

# ESTUDOS DA COMPETITIVIDADE DO TURISMO BRASILEIRO



TURISMO, TRANSPORTE AQUAVIÁRIO E A INDÚSTRIA DE CRUZEIROS

**PRESIDENTE DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL**

Luiz Inácio Lula da Silva

**MINISTRO DO TURISMO**

Walfrido dos Mares Guia

**SECRETÁRIO EXECUTIVO**

Márcio Favilla Lucca de Paula

**SECRETÁRIA NACIONAL DE PROGRAMAS DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO**

Maria Luisa Campos Machado Leal

**SECRETÁRIO NACIONAL DE POLÍTICAS DE TURISMO**

Airton Nogueira Pereira Junior

**DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS**

Pedro Gabriel Wendler

**COORDENAÇÃO-GERAL DE RELAÇÕES MULTILATERAIS**

Fernanda Maciel Mamar Aragão Carneiro

**COORDENAÇÃO-GERAL DE RELAÇÕES SUL-AMERICANAS**

Patric Krahl

**GESTÃO TÉCNICA**

Adriane Correia de Souza

Camila de Moraes Tiussu

Clarice Mosele

**CENTRO DE GESTÃO E ESTUDOS ESTRATÉGICOS**

Lucia Carvalho Pinto de Melo

Presidenta

Lélio Fellows Filho

Chefe da Assessoria Técnica

**COORDENADORES RESPONSÁVEIS**

Luciano Coutinho

Fernando Sarti

Universidade de Campinas - NEIT/UNICAMP

## APRESENTAÇÃO

Nos últimos quatro anos, o turismo brasileiro vem respondendo aos desafios representados pelas metas do Plano Nacional do Turismo. Governo Federal, empresários, terceiro setor, estados e municípios trabalharam juntos para colocar em prática uma nova política para o turismo. Pela primeira vez na história, o turismo tornou-se prioridade de Governo, com resultados positivos para a economia e o desenvolvimento social do País.

O Ministério do Turismo contabiliza muitas vitórias conquistadas: a ampliação da oferta de roteiros turísticos de qualidade; aumento dos desembarques nacionais; incremento no número de estrangeiros visitando o País; aumento dos investimentos diretos; elevação na entrada de divisas e geração de renda e empregos para os brasileiros.

No entanto, algumas reflexões se impõem sobre o futuro do turismo brasileiro. Um mundo cada vez mais dinâmico e competitivo e as transformações da economia mundial trazem novas e desafiadoras exigências para todos, sem exceção. Dentre elas, a de que é necessário assegurar os interesses nacionais e um desenvolvimento sustentado e sustentável. Como fazer isso em longo prazo? E mais: qual o padrão de concorrência vigente no mercado internacional; qual estratégia o turismo brasileiro deve assumir para competir; qual o melhor modelo de desenvolvimento para o turismo no País; quais as oportunidades estão colocadas para as empresas brasileiras e, ao mesmo tempo, que ameaças existem para elas nesse mercado? Finalmente, o desafio maior: como promover uma inserção ativa e competitiva do turismo brasileiro na economia mundial?

Buscando analisar esse cenário e encontrar respostas aos desafios que ele coloca, o Ministério do Turismo realizou um trabalho junto com o Centro de Gestão e Estudos Estratégicos (CGEE), que resultou neste rico material. Os Estudos de Competitividade e Estratégia Comercial reúnem o trabalho de grandes especialistas de vários centros de pesquisa do Brasil.

Os Estudos foram idealizados com o objetivo de incentivar o debate sobre os rumos do turismo brasileiro, considerando seus principais aspectos e segmentos. O Brasil é aqui comparado com casos internacionais de sucesso para fazer face aos desafios que se põem: as novas tecnologias, as alianças estratégicas, fusões, aquisições e o processo de concentração, o fortalecimento e a internacionalização de nossas empresas, a sustentabilidade ambiental e a preservação das culturas locais.

O Ministério do Turismo convida todos os agentes do setor a uma ampla discussão para a construção coletiva e democrática de um futuro Programa de Competitividade Para o Turismo Brasileiro. As bases para este futuro sustentado estão aqui, nestes Estudos de Competitividade e Estratégia Comercial para o Turismo.

**Walfrido dos Mares Guia**  
**Ministro do Turismo**

**NOTA:**

O presente documento é propriedade do Governo Federal e é disponibilizado gratuitamente para avaliação dos profissionais do turismo brasileiro. Seu objetivo é ampliar o debate nacional sobre o futuro do setor, assim como de fomentar a pesquisa nesse campo do conhecimento, consistindo numa *versão preliminar*, que deverá sofrer alterações ao longo do primeiro semestre de 2007, incorporando sugestões e críticas a partir de debates com agentes selecionados do turismo brasileiro. Seu conteúdo não representa a posição oficial do Ministério do Turismo, sendo de inteira responsabilidade de seus autores.



## Sumário

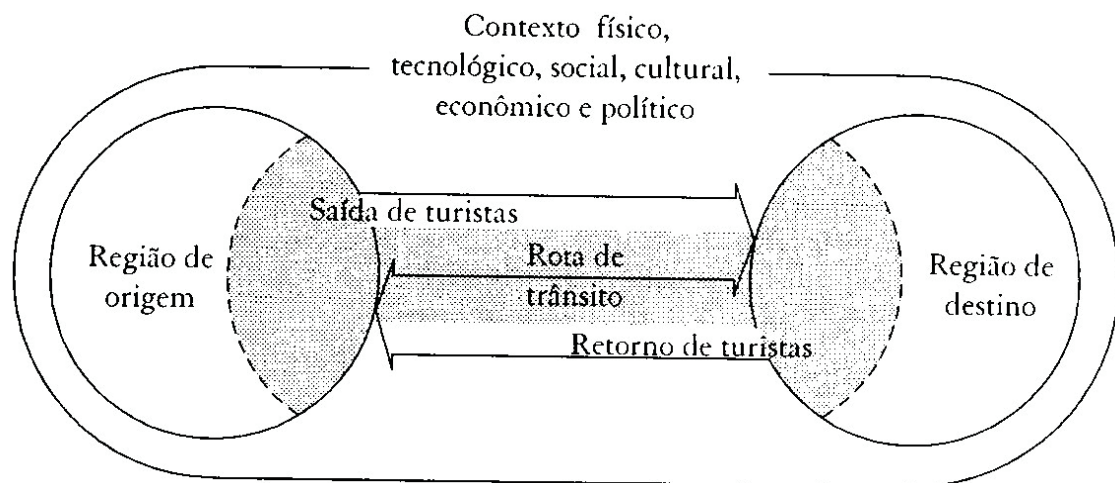
- 1) Introdução e Objetivos
- 2) Transporte Aquaviário e a Indústria de Cruzeiros no Globo
- 3) Turismo e Transporte Aquaviário no Brasil
- 4) Considerações Finais e Propostas de Fomento

## 1) Introdução e Objetivos

O presente estudo visa analisar a interação entre turismo e transporte aquaviário, enfatizando o papel dos cruzeiros marítimos, segmento que vem observando crescimento de monta no passado recente.

A análise do turismo exige um enfoque sistêmico, no qual um sistema turístico abarca vários subconjuntos, a saber: os transportes; o alojamento; os serviços de alimentação; os centros de lazer e diversão; os estabelecimentos comerciais; e os serviços complementares – agências de viagens, guias turísticos, empresas de aluguel de veículos etc. (Acerenza, 2002: p. 195-196).

### O Sistema Turístico Básico



Fonte: Leiper, N. (1981), apud Acerenza, 2002: p.197.

Neste escopo, “um sistema de ‘transporte turístico’ é uma estrutura que incorpora toda a experiência turística de viajar em uma forma específica de transporte” (Page, 2001: p. 22). Não por menos, Seekings (2003), com muita propriedade, usa a metáfora do “rabo” (transportes) que abana o “cachorro” (turismo).

Afora tanto, esse sistema também integra o sistema de transporte *lato sensu* das regiões de origem e de destino dos turistas. Isto é, pertence à estrutura de transporte usufruída pelo conjunto da população, da qual o turista e mesmo o demandante por serviços de transporte como meio de acesso a atividades recreativas representam apenas uma parcela dos usuários. Tal aspecto é válido para os diversos modais, inclusive o aquaviário. Em síntese, “o turismo é um usuário do sistema de transportes, e não seu produtor” (Roná, 2002: p. 87, grifo original).

*Pari passu* a tais constatações, a massificação do turismo tem exigido uma adequação sensível do sistema transportes para tanto. O turismo de massa, aquele que tende a ser o foco de várias estratégias de fomento às atividades turísticas como geradoras de divisas, traz suas próprias peculiaridades nesse tocante. De acordo com Cohen (1972: p. 166-167, apud Jaakson, 2004: p. 44), “o turista moderno não abandona seu ambiente habitual por um novo, posto que o mesmo é transposto para o solo estrangeiro em uma ‘bolha ambiental’ de sua cultura nativa”, o turista de massa “vê as pessoas, os lugares e a cultura daquela sociedade através dos muros protetores de sua ‘bolha ambiental’”. É de se esperar que tal comportamento, ocorrendo de fato, tende a repercutir em alguma medida nos componentes do sistema de transportes mais sensíveis às demandas turísticas.

No caso específico dos transportes aquaviários, além de ser um meio para o turista chegar a seu destino, há uma variante na qual a viagem é a própria atração turística. Trata-se da experiência dos cruzeiros. A peculiaridade dos cruzeiros reside muitas vezes no fato de sua clientela optar pelo meio de transporte aquaviário não por causa estrita do destino da viagem, mas, sim, pelo desfrute da viagem *per se* acoplada às paradas nela previstas (os vários ou o destino da mesma).<sup>1</sup> Nesse sentido, a indústria dos cruzeiros foge em boa medida da metáfora de Seekings. Mais: a demanda por navios desse segmento define a produção dos meios de transporte adequados à tal finalidade.

Há outro aspecto interessante e digno de menção no tocante à indústria “cruzeirística”: esta parece ser a experiência turística mais condizente e aguda da teoria da “bolha ambiental” descrita por Cohen – ou “bolha turística” nos termos de Jaakson. Segundo Jaakson, o navio de cruzeiro consiste numa “bolha fechada” cujo isolamento total só cessa ao chegar nos portos. Mesmos assim, ao pisar em terra firme, o turista de cruzeiro não necessariamente sai dessa ambiência que lhe envolve: há uma migração entre diferentes bolhas, algumas das quais podendo até serem caracterizadas como bolhas abertas, a exemplo

---

<sup>1</sup> Esse fenômeno ocorre também, mas em dimensão muitíssimo mais estrita, no transporte aéreo, através dos serviços de vôos panorâmicos.



dos parques temáticos, acessíveis tanto pelo turista que desembarca quanto por visitantes residentes.

Dada a extensão da costa brasileira, bem como a imponência dos rios em território nacional, o estudo visa analisar as possibilidades de incremento da indústria de cruzeiros no País, bem como de adequação e aprimoramento da estrutura de transportes aquaviários de modo geral para as atividades turísticas. Dentro desse objetivo maior, a proposta inclui os seguintes objetivos específicos:

- analisar aspectos da interação entre o sistema de transporte aquaviário e o turismo no Mundo e no Brasil;
- expor iniciativas de outros países – políticas, planos e medidas – no que tange à criação de sinergia entre o sistema de transporte aquaviário e as atividades turísticas, incluindo aí a indústria de cruzeiros;
- avaliar a competitividade do segmento de serviços de transporte aquaviário brasileiro em termos de capacidade para atrair turistas (mormente no caso dos cruzeiros) e de contribuição para o turismo em geral (na condição de atividade-meio);
- propor políticas públicas para aprimorar o sistema de transporte aquaviário para uso turístico, bem como para incrementar a indústria de cruzeiros e os gastos em território nacional de seus passageiros.

Para tanto o trabalho, para sua versão final, estará estruturado da seguinte forma:

a) Transporte aquaviário e a indústria de cruzeiros no globo

- A indústria de cruzeiros nos dias atuais: caracterização, *marketing* e demanda;
- Aspectos de oferta e da estrutura de mercado;
- Fatores-chave de impulso do segmento;
- A indústria de cruzeiros e a indústria naval;

b) Turismo e transporte aquaviário no Brasil

- Transporte aquaviário e turismo – aspectos básicos

- A indústria dos cruzeiros em território brasileiro
- Aspectos da demanda por cruzeiros no País
- Aspectos da oferta por cruzeiros no País
- Estudo de caso: passeios fluviais e cruzeiros no Estado do Amazonas
- Desafios e problemas

## 2) Transporte Aquaviário e a Indústria de Cruzeiros no Globo

O transporte por águas foi o grande meio de transporte por longas distâncias até o advento das ferrovias e principalmente da aviação. Este último ocupou o espaço do transporte marítimo de passageiro principalmente como meio de locomoção transoceânico. Acoplado a tanto, encontra-se o próprio fenômeno histórico de redução no tempo de deslocamentos e viagens, resultando no “encolhimento” do globo terrestre. Tal encolhimento foi e tem sido decisivo para o próprio turismo.

Ainda assim, o transporte aquático continua como importante meio para levar e trazer produtos em grandes quantidades, bem como de passageiros para traslado, principalmente em distâncias não tão grandes como aquelas supridas sobejamente por aviões a jato, bem como opção única para localidades não servidas por modais alternativos, a exemplo de localidades separadas por rio ou grandes lagos, muitas vezes servidas como na Europa pelos *ferry-boats*.

Dentre as vantagens do transporte aquaviário estão a comodidade, possibilitando ao passageiro usufruir a viagem de diversas formas, principalmente na oferta de serviços, diferentemente de outras modalidades de transporte; economia, dado que tem uma restrição muito menor do que outros meios no tocante a comportar bagagens; a capacidade, permitindo transportar uma quantidade substantiva de pessoas ao mesmo tempo; e a segurança, posto que os países com zonas costeiras possuem normas de segurança razoavelmente rígidas. Já os pontos negativos residem na lentidão, o que o tornando inapropriado para o viajante a negócios caso tenha outras opções; pouca flexibilidade, exigindo a predeterminação de itinerários; custo e necessidade de investimento. (Torre, 2002: p. 243-245.)

Entretanto, mesmo em se tratando de grandes distâncias, parcela do transporte de passageiros tem sido servida por vias marítimas e fluviais à medida que a viagem seja o fim em si mesmo, conforme mencionado anteriormente para o caso dos cruzeiros, bem como para passeios marítimos e

fluviais. Diferencia os passeios propriamente ditos dos cruzeiros o fato dos últimos serem simultaneamente um meio de transporte e de hospedagem, incluindo o pernoite.

Em seu limiar, em fins do século XIX e início do século XX, as grandes viagens envolvendo passeio eram feitas junto com o transporte de passageiro cujo mote era a migração. Porém mesmo quando os cruzeiros passaram a ser feitos com o mote exclusivo para passeio, a indústria “cruzeirística” continuou se pautando num *marketing* guiado pelas paragens de destino da viagem ou dos portos visitados.

## **2.1. A Indústria de Cruzeiros nos Dias Atuais:**

### **Caracterização, *Marketing* e Demanda**

No começo dos anos 1970, o foco começou a ser modificado: o *marketing* começou a ser direcionado para a experiência de viajar em navio por si só, em que pese a rota e os pontos de parada serem elementos essenciais da mesma. Outro componente acoplado às viagens, cuja introdução se deve a um dos grandes *players* do segmento, a estadunidense Carnival, foi promover seus navios como “*fun ships*” (Weaver, 2005; e Dickinson e Vladimir, 1997). Esse foi, aliás, um dos fatores propulsores da Carnival, conforme relatado por Dickinson e Vladimir (ibid.). Em suma, nos cruzeiros, o passageiro é simultaneamente passageiro e turista.

