



O CRESCIMENTO DOS MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS (MEI) NO MERCADO DE VIAGENS E TURISMO DE MATO GROSSO

Resumo

As agências de turismo são instituições que possuem a finalidade de promover e comercializar produtos turísticos. No entanto, com o auxílio da tecnologia da informação, muitas transformações ocorreram no setor nestes últimos anos, como por exemplo, os processos de desintermediação e de reintermediação, fazendo com que os agentes/consultores de viagens se adequassem aos novos contextos mudando sua forma de atuação para microempreendedores individuais, pela facilidade de atendimento e redução de custos. Assim, o presente trabalho objetiva desenvolver um breve panorama das mudanças ocorridas no setor de agenciamento de viagens em Mato Grosso (crescimento do número de microempreendedores individuais - MEI), considerando as questões tecnológicas e econômicas vivenciadas pelo setor nos últimos anos. Trata-se de uma pesquisa descritiva, de revisão bibliográfica e documental. Como resultado preliminar observou-se que houve no setor de agenciamento de viagens em Mato Grosso, um crescimento dos microempreendedores individuais – MEI, ultrapassando a média nacional mensurada.

Palavras-chave

Agenciamento; Mercado; Tecnologia; Microempreendedores.

Introdução

O turismo é um fenômeno com características múltiplas. Através dele, há a movimentação da economia e o efeito multiplicador em que todos os envolvidos nesse sistema (agências de viagens, transportadoras turísticas, alojamento, alimentação, transporte, aluguel de automóveis, atividades recreativas e outros) acabam se favorecendo de alguma forma, através de seus efeitos diretos e indiretos.

Como no caso das agências de turismo que são organizações que têm a finalidade de comercializar produtos turísticos. São elas que orientam as pessoas que desejam viajar, estudam as melhores condições tanto em nível operacional quanto financeiro, e assessoram os clientes acerca da definição dos itinerários. Os serviços do turismo podem ser vendidos diretamente ao público consumidor, ou indiretamente através do mercado intermediário. As agências de turismo integram esse mercado intermediário e constituem um canal de distribuição dos produtos turísticos para o mercado final.

Todavia, com a globalização e o desenvolvimento da tecnologia, o mercado de turismo passou por mudanças nas formas de acesso das pessoas às informações. A partir da desintermediação (ligação direta entre provedoras ou operadoras e consumidores) e de reintermediação (desenvolvimento de funções de consultoria ou da especialização da

atividade de agenciamento para atender a um determinado perfil de consumidor), houve uma mudança no processo de comercialização dos produtos, ou seja, a indústria do turismo foi afetada diretamente nas questões que envolvem as estratégias de vendas aos seus consumidores. Dessa forma, os(as) empresários(as) do setor de agenciamento de viagens tiveram que se adequar a este novo contexto. E uma das formas encontradas foi mudar o modo de operação, deixando de ser microempresa para se tornar microempreendedor individual – MEI, pela facilidade de atendimento proporcionado pela tecnologia e também pela redução dos custos operacionais.

Sendo assim, este trabalho tem como principal objetivo desenvolver um breve panorama das mudanças ocorridas no setor de agenciamento de viagens em Mato Grosso (crescimento do número de microempreendedores individuais - MEI), considerando as questões tecnológicas e econômicas vivenciadas pelo setor nos últimos anos.

Com base no objetivo apresentado, tem-se de uma pesquisa descritiva que segundo Gil (2002, p. 42):

[...] têm como objetivo primordial à descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis. Serão inúmeros os estudos que podem ser classificados sob este título e uma de suas características mais significativas estão na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como o questionário e a observação sistêmica.

Bem como, é caracterizada como uma pesquisa bibliográfica por utilizar livros e artigos científicos para a construção da base teórica, e também documental, por utilizar dados estatísticos retirados de pesquisas realizadas por órgãos oficiais como a Associação Brasileira das Agências de Viagens – ABAV em parceria com o SEBRAE.

A atuação das agências de Turismo

Ao observarmos o mercado turístico, percebemos que existe uma diferenciação bem conhecida no universo das agências de turismo. Mercadologicamente, elas são divididas em: agências de viagens e operadoras turísticas. As agências de viagens tem como atividade a intermediação, que compreende a oferta, a reserva e a venda aos consumidores de alguns dos serviços turísticos, apresentados na Lei no. 11.771.

