



A NOVA FASE DO COMÉRCIO E DO TURISMO: MAIS EMPREGOS E MAIS RENDA



Digitalização deve acelerar

Comércio e turismo tendem para o uso intenso da tecnologia, a fim de ampliar vendas e serviços no mercado consumidor

» RAFAELA GONÇALVES
» FERNANDA STRICKLAND
» JOÃO GABRIEL FREITAS*
» MARIANA ALBUQUERQUE*

Minervino Júnior/CB/D.A.Press



No contexto de retomada nas atividades de comércio e turismo no Brasil, um fator ganhou enorme importância: a tecnologia. Esse aspecto estratégico foi tema de um dos painéis do *Correio Talks*, evento realizado pelo *Correio* com patrocínio da CNC.

Participaram dessa sessão específica o gerente da Pesquisa Mensal do Comércio (PMC) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Cristiano Santos; a vice-presidente da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo (ANPTUR), Kerlei Sonaglio; o professor e especialista em varejo do Insper, Silvio Laban; e o analista de inovação da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), William Guimarães Lima.

Na opinião dos especialistas reunidos, o futuro do comércio e do turismo sofrerá forte impacto da digitalização dos meios. Cristiano Santos, do IBGE, tachou a virtualização como uma forte tendência para o segmento. Segundo ele, muitos negócios precisaram se reinventar com a pandemia, e a digitalização foi o caminho encontrado. "A relação certamente mudou, se acelerou na virtualização da compra. Não só como uma questão de meio de pagamento, mas da própria experimentação", afirmou.

A necessidade do consumidor ter uma experiência com o produto, observou Santos, deve continuar existindo em determinados segmentos. "Os segmentos de vestuário, calçados e tecidos, por exemplo, eu imagino que você não vai querer comprar sem experimentar. Mas há outros setores econômicos, sobretudo do varejo, que já tinham essa trajetória bem consistente de ir para a virtualização." Segundo o pesquisador do IBGE, a abertura de lojas físicas está em queda.

Professor e especialista em

Cristiano Santos, gerente da Pesquisa Mensal do Comércio do IBGE, descreveu a ruptura que o uso da tecnologia representou para o comércio: novas experiências no mercado

varejo do Insper, Silvio Laban, prevê mudanças ainda mais profundas. "Quando a gente pensa na ótica do comércio propriamente dito, há um processo de transformação que não se restringe exclusivamente à questão da inclusão das funções digitais que foram aceleradas por meio da pandemia", comentou. "Há de se compreender que, os impactos deste momento, em que o consumidor se afastou do mundo físico e começou a usar canais digitais, trouxeram impactos no comportamento do próprio consumidor", completou.

Cidades inteligentes

A vice-presidente da ANPTUR, Kerlei Sonaglio, destacou a migração da dinâmica comercial para plataformas digitais a partir de fevereiro de 2020, em razão da crise sanitária causada pela pandemia. Segundo ela, a comercialização on-line também tem "revolucionado a dinâmica dos consumidores

Em alta

O setor turístico está perto de voltar ao patamar pré-pandemia, após dois anos de crise. O segmento representa 8% do PIB brasileiro, atrás apenas do agronegócio, indústria automotiva e mineração. Conheça os detalhes da queda e da recuperação dessa atividade, de 2020 até este ano.

Impactos da pandemia

R\$ 473,7 bilhões

Perdas estimadas no setor turístico entre 2020 e 2021

54,5%

Percentual de maior queda no setor durante a pandemia, em abril de 2020

41,4%

Percentual de queda no número de viagens no setor de turismo em 2021, comparado a 2019

470 mil

Número de vagas de empregos perdidas com a crise

Recuperação em 2022

960 mil

Quantidade de turistas estrangeiros que visitaram o Brasil até abril deste ano. O número é 60% a mais do que no mesmo período de 2021.

4,2 milhões

Contingente de turistas estrangeiros esperados para o ano de 2022

375 mil

Número de vagas de emprego recuperadas até agora no setor

258,1 mil

Previsão de abertura de novas vagas de emprego até o final do ano



Fontes: CNC, Embratur, IBGE

Minervino Júnior/CB/D.A.Press



Kerlei Santiago: cidades inteligentes terão grande potencial turístico

Reação hoteleira e mais viagens domésticas

Para Kerlei Sonaglio, vice-presidente da ANPTUR, é difícil mensurar o impacto de inovações tecnológicas, como as locações por meio de aplicativos, na rede hoteleira. No entanto, a especialista relatou a existência de diversos estudos sobre fatores de imersividade do turismo afetados por locações tradicionais.

Na avaliação da especialista, há espaço para as duas modalidades: a hotelaria tradicional e as novas alocações. O modelo de locação residencial teve um impacto relevante na indústria turística, mas as redes tradicionais também se posicionaram.

"Ainda temos uma demanda

muito alta por essas locações (hotéis), até por segurança. Muitas vezes redes tradicionais acabam se sobrepondo porque se incluíram também nas plataformas e não estão se limitando ao método antigo. Isso já mostra uma melhoria. Há espaço para as duas atividades. Temos demanda, como famílias que preferem mais tradicionais. E temos os aventureiros, que preferem maior imersão", comparou.

A vice-presidente da ANPTUR comentou, ainda, a intensificação das viagens domésticas no mercado nacional. "É um novo processo de regionalização do turismo", observou.

Os desafios para fisgar o novo consumidor

Professor e especialista em varejo pelo Insper, Silvio Laban comentou as facilidades que a tecnologia proporciona o consumidor em 2022. "Você pode resolver um monte de coisas da sua casa. Isso cria um desafio enorme para o comércio, no caso do comércio em lojas físicas, que ainda é majoritário", citou. "Esse é um novo desafio, de como trazer e tirar esse indivíduo de casa, sendo que pode realizar suas atividades do mundo físico de maneira segura e conveniente. Com uma experiência que seja melhor do que aquela que ele pode experimentar no mundo digital", disse.

Apesar dessas comodidades,

a conjuntura é desafiadora. "A gente está com a taxa de juros subindo, há questões de endividamento. E existem tensões no exterior", explicou. "Isso vai refletir, tanto na disposição quanto no interesse dos consumidores."

"Em síntese, a gente vive um momento bastante complexo, um momento de transição, e a tecnologia tem o seu papel. Só que a tecnologia sozinha não faz nada, ela depende da estratégia, dos processos, das pessoas e de uma série de fatores que estão mais sob o controle das empresas e que precisam também entender que a tecnologia tem um papel específico", afirmou. (FS)

Reprodução YouTube



Silvio Laban: tecnologia, por si só, não garante avanços em serviços

Reprodução YouTube



William Lima, da CNC: turista está cada vez mais empoderado

Turista 4.0 é quem passa a ditar regras

O analista de inovação da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), William Guimarães Lima, também previu avanços significativos na indústria turística. Ele avaliou que mudanças como a chegada da internet 5G e de novas tecnologias devem aumentar o fluxo de turistas e incrementar a atividade econômica no país.

Para o especialista, a pandemia provocou um novo comportamento das pessoas. Ele descreveu o nascimento do "Turista 4.0", o qual definiu como alguém "empoderado,

no turismo". "Teve um impacto muito grande, especialmente em agências de turismo que tiveram que se adaptar. Porém, com o advento das cidades turísticas inteligentes que vêm sendo amplamente debatidas no ambiente acadêmico, entendemos que é uma novidade para o turismo que já influenciou bastante e ainda vai influenciar muito no período pós-pandêmico", afirmou.

Na avaliação da vice-presidente da ANPTUR, o processo de modernização do turismo tende a acelerar. "Considerando um turismo cumpridor da agenda 2030, relacionada à sustentabilidade e à responsabilidade social do turismo, no estímulo às pequenas empresas, ao campo das artes e da cultura, muitas vezes a hotelaria tradicional acaba se opondo a uma experiência mais genuína", completou. Sonaglio considera fundamental o esforço de tornar o turismo nacional mais seguro, eficiente e estruturado, a fim de atrair cada vez mais visitantes.

autônomo, bem informado". Para William Lima, o turista 4.0 "tem informações sobre o local onde vai, tenta não depender de alguns agentes para se informar e é engajado em temas como sustentabilidade." Lima destacou a importância das diferentes possibilidades das tecnologias para atrair novos turistas. "O turismo pode acessar mais tecnologias inovadoras. Estamos trabalhando em um programa baseado em destinos inteligentes para estimular esse tipo de turismo", antecipou. (*Estagiários sob a supervisão de Carlos Alexandre de Souza)