhorado em relação ao mesmo período no ano de 2017, apresentou queda, se comparada com o ano de 2015 e 2016:

7,75% e 21,75%, respectivamente. A ideia era fazer do megaevento um catalisador econômico no setor de turismo, já que os olhos do mundo inteiro estavam voltados para o Rio de Janeiro, e assim fazer da Cidade Maravilhosa uma grande receptora de turistas. Tomando como referência tal setor é possível perceber que durante a realização do evento o sucesso realmente se fez presente, mas de maneira momentânea e não conforme os discursos otimistas dos principais responsáveis pela realização do Rio 2016.

Gráfico 1: Taxa de ocupação (em %) dos hotéis do Rio de Janeiro entre 2015-2018



Fonte: Elaboração própria com dados da ABIH-RJ/ FECOMÉRCIO-RJ

O gráfico acima é uma maneira de ilustrar as quatro tabelas de maneira mais sintética. Fica bastante perceptível o impacto positivo que a realização do Rio 2016 gerou no ramo de hotéis. Percebe-se que a linha vermelha, representante do ano de 2016, apresenta momento de pico justamente no mês da realização do evento, levando a conclusão do grande benefício proporcionado nessa área, embora de caráter momentâneo.

II.2- Média diária de quartos dos hotéis no Rio de Janeiro

Tabela 5- Média dos preços das diárias nos hotéis do Rio de Janeiro entre 2015-2017

Mês	2015	2016	2017
Janeiro	R\$ 449,00	R\$ 424,00	R\$ 339,45
Fevereiro	R\$ 470,00	R\$ 479,00	R\$ 362,69

Março	R\$ 397,00	R\$ 406,00	R\$ 315,31
Abril	R\$ 392,00	R\$ 378,00	R\$ 305,45
Maio	R\$ 379,00	R\$ 381,00	R\$ 299,48
Junho	R\$ 382,00	R\$ 357,00	R\$ 325,00
Julho	R\$ 371,00	R\$ 426,00	R\$ 300,88
Agosto	R\$ 395,00	R\$ 998,00	R\$ 297,52
Setembro	R\$ 395,00	R\$ 370,00	R\$ 308,31
Outubro	R\$ 423,00	R\$ 330,00	R\$ 305,25
Novembro	R\$ 405,00	R\$ 318,00	R\$ 283,85
Dezembro	R\$ 493,00	R\$ 402,00	R\$ 387,77
Média anual	R\$ 412,58	R\$ 439,08	R\$ 319,24

Fonte: Elaboração própria com os dados da ABIH-RJ/ FECOMÉRCIO-RJ

A média diária dos quartos reforça essa tendência. Durante o mês de agosto de 2016, houve um aumento de preços de mais de 100%, implicando um excesso de demanda para vagas de hotéis, enquanto no ano de 2017 a redução de preços em relação aos outros anos foi de mais de 20%, sugerindo um excesso de oferta de quartos de hotel no período após os eventos.

Analisando os dados da tabela 5 com o gráfico 1, é possível verificar a tamanha importância do turista para um evento desta magnitude, já que mesmo a média diária de um quarto de hotel sendo aproximadamente R\$ 1.000,00, os turistas estão dispostos a desembolsar o dinheiro a fim de curtir o evento. São indícios da importância de um megaevento esportivo para com a economia de uma região.

II.3- VOLUME DE TURISTAS NO RIO DE JANEIRO

O volume de turistas é um indicador para monitorar a demanda e o desempenho do turismo local. Dessa forma, pode-se comparar o desempenho da cidade do Rio de Janeiro através de dados governamentais e órgãos internacionais, observando-se assim o comportamento do mesmo em contraposto aos anos anteriores ou à tendência global.