Outro grande elemento difusor da indústria dos cruzeiros foi o advento do seriado televisivo norte-americano “Barco do Amor” em 1977, filmado em dois navios da empresa Princess. O sucesso do programa contribuiu para montar uma imagem positiva sobre os cruzeiros, bem como para disseminar o conceito desse produto de lazer ou forma de turismo.

Os esforços das empresas envolvidas no setor também foram conducentes a que a experiência “cruzeirística” deixasse de ser um produto tipicamente de elite. Duas constatações sustentam esse argumento. Primeiramente, tomando-se o mercado norte-americano, aumentou a

participação dos itinerários de baixa duração quando medidos em número de passageiros. Comparando-se 1980 com 2004 (ver as duas próximas tabelas), os cruzeiros com 2 a 5 dias de duração ampliaram sua fatia, de 24,3% para 31,4%. Por sinal dentre as categorias de duração do cruzeiro, foi a única a apresentar acréscimo de participação, subindo de 347 mil passageiros para 2,86 milhões, um aumento de 724,5%. O total de passageiros, a seu turno, cresceu de 1,4 milhões em 1980 para 9,1 milhões em 2004, taxa de expansão de 536,4%. Resumindo, ganharam mais fôlego as viagens mais curtas que, obviamente, tendem a ser as mais baratas, acessíveis a um número maior de famílias.

**Tendência em duração de Viagens de Cruzeiro  
Mercado Norte-Americano**

Categoria	Passageiros (mil)		Crescimento (%)
	1980	2003	
2-5 dias	347	2.861	724,5
6-8 dias	846	5.054	497,4
9-17 dias	221	1.161	425,3
18 ou mais dias	17	31	82,4
Total	1.431	9.107	536,4

Fonte: CLIA Year End Passenger Carrying Reports, apud CLIA, primavera de 2005.

**Tendência em Duração de Viagens de Cruzeiro  
Mercado Norte-Americano**

Categoria	Parcela do Mercado (%)		Crescimento (p.p.)
	1980	2004	
2-5 dias	24,3	31,4	7,1
6-8 dias	59,1	55,5	-3,6
9-17 dias	15,4	12,8	-2,6
18 ou mais dias	1,2	0,3	-0,8
Total	100,0	100,0	n.s.a.

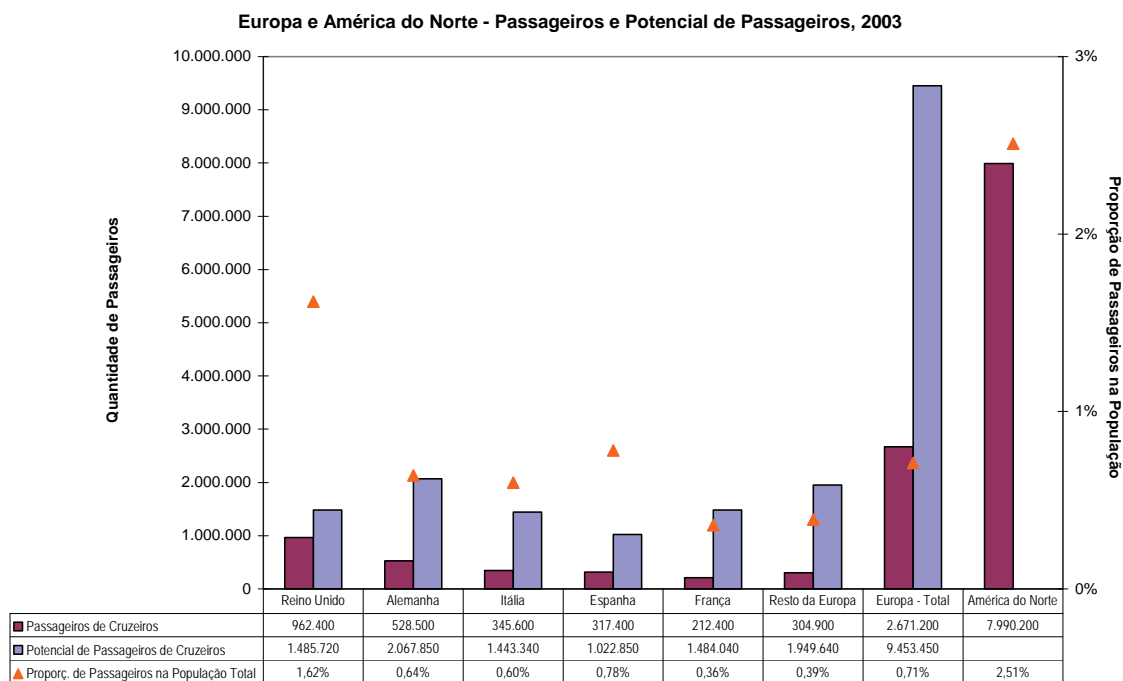
Fonte: CLIA Year End Passenger Carrying Reports, apud CLIA, primavera de 2005.

A segunda constatação reside na queda de preço do cruzeiro para seu consumidor. Uma avaliação feita pela empresa Carnival concluiu que, mesmo com aumento nos serviços e na qualidade da indústria “cruzeirística”, o preço dos cruzeiros atualmente corresponde à metade daquele de 25 anos atrás

(Publituris, 28 mar. 2006). O exemplo mostrado pela companhia foi o do preço mínimo para uma viagem de sete dias pelo Caribe com saída de Miami, atualmente de US\$ 599, que, em 1980, custava US\$ 1.373 em valores corrigidos para o presente ano.

Os elementos acima arrolados contribuíram e continuam a contribuir para uma expansão vigorosa desta modalidade de viagem. Segundo Morrison et al. (1990, apud Page, op. cit.: 130), de 1965 a 1990, i.e., em 25 anos, os cruzeiros se constituíram no tipo de viagem de maior incremento nos Estados Unidos. Complementando, de 1989 a 1994, a demanda aumentou de 3,3 milhões de pessoas para 4,6 milhões (Peisley, 1995 apud Page, id. ibid.). Não obstante, conforme Coulson (2003: p. 230), em fins da década de 1990, o mercado norte-americano aparentemente estava dando mostras de maturidade, com as taxas de crescimento diminuindo. Acresça-se a tanto o impacto dos atentados terroristas de 11/09/2001 em Nova Iorque e a subsequente queda nas viagens a passeio dos estadunidenses. Isso, porém, não impediu uma posterior retomada, inclusive com uma resposta rápida da indústria “cruzeirística” no sentido de ofertar mais viagens sem necessidade de trânsito aéreo.

Cezare fez um exercício interessante, ainda que sem grandes sofisticções, acerca do potencial de mercado para cruzeiros da Europa, partindo do número de passageiros europeus em 2003, segundo o European Cruise Council e qual seria a quantidade de passageiros se a proporção dos passageiros em viagens de cruzeiro na população total fosse igual a da América do Norte no mesmo ano, a saber, 2,51%. Com isso, chegou-se à tabulação abaixo.



Fonte: Elaboração própria a partir de cálculo feito por Cezare (s/d), com base em dados do European Cruise Council e da G P Wild.

Deste modo, se a Europa como um todo tivesse o nível de penetração das viagens de cruzeiro também de 2,51%, o contingente de passageiros do Velho Continente seria de 9,4 milhões, ao invés de 2,7 milhões, como observado em 2003. Essa magnitude em potencial superaria a quantidade de passageiros de fato da América do Norte, equivalente a 8 milhões em 2003, bem acima do número de fato de passageiros europeus.

Este comportamento recente do maior mercado mundial, o potencial constatado e a contribuição para viagens fluviais com o fim do bloco socialista na Europa, além da existência de classes sociais com poder aquisitivo em outros países – Coulson (ibid.) cita especificamente Coréia do Sul e Brasil – trouxeram perspectivas adicionais para a indústria cruzeirística.

Na hipótese de mercados menos maduros continuarem a crescer a taxas maiores, pode até haver mudanças quanto ao peso dos principais destinos de preferência. Isso se reflete, por exemplo, na supremacia do Caribe devido à clientela estadunidense. Uma fatia maior por parte da clientela europeia

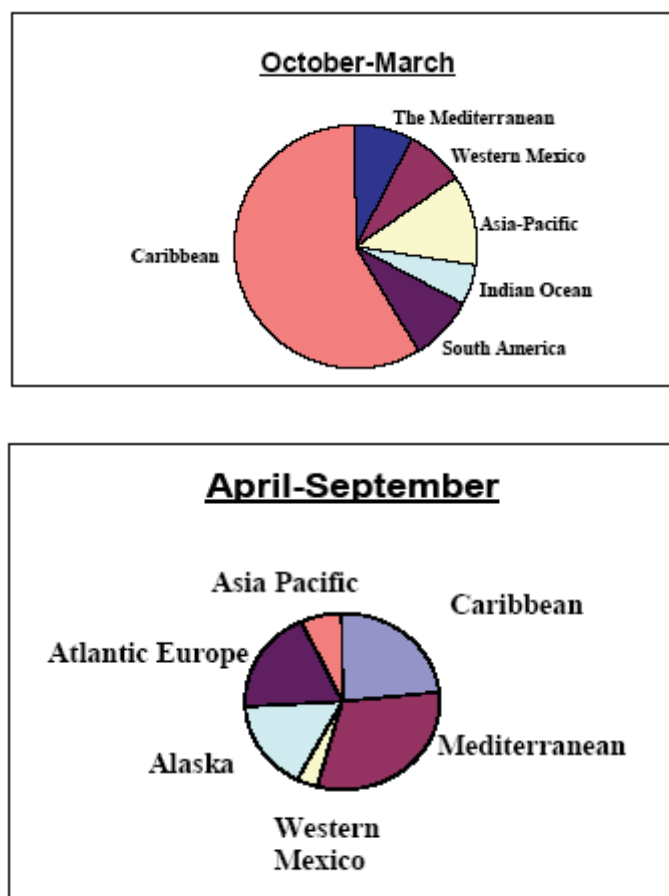
significaria, por exemplo, uma parcela maior da região do mar Mediterrâneo enquanto destino dos cruzeiros.

Outro ponto a explicitar reside no caráter sazonal da atividade “cruzeirística”. Assim o Caribe prepondera na condição destino no período de outubro a março, enquanto o Mediterrâneo galga esse status em abril-setembro. Atente-se para o fato de que, embora o Caribe experimente uma queda em sua participação em abril-setembro, ainda mantém uma parcela bem representativa. O mesmo não ocorre em relação ao Mediterrâneo, cuja perda de fatia de mercado é acentuada na passagem de abril-setembro para outubro-março.

O gráfico abaixo representa a aludida sazonalidade e não se restringe a tal aspecto. Para o interesse do presente trabalho há de se notar a presença da América do Sul restrita somente ao período de outubro a março. Seu espaço, bem como o da Ásia-Pacífico, é ocupado no período abril-setembro pelo Alasca e pelo Atlântico Europeu, destinos que praticamente desaparecem em outubro-março.



## Tendências Globais de Sazonalidade no Segmento de Cruzeiros



Fonte: Crisil, dez. 2005.

### 2.2. Aspectos da Oferta e da Estrutura de Mercado

De fato a indústria dos cruzeiros tem se expandido bastante em termos globais, com a respectiva resposta da oferta ante a demanda ascendente. Conforme relatado por Cezare (s/d), a oferta de cabines disponíveis para passageiros pelo segmento cruzeirístico cresceu bastante entre 1990 e 2005, atingindo a marca de 334,5 mil cabines<sup>2</sup>. Em 1995, a oferta não chegava à metade: 132,5 mil. No ano de 1990, existiam 93,4 mil.

---

<sup>2</sup> A mensuração por cabines traz implícita a ocupação desta por duas pessoas, conforme convencionado no segmento. Devido a essa peculiaridade o uso da capacidade instalada de um navio de cruzeiro pode ultrapassar 100%. É o caso em que cabines são ocupadas por mais de duas pessoas, e.g., um casal com um filho.

**Indústria de Cruzeiros  
Oferta Mundial de Cabines de Passageiros**

Ano	Cabines de Passageiros	Var. %
1990	93.452	-
1991	100.652	7,70
1992	108.758	8,05
1993	114.112	4,92
1994	122.200	7,09
1995	132.526	8,45
1996	147.484	11,29
1997	164.104	11,27
1998	185.217	12,87
1999	201.458	8,77
2000	217.000	7,71
2001	231.100	6,50
2002	255.442	10,53
2003	293.098	14,74
2004	314.990	7,47
2005	334.508	6,20

Fonte: The Cruise Industry News 2002, Seatrade Cruise Review, March 2005, apud Cezare s/d.: p. 16.

Tal incremento na oferta é acompanhado também pela ampliação dos serviços oferecidos dentro dos navios, importantes geradores de receita para os atores do segmento. Essa característica parece estar intimamente relacionada à constatação feita por Jaakson, segundo a qual o navio de cruzeiro é um caso extremo de “bolha turística”: o turista permanece isolado envolvido pelo seu ambiente de origem, excetuando-se quando o mesmo desembarca. E mesmo ao desembarcar, o passageiro tende a sair de uma bolha para outra, ainda que possa adentrar “bolhas abertas” (parques temáticos, museus etc.), nas quais há presença de residentes. De qualquer modo, a estratégia das empresas abarca a oferta de serviços dentro das embarcações de sorte a maximizar os ganhos.

Tais apontamentos devem ser considerados em conjunto com uma outra característica da indústria de cruzeiros: a concentração do segmento. Três corporações respondem por 71% da capacidade total do globo: Carnival Corp. & Plc (Carnival), com cerca de 43%; Royal Caribbean Cruises Ltd (Royal Caribbean ou simplesmente RCCL), detendo aproximadamente 20%; e Star Cruises (Star), responsável por 8% da capacidade mundial. Carnival e Royal

Caribbean têm suas respectivas sedes no Estado do Flórida nos EUA, enquanto a Star, subsidiária da Genting Corporation, está sediada na Malásia.

### **2.3. Fatores-chave de impulso do segmento<sup>3</sup>**

Tomando como base o trabalho da Crisil para o Governo da Índia, pode-se elencar os fatores-chave do segmento de viagens de cruzeiro.

- Organização estratégica da frota para maximização de receita, o que requer em última instância o delineamento de itinerários com apelo para um público amplo;
- A questão do itinerário também envolve requisitos-chave para os passageiros, incluindo:
  - Acessibilidade – com a ampliação dos cruzeiros de curta duração, o tempo de embarque e desembarque ganham proeminência ainda maior;
  - Estações/ sazonalidade – como antes visto, este é um requisito relevante inclusive para a gestão da frota;
  - Novos produtos – o apelo de novas rotas, regiões ou portos também é importante à medida que os passageiros se repetem;
  - Destinos variados/ múltiplos – este requisito deriva do apelo em se visitar mais de um porto, principalmente em viagens com duração de 7 a 10 dias ou mais; desse modo, tem se enfatizado “a região como destino” ao invés dos portos;
  - Alta qualidade dos serviços portuários – é uma exigência cada vez maior, pois a agilidade alfandegária e a prestação de serviços típicos aos turistas – formalidades rápidas – são essenciais para que se

---

<sup>3</sup> Este item está amplamente baseado no trabalho concluído em dezembro de 2005 pela Crisil para o Governo da Índia.

comporte a chegada dos mesmos, citando-se também como fatores logísticos e operacionais berços seguros e aparelhados; instalações para passageiros; provisões; serviços de reparos náuticos; segurança (Silva, 2006: p. 159) – a tabulação abaixo expõe a estrutura disponibilizada por alguns portos no globo.