As operadoras turísticas têm como atividade a elaboração de serviços e roteiros de viagens turísticas, nacionais ou internacionais, emissivas ou receptivas, que incluam mais de um dos serviços turísticos, descritos na mesma Lei.

Com relação às agências de turismo, estas podem ser definidas em função de acordos comerciais. Seus serviços podem se dar na forma de representação, distribuição ou simplesmente venda de produtos e serviços. A partir dessa perspectiva, as agências de turismo podem ser classificadas como: agências representantes, agências distribuidoras, agências vendedoras, agências especializadas em viagens de lazer e agências especializadas em viagens de negócios (BRAGA, 2008).

Bem como, as agências de turismo ainda podem ser classificadas como:

- Agência de turismo emissiva: Atua com o mercado de turismo emissivo, emite passagens, pacotes, cruzeiros, hospedagem e demais serviços para várias partes do território nacional ou internacional. Com exceção da própria localidade (BRAGA, 2008).
- Agência de turismo receptiva: São responsáveis pela recepção, atendimento, acompanhamento, suporte e apoio ao turista. São empresas que prestam serviço ao turista visitante não residente no destino e detêm estrutura de bens e serviços para esse atendimento (SEBRAE, 2014).

Enfim, as agências de turismo são organizações que tem a finalidade de comercializar produtos turísticos. Elas orientam as pessoas que desejam viajar, estudar as melhores condições tanto em nível operacional quanto financeiro, e assessoram os clientes acerca da definição dos itinerários.

O novo profissional de turismo no setor de agenciamento de viagens em Mato Grosso

Diversos países em todos os continentes investem no turismo por ser uma das áreas que mais cresce no mundo. Segundo o jornal Panrotas (2019), dados recentes do Conselho Mundial de Viagens e Turismo - *World Travel & Tourism Council* (WTTC) reforçam essa tese, já que este setor teve índice de crescimento superior à economia global em 2018.

O World Travel & Tourism Council divulgou dados inéditos sobre os impactos do turismo no mundo e seu crescimento em 2018, mostrando alta por 08 anos consecutivos: - RESILIÊNCIA: 2018, o setor de viagens e turismo cresceu 3,9% enquanto a economia global 3,2%. - EMPREGOS: 319 milhões de empregos, 01 em cada 10. - DOMÉSTICO: é responsável por 71,2% dos gastos em viagens. E as notícias ainda trazem ótimas perspectivas para o futuro, 01 em cada 05 novos empregos virão do turismo, com a projeção de gerar 100 milhões de novos empregos nos próximos 10 anos. Isso levará o setor a ser responsável por 421 milhões de postos de trabalho.

Ainda segundo o Conselho Mundial de Viagens e Turismo *apud* Jornal Panrotas (2019), o Brasil ocupa posições de liderança global na contribuição do turismo para a economia, o setor turístico responde por 8,1% do PIB do Brasil, contribuindo com aproximadamente US\$ 152,5 bilhões e gerando 7,5% dos empregos no país em 2018.

O setor turístico é um dos que mais oferece oportunidade de trabalho para os brasileiros. Gera empregos diretos em atividades relacionadas a hotelaria, agenciamento de viagens, transporte aéreo e terrestre, alimentos e bebidas, lazer, eventos, planejamento turístico, etc.

Neste sentido, as agências de viagens e operadores turísticos são muito importantes, tanto na organização e na intermediação, como na promoção de serviços turísticos, formando um dos elos mais importantes da cadeia produtiva do setor. Segundo dados do SEBRAE (2017, p. 06), o setor de agências e operadoras de turismo:

[...] é composto por 36.003 empresas o segmento das agências e operadoras de viagens e turismo é composto por 36.003 empresas (Cadastro Sebrae de Empresas - CSE , 2014), das quais 99,52% são Microempreendedores Individuais (MEI) e Micro e Pequenas Empresas (MPE). Tais pequenos negócios empregam 50.510 do total de 69.654 pessoas formalmente ocupadas nessas atividades. Ou seja, 72,51% do total dos empregos relacionados ao turismo têm origem nos pequenos negócios.

Muitas transformações ocorreram no setor de agenciamento de viagens nas duas últimas décadas, como por exemplo, as mudanças ocorridas no segmento de transporte aéreo com o auxílio da Tecnologia da Informação (TI) permitindo à comercialização direta de passageiros dos produtos turísticos e com isso enfraquecendo o papel tradicional de intermediação das agências de turismo e a redução da renda gerada pelo comissionamento das empresas áreas.