Volume Turístico do Rio de Janeiro, 2013-2017

Tabela 6- Embarque e desembarque de passageiros nacionais no Rio de Janeiro entre 2014-2017

Passageiros Nacionais	Embarque			Desembarque		
	Total	Tipos de vôos		Total	Tipos de Vôos	
		Regulares	Irregulares		Regulares	Irregulares
2014	11.955.316	11.288.278	667.038	11.830.918	11.221.955	608.963

2015	11.562.316	10.906.505	655.811	11.504.651	10.869.703	634.948
2016	10.409.063	10.134.662	274.401	10.442.171	10.150.271	291.900
2017	10.561.553	10.321.187	240.366	10.564.324	10.320.990	243.334

Fonte: Elaboração própria com dados do Anuário estatístico de turismo, Ministério do Turismo

De acordo com os dados do Ministério do Turismo e da Polícia Federal demonstrados acima, o volume de turistas nacionais embarcando na cidade do Rio de Janeiro é aproximadamente 6 vezes maior que a quantidade de turistas internacionais em média. O ano de 2014 demonstrou pico maior no volume de turistas que 2016, anos em que a cidade foi responsável por realizar importantes jogos da Copa do Mundo e sediar as Olimpíadas, respectivamente.

Tabela 7 – Desembarque dos turistas internacionais no Rio de Janeiro entre 2013-2017

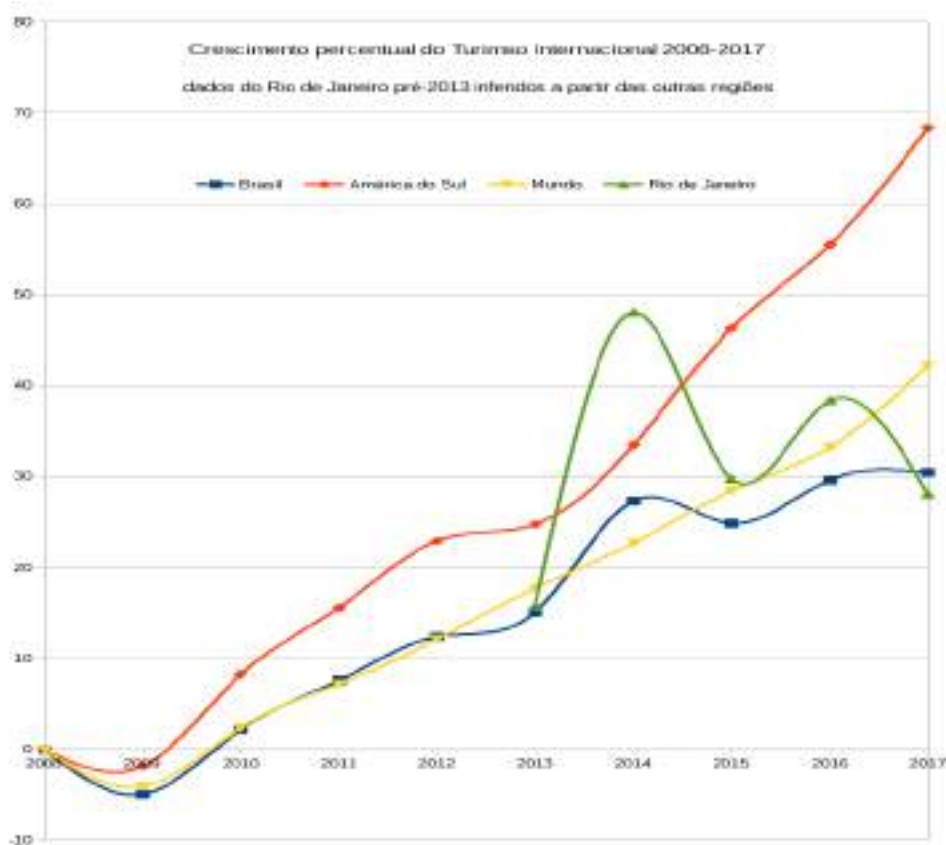
Chegada de turistas Internacionais	
2013	1.207.800
2014	1.597.153
2015	1.375.978
2016	1.480.121
2017	1.355.616

Fonte: Elaboração própria com dados do Anuário estatístico de turismo, Ministério do Turismo

Os anos de realização de megaeventos esportivos apresentaram um volume maior de desembarques de turistas internacionais. Tanto em 2014 quanto em 2016, anos de Copa do Mundo e Olimpíadas, respectivamente, o volume de turistas vindos de países estrangeiros foi maior do que os anos de 2013, 2015 e 2017. Embora não se encontre dados especificando a quantidade de turistas estrangeiros que desembarcaram no Rio de Janeiro em agosto de 2016, é possível perceber que em anos de realização de eventos esportivos, a quantidade de turistas estrangeiros no Rio de Janeiro tende a aumentar, quando comparado com outros períodos.