**Infra-Estrutura em Portos Internacionais Relevantes**

Descrição	Miami (EUA)	Sidnei (Austrália)	Seattle (EUA)	Dover (Reino Unido)	Dubai	Cingapura	Port Everglades (Flórida)
Ancoradouro	X	X	X	X	X	X	
Passadiço			X				
Terminal (prédio)	X	X	X	X	X	X	X
Saguão de passageiros	X	X		X	X	X	X
Balcão de bagagens					X	X	X
Centro de informação ao turista		X	X				
Água potável/ para beber	X	X	X	X	X	X	X
Toilets/ Chuveiro/ Armários	X	X	X	X	X	X	X
Casa de câmbio/ Bank ATM	X	X	X	X	X	X	
Internet Café/ Centro de Comunicação	X	X	X	X	X	X	X
Cafeteria/ Restaurante	X	X	X	X	X	X	X
Duty free souvenir shop	X				X	X	X
Estrutura para excursão/ Operador turístico				X	X		
Serviço de taxi	X	X	X	X		X	
Acesso ferroviário/ Serviço de ônibus	X		X	X			
Estacionamento	X	X	X	X			X
Aeroporto doméstico	X	X	X	X	X	X	
Aeroporto internacional	X	X	X	X	X	X	
Clínica médica	X					X	
Posto alfandegário	X		X	X			
Balcão de imigração	X		X	X	X		
Security check counter	X	X	X		X		
Port Health Officer			X				
Polícia				X			
Cadeira de rodas				X	X	X	X
Elevador	X			X			X
Mapa do terminal			X				
Estrutura portuária para cruzeiros	X						
Centro de entretenimento/ Cinema (prédio)					X		
Ar condicionado						X	X
Correio						X	
Ligação aeroporto - terminal de navios				X		X	X

Fonte: Crisil, dez. 2005.

- Vantagem atinente a porto de base (*home porting advantage*) – assume caráter primacial pela necessidade de poder contar com vias de acesso a outros modais agilizando os atos de ir e vir tão necessários a portos de onde zarpam e para os quais retornam as embarcações de cruzeiros;
- Flexibilidade de reposicionamento – em que pese o planejamento de rotas tenha normalmente cinco anos de antecedência, eventos recentes demonstraram a poder das empresas do segmento de se reposicionarem rapidamente ante turbulências, a exemplo dos atentados terroristas em

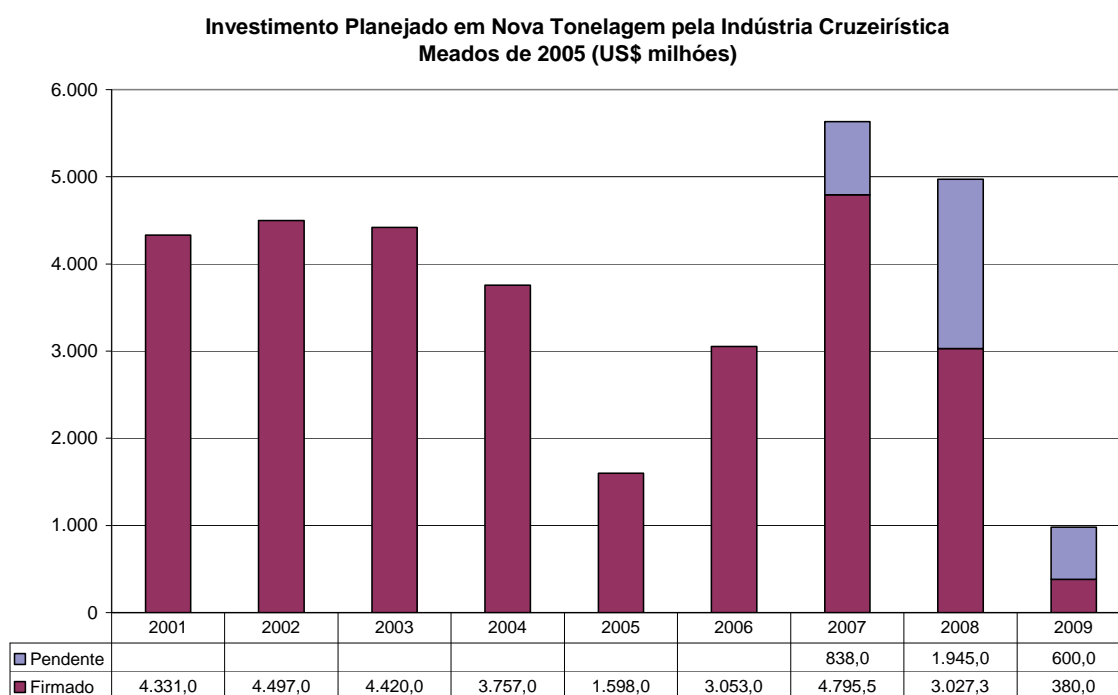
Nova Iorque, obrigando o segmento a priorizar o acesso rodoviário aos pontos de partida em detrimento do acesso aéreo.

- Capacidade como condutora do mercado – Como o ciclo de planejamento do segmento é continuamente guiado pela necessidade de gerar demanda, isto impele o segmento a ampliar o tamanho e o número de novas embarcações a serem construídas, ainda mais que essas ampliações são feitas baseadas em projeções de longo prazo – no curto prazo os ajustes costumam ser feitos via preços, com redução quando há arrefecimento na procura.
- Padrões ambientais estritos – é ilustrado pela adoção dos membros do International Council of Cruise Lines (ICCL) de padrões ambientais para todos os seus navios de cruzeiro – não custa lembrar que um navio de cruzeiro libera o equivalente a 12 mil carros de poluentes no ar (Vidigal et al., 2006).
- Avanços na aviação internacional – esse fator torna-se cada vez mais importante à medida que os clientes adotam roteiros “cruzeirísticos” de menor duração porém com maior frequência, configurando uma relação de fidelidade entre o passageiro e essa modalidade turística, pressupondo acesso rápido e contínuo entre a residência do cliente e o porto de saída do navio.

## 2.4. A Indústria de Cruzeiros e a Indústria Naval

A capacidade desse serviço também é estimulada pelos subsídios concedidos à indústria naval, como ocorre na França, Finlândia, Itália e Ásia, por vezes alcançando 30% do custo de produção (Burt, 1998: p. 4, apud Page, op. cit.: pp. 129-130). Assim, o grande bem de capital das companhias de navios de cruzeiros tem seu preço reduzido.

Aliás, as perspectivas em torno do aumento na capacidade instalada – obviamente demanda por novos navios – são favoráveis. O próximo gráfico salienta os investimentos planejados pelo segmento de cruzeiros, conforme se apresentavam em meados de 2005. Para 2007, já haviam sido firmados contratos de US\$ 4,8 bilhões, com a possibilidade de inversões adicionais de US\$ 838 milhões. Para 2008, os investimentos planejados já se aproximam de US\$ 5 bilhões entre pendentes e firmados, tal como se levantou em 2005.



Fonte: G. P. Wild (International) Limited, apud Wild, 2006: p. 49.

Assevere-se que tais inversões adquiriram fôlego após um ano de baixos investimentos, 2005, decorrência de fenômenos diversos, como a pandemia do

SARS na Ásia, bem como as guerras do Afeganistão e do Iraque. (Wild, 2006: p. 48.) Porém os anos subseqüentes foram de forte recuperação. Inclusive, em 2006, entrou em operação o maior navio de cruzeiros do mundo, o Freedom of the Seas da empresa Royal Caribbean. A embarcação custou US\$ 800 milhões e tem três vezes mais a capacidade do Titanic, i.e., 4.400 pessoas (Veja, 21 jun. 2006: p. 41). E este gigantismo é uma tendência, pois o crescimento da oferta tem sido puxado por navios com capacidade superior a duas mil pessoas – ver a tabulação a seguir.

#### Maiores Navios do Mundo

RANKING	NAVIO	CIA	TONELAGEM	PASSAGEIROS
1º	FREEDOM OF THE SEAS	ROYAL CARIBBEAN	158.000 toneladas	4.370
2º	QUEEN MARY	CUNARD	151.200 toneladas	2.620
3º	ADVENTURE OF THE SEAS	ROYAL CARIBBEAN	142.000 toneladas	3.114
	EXPLORER OF THE SEAS	ROYAL CARIBBEAN	142.000 toneladas	3.114
	MARINER OF THE SEAS	ROYAL CARIBBEAN	142.000 toneladas	3.114
	NAVIGATOR OF THE SEAS	ROYAL CARIBBEAN	142.000 toneladas	3.114
	VOYAGER OF THE SEAS	ROYAL CARIBBEAN	142.000 toneladas	3.114
	8º	SAPPHIRE PRINCESS	PRINCESS CRUISES	113.000 toneladas
DIAMOND PRINCESS		PRINCESS CRUISES	113.000 toneladas	2.600
10º	COSTA CONCORDIA	COSTA CRUZEIROS	112.000 toneladas	3.800
	CARNIVAL CONQUEST	CARNIVAL	110.000 toneladas	2.758
	CARNIVAL TRIUMPH	CARNIVAL	102.353 toneladas	2.758
	CARNIVAL VICTORY	CARNIVAL	102.353 toneladas	2.758
14º	CARNIVAL DESTINY	CARNIVAL	101.353 toneladas	2.462
15º	COSTA FORTUNA	COSTA CRUZEIROS	105.000 toneladas	3.470
	COSTA MÁGICA	COSTA CRUZEIROS	105.000 toneladas	3.470

Fonte: Newmon Travel & Conventions, 28 ago. 2006.

### **3) Turismo e Transporte Aquaviário no Brasil**

Para o Brasil, detentor de extensa zona costeira (7 mil quilômetros de costa) e de bacias hidrográficas com extensões propícias para o transporte fluvial, é interessante averiguar as oportunidades atinentes à imbricação entre transporte aquaviário e atividades turísticas, em especial ao ascendente mercado dos cruzeiros.

#### **3.1. Transporte Aquaviário e Turismo - Aspectos Básicos**

No Brasil, o valor adicionado a preços básicos (VApb) do segmento de transportes representou 2,0% do produto interno bruto (PIB) em 2005. Ainda segundo as contas nacionais, o valor adicionado a preços básicos dos serviços de transporte cresceu 4,9% em 2004 e 3,2% em 2005, ou seja, logrou incremento acima do PIB do Brasil. Registre-se, no entanto, que, no início dos anos 1980, a participação do VApb dos transportes chegou a representar 4,8% do PIB.

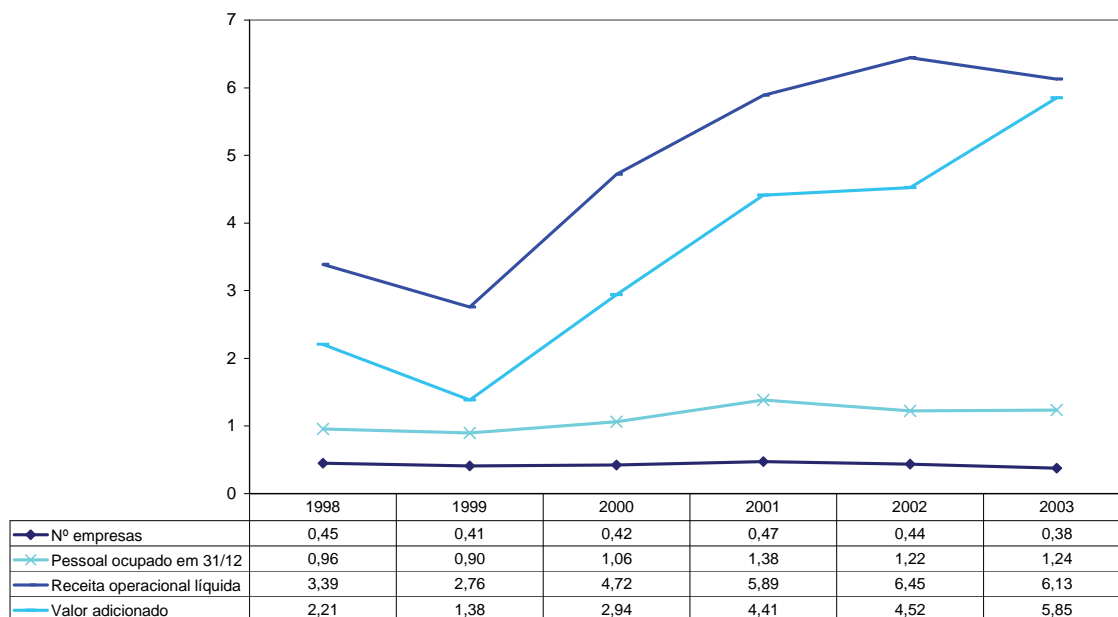
Especificamente quanto ao transporte aquaviário, pode-se averiguar seu peso em relação aos serviços de transporte como um todo através da Pesquisa Anual de Serviços (PAS) do IBGE. O transporte aquaviário representou em 2003, dentro dos serviços de transporte: 5,8% do valor adicionado, com crescimento participativo ininterrupto desde 1998; 6,1% da receita operacional líquida; mas apenas 1,2% do pessoal ocupado; e 0,4% do número de empresas.

Deste modo, a produtividade do trabalho – medida pela razão entre valor adicionado (em R\$ mil de 2003) e pessoas ocupadas – é bem maior nos serviços de transporte aquaviário do que nos serviços de transporte como um todo no decorrer de todo o intervalo que vai de 1998 a 2003. Adicionalmente, os serviços de transporte aquaviário têm apresentado uma produtividade crescente ao longo desde 1999.

O aumento da produtividade por si só é um fator de relevo, mas deve-se frisar que esse fenômeno pode estar atrelado a um incremento no nível de intensidade de capital do segmento em questão. Ou seja, os serviços de transporte aquaviário podem estar atravessando por um período de mudanças em sua configuração.

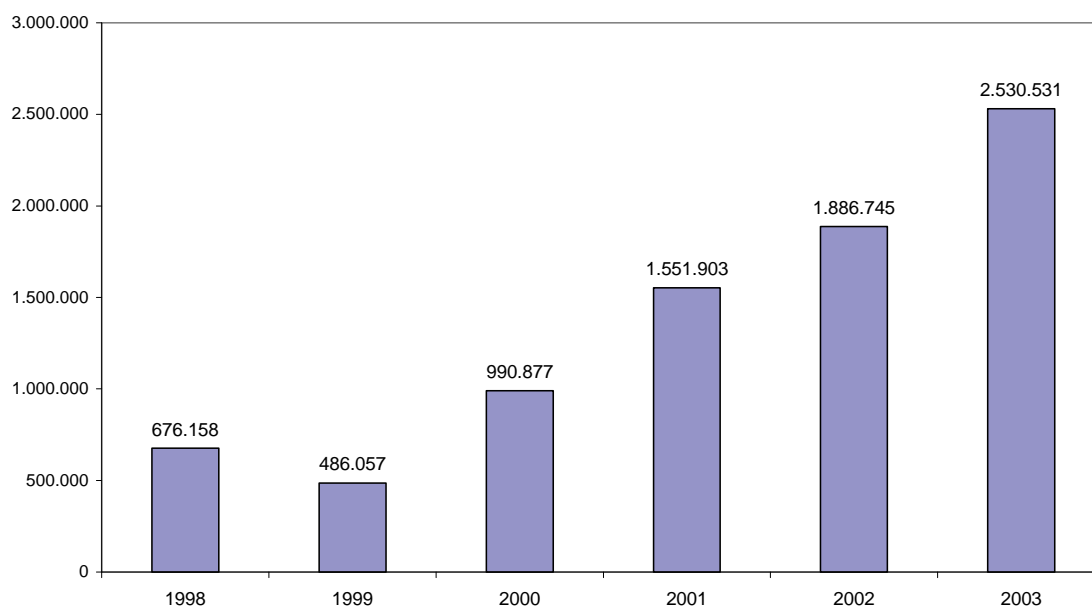


**Transporte Aquaviário no Brasil**  
**Peso nos Serviços de Transporte Segundo Variáveis Seleccionadas (%)**



Fonte: Elaboração própria a partir de IBGE/PAS, vários anos.

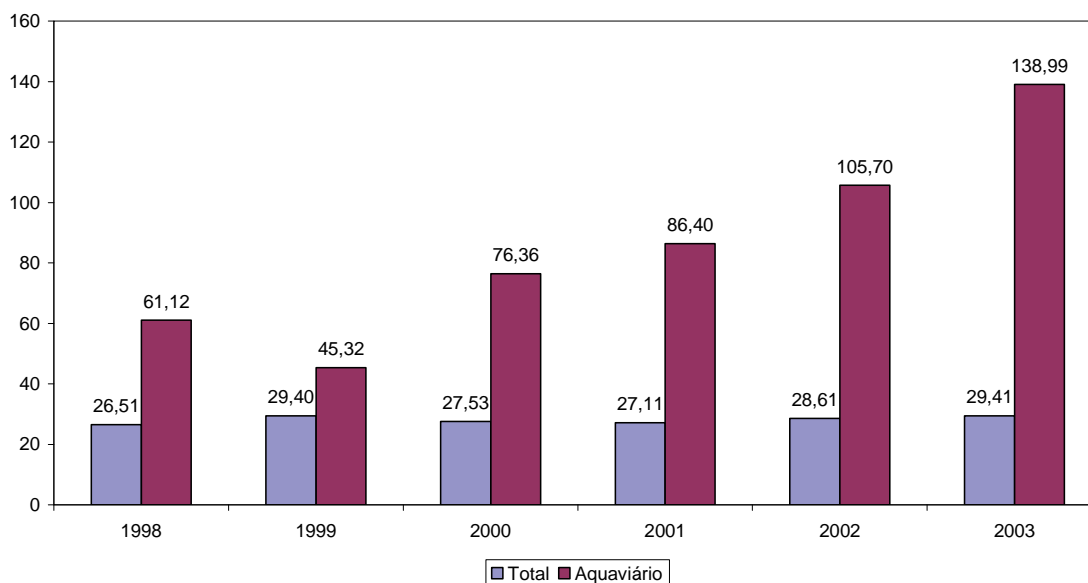
**Transporte Aquaviário no Brasil - Valor Adicionado (R\$ mil de 2003)**



Fonte: Elaboração própria a partir de IBGE/PAS, vários anos.

Notas: Valor adicionado, conforme a Pesquisa Anual de Serviços (não inclui os ajustes concernentes ao setor quando o valor adicionado é estimado para as contas nacionais do Brasil); valores deflacionados pelo deflator implícito do valor adicionado a preços básicos dos serviços de transporte.

Produtividade do Trabalho nos Serviços de Transporte Total e Aquaviário  
R\$ mil de 2003



Fonte: Elaboração própria a partir de IBGE/PAS, vários anos.

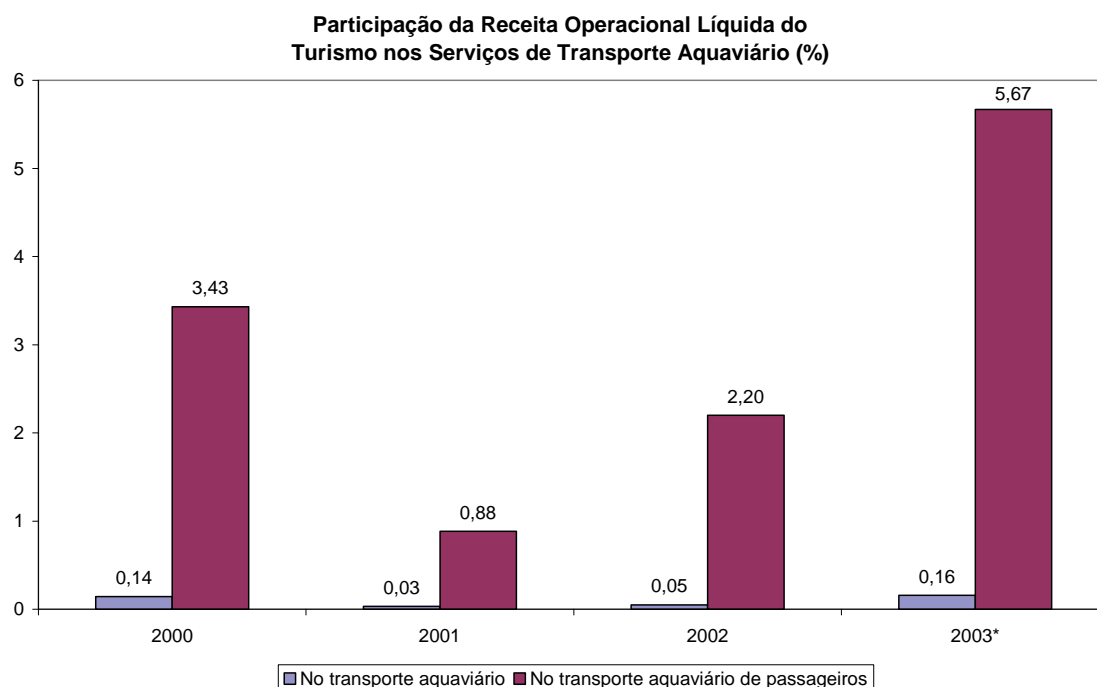
Notas: Produtividade calculada pela divisão do valor adicionado em R\$ mil de 2003 sobre pessoal ocupado em 31/12; valor adicionado, conforme a Pesquisa Anual de Serviços (não inclui os ajustes concernentes ao setor quando o valor adicionado é estimado para as contas nacionais do Brasil); valores deflacionados pelo deflator implícito do valor adicionado a preços básicos dos serviços de transporte.

A pesquisa por produtos da PAS revela a participação dos serviços de transporte aquaviário para turistas no total de serviços prestados pelas empresas informantes de transporte aquaviário (somente empresas com 20 ou mais pessoas ocupadas no caso do detalhamento em questão) entre 2000 e 2003. Ressalve-se que a pesquisa não distingue entre turismo via cruzeiros ou via apenas passeios marítimos, fluviais ou lacustres. A participação do serviço de turismo respondeu por menos 0,2% da receita das empresas de transporte aquaviário informantes em todos os anos da série. Esse percentual ínfimo decorre da baixa participação das receitas com transporte de passageiros em geral *vis-à-vis* o transporte aquaviário de cargas, que em todos os anos representou mais de 90% da receita operacional líquida dos serviços de transporte por vias aquáticas.

Já a proporção da receita com turismo no total de transporte aquaviário de passageiro declinou bastante de 2000 a 2001, de 3,4% para 0,9%, crescendo

para 2,2% no ano seguinte. O dado para 2003 deve ser visto com reservas, pois o mesmo incorpora os outros serviços não-regulares, devido ao fato do critério de desidentificação não permitir a abertura dos dados para esses outros serviços (2 informantes apenas), forçando também a desidentificação para o serviço de turismo. Logo a proporção refere-se à agregação da receita do turismo com a dos outros serviços seja no total de transporte aquaviário, seja no total de transporte aquaviário de passageiro.

Posto isto, a melhor forma de apreender os números consiste na média da receita operacional líquida por informante, conforme a próxima tabela. Nessa direção, observa-se que a ROL por informante é bem menor no turismo do que para o transporte aquaviário de passageiro em geral. Em 2001, chegou a ser mais de 20 vezes menor e no ano seguinte 10 vezes menor. Para 2003, caso se suponha que os outros serviços não-regulares não enviessem a média, houve um aumento substantivo na ROL por informante para o turismo – ver linha sobre o transporte aquaviário não-regular. O crescimento real em valores chegou a quase 3 vezes em relação a 2002.



Fonte: Elaboração própria a partir de IBGE/PAS/Suplemento.

Nota: Dados obtidos a partir de empresas informantes com 20 ou mais pessoas ocupadas.

\* Inclui "outros serviços não-regulares", i.e., equivale ao transporte não-regular.

**Transporte Aquaviário - Receita Operacional Líquida das Empresas com 20 ou mais pessoas ocupadas, segundo produtos/ serviços prestados - 2000-2003**

<b>Receita Operacional Líquida (R\$ mil de 2003)</b>				
	2000	2001	2002	2003
Transporte aquaviário	4.161.673	5.590.403	6.535.182	5.943.673
Passageiros*	171.570	208.234	145.616	163.825
Não-regular**	5.886	1.841	3.202	9.286
Turismo	5.886	1.841	3.202	X

<b>Receita Operacional Líquida por Informante (R\$ mil de 2003)</b>				
	2000	2001	2002	2003
Transporte aquaviário	42.466	56.469	66.686	62.565
Passageiros*	4.766	6.941	4.551	4.551
Não-regular**	654	307	400	1.161
Turismo	654	307	400	X

Fonte: IBGE/PAS/ Suplemento.

Nota: Valores deflacionados pelo deflator implícito do valor da produção dos serviços de transporte segundo as Contas Nacionais do IBGE.

\* Até 2002 compreendia transporte regular; turismo; e fretamento de embarcações com tripulação. Desde 2003, compreende transporte regular e não-regular, com essa última classe se subdividindo em turismo e outros serviços não regulares.

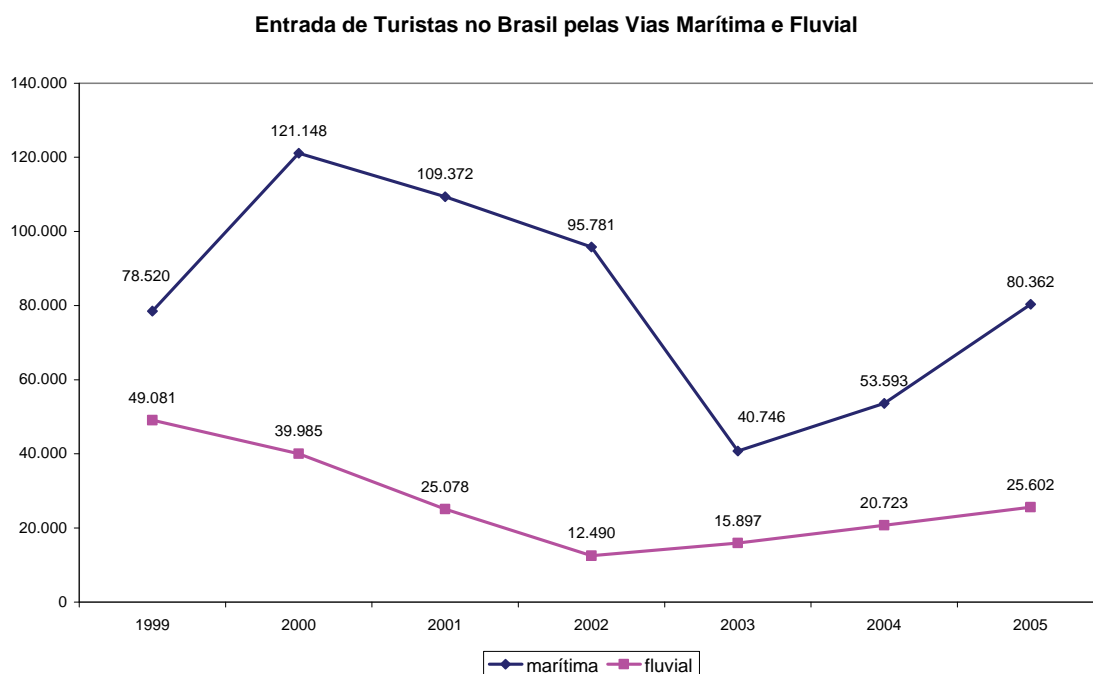
\*\* Até 2002, abrangia somente turismo. Desde 2003, abrange turismo e outros serviços não regulares, sendo que a pesquisa não divulgou dados para esse nível de detalhamento devido à necessidade de desidentificação dos números para outros serviços não regulares (só constavam duas empresas informantes).

Além dos dados da PAS, é interessante observar pelos números divulgados nos Anuários da Embratur a proporção de turistas estrangeiros que desembarcaram no País pelas vias marítima e fluvial no total de entrada de turistas. E o que salta aos olhos é fato de, tanto para o ingresso via marítima quanto via fluvial, os valores para 2004 estarem bem distante dos melhores resultados obtidos no período 1999-2004.

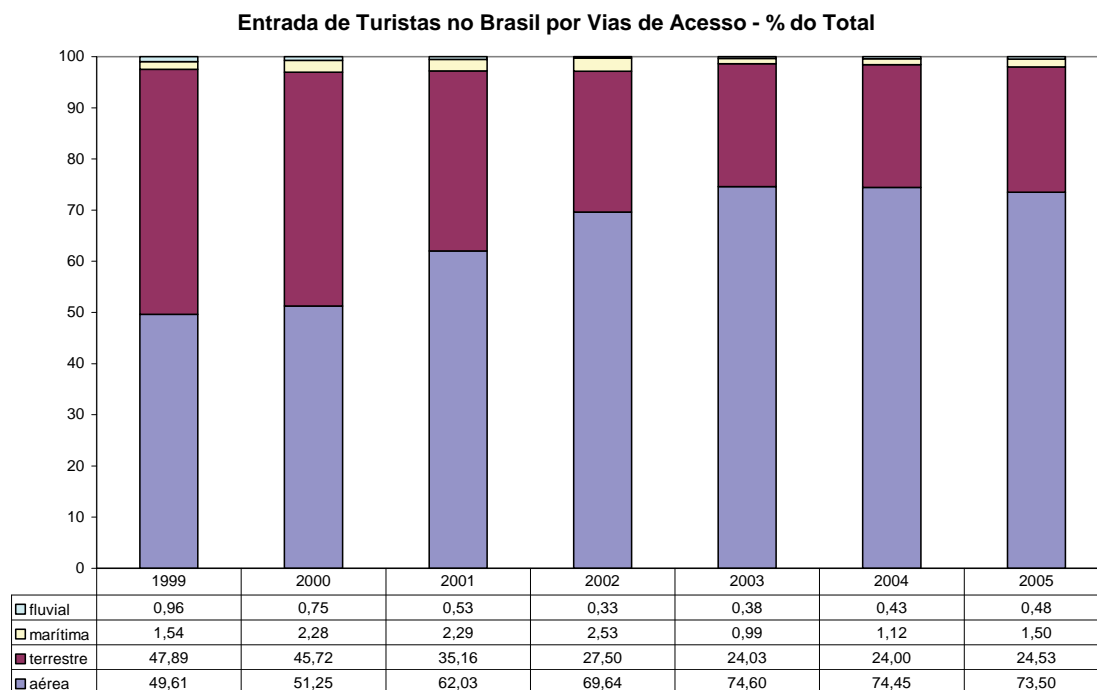
No caso do ingresso pela via marítima, o patamar de 80,4 mil turistas ingressantes em 2005 está bem aquém dos 121,4 mil turistas que entraram em território nacional em 2000 (pico da série 1999-2004). Contudo, tal quantidade de ingressos por essa via em 2005 representou um acréscimo de 49,9% em relação ao ano anterior. Ainda assim, em 2005, os turistas que ingressaram no País pela via marítima responderam por apenas 1,5% do total de turistas que entraram no País – em 2004, a proporção foi ainda menor, de 1,1%. Essa participação chegou a ser de 2,3% em 2000 e em 2001.

Em se tratando da entrada de turistas pelo meio fluvial, a piora foi ainda maior: de 49,1 mil turistas ingressantes em 1999 (maior magnitude da série), a quantidade ficou em 25,6 mil em 2005. Com isso, nesse último ano, os turistas que entraram no Brasil pela via fluvial representaram somente 0,5% do total. Em 1999, a participação era de 1%. O dado positivo é que o ingresso por meio fluvial tem aumentado ininterruptamente desde 2002 (12,5 mil turistas), o pior ano da série.

Embora a evolução dessas séries só tenha se tornado razoavelmente favorável ao transporte aquaviário muito recentemente (em termos de importância para a entrada de turistas no País), há de se fazer uma ressalva relevante: o “consumo” de viagens de navio no Brasil por parte de estrangeiros não é captado em sua totalidade à medida que tais turistas embarquem em cruzeiros a partir do território nacional após desembarcarem no País por via aérea ou terrestre.



Fonte: Elaboração própria a partir de DPF e Embratur, apud Embratur, vários anos.



Fonte: Elaboração própria a partir de DPF e Embratur, apud Embratur, vários anos.

### 3.2. A Indústria de Cruzeiros: Histórico Recente

A modalidade turística dos cruzeiros no Brasil ganhou impulso com a “liberação da navegação de cabotagem, para as embarcações de navios de bandeira estrangeira, do transporte de passageiros, a partir da promulgação da Emenda Constitucional n. 7, de 15-08-1995, a qual alterou o Art. 178 da Constituição da República Federativa do Brasil (...), pois, anteriormente, aos navios estrangeiros era permitido apenas o embarque de passageiros em algum porto brasileiro, com a finalidade posterior e exclusiva de transporte e desembarque em algum porto estrangeiro. Apenas a título de exemplo, até então não era permitido a esses navios cumprirem a rota Rio de Janeiro – Santos, com embarque em porto nacional e posterior desembarque em outro porto nacional.” (Saab, Ribeiro, jul. 2000: p. 3.)

Conforme atentam Saab e Ribeiro (ibid.), como as empresas de cruzeiros marítimos estabelecem seus roteiros de viagem com antecedência de dois anos, muito provavelmente a referida emenda constitucional somente impactou o segmento a partir de 1997, mantendo desde então uma maior presença em

águas territoriais brasileiras. Dessa maneira, os dados anteriormente mencionados acerca do ingresso de turistas estrangeiros obviamente não captam o dinamismo desde então galgado pelo setor no que tange ao mercado interno.

Nesta direção, Bonfim (jun. 2005) é mais preciso, ao identificar a presença em águas brasileiras do navio *Splendour of the Seas*, de 70 mil toneladas, na temporada 1999-2000 como marco do novo período da atividade “cruzeirística” no País. Até então, a história dessa indústria em território nacional tinha à frente os navios de médio porte a cargo da Costa Cruzeiros.

A pujança expansiva do segmento tem transparecido nos números do Rio de Janeiro, (re)conhecida porta de entrada do País para turistas estrangeiros. Além disso, é no Porto do Rio de Janeiro que os navios de cruzeiros atracam mais freqüentemente no Brasil (Sindmar, abr. 2006: p. 55). O quadro abaixo assevera o imponente crescimento das atracções e do número de passageiros na capital fluminense que vem ocorrendo quase que continuamente desde 1998/1999, quando desembarcaram 60,9 mil passageiros para 72 atracções. Houve a notória interrupção da expansão relativa ao impacto dos atentados às torres gêmeas de Nova Iorque em 2001, provocando um declínio nas atracções e no quantitativo de passageiros em 2002/2003 *vis-à-vis* a temporada anterior. Aliás, o patamar atingido em 2001/2002 pelo porto carioca só foi atingido novamente na temporada 2004/2005: 83 atracções, das quais desembarcaram 136,7 mil passageiros, números suplantados em 2005/2006, com 83 atracções e 193 mil passageiros. A expectativa é de que o total de passageiros alcance 250,9 mil em 2006/2007, totalizando 338,7 potenciais turistas caso se considere a proporção aproximada de 1/3 de tripulantes em relação ao número de passageiros.

**Rio de Janeiro, Píer Mauá – Indicadores Seleccionados das Temporadas de Cruzeiros  
1998/1999 – 2006/2007**

1998/1999 – 72 atracções / 60.866 passageiros / 21.303 tripulantes / 82.169 potenciais turistas  
1999/2000 – 74 atracções / 66.350 passageiros / 23.223 tripulantes / 89.573 potenciais turistas / 9,0% variação (%) temporada base de 1998-1999 / 9,0% variação (%) entre temporadas  
2000/2001 – 87 atracções / 91.048 passageiros / 31.867 tripulantes / 122.915 potenciais turistas / 49,6% variação (%) temporada base de 1998-1999 / 37,2% variação (%) entre temporadas  
2001/2002 – 92 atracções / 109.040 passageiros / 38.164 tripulantes / 147.204 potenciais turistas / 79,1% variação (%) temporada base de 1998-1999 / 19,8% variação (%) entre temporadas  
2002/2003 – 72 atracções / 81.818 passageiros / 28.636 tripulantes / 110.454 potenciais turistas / 34,4% variação (%) temporada base de 1998-1999 / -25% variação (%) entre temporadas  
2003/2004 – 78 atracções / 92.832 passageiros / 32.491 tripulantes / 125.323 potenciais turistas / 52,5% variação (%) temporada base de 1998-1999 / 13,5% variação (%) entre temporadas  
2004/2005 – 83 atracções / 136.662 passageiros / 47.832 tripulantes / 184.494 potenciais turistas / 124,5% variação (%) temporada base de 1998-1999 / 47,2% variação (%) entre temporadas  
2005/2006 – 109 atracções / 193.011 passageiros / 67.554 tripulantes / 260.565 potenciais turistas / 217,1% variação (%) temporada base de 1998-1999 / 41,2% variação (%) entre temporadas  
Estimativas para 2006/2007 – 250.914 passageiros / 87.820 tripulantes / 338.734 potenciais turistas.

- A relação entre passageiro e tripulante é aproximadamente de 3 para 1, ou seja, tem-se 35,0% a mais de potenciais turistas em cada navio que aporta na Cidade.
- Cálculo da estimativa de movimentação de passageiros girando em torno 30,0% de crescimento para a temporada 2006/2007.

Fonte: Riotur/Setur, Píer Mauá, apud Riotur, 25 ago 2006.

As estatísticas para a temporada “cruzeirística” de 2005/2006 não foram boas apenas para o Rio de Janeiro. Segundo relato do Sindmar (ibid.), em Santa Catarina, o Píer Turístico de Itajaí recebeu 17 navios ao longo da temporada, iniciada com a chegada em dezembro do Silver Cloud das Bahamas. Esse mesmo navio havia atravessado o rio Amazonas no mês anterior, sinalizando a expansão também em Manaus, que recebeu 30 transatlânticos, totalizando cerca de 25 mil turistas. No Nordeste, o Porto de Cabedelo na Paraíba viu atracarem sete navios, dos quais desembarcaram em média 700 turistas por atracção no período. Já Salvador recebeu 14 embarcações, com algumas atracando mais de uma vez, perfazendo 36 atracções, com a capital baiana recebendo 55 mil turistas na temporada.



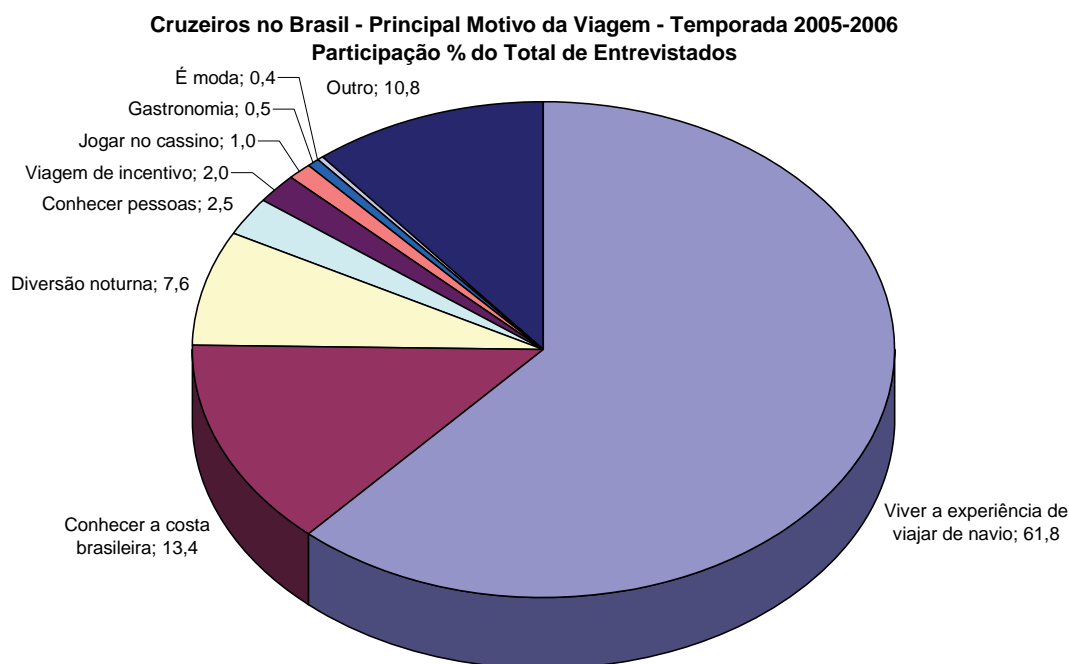
### 3.3. Aspectos da Demanda por Cruzeiros no País

O processo de difusão dos cruzeiros, enquanto opção turística para residentes bem como para estrangeiros a partir de portos em território brasileiro, tem sido captado também em trabalhos. Em recente estudo preparado pela FIPE para a Associação Brasileira de Representantes de Empresas Marítimas (Abremar), intitulado “Caracterização da demanda e dimensionamento de impactos econômicos das viagens de cruzeiros marítimos no Brasil”, verificou-se um incremento de 58% do número de passageiros na comparação entre a temporada nov/2005-abr/2006 e o período equivalente anterior, totalizando 239,4 mil passageiros, sendo 215.558 brasileiros e 23.868 estrangeiros.<sup>4</sup>

Desse total de passageiros, 70% são clientes habituais de cruzeiros marítimos, 75,7% está na faixa de 31 a 65 anos de idade, 52,6% são chefes de família, 54,6% possuem curso superior completo, 55% tem renda familiar entre R\$ 5 mil e R\$ 15 mil, 55,9% habitualmente viajam para o Exterior e 61% são casais. Em termos de principal motivo da viagem, nota-se que “viver a experiência de viajar de navio” foi apontado como tal por quase 62% dos passageiros, o que provavelmente reforça o resultado de que 70% já se tornaram clientela habitual dessa modalidade turística. O segundo principal motivo foi conhecer a costa brasileira. Destaque-se ainda que 7,6% também consideraram a diversão noturna. Convém explicitar também que a expectativa de expansão no total de passageiros alcance a taxa de 37,8% na temporada subsequente, 2006/2007, significando 330 mil pessoas.

---

<sup>4</sup> Frisa-se que tanto os números da pesquisa da FIPE, quanto aqueles referentes ao Rio de Janeiro, Píer Mauá, destoam daqueles apresentados pela Embratur, embora aparentemente não divirjam entre si.



Fonte: FIPE/ Abremar, apud Folha Turismo, 1-31 jul. 2006, p. 10.

### **3.4. Aspectos da Oferta de Cruzeiros no País**

Tal aumento tem como contrapartida o incremento na oferta. Além dos nove navios que navegaram pela costa brasileira, outros dois navios foram trazidos pela CVC, afora uma nova operação da Costa Cruzeiros, utilizando uma embarcação maior. Fora da costa, destaque-se a entrada em funcionamento do navio Grand Amazon, de propriedade da empresa espanhola Iberostar e voltado especificamente para cruzeiros nos rios amazônicos (Amazon View, abr-maio 2006: pp. 9-12). A oferta “cruzeirística” no País e algumas de suas características, além dos respectivos roteiros, estão ilustradas no quadro adiante.

Afora tais informações, o estudo da FIPE salienta que a atividade gerou diretamente R\$ 55 milhões em renda e 4,2 mil empregos. Acresça-se a tanto que a clientela gastou, sem contar as despesas com o pacote de viagem, R\$ 126,3 milhões em extras – transporte, hospedagem, alimentação e compras. O setor, por sinal, faturou R\$ 320 milhões entre abril de 2005 e abril de 2006, tendo na liderança quatro empresas, todas membros da Abremar: Costa Cruzeiros, CVC,

MSC Cruzeiros e Sun&Sea (Island Cruiser). Além deste quarteto, compõem também a aludida associação as empresas Queensberry, Qualitours, Rainbow, Navigare, Interamerican, Firstar, Discover América, Blue Sea Cruises e Amazon Jungle Cruises (Iberostar). Cabe referir que os cruzeiros oferecidos por estas companhias nem sempre são aqueles com saída/ roteiro envolvendo a costa ou a bacia hidrográfica brasileira, como os descritos no quadro seguinte. Por exemplo, a Firstar representa no Brasil a Norwegian Cruise Lines (NCL) que na temporada 2006/2007 não terá embarcações atracadas ou navegando em águas brasileiras.

### Navios de Cruzeiros, Roteiros e Características

	ARMONIA	SINFONIA	FORTUNA	ROMÂNTICA	ISLAND STAR	ISLAND ESCAPE	MISTRAL	GRAND VOYAGER	BLUE DREAM	SKY WONDER	PACIFIC	GRAND AMAZON
BANDEIRA	Italiana	Italiana	Italiana	Italiana	Escocesa	Escocesa	Espanhola	Espanhola	Malta	Malta	Bahamas	Espanhola
ANO DE CONSTRUÇÃO	2001	2002	2003	1993	1990	1982	1999	2000	2000	1984	1972	2005
TONELAGEM	58.600	58.625	105.000	53.049	46.811	40.132	47.300	25.180	30.200	47.000	20.200	2.200
COMPRIMENTO	251 m	251 m	272 m	221 m	208 m	185 m	216 m	180 m	90 m	240 m	169 m	90 m
LARGURA	28 m	28 m	36 m	31 m	29 m	27 m	29 m	26 m	16 m	25 m	25 m	16 m
PASSAGEIROS	2.087	2.087	3.470	1.697	1.342	1.750	1.600	836	832	1.550	658	150
CABINES	777	777	1.358	678	671	746	598	418	666	666	328	75
PISCINAS	2	2	4	2	2	1	2	1	1	3	2	2
JACUZZIS	2	2	6	4	2	0	2	0	3	0	0	1
DECKS	8	8	13	10	10	9	8	7	11	11	7	5
REPRESENTANTE	MSC	MSC	Costa	Costa	Sun&Sea	Sun&Sea	CVC	CVC	CVC	CVC	CVC	Iberostar
PRIMEIRA SAÍDA	17/12/2006	7/12/2006	23/12/2006	8/12/2006	7/12/2006	10/12/2006	10/12/2006	3/12/2006	11/10/2006	6/4/2006	10/3/2006	6/4/2006
ÚLTIMA SAÍDA	6/3/2007	5/3/2007	2/3/2007	8/3/2007	10/3/2007	16/3/2007	28/2/2007	5/2/2007	25/3/2007	4/1/2007	24/2/2007	4/1/2007
3º PASSAGEIRO GRÁTIS	SIM (*)	SIM (*)	SIM (*)	SIM (*)	NAO	NAO	SIM (*)	SIM (*)	SIM (*)	SIM (*)	SIM (*)	NAO
PERMITE EMBARQUE EM	Santos Rio Salvador	Santos Rio	Santos Rio Salvador	Santos Rio	Santos	Santos	Santos	Santos	Santos	Santos	Recife Natal Fortaleza	Manaus
PROMOÇÕES	20% de desconto p/ fechamentos até 31/08/06	20% de desconto p/ fechamentos até 31/08/06	15% de desconto p/ fechamentos até 31/08/06	15% de desconto p/ fechamentos até 31/08/06	Nenhuma	Nenhuma	Nenhuma	Nenhuma	Nenhuma	Nenhuma	Nenhuma	Nenhuma
FORMA DE PAGAMENTO (**)	5xx iguais s/juros e com entrada para 30 dias	5xx iguais s/juros e com entrada para 30 dias	5xx iguais s/juros e com entrada para 30 dias	5xx iguais s/juros e com entrada para 30 dias	5xx iguais s/juros (entrada + 4xx)	5xx iguais s/juros (entrada + 4xx)	10xx s/juros (20% ent. + 9xx) (****)	10xx s/juros (20% ent. + 9xx) (****)	10xx s/juros (20% ent. + 9xx) (****)	10xx s/juros (20% ent. + 9xx) (****)	10xx s/juros (20% ent. + 9xx) (****)	5xx iguais s/juros (entrada + 4xx)
CHEQUE OU CARTÃO?	Cheque ou cartão (todos menos Amex)	Cheque ou cartão (todos menos Amex)	Cheque ou cartão (todos)	Cheque ou cartão (todos)	Só cheque	Só cheque	Cheque ou cartão (todos)	Cheque ou cartão (todos)	Cheque ou cartão (todos)	Cheque ou cartão (todos)	Cheque ou cartão (todos)	Cheque ou cartão (todos)
GORJETAS	São pré-pagas na reserva	São pré-pagas na reserva	São pré-pagas na reserva	São pré-pagas na reserva	São pré-pagas na reserva	São pré-pagas na reserva	São pré-pagas na reserva	São pré-pagas na reserva	São pré-pagas na reserva	São pré-pagas na reserva	São pré-pagas na reserva	São pré-pagas na reserva
TRANSFER S.PAULO / SANTOS	Ida grátis Volta US\$ 15	Ida grátis Volta US\$ 15	Ida R\$ 30 Volta R\$ 30	Ida R\$ 30 Volta R\$ 30	Ida US\$ 12 Volta US\$ 12	Ida US\$ 12 Volta US\$ 12	Ida R\$ 45 Volta R\$ 45	Ida R\$ 45 Volta R\$ 45	Ida R\$ 45 Volta R\$ 45	Ida R\$ 45 Volta R\$ 45	NÃO TEM	NÃO TEM
PASSAGEM AÉREA GRATIS (****)	SIM	SIM	SIM	SIM	NAO	NAO	NAO	NAO	NAO	NAO	NAO	NAO

Fonte: Newmon Travel & Conventions, 28 ago. 2006; e Folha do Turismo, 1-31 jul. 2006.

(\*) Só para fechamentos até 31/08/06. Depois desta data o 3º passageiro paga em todas as saídas.

(\*\*) No caso de compras via Newmon, pode-se parcelar em até 15xx com juros de 4,1% ao mês.

(\*\*\*) De algumas cidades determinadas até S.Paulo ou Rio e apenas para o 1º e 2º passageiros na mesma cabine. Válido apenas para os cruzeiros de 7 ou mais noites.

(\*\*\*\*) A forma de pagamento destes navios pode ser alterada sem aviso prévio.

### **3.5. Estudo de Caso: Cruzeiros e Passeios Fluviais no Estado do Amazonas**

Nas seções anteriores, delineou-se um quadro abrangente para o mercado nacional de cruzeiros marítimos. Porém, também existe o segmento de cruzeiros fluviais, utilizando a hidrografia do território brasileiro, e, no caso de algumas regiões, este último é particularmente relevante. Tal é o caso distintivo da Amazônia Brasileira, na qual o transporte fluvial desempenha um histórico papel de múltipla importância, abrangendo o escoamento da maior parcela das cargas extra-regionais e regionais (bens e insumos), o deslocamento de passageiros todos os dias entre os diversos portos formais ou informais existentes, e a atividade de cruzeiros turísticos fluviais.

Assim, a presente seção aborda alguns aspectos mercadológicos e operacionais relativos ao segmento de cruzeiros fluviais, próprio da região, tomando por base não apenas dados secundários obtidos junto a fontes oficiais, bem como dados primários resultantes de uma pesquisa de campo realizada com as empresas representantes deste segmento no Estado do Amazonas, agrupadas em duas categorias complementares: (1) a das agências de viagens e turismo/operadoras turísticas, que vendem pacotes que incluem cruzeiros fluviais e que, portanto, contratam transportadoras turísticas fluviais para operá-los; e (2) a das próprias transportadoras turísticas fluviais, que operam as embarcações cruzeirísticas, de modo direto (vendas próprias) ou sob contratação de agências/operadoras turísticas. Também se procedeu a entrevistas diretas com alguns operadores informais de passeio fluviais no atracadouro do Porto de Manaus.

#### ***Cruzeiros marítimos até Manaus***

A Bacia Amazônica, entrecortada por rios, lagos e igarapés, concentra dez dos vinte maiores rios do mundo, estendendo-se pela América do Sul por mais de 06 milhões de km<sup>2</sup> e representando um quinto de toda a reserva de água doce do planeta. Somente a sua parcela brasileira equivale à área aproximada de 15 países da Europa. Sua malha hidrográfica é composta por

mais de 20 mil quilômetros de vias fluviais navegáveis, condicionadas pelo regime típico de chuvas da região, apresentando como calha-mestra o Rio Amazonas, o mais extenso e o primeiro em volume de água do planeta, exibindo, em alguns trechos, largura de dez quilômetros e profundidade de cem metros. Nasce no Peru, na cordilheira andina, sob o nome de Vilcanota, passa a se denominar Solimões ao adentrar o território do Brasil e, ao se confluir com o rio Negro, nas proximidades de Manaus, recebe o nome de Amazonas, desaguardo no mar, nas proximidades da Ilha de Marajó, situada no Estado do Pará.<sup>5</sup>

Estes aspectos geográficos da Região Amazônica favorecem naturalmente a exploração tanto de cruzeiros marítimos de médio / grande porte que adentram o território nacional, pela foz do Rio Amazonas, quanto dos cruzeiros fluviais de pequeno ou médio porte, regularmente ofertados por um conjunto relativamente pequeno de empresas da região. No caso dos cruzeiros marítimos, operados em navios de bandeira estrangeira, seu roteiro típico se inicia a partir dos EUA ou Caribe, adentrando, depois, a foz do Rio Amazonas e percorrendo o caminho inverso deste rio, passando por Belém, no qual normalmente param por um dia para visitação de pontos turísticos tradicionais, como o Mercado Ver-o-Peso, a Estação das Docas e o Forte do Presépio, às margens do Rio Guamá (um dos afluentes do Amazonas), seguindo, depois, até Manaus, onde também realizam uma parada de 01 a 03 dias, realizando o *sightseeing* com visistaç o do Teatro Amazonas, da Estação Hidroviária do Amazonas, na área do Porto de Manaus, e, eventualmente, outros pontos turísticos como o Museu do  ndio.

---

5

Cf.

<http://www.mre.gov.br/CDBRASIL/ITAMARATY/WEB/port/divpol/norte/am/bamazon/apresent.htm>

Estes cruzeiros marítimos que se transformam em fluviais no seu trecho brasileiro se concentram principalmente na época de outubro a janeiro do ano seguinte.<sup>6</sup>

### ***Cruzeiros Fluviais e Passeios Fluviais***

Foram identificadas 155 empresas nos cadastros da Associação Brasileira de Agências de Viagens / Seccional Amazonas - ABAV-AM e Empresa Estadual de Turismo do Amazonas - AMAZONASTUR, divididas em duas categorias. A primeira delas é a das transportadoras turísticas, num total de 23 empresas, as quais operariam pacotes de cruzeiros próprios ou operam sob contratação de terceiros (agências de viagens e turismo / operadoras turísticas). Das 23 empresas pesquisadas, a única que opera em cruzeiros fluviais na Região Amazônica, não consta no cadastro da ABAV-AM, talvez em função de suas operações terem iniciado há apenas um ano, o que a deixa obrigatoriamente de fora também daqueles números extraídos da Pesquisa Anual de Serviços do IBGE. A segunda categoria, com a participação de 132 empresas, refere-se às agências de viagens e turismo/operadoras turísticas, que contratam o serviço de transporte fluvial para a operacionalização de pacotes que incluem cruzeiros vendidos ao público. Deste total, somente cinco empresas estão efetivamente operando com cruzeiros fluviais na Região Amazônica, significando um percentual de apenas 3,78% daquele total.

A pesquisa de campo revelou ser necessária uma distinção conceitual entre “Cruzeiros Fluviais” e “Passeios Fluviais”. Na Categoria Passeios Fluviais – assim caracterizados por se tratarem de eventos de curta duração (01 dia, sem pernoite), numa distância curta da cidade de Manaus (Arquipélago de Anavilhanas, Encontro das águas, Janauarilândia, etc) há uma diversidade de ofertas no Porto de Manaus e também através de muitas das agências pesquisadas. Os barcos utilizados nestes passeios são construídos na região com

---

<sup>6</sup> Informações do Departamento de Registro e Fiscalização (DRF) da AMAZONASTUR.

capacidade variante entre 80 a 200 passageiros, acrescido de cargas. Não há exclusividade de transporte de passageiros nestes barcos, exceto quando estão alugados para grupos turísticos ou são de propriedade privada (iates particulares). Uma das agências pesquisadas, por exemplo, possui três barcos de sua propriedade, que são alugados para as demais agências em suas necessidades de atendimento a grupos turísticos grandes (acima de 30 pessoas).

Ainda na categoria “passeios fluviais”, identificou-se que os agenciamentos realizados respondem pelo intervalo de 21% a 50% do faturamento total agências turísticas pesquisadas. Estes passeios fluviais atendem 50% de turistas estrangeiros, 40% de turistas nacionais e 10% de turistas regionais, e têm dois destinos: (1) Encontro das Águas, com custo de R\$ 100,00/pessoa, e (2) Arquipélago de Anavilhanas, com custo de R\$ 250,00/pessoa. Ambos nos arredores de Manaus. Foram atendidos em “Passeios” Fluviais, nos últimos três anos: (a) 2005: 8.400 turistas; (b) 2004: 10.000 turistas; e (c) 2003: 9.000 turistas.

Na categoria de Cruzeiros Fluviais, assim caracterizados por se tratarem de passeio turístico com hospedagem em barco regional e pernoite, em distância média da cidade de Manaus, a única empresa identificada neste tipo de atendimento na Região Amazônica faz parte de um grupo multinacional de capital espanhol: Ibero Star.

As operações em Cruzeiro Fluvial tiveram início em maio de 2005. Este é o único negócio da firma IberoStar na Amazônia até o momento. O serviço é prestado em embarcação da própria companhia, Grand Amazon, construído em estaleiro sito na capital amazonense, mas de bandeira espanhola. O navio atende cruzeiros fluviais de três a quatro noites. O principal público é formado por: (1) turistas estrangeiros: espanhóis, americanos e alemães e (2) turistas brasileiros. O faturamento no ano de 2005 foi de cerca R\$ 1,6 milhão, para uma empresa que conta com efetivo de 72 funcionários no total.

No ano de 2005 o número de turistas atendidos pelos Cruzeiros Fluviais foi de 11.000 pessoas, sendo 80% de turistas estrangeiros, 15% de turistas



nacionais e 5% de turistas regionais. Trata-se de Cruzeiros regulares e semanais com preços variando entre R\$ 1.974,00 / pessoa em cabine dupla (três noites), num roteiro pelo rio Solimões, e R\$ 2.568,00 / pessoa em cabine dupla (quatro noites) num roteiro pelo rio Negro.

As condições em que são operacionalizados os passeios fluviais, acrescidas da ausência de regras mais claras para este setor, resultam numa excessiva pulverização na oferta de “passeios fluviais” no Porto de Manaus e nos portos irregulares ao redor da cidade Manaus, com preços variando de R\$ 50,00/pessoa até o Encontro das Águas, por exemplo, em concorrência direta aos oferecidos pelas Agências Turísticas, em barcos credenciados e que, portanto, oferecem mais segurança aos usuários. A variação de preço pode chegar a 60%, o que prejudica os serviços das agências.

Uma das solicitações das agências turísticas, inclusive, é de que houvesse uma fiscalização mais rigorosa nos portos credenciados e não credenciados nos arredores de Manaus, a fim de que tais embarcações não oferecessem este serviço aos turistas, por serem tratadas de barcos irregulares e que, portanto, em sua maioria não estão dentro das normas mínimas de segurança exigidas pela Capitania dos Portos. Uma segunda solicitação foi pela ampliação da malha aérea aumentando assim, o número de rotas aéreas para Manaus. Tal sugestão se justifica em função do preço a ser considerado para Cruzeiros Fluviais na Amazônia. Tal sugestão decorre do fato de que o elevado custo do transporte aéreo, aliado à pequena quantidade de rotas que passam por Manaus, encarece o Cruzeiro Fluvial, uma vez que os preços destes trechos precisam ser somados, para se chegar ao preço final por pessoa.

Estima-se, um valor total de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) por pessoa como custo real de um Cruzeiro Fluvial na Amazônia de 04 noites, ou cerca US\$ 2.500,00 (dois mil e quinhentos dólares). Consideramos aqui R\$ 2.500,00 (dois mil reais de passagem aérea até Manaus, vindo de diferentes destinos no exterior e no Brasil), somados a R\$ 2.568,00 (dois mil quinhentos e sessenta e oito reais) num Cruzeiro Fluvial de quatro noites. Apenas como efeito

comparativo, um Cruzeiro de 06 noites pelo Caribe, por exemplo, com saídas regulares da cidade de Miami nos Estados Unidos, três vezes por semana, pode custar por pessoa desde US\$ 500,00, mais passagem aérea de US\$ 500,00 (preço médio de vários destinos no exterior), num total US\$ 1.000,00 (mil dólares), ou aproximadamente R\$ 2.000,00 (dois mil reais), numa diferença percentual de 250% a mais no valor de um Cruzeiro Fluvial mais curto, num barco de menor porte pela Região Amazônica.

Em que pese as dificuldades operacionais apontadas, e da excessiva pulverização e concorrência com os operadores não-regularizados dos passeios fluviais, a totalidade das empresas pesquisadas, tanto agências, quanto transportadoras, demonstrou interesse em continuar com suas operações de Cruzeiro Fluvial na Amazônia, muito provavelmente por causa de uma boa margem de rentabilidade auferida nas vendas, aliada ao potencial de crescimento de um nicho mercadológico ainda pouco explorado comercialmente.

### **3.6. Problemas e Desafios**

Apesar das estatísticas levantadas no estudo da FIPE e das possibilidades derivadas não só da zona costeira, mas também das bacias hidrográficas do País, a atividade cruzeirística tem sido alvo de críticas principalmente a partir do segmento de *resorts*, segundo o qual o avanço dessa modalidade turística no Brasil estar-lhe-ia tomando espaço, causando respectivos danos econômicos. O referido estudo, por sinal, serviu como uma resposta para a Abremar.<sup>7</sup> Nesse sentido, o estudo da FIPE expõe que 42% dos entrevistados decidiram pelo cruzeiro em detrimento a uma possível viagem para o Exterior e que somente 30% possui o hábito de se hospedar em *resorts* nas viagens domésticas. O atual presidente da Abremar, Eduardo Nascimento, em texto publicado no Estado de

---

<sup>7</sup> A própria origem da Abremar se deve a uma necessidade das firmas representantes marítimas de se defender ante a tais críticas, coordenando os esforços e as posições das empresas do segmento diante do debate.

São Paulo, também citou a experiência caribenha na qual, tempos atrás e devido a reclames justamente do setor hoteleiro, passou-se a criar entraves aos cruzeiros. O resultado, no entanto, foi o inverso do esperado segundo o autor: a ocupação dos hotéis no Caribe caiu, fazendo com que as medidas que criavam os tais óbices fossem desfeitas (Nascimento, 15 nov. 2005: p. V2).

Os números obtidos pelo estudo da FIPE já foram encaminhados para o Ministério do Turismo no sentido de pressionar para que entraves burocráticos sejam removidos, a exemplo da obrigação imposta aos armadores internacionais de que 30% da tripulação sejam de brasileiros. Este último tipo de exigência aparentemente encontra respaldo do Sindicato dos Oficiais da Marinha (Sindmar), que, em 2002, quando a atividade de cruzeiros dava sinais claros de fôlego, propunha “uma política voltada para obrigar a contratação de profissionais brasileiros, em volume proporcional ao tempo de permanência em águas jurisdicionais brasileiras” (Sindmar, mar 2002: p. 15). O exemplo dado pelo Sindmar na época seria instituir a obrigatoriedade de que um terço do total de tripulantes fosse de profissionais brasileiros se o tempo de permanência atingisse 30 dias ou mais; no caso de permanecer 60 ou mais dias, a embarcação deveria ter 50% de profissionais brasileiros em sua tripulação, passando para dois terços se a permanência igualasse ou excedesse noventa dias. Obviamente que o foco da reivindicação era a geração de empregos para os marítimos.

Com a Resolução Normativa nº 66 do Conselho Nacional de Imigração de 8 de novembro de 2005, passou-se a exigir que 1/3 da tripulação fosse composta por brasileiros na hipótese de 90 dias de permanência em águas jurisdicionais brasileiras. Tentou-se um meio termo entre as pretensões do Sindmar e os interesses das agências sem, contudo, agradar a ambos.

A crítica do Sindimar e da Conttmaf em cima da referida resolução pode ser resumida no depoimento do presidente de ambas as entidades, Severino Almeida (em Sindmar, abr. 2006: p. 57 e 59):

“(…) Além de exigir o prazo de 90 dias em águas jurisdicionais brasileiras para a contratação de brasileiros, o que para a atividade de turismo marítimo é

uma eternidade, não considera ausência em águas brasileiras a saída e o retorno da embarcação por período inferior de 15 dias. Em outras palavras, uma conveniente e bela turnê em portos no Uruguai e na Argentina dá condições à embarcação de retornar ao Hemisfério Norte banhando-se em nosso litoral, sem gerar emprego para um único brasileiro a bordo; marítimo ou não. Mas pior para o marítimo é o fato de que, ao estabelecer genericamente o percentual de 1/3 de brasileiros sem claramente incluir a participação do nosso marítimo nesta proporção, a Resolução Normativa nº 66, na prática, deixou de fora os profissionais marítimos nesta importante atividade de serviços, não importando quanto tempo passe em nossas águas.”

Por outro lado, segundo o presidente da Abremar, Eduardo Nascimento, a exigência em vigor, instituída pela mesma resolução, só existe no Brasil. (Brasilturis Jornal, 24 maio 2006.) Há, de fato, um exemplo recente contundente a esse respeito no Brasil: o navio *Splendour of the Seas* da Royal Caribbean – justamente aquele tido como marco da retomada dessa modalidade turística no País – optou pela Argentina em sua rota em detrimento da costa brasileira em virtude dos referidos entraves (Martins, 05 jul. 2006: p. 10). Nessa situação, pode-se conjecturar até a opção de alguns brasileiros em viajar para o país vizinho para fazer um cruzeiro na referida embarcação. Isto exemplifica a dificuldade de se estabelecer exigências em um segmento globalizado e com tempo de resposta razoavelmente rápido das empresas que nele operam perante determinadas especificidades.

Todavia talvez seja exagerado atribuir simples e somente à aludida exigência a mudança de rota do *Splendour of the Seas*. Até porque um dos desafios para o Brasil se consolidar enquanto destino para cruzeiros consiste no aprimoramento de sua estrutura portuária e sua vinculação e melhor acesso aos pontos de interesse para os turistas. Conforme Silva (2006: p.164), as estruturas vigentes em alguns portos do País “podem ser apelidadas de ‘pseudo-terminais’”. Continuando, o autor descreve a situação do Rio de Janeiro: “(...) da entrada do porto até o costado do cais, a responsabilidade é da autoridade portuária, a CDRJ.”

“Paga-se uma taxa de R\$ 0,40/TRL (TAB I) à CDRJ, a título de remuneração pela utilização das facilidades portuárias, tais como molhes, quebra mares, canal de acesso e bacias de evolução, águas abrigadas, tranqüilas, profundas e sinalizadas para as embarcações. Ressalta-se que os armadores pagam a Taxa Única de Farol (US\$ 1.500 por escala/ navio) à Marinha do Brasil. O *Splendour of the Seas*, por exemplo, pagou R\$ 17.000,00 à CDRJ somente para entrar no porto do Rio de Janeiro, mas como não tem as chamadas facilidades portuárias à disposição, ainda tem que pagar por defensas, amarradores, segurança, escadas etc.” Ou seja, muito possivelmente a decisão a mudança de rota do *Splendour of the Seas* decorreu de uma conjunção de fatores.

“Da beira do cais até a estação, a responsabilidade é da concessionária *Pier Mauá SA* e na área externa (a chamada zona secundária), brigam Polícia Militar, Guarda Municipal, Controle de Tráfego, ambulantes, taxistas, joalheiros, ônibus de excursão, pedintes; não há nenhuma organização.”

“(…) os problemas se repetem, justamente porque a concepção de terminal está distorcida e fragmentada. (...) O resultado disso é que no porto do Rio de Janeiro o terminal não tem defensas para atracação dos navios, faltam cabeços de amarração, não tem amarradores, porque é responsabilidade da CDRJ proporcionar tal estrutura. Também não há carregadores de bagagem, pelos quais a concessionária *Pier Mauá SA* seria responsável, sendo contratada mão-de-obra de um pseudo-sindicato, a um alto custo jamais pago em qualquer parte do mundo (R\$ 7,00 por mala).” (Id. *ibid.*: p. 164-165).

O mesmo autor também cita o caso de Santos (*ibid.*), onde foi inaugurado um terminal sem calado para a atracação de navios – algo como a construção de um aeroporto sem pista para as aeronaves. Dessa maneira, obriga-se a pagar um valor adicional alto para a condução dos “passageiros e suas bagagens de um armazém de carga até o terminal de passageiros, por imposição da Receita Federal”, com os turistas tendo que passar por cargas içadas e estivadores.

Esforços visando a resolução desses problemas reforçariam a posição do País enquanto destino, ampliando inclusive seu poder de barganha. Um dos passos nessa direção foi dado recentemente com a Lei nº 11.314 de 3 de julho de 2006 que alterou a Lei dos Portos, Lei nº 8.630 de 1993, “e permitiu o embarque e desembarque de passageiros de turismo fora das áreas do porto organizado (porto público)” (Carneiro, 2006).

Como visto, os grandes portos do mundo que recebem turistas de cruzeiros possuem vários atributos que os tornam propícios para tanto. Logo a referida legislação abre uma perspectiva para melhor atender ao público típico dos cruzeiros via implementações em termos portuários. No entanto há de se notar que, para sair do papel, a lei necessita ser regulamentada. Ademais, para melhorar as condições de recepção é necessário muito mais do que mudanças no aparato legal, como observado acima.

#### 4) Considerações Finais e Propostas de Fomento

O quadro acima delineado realça as dificuldades para concatenar interesses diversos, bem como para se montar estratégias de aumento de agregação de valor em favor de residentes do Brasil. Ou seja, impor exigências para os armadores internacionais pode significar a retirada do Brasil ao menos de determinadas rotas. Em princípio, esse contexto sugere a preemência de medidas outras para que se criem alternativas para incremento nas despesas dos turistas de cruzeiro.

Outrossim, o Brasil apresenta peculiaridades que lhe beneficiam. Além da extensa costa, as bacias hidrográficas oferecem outras opções. Não por menos, destinos como Manaus, no epicentro da Amazônia, já são citados na literatura especializada internacional<sup>8</sup>. No caso amazônico, conforme visto no estudo de caso apresentado anteriormente, permite-se inclusive o ingresso de navios de cruzeiro de porte no rio, adentrando o território nacional pela via fluvial.

Um apontamento adicional consiste na possível interação entre a indústria “cruzeirística” e a produção de seus bens de capital, a cargo da indústria naval. Este é um ponto que não pode ser menosprezado, pois como ocorre na Europa, seus estaleiros se beneficiam do crescimento desse segmento turístico.

Isto posto, podem ser elencadas as seguintes propostas ou diretrizes de ação para fomentar o turismo que órbita em torno do transporte aquaviário.

- Quanto à Lei 11.314, torna-se preemente sua regulamentação para que a criação de portos com terminais de passageiros deslanche no sentido de facilitar ou ampliar a recepção de turistas de cruzeiros.
- Em âmbito subnacional, cabe expor que no Rio de Janeiro há um grupo de trabalho instituído pelo Governo do Estado, sob a organização e orientação

---

<sup>8</sup> Ver a esse respeito, Mancini, 2004.

da Secretaria de Turismo para o fomento do turismo marítimo (Silva, op. cit.: p. 164), iniciativa esta que poderia ser replicada pelas demais unidades da federação.

- Saliente-se que, apesar da presença do referido grupo de trabalho no Rio de Janeiro, os problemas portuários persistem. Assim, além do novo aparato legal, o fomento à modalidade turística aqui tratada deve ser conduzido pelo Ministério do Turismo, em parceria com outros ministérios, observando-se inicialmente as seguintes atribuições.
  - Com o Ministério das Cidades e o Ministério dos Transportes no que tange à promoção de melhorias nas áreas em torno dos terminais visando viabilizar, facilitar ou aumentar o acesso a outros meios de locomoção e aos locais de visitação mais típicos, estabelecendo diretrizes básicas a serem seguidas pelos grupos de trabalho locais/estaduais;
  - Com o Ministério da Integração e com o Ministério dos Transportes no sentido de antever opções de portos ou rotas ainda não exploradas comercialmente para sugeri-las nos casos em que o produto envolver mais de uma unidade da federação;
- Convém observar que para essas as parcerias deve estar claro também outro norte de atuação: a oferta de variedades de produtos e serviços para os passageiros e tripulantes de cruzeiros; exemplificando, um cruzeiro marítimo que ingresse pelos rios amazônicos podem propiciar menos renda local do que seu potencial devido a uma certa uniformidade dos produtos de artesanato nas cidades receptoras.
- Há de se promover também a indústria naval relacionada a equipamentos para cruzeiros e para passeios por aquavias em geral. Esta poderia ser vislumbrada como uma nova etapa no processo de revitalização pelo qual vem atravessando a construção naval brasileira. Uma ilustração reside na construção do Grand Amazon da IberoStar em território nacional, podendo



o Brasil ingressar através do mercado de navios de menor porte voltados para cruzeiros destinados ao público de alto poder aquisitivo.

- Ressalte-se que o ideal seria estimular um segmento genuinamente nacional no sentido de aprofundamento na apropriação da renda gerada pela atividade em questão. O próprio caso da embarcação *Grand Amazon* exemplifica isso, pois, embora construído no Brasil, trata-se de um navio de bandeira espanhola. Este é também um dos anseios externados pelo Sindmar: o estabelecimento de uma “indústria nacional de cruzeiros marítimos”. Isto quer dizer, empresas com capital de origem brasileira, proprietária de uma frota de navios com bandeira brasileira. Porém tal não é tarefa simples: é comum a adoção de bandeira de conveniência atrelada a uma estratégia de contratação de tripulantes de acordo com aquilo que o mercado de trabalho global oferece de melhor principalmente em termos de baixos salários.
- Convém atentar que, se por um lado devem ser estimulados a indústria “cruzeirística” e os passeios por vias aquáticas, por outro, não podem ser negligenciadas as recomendações do Sindmar de que sejam desenvolvidos “mecanismos de fiscalização em relação a operações de lastro e esgotos” das embarcações, aplicando-se as penalidades cabíveis, bem como de aplicar os ditames da Convenção 147 quanto a padrões mínimos de segurança e saúde a bordo; e de fiscalizar as condições sanitárias e as operações de risco (e.g.: abastecimento de óleo) dos navios que atracarem nos portos brasileiros. Essas recomendações devem ser vistas como um adicional de segurança que as autoridades locais promoveriam em prol dos passageiros dessa modalidade de turismo.
- No tocante aos passeios marítimos e fluviais, deve-se engendrar esforços para reduzir a informalidade, o que também ampliaria o aspecto de segurança para o turista.

- Por fim, acresça-se que o fomento ao sistema de transporte turístico como um todo tende a beneficiar o próprio turismo aquaviário, podendo-se enumerar duas iniciativas:
  - Aumento de frequência ou de novas rotas que incluam determinados aeroportos que dão acesso a cruzeiros ou a passeios fluviais, lacustres ou marítimos;
  - Viabilização da presença de tradutores juramentados nos DETRANs permitindo ao visitante estrangeiro alugar automóveis, dando-lhes mais liberdade para os casos de cruzeiros de maior estadia ou para integrar diferentes modais por conta própria (e.g., locomoção entre aeroporto e passeios fluviais).

### **Bibliografia Utilizada**

AMAZON VIEW. Grand Amazon: a viagem dos sonhos. Amazon View, ano X, ed. 77, abr.-maio 2006, pp. 9-12.

ACERENZA, Miguel Angel. Administração do turismo, vol. 1. Bauru, SP: EDUSC, 2002.

AMARAL, Ricardo. Cruzeiros marítimos. 2ª ed. rev. e ampl. Barueri, SP: Manole, 2006.

ASHCROFT, Chris. Global Overview. In: EUROPEAN CRUISE COUNCIL. The ECC annual review book. ECC: 2005.

BUSINESS RESEARCH AND ECONOMIC ADVISORS. The contribution of the North American cruise industry to the U.S. economy in 2004 (prepared for. International Council of Cruise Lines). Exton, Pensilvânia: BREA, ago. 2005. Disponível em: <http://www.iccl.org>. Acesso em: 01 maio 2006.

BONFIM, Isac. Disponível em: . Acesso em: .

CARNEIRO, Sebastião. Os cruzeiros marítimos e os impactos nas cidades turísticas e portuárias. 2006. Disponível em: <http://listas.cidades.gov.br/pipermail/redeplanodiretor/2006-August/000297.html>. Acesso em: 15 set. 2006.

CESARE, Francesco di. L'Industria crocieristica: Introduzione al settore. Napoli: CESVITEC Napoli, s/d. Disponível em: <http://venus.unive.it/ciset/cisetnew/file/Dispensa%20crocieristico>. Acesso em: 04 maio 2006.

COULSON, Bryony. O futuro dos cruzeiros marítimos. In: LOCKWOOD, A., MEDLIK, S. (orgs.). Turismo e hospitalidade no século XXI. Barueri, SP: Manole, 2003.

DICKINSON, Robert, VLADIMIR, Andy. Selling the sea: an inside look at the cruise industry. Nova Iorque: JohnWiley & Sons, 1997.

DOUGLAS, Ngaire, DOUGLAS, Norman. Cruise ship passenger spending patterns in Pacific Islands Ports. *International Journal of Tourism Research*, 6, 4, jul.-ago./2004, pp. 251-261.

DWYER, Larry, FORSYTH, Peter. Economic significance of cruise tourism. *Annals of Tourism Research*, 1998, vol. 25, n° 2, pp. 393-415.

EMBRATUR. Anuário Estatístico do Turismo. Brasília: vários anos.

EUROPEAN CRUISE COUNCIL. The ECC annual review book. ECC: 2005.

IBGE. Estrutura produtiva empresarial brasileira – 1994: resultados do Censo Cadastro 1995. Rio de Janeiro: IBGE, 1997.

IBGE. Estatísticas do cadastro central de empresas. Rio de Janeiro, vários anos.

IBGE. Pesquisa anual de serviços. Rio de Janeiro: IBGE, vários anos.

IBGE. Pesquisa anual de serviços: suplemento – produtos e serviços. Rio de Janeiro: IBGE, vários anos.

Índia, Governo. Ministério do Turismo. Cruise tourism – potential and strategy study (final report). s/l: dez. 2005. Disponível em: <http://tourim.nic.in>. Acesso em: 04 maio 2006.

JAAKSON, Reiner. Beyond the tourist bubble? Cruiseship passengers in port. *Annals of Tourism Research*, vol., 31, n° 1, 2004.

KLEIN, Ross A. Playing off the ports: BC and the cruise tourism industry. Vancouver: CCPA/ BC Office, ago. 2005. Disponível em: <http://www.policyalternatives.ca>. Acesso em: 12 de maio de 2006.

KLEIN, Ross A. Charting a course: the cruise industry, the Government of Canada, and purposeful development. Vancouver: CCPA/ Ottawa, set. 2003. Disponível em: <http://www.policyalternatives.ca>. Acesso em: 12 de maio de 2006.

LESTER, Jo-Anne, WEEDEN, Clare. Stakeholders, the natural environment and the future of Caribbean cruise tourism. *International Journal of Tourism Research*, 6, 1, jan.-fev./2004, pp. 39-50.

MANCINI, Marc. Cruising: a guide to cruise line industry. 2ª ed. Nova Iorque: Delmar Learning, 2004.

MARTINS, Ivan. Moeda forte: Em águas argentinas. Istoé Dinheiro, ed. 459, 05 jul. 2006, p. 10.

NASCIMENTO, Eduardo Vampré do. A importância dos cruzeiros na costa brasileira. Estado de São Paulo, p. V2, 15 nov. 2005.

PAGE, Stephen J. Transporte e turismo. Porto Alegre: Bookman, 2001.

PUBLITURIS. Cruzeiros custam menos de metade que há 25 anos. 28 mar. 2006. Disponível em: <http://www.girus.com.br/noticias/verpesquisa.php?cod=1624&mes=March> . Acesso em: 25 ago. 2006.

RONÁ, Ronaldo di. Transportes no turismo. Barueri, SP: Manole, 2002.

SAAB, William George Lopes, RIBEIRO, Rodrigo Martins. Breve panorama sobre o mercado de cruzeiros marítimos. Rio de Janeiro: BNDES/ Área de Operações Industriais/ Gerência Setorial de Turismo, jun. 2000. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br>. Acesso em: 04 maio 2006.

SINDMAR. Cruzeiros marítimos: o turismo visual que polui o Brasil. Unificar, ano III, nº 11, mar. 2002.

SINDMAR. A Pasárgada litorânea: litoral brasileiro faz a felicidade de armadores e agenciadores de transatlânticos europeus e norte-americanos. Unificar, ano VII, nº 23, abr. 2006.

TORRE, Francisco de la. Sistema de transporte turístico. São Paulo: Roca, 2002.

VEJA. Contexto: o maior navio de passageiros do mundo. Veja, ed. 1961, ano 39, nº 24, p. 41.

VIDIGAL, Armando Amorim Ferreira, CUNHA, Marcílio Boavista da, FERNANDES, Luiz Phillipe da Costa, MENDES, Izidério de Almeida, SILVA, Nélio da, OLIVEIRA, Lucimar Luciano de, CUNHA JÚNIOR, Osmar Boavista da, ALBUQUERQUE, Alexandre Tagore Medeiros de, RODRIGUEZ, Eliane Gonzalez, ALMEIDA, José de Anchieta Nobre de. Amazônia azul: o mar que nos pertence. Rio de Janeiro: Record, 2006.

WEAVER, Adam. The McDonaldization thesis and the cruise tourism. *Annals of Tourist Research*, vol., 32, n° 2, 2005.

WILD, Peter. Economic impact of the cruise industry in Europe. In: EUROPEAN CRUISE COUNCIL. *The ECC annual review book*. ECC: 2005.

WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL, INTERNATIONAL FEDERATION OF TOUR OPERATORS, INTERNATIONAL HOTEL & RESTAURANT ASSOCIATION, INTERNATIONAL COUNCIL OF CRUISE LINES, UNITED NATIONS ENVIRONMENT PROGRAMME. *Industry as a partner of sustainable development - tourism*. Reino Unido: WTTC, IFTO, IHRA, ICCL, UNEP, 2002.

---

**APÊNDICE - Questionários do Estudo de Caso**  
**PESQUISA SOBRE CRUZEIROS FLUVIAIS (AM) E MARÍTIMOS**  
**AGÊNCIAS DE VIAGENS E TURISMO**

**IMPORTANTE !**

- Os dados aqui fornecidos são sigilosos e serão tratados de modo agregado no relatório final da pesquisa, sob responsabilidade da equipe UNICAMP.
- Os questionários devem ser respondidos e devolvidos por e-mail para **XXXXXX@XXXXXX**

Empresa: \_\_\_\_\_

Respondente: \_\_\_\_\_

Cargo: \_\_\_\_\_

Fones: \_\_\_\_\_

E-mail: \_\_\_\_\_

**(I) Dados básicos da empresa:**

I.1) Tempo de existência da empresa: \_\_\_\_\_ anos

I.2) Número atual de funcionários: \_\_\_\_\_ pessoas

I.3) Faturamento anual médio (dos últimos 03 anos): R\$ \_\_\_\_\_

I.4) É uma empresa:

( ) Filial, cuja matriz se localiza em outra cidade brasileira.

( ) Filial, cuja matriz se localiza em outro país.

( ) Matriz, cujas filiais se localizam em outras cidades brasileiras.

( ) Matriz, cujas filiais se localizam em outros países.

I.5) Agencia os seguintes tipos de serviços turísticos:

( ) Passagens aéreas, rodoviárias, fluviais e/ou marítimas.

- ( ) Pacotes ecoturísticos/ turismo de natureza / turismo de aventura / turismo rural / turismo cultural-científico-religioso.
- ( ) Viagens de incentivo para empresas.
- ( ) Cruzeiros fluviais.
- ( ) Cruzeiros marítimos.

**(II) Dados sobre cruzeiros fluviais (AM) / marítimos:**

1. Há quanto tempo a empresa opera com cruzeiros:

1.1. Fluviais

- ( ) 1-5 anos      ( ) 6-10 anos      ( ) + de 10 anos

2.2. Marítimos

- ( ) 1-5 anos      ( ) 6-10 anos      ( ) + de 10 anos

2. O agenciamento de cruzeiros representa, aproximadamente, que percentual do faturamento de sua empresa:

a) Fluviais

- ( ) 5-10%      ( ) 11-20%      ( ) 21-50%      ( ) 50-75%      ( ) + de 75%

b) Marítimos

- ( ) 5-10%      ( ) 11-20%      ( ) 21-50%      ( ) 50-75%      ( ) + de 75%

3. Qual o volume estimado de passageiros atendidos com cruzeiros agenciados por sua empresa:

a) Em 2005: a) Fluviais: \_\_\_\_\_ b) Marítimos: \_\_\_\_\_

b) Em 2004: a) Fluviais: \_\_\_\_\_ b) Marítimos: \_\_\_\_\_

c) Em 2003: a) Fluviais: \_\_\_\_\_ b) Marítimos: \_\_\_\_\_

4. Se sua empresa deixasse de operar com cruzeiros, sua empresa manteria o atual quadro de funcionários?

( ) Sim, poderíamos remanejá-los para outras atividades.

( ) Não, teríamos de demitir \_\_\_\_\_ pessoas.

5. Indique, abaixo, a representatividade aproximada de suas vendas de cruzeiros nos últimos 03 (três) anos por origem dos clientes:



5.1. Cruzeiros Fluviais:

- a) Turistas Estrangeiros: \_\_\_\_\_ %  
b) Turistas Nacionais: \_\_\_\_\_ %  
c) Turistas Regionais: \_\_\_\_\_ %

**TOTAL** **100 %**

5.2. Cruzeiros Marítimos:

- a) Turistas Estrangeiros: \_\_\_\_\_ %  
b) Turistas Nacionais: \_\_\_\_\_ %  
c) Turistas Regionais: \_\_\_\_\_ %

**TOTAL** **100 %**

6. Indique, abaixo, o(s) destino(s) do(s) principal(is) cruzeiro(s) vendido(s) por sua empresa nos últimos 03 (três) anos, informando seu preço de mercado e estimando a representatividade comercial de cada um deles (em % das vendas totais de cruzeiros):

a) Fluviais:

Destino 01: \_\_\_\_\_

Preço: R\$ \_\_\_\_\_ / pax      % das vendas: \_\_\_\_\_

Destino 02: \_\_\_\_\_

Preço: R\$ \_\_\_\_\_ / pax      % das vendas: \_\_\_\_\_

Destino 03: \_\_\_\_\_

Preço: R\$ \_\_\_\_\_ / pax      % das vendas: \_\_\_\_\_

Destino 04: \_\_\_\_\_

Preço: R\$ \_\_\_\_\_ / pax      % das vendas: \_\_\_\_\_

Destino 05: \_\_\_\_\_

Preço: R\$ \_\_\_\_\_ / pax      % das vendas: \_\_\_\_\_

b) Marítimos:

Destino 01: \_\_\_\_\_

Preço: R\$ \_\_\_\_\_ / pax      % das vendas: \_\_\_\_\_

Destino 02: \_\_\_\_\_

Preço: R\$ \_\_\_\_\_ / pax      % das vendas: \_\_\_\_\_

Destino 03: \_\_\_\_\_

Preço: R\$ \_\_\_\_\_ / pax      % das vendas: \_\_\_\_\_



10. Sua empresa pretende continuar operando com cruzeiros nos próximos anos?

10.1. Fluviais:                    (   ) Sim                    (   ) Não

10.2. Marítimos:                (   ) Sim                    (   ) Não

## PESQUISA SOBRE CRUZEIROS FLUVIAIS (AM) E MARÍTIMOS TRANSPORTADORAS TURÍSTICAS

### IMPORTANTE !

- Os dados aqui fornecidos são sigilosos e serão tratados de modo agregado no relatório final da pesquisa, sob responsabilidade da equipe UNICAMP.
- Os questionários devem ser respondidos e devolvidos por e-mail para **XXXXXX@XXXXXX**

Empresa: \_\_\_\_\_

Respondente: \_\_\_\_\_

Cargo: \_\_\_\_\_

Fones: \_\_\_\_\_

E-mail: \_\_\_\_\_

### (III) Dados básicos da empresa:

I.1) Tempo de existência da empresa: \_\_\_\_\_ anos

I.2) Número atual de funcionários: \_\_\_\_\_ pessoas (sendo a tripulação das embarcações: \_\_\_\_\_ pessoas)

I.3) Faturamento anual médio (dos últimos 03 anos): R\$ \_\_\_\_\_

I.4) É uma empresa:

( ) Filial, cuja matriz se localiza em outra cidade brasileira.

( ) Filial, cuja matriz se localiza em outro país.

( ) Matriz, cujas filiais se localizam em outras cidades brasileiras.

( ) Matriz, cujas filiais se localizam em outros países.

I.5) Realiza os seguintes tipos de serviços turísticos:

( ) Cruzeiros fluviais.



14. Os cruzeiros representam, aproximadamente, que percentual do faturamento de sua empresa:

- a) Fluviais: \_\_\_\_\_ %  
b) Marítimos: \_\_\_\_\_ %  
c) Outros serviços turísticos: \_\_\_\_\_ %

**TOTAL** **100%**

15. Qual o volume estimado de passageiros atendidos com cruzeiros operados por sua empresa:

- a) Em 2005: a) Fluviais: \_\_\_\_\_ b) Marítimos: \_\_\_\_\_  
b) Em 2004: a) Fluviais: \_\_\_\_\_ b) Marítimos: \_\_\_\_\_  
c) Em 2003: a) Fluviais: \_\_\_\_\_ b) Marítimos: \_\_\_\_\_

16. Se sua empresa deixasse de operar com cruzeiros, sua empresa manteria o atual quadro de funcionários?

( ) Sim, poderíamos remanejá-los para outras atividades.

( ) Não, teríamos de demitir \_\_\_\_\_ pessoas.

17. Indique, abaixo, a representatividade aproximada de suas vendas de cruzeiros nos últimos 03 (três) anos por origem dos clientes:

17.1 Cruzeiros Fluviais:

- d) Turistas Estrangeiros: \_\_\_\_\_ %  
e) Turistas Nacionais: \_\_\_\_\_ %  
f) Turistas Regionais: \_\_\_\_\_ %

**TOTAL** **100 %**

17.2 Cruzeiros Marítimos:

- a) Turistas Estrangeiros: \_\_\_\_\_ %  
b) Turistas Nacionais: \_\_\_\_\_ %  
c) Turistas Regionais: \_\_\_\_\_ %

**TOTAL** **100 %**

18. Indique, abaixo, o(s) destino(s) do(s) principal(is) cruzeiro(s) vendido(s) por sua empresa nos últimos 03 (três) anos, informando seu preço de mercado e estimando a representatividade comercial de cada um deles (em % das vendas totais de cruzeiros):

- a) Fluviais:

*Relatório Final*

---

Destino 01: \_\_\_\_\_

Preço: R\$ \_\_\_\_\_/ pax      % das vendas: \_\_\_\_\_

Destino 02: \_\_\_\_\_

Preço: R\$ \_\_\_\_\_/ pax      % das vendas: \_\_\_\_\_

Destino 03: \_\_\_\_\_

Preço: R\$ \_\_\_\_\_/ pax      % das vendas: \_\_\_\_\_

Destino 04: \_\_\_\_\_

Preço: R\$ \_\_\_\_\_/ pax      % das vendas: \_\_\_\_\_

Destino 05: \_\_\_\_\_

Preço: R\$ \_\_\_\_\_/ pax      % das vendas: \_\_\_\_\_

b) Marítimos:

Destino 01: \_\_\_\_\_

Preço: R\$ \_\_\_\_\_/ pax      % das vendas: \_\_\_\_\_

Destino 02: \_\_\_\_\_

Preço: R\$ \_\_\_\_\_/ pax      % das vendas: \_\_\_\_\_

Destino 03: \_\_\_\_\_

Preço: R\$ \_\_\_\_\_/ pax      % das vendas: \_\_\_\_\_

Destino 04: \_\_\_\_\_

Preço: R\$ \_\_\_\_\_/ pax      % das vendas: \_\_\_\_\_

Destino 05: \_\_\_\_\_

Preço: R\$ \_\_\_\_\_/ pax      % das vendas: \_\_\_\_\_

19. O(s) navio(s) utilizado(s) nos cruzeiros operados por sua empresa foram fabricados por estaleiros de origem:

19.1. Fluviais:            ( ) Estrangeira            ( ) Nacional            ( ) Regional

19.2. Marítimos:        ( ) Estrangeira            ( ) Nacional            ( ) Regional

20. Descreva, sucintamente, os problemas/obstáculos externos (Mercado, governo, legislação, etc.) enfrentados por sua empresa para incrementar suas vendas de cruzeiros fluviais/marítimos:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

---

---

---

---

---

---

---

---

21. Que sugestões sua empresa daria para o Ministério do Turismo do Brasil no sentido de incrementar e/ou rentabilizar os negócios de cruzeiros fluviais / marítimos como opção de serviço turístico?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

22. Sua empresa pretende continuar operando com cruzeiros nos próximos anos?

22.1. Fluviais:                    (   ) Sim                    (   ) Não

22.2. Marítimos:                (   ) Sim                    (   ) Não



COLABORADORES:



REALIZAÇÃO:



Ministério do  
Turismo