Outra importante transformação ocorrida no setor de agenciamento de viagens que modificou a forma de atuação das mesmas foi a desintermediação (conexão direta

entre provedoras ou operadoras e consumidores) e de reintermediação (desenvolvimento de funções de consultoria ou da especialização da atividade de agenciamento para atender a um determinado perfil de consumidor).

Muito tem-se falado sobre o atual papel da agência de viagens e suas funções na dinâmica do sistema de turismo. Tal discussão parte do princípio de que hoje, com a difusão da internet, os processos de desintermediação têm sido cada vez mais intensos, significando um desafio ao papel tradicional das agências (MTUR, 2013). No entanto, apesar dessa discussão e da disseminação do uso da TI na cadeia produtiva do turismo provocar o processo de desintermediação, percebe-se que este encadeamento ainda se encontra em estágio inicial, pois as agências de turismo ainda exercem um papel importante de intermediação tradicional.

As próprias agências de turismo utilizam a tecnologia em benefício próprio, permitindo eficiência e rapidez nos atendimentos, elevando as vendas e os lucros. Ou seja, a tecnologia permite aprimorar o trabalho de intermediação tradicional das agências de turismo, transformando-o num processo mais rápido e seguro, bem como pode ser essencial para uma mudança de plano das agências no sentido da diferenciação dos serviços oferecidos por elas. Este plano de diferenciação pode ser considerado o ponto de partida de um processo de reintermediação, incluindo desde a agregação de valor até o agenciamento, bem como um amplo redirecionamento do papel de intermediação das agências de viagem. Este redirecionamento poderia ocorrer por meio da incorporação ou do desenvolvimento de uma atividade de consultoria e/ou da especialização do agenciamento (SEBRAE, 2014).

Desta forma, com o processo de desintermediação e reintermediação, os agentes de viagens/consultores tiveram que se adequar a novos contextos e formas de atuação mediante aos seus clientes. Com isso, muitas agências de turismo mudaram sua forma de operação, deixando de ser uma microempresa e tornando-se um microempreendedor individual – MEI¹, pela facilidade de atendimento proporcionado pela tecnologia e também pela redução dos custos.

¹ O MEI é o pequeno empresário individual que atende as seguintes condições relacionadas: a) tenha faturamento limitado a R\$ 81.000,00 por ano; b) Que não participe como sócio, administrador ou titular de outra empresa; c) Contrate no máximo um empregado; d) Exerça uma das atividades econômicas previstas no Anexo XI, da Resolução CGSN nº 140, de 2018, o qual relaciona todas as atividades permitidas. O MEI não tem contrato social e não pode ter sócio. O MEI é um Empresário Individual, que exerce atividade econômica em nome próprio. O Certificado da Condição de Microempreendedor Individual – CCMEI é o documento comprobatório do registro como MEI, conforme previsto na

Segundo dados do SEBRAE (2017), durante o período de 2009 a 2014 o número de agências de turismo cresceu cerca de 118%, sendo a média anual do período de 17,1%.

Tal crescimento foi influenciado principalmente pelo aumento de MEI, cuja participação no total de empresas passou de 11,68%, em 2010, para 36,53%, em dezembro de 2014. No ano de 2009, tal participação era de 0,66%, contudo foi o ano em que se iniciaram as formalizações nessa opção. No mesmo período, a participação de EPP e EMP caiu, passando de, respectivamente, 12,04% e 0,90%, em 2009, para 6,84% e 0,43%, em dezembro de 2014. Tal incremento no número de MEI não impactou os outros portes (p. 20).

Ainda de acordo com o Sebrae (2017), o Estado de Mato Grosso possui uma proporção de MEI acima da média do país. São ao todo 573 agências de turismo cadastradas, sendo 218 (38,05%) MEI. Já segundo informações repassadas por uma agência de viagens consolidadora atuante no mercado mato-grossense, o número de MEI cadastrados em seu sistema dobrou entre 2017 e 2019, passando de 20 para 40 empreendedores individuais.

Entende-se que existem alguns benefícios do MEI em relação aos outros tipos de empresas, como por exemplo, no momento de fazer a contabilidade não precisa contar com estruturação fiscal e contábil. Mesmo assim o MEI deve declarar seu faturamento anual no início do ano seguinte, tendo como data limite o mês de maio.