II.4- TAXA DE CRESCIMENTO PERCENTUAL DO TURISMO NO RIO DE JANEIRO

Gráfico 2: Crescimento do turismo no Rio de Janeiro, comparado ao resto do mundo



Fonte: Organização Mundial do Turismo UNWTO World Tourism Barometer - Volume 15, Issue 6, December 2017

O estado do Rio de Janeiro apresentou dois picos de crescimento nos anos de 2014 e 2016, conforme observado no gráfico acima, algo que repercutiu claramente no contexto nacional, porém, não é possível observar grande destaque do estado fora desse período, ao menos com a pequena amostra resumida aos anos de 2013 até 2017. Na realidade, é possível observar uma possível inversão de tendência no turismo internacional fluminense, com o percentual de crescimento no volume relativo de turistas dessa categoria inferior ao de todas as regiões comparadas no período.

Os momentos de auge do setor de turismo no Rio de Janeiro estão ligados diretamente aos períodos de realização de megaeventos esportivos, conforme é mostrado no gráfico acima. Todavia, a Cidade Maravilhosa não poderá sediar megaeventos esportivos tão seguidamente, visto que as mais variadas cidades e países espalhados pelo mundo revezam a realização em um período de 4 em 4 anos. Desta forma, é preciso encontrar maneiras adequadas para impulsionar

o turismo em uma das cidades mais propícias para o setor, as quais serão apresentadas no decorrer do presente documento.

II.5- PRESTADORES DE SERVIÇOS TURÍSTICOS NO RIO DE JANEIRO CADASTRADOS NO MINISTÉRIO DO TURISMO

Tabela 8: Quantidade dos prestadores de serviços turísticos cadastrados no Ministério do Turismo

	2014	2015	2016	2017
Agências de turismo	2464	2678	2529	2502
Acampamentos turísticos	1	1	4	10
Restaurantes, bares e afins	46	35	30	48
Parques temáticos	2	2	7	7
Transportadoras turísticas	329	394	467	416
Locadoras de veículos	159	161	127	86
Organizadoras de eventos	207	222	226	203
Prestadoras de serviços de infraestrutura	26	43	52	61

Fonte: Elaboração própria com dados do Anuário estatístico de turismo, Ministério do Turismo

A chegada de turistas em uma região, sejam eles nacionais ou internacionais, requer uma série de serviços destinados a atendê-los da melhor forma possível e, obviamente, possibilitar uma forma de gerar renda e movimentar a economia de uma região. São inúmeros ramos de serviços ligados ao turismo, conforme mostra a tabela acima. Embora não se encontre dados que informem o número de empresas cadastradas especificamente no período da realização do Rio 2016, é possível verificar um aumento das transportadoras turísticas e organizadoras de eventos no ano de 2016.

O aumento da oferta de serviços direcionados ao turismo deve ser também acompanhado pela demanda. Foi de fundamental importância o aumento desses serviços nos períodos próximos ao Rio 2016, tendo em vista que a demanda turística estava em ascensão. Todavia, pós evento, essas ofertas de serviços não puderam contar com um aumento do turismo no Rio de Janeiro, levando a investimentos em vão, conforme será demonstrado a frente.

II.6- QUANTIDADE x GASTOS DOS TURISTAS DURANTE O RIO 2016

Figura 1: Quantidade de turistas no Rio 2016 e o gasto médio



Fonte: G1 (2016)

Diferentemente do episódio ocorrido em Londres, onde o fluxo de turistas apresentou declínio no período de realização dos Jogos Olímpicos, se comparado com anos anteriores e posteriores, no Rio de Janeiro o cenário foi totalmente diferente. Foram 410 mil turistas estrangeiros e 760 mil turistas nacionais, somando um total de 1,17 milhão de turistas durante o megaevento⁸. Um dos beneficiados pela Lei 149/15-que concedia a 4 países a entrada em território brasileiro sem a necessidade de apresentação de visto-os EUA liderou o ranking tanto de maior número de visitantes presentes no Rio de Janeiro quanto no tocante ao gasto médio por dia, conforme mostra a figura acima, mostrando a eficácia de uma política pública para favorecer o crescimento da economia local⁹.

⁸ Fonte: <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/olimpiadas/rio2016/noticia/2016/08/prefeitura-faz-balanco-da-olimpiada-e-paes-diz-que-o-rio-calou-criticos.html>.

⁹ Fonte: <http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/7059-isen%C3%A7%C3%A3o-de-vistos-favorece-40-mil-estrangeiros-na-olimp%C3%ADada.html>

Outro setor que apresentou enorme diferença, quando comparado a Londres 2012, foi o do ramo alimentício. No capítulo I, foi divulgado o declínio que bares e restaurantes londrinos apresentaram durante o período das Olimpíadas. Já no Rio de Janeiro, o impacto positivo no setor em questão se fez presente, demonstrando mais uma vez o poder que um megaevento tem para com a economia da região responsável por sediá-lo. A figura abaixo mostra o crescimento dos bares e restaurantes durante o Rio 2016.

Figura 2: Desempenho do setor alimentício durante o Rio 2016

Bares e restaurantes

Na Zona Sul, crescimento chegou a 70%; Barra da Tijuca e Zona Norte média foi de 30% de aumento

Aumento no movimento de bares e restaurantes



Fonte: G1 (2016)

II.7- SETOR DE TURISMO NO RJ PÓS 2016

No decorrer deste presente documento foi demonstrado que a realização dos Jogos Olímpicos em 2016 teve um impacto positivo momentâneo, ou seja, o crescimento da taxa de ocupação da rede hoteleira e outros setores relacionados ao turismo apresentaram um boom somente naquele período em que as Olimpíadas se fizeram presente. No período pós 2016, o Rio não se destacou no turismo e os impactos no setor foram negativos, sobretudo com relação a rede hoteleira.

Em junho de 2017, aproximadamente 1 ano após a realização do megaevento, a ABIH-RJ divulgou um balanço em que mostrava uma queda na taxa de ocupação da rede hoteleira: 40% no referido mês contra 50% de junho 2016 ou 76% de agosto de 2016, mês das Olimpíadas. Outros dados divulgados pela ABIH fazem referência à taxa média de ocupação verificada no semestre: enquanto os primeiros seis meses de 2016 apresentavam 60,67% de ocupação, o mesmo período em 2017 apresentava 51,33%¹⁰.

De acordo com Alfredo Lopes, presidente da ABIH, a crise que assola o estado e o grande índice de violência são fatores que interferem para que o Rio não decole no setor de turismo, mas o principal fator foi a falta de políticas públicas voltadas à promoção do Rio de Janeiro internacionalmente. Acredita-se que a mera promoção durante a realização do evento não basta já que o benefício tende a ser momentâneo, e que políticas em todas as esferas do governo pós realização do megaevento seriam fundamentais.

Turismo é negócio e tem como objetivo gerar emprego e receita, mas essa é uma atividade econômica sem tradição de políticas públicas. Existe o Ministério do Turismo que desenvolveu um trabalho relevante nas últimas décadas, mas há grandes interrupções, e elas se repetem nos distintos níveis da esfera pública. (BETTINI,2019).

O Brasil não aproveitou a chance para criar uma imagem mais consolidada no exterior em termos de turismo com esses dois eventos, mas consolidou a característica de povo hospitaleiro. Como temos muitas belezas naturais, nós nos perdemos um pouco na hora de nos vendermos para o exterior. A impressão que eu tenho é que temos uma imagem um pouco difusa no mercado externo. Temos Amazônia, Foz do Iguaçu e outras belezas naturais realmente únicas. Precisamos “empacotar” melhor esse produto para conseguir ganhar mais dinheiro com isso. (BETTINI,2019).

Existe um consenso entre o presidente da ABIH e a especialista em turismo do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID). A falta de um trabalho conjunto entre o setor público e privado é prejudicial para que o setor de turismo se desenvolva, já que o turismo se relaciona diretamente com saneamento público, infraestrutura e melhorias cabem ao Estado proporcionar.

¹⁰Fonte: <https://oglobo.globo.com/rio/um-ano-apos-olimpiada-que-ficou-de-legado-para-rio-21666449>

Diversos fatores são responsáveis pela queda do turismo no Rio de Janeiro pós Olimpíadas, tais como: segurança pública e a situação econômica delicada que atinge o estado. Contudo, a falta de planejamento e investimentos voltados à promoção da cidade mundo a fora teve uma parcela significativa para tal queda. Ao terminar o evento, a esfera pública, principalmente, deveria intervir com políticas destinadas a alavancar o setor de turismo do Rio de Janeiro, ou seja, não se limitar a uma boa execução somente no período da efetiva realização do Rio 2016, mas ter continuado a promover a cidade para que o setor de turismo crescesse de maneira significativa no médio e longo prazo. Todavia, o que aconteceu foi um total descaso do poder público para com a imagem do Rio. Assim como a iniciativa da ex presidente, citada anteriormente, beneficiou a entrada de mais turistas durante as Olimpíadas, já que a isenção de visto é um fator que facilita bastante a entrada de estrangeiros no território, outras políticas públicas dessa mesma categoria poderiam ser concretizadas a fim de melhorar o cenário do setor em estudo.

II.8- Projeto “O Rio não para”

Conforme exposto no decorrer do trabalho, os impactos econômicos que os Jogos Olímpicos 2016 proporcionaram ao setor de turismo do Rio de Janeiro foram positivos, apresentando índices mais agradáveis se comparado ao mesmo período em edições anteriores, a exceção de alguns durante a realização da Copa do Mundo, o que prova mais uma vez a importância de um megaevento esportivo para a cidade que o sedia. Todavia, ao passar o Rio 2016, o turismo do Rio de Janeiro entrou em declínio, como já mostrado nos tópicos e gráficos do presente documento.

Em 2 de abril de 2019, foi lançado um projeto com o intuito de promover o turismo no estado do Rio de Janeiro. O evento aconteceu no hotel Copacabana Palace, com a presença de jornalistas, comerciantes e empresários: todos reunidos com o propósito de colocar a Cidade Maravilhosa no topo do turismo nacional. A estimativa dos organizadores é de que um aumento em 20% do volume das atividades turísticas, ocasionaria um impacto econômico de R\$ 6 bilhões, gerando 170 mil¹¹ empregos ligados direta ou indiretamente com o setor de turismo. Tal iniciativa apresenta grande importância, pois busca reverter o quadro negativo que a cidade com enorme capacidade para atração de turistas apresenta. Embora tal evento ocorra com um pouco de atraso, tendo em vista que o melhor período para sua execução seria durante a

¹¹Fonte: <https://globoplay.globo.com/v/7508329/>

realização dos Jogos Olímpicos- já que toda a atenção mundial estaria voltada para cá-, vale a máxima: antes tarde do que nunca.

CONCLUSÃO

A partir dos dados estudados, nota-se uma expansão na oferta de serviços turísticos tanto cadastrados nos órgãos governamentais quanto informalmente. Tal fato sugere que a infraestrutura do Rio de Janeiro para suportar a entrada de visitantes realmente tenha melhorado, e que a cidade seja agora capaz de capitalizar sobre uma demanda turística maior. Dentro dessa tendência, pode-se destacar o aumento do cadastro de parques temáticos no Ministério do Turismo e de vagas de hotelaria, conforme dados publicados pela ABIH.

Porém, ao mesmo tempo em que foi observado esse aumento na oferta de serviços turísticos, identificou-se que a demanda real por esse tipo de serviço não acompanhou a oferta em nenhum dos ângulos analisados. A taxa de crescimento do turismo internacional no estado do Rio de Janeiro foi inferior à média mundial, sul-americana e nacional durante o período 2013-2017 e o crescimento do turismo doméstico também não apresentou desempenho que possa ser destacado. Esse aumento de oferta e desempenho fraco da demanda foi confirmado por uma redução drástica nos preços de quartos de hotéis em 2017 e uma redução da taxa de ocupação em 2017 e 2018.

Não foi contemplado no estudo as supostas causas para o fraco desempenho do Rio de Janeiro como ponto turístico. É verdade que o aumento da capacidade hoteleira e de outros serviços outrora mencionados demonstra uma certa eficácia e resultado dos investimentos, no entanto outros fatores na gestão da cidade podem ter diminuído a atratividade da capital Carioca como local de visitação.

Entre as teorias mais mencionadas e até mesmo plausíveis, está a percepção de colapso de serviços públicos básicos do estado que seguiu a crise econômica nacional que se agravou em 2014 e atingiu especialmente o orçamento estadual Fluminense. É notório que o aumento de criminalidade, por exemplo, é altamente correlacionado com a ‘fuga’ de futuros visitantes para um local, algo de extrema relevância em um estado que sofreu severos contingenciamentos orçamentais nas áreas de segurança, e que apresentou um perceptível e estatisticamente comprovado aumento na violência.

Evidentemente a segurança em uma região é um dos fatores mais levados em conta pelo turista na hora de visitar um local. Todavia, um dos principais fatores responsáveis pelo insucesso do

Rio de Janeiro no tocante ao setor de turismo no período que sucedeu o Rio 2016, foi a falta de planejamento público por todas as esferas do governo para que a promoção da imagem do Rio mundo a fora fosse mais enérgica e eficaz, principalmente depois da realização do megaevento. A preocupação com a imagem da cidade exclusivamente durante a realização do evento foi um fator crucial para essa queda do setor nos períodos posteriores ao Rio 2016.

A preocupação com o sucesso e a boa imagem do Rio de Janeiro foi de caráter momentâneo, o que de fato contribuiu para um impacto positivo no setor de turismo no período de realização do evento. Contudo, a não preocupação com o médio e longo prazo, fez com que a falta de políticas públicas voltadas a promoção da cidade, não alavancasse o que a cidade tem de melhor: sua vocação natural para o turismo. Vocação essa, que poderia muito bem ser aproveitada para galgar uma situação econômica mais favorável, caso houvesse intervenções públicas com o propósito de promover a imagem da cidade.

Por fim, pode-se dizer que a realização das Olimpíadas trouxe de fato um legado na forma de modernas obras e construções de entretenimento e transporte, porém, tais investimentos não se transformaram num retorno econômico satisfatório no médio e provavelmente longo prazo. Além disso, o colapso político e econômico do estado e a queda aguda na qualidade de serviços urbanos básicos sugere um elevadíssimo custo colateral que implicou inclusive na redução de desempenho do setor que deveria ser o mais beneficiado em todo o evento: o turismo e a visibilidade da cidade-sede.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alves, A. **Turismo capacita 5 mil pessoas no Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro, 2016. Disponível em: < <http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/6436-turismo-capacita-5-mil-pessoas-no-rio-de-janeiro.html>>. Acesso em abril de 2019.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE HOTÉIS DO RIO DE JANEIRO. “ **Anuário estatístico da taxa de ocupação da rede hoteleira**”. 2018. Disponível em<: <http://www.riodejaneirohotel.com.br/site/br/lista-estatísticas>>. Acesso em Abril 2019.

BARRETO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. Campinas: Papirus, 2006. p.72.

BETTINI, J. **Brasil precisa enxergar turismo como negócio**. 2019. Disponível em: < <https://www.infomoney.com.br/blogs/economia-e-politica/um-brasil/post/8354205/brasil-precisa-enxergar-turismo-como-negocio-diz-juliana-bettini>>. Acesso em agosto de 2019.

BRASIL. PORTARIA Nº 27, de 30 de janeiro de 2014. Estabelece requisitos e critérios para o exercício da atividade de Guia de Turismo e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 30 jan. 2014. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/legislacao/?p=117>>. Acesso em agosto de 2019.

FARIA, Diomira M.C.P. “**Análisis de la capacidad del turismo en el desarrollo económico regional: el caso de Inhotim y Brumadinho**”. 2012. 362f. Tese (Doutorado em Economia). Centro de Planejamento e Desenvolvimento Regional, Universidade Federal de Minas Gerais e Universidad de Alicante, Belo Horizonte, 2012. p. 5

FERNANDES, I; COELHO, M. **Economia do turismo: teoria e prática**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

FIGUEIRA DE MELLO, A. **Turismo capacita 5 mil pessoas no Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro, 2016. Disponível em:< <http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/6436-turismo-capacita-5-mil-pessoas-no-rio-de-janeiro.html>>. Acesso em abril de 2019.

FORBES. **9 eventos esportivos com mais audiência da história**. 2018. Disponível em: <: <https://forbes.uol.com.br/listas/2018/06/9-eventos-esportivos-com-mais-audiencia-da-historia/#foto9>>. Acesso em agosto de 2019.

G1. **Rio recebeu 1,17 milhão de turistas na Olimpíada; 410 mil são do exterior**. 2016. Disponível em: < <http://g1.globo.com/rio-janeiro/olimpiadas/rio2016/noticia/2016/08/prefeitura-faz-balanco-da-olimpiada-e-paes-diz-que-o-rio-calou-criticos.html>>. Acesso em junho de 2019.

GIAMBIAGI, F. **Depois dos Jogos: Pensando no Rio para o Pós 2016**. São Paulo: Elsevier, 2015.

GOVERNO DO BRASIL. **Dilma sanciona lei que isenta vistos de estrangeiros para a Olimpíada**. 2016. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/noticias/turismo/2015/11/dilma-sanciona-lei-que-isenta-vistos-de-estrangeiros-para-a-olimpiada>>. Acesso em junho de 2019.

HAYAKAWA, S.A. **Linguagem no pensamento e na ação**. São Paulo: Pioneira, 1963. (Coleção Turismo)

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Anuário estatístico de turismo**. Disponível em: <<http://dadosefatos.turismo.gov.br/2016-02-04-11-53-05.html>>. Acesso em junho de 2019

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Rio recebeu 1,2 milhão de visitantes durante Jogos Olímpicos**. 2016. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/noticias/turismo/2016/08/rio-recebeu-1-2-milhao-de-visitantes-durante-jogos-olimpicos>>. Acesso em maio de 2019.

MONTEJANO, Jordi Montaner. **Estrutura do mercado turístico**. 2ª ed. São Paulo: ROCA, 2001.

O GLOBO. **Lições olímpicas: Sydney criou paradigma ambiental**. 2012. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/brasil/licoes-olimpicas-sydney-criou-paradigma-ambiental-6264528>>. Acesso em junho de 2019.

O GLOBO. **Para incentivar turismo, é lançada a campanha “O Rio não para”**. 2019. Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/7508329/>>. Acesso em maio de 2019.

O GLOBO. **Um ano após a Olimpíada, o que ficou de legado para o Rio**. 2017. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/um-ano-apos-olimpiada-que-ficou-de-legado-para-rio-21666449>>. Acesso em junho de 2019.

PRONI, M; FAUSTINO, R; SILVA, L. **Impactos Econômicos de Megaeventos Esportivos**. Campinas: Casa da Educação Física, 2014. p. 117-144.

TOURIST ACCOMMODATION. **Tourism and Hospitality Management**. 2013. Disponível em: <http://oer.nios.ac.in/wiki/index.php/Tourist_Accommodation>. Acesso em agosto de 2019.