O sistema tributário ao qual a MEI se enquadra também é simplificado: no programa Simples Nacional, o microempreendedor individual é isento de pagar tributos federais tais como Imposto de Renda de Pessoa Jurídica, PIS, Cofins, IPI e CSLL. No lugar, o valor total da guia de pagamento, conhecida como Documento de Arrecadação do Simples (DAS), é de 45 reais (comércio e indústria), 49 reais (prestação de serviços) ou 50 reais (comércio e serviços) por mês.

Formalizar-se como MEI também dá direito a benefícios previdenciários, tais como aposentadoria por idade, aposentadoria por invalidez, auxílio doença, salário maternidade, pensão por morte e auxílio reclusão. A família do microempreendedor individual também terá direito à alguns benefícios, como pensão por morte e auxílio reclusão. Porém, é preciso observar os períodos de carência e de contribuição mínima (EXAME, 2018).

Resolução CGSIM n. 48, de 11 de outubro de 2018, e substitui o Requerimento de Empresário para todos os fins (BRASIL, 2019).

Esta forma de configuração jurídica ajudou os pequenos empresários a formalizarem o seu negócio, pois alguns deixaram de ter microempresa e outros desistiram de ser autônomos ou “freelancer” como são chamados, para se tornarem MEI, pois assim conseguiram diminuir os custos e mantiveram assegurados os benefícios previdenciários, além de conseguirem contratar um funcionário registrado, prestar serviços a empresas emitindo nota fiscal e ter acesso a crédito.

Considerações Finais

As agências de viagens no mercado turístico funcionam como agregador de serviços. São elas responsáveis em transformar destinos e equipamentos turísticos em produtos, atuando na produção e distribuição de bens e serviços turísticos e ofertando isso aos possíveis e diferentes consumidores.

Principais intermediários no comércio de produtos turísticos, as agências de turismo constituem empresas que não restringem seu papel na intermediação pura e simples, conforme observado na Lei nº 11.771, de 17 de Setembro de 2008, pois muitas delas participam ativamente da formação, posterior consolidação e aperfeiçoamento das atividades que exploram, assim sugerem modificações, apresentam alternativas e constroem novos roteiros, integrando elementos que em princípio não interagem.

As agências de turismo integram um setor que pode ser lucrativo e empreendedor. Porém, devido às mudanças econômicas, sociais, culturais e tecnológicas estas empresas tiveram que se adaptar e buscar novas alternativas para continuar crescendo/sobrevivendo nesse setor no Brasil.

Essa adaptação envolveu a mudança na forma de atuação no mercado, deixando de ser microempresa e passando a atuar como MEI. Em Mato Grosso o número de microempreendedores no setor de agenciamento de viagens cresceu nos últimos anos, a ponto de ultrapassar a média nacional.

Todavia, isso não representa falta de qualidade no atendimento, pois apesar de reduzirem seus custos, estes microempreendedores possuem a tecnologia a seu favor, permitindo que os atendimentos sejam feitos de acordo com as necessidades dos clientes. Ou seja, pela internet e a partir de sistemas operacionais que facilitam e agilizam o trabalho, esses microempreendedores conseguem atender todas as demandas que lhes são solicitadas.

Acredita-se que esta forma de atuação no mercado – MEI – ainda continuará se expandido, pois a economia e a instabilidade política brasileira não estão propícias para abertura de empresas de maior porte, mesmo sendo o turismo um dos principais impulsionadores do crescimento da economia global no ano de 2018 conforme afirma Martins (2019)².

Todavia, o que se observa é grande preocupação e muita incerteza quanto ao cenário econômico brasileiro, fazendo com que muitos interessados em abrir uma empresa ou mesmo reduzir custos optem pelo MEI.

Referências

BRAGA, Debora Cordeiro. **Agências de viagens e turismo: práticas de mercado**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

BRASIL. **Lei Geral do Turismo**, nº. 11.771, de 17 de setembro de 2008. Brasília/DF, 2008. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2008/Lei/L11771.htm >. Acesso em 05 de maio de 2019.

BRASIL. **Portal do Empreendedor – MEI** (2019). Disponível em: <<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/>>. Acesso em 29 de abril de 2019.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MINISTÉRIO DO TURISMO (2013). **Estudo da Competitividade do turismo brasileiro**: o segmento de agências e operadoras de viagens e turismo. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/turismo/o_ministerio/publicacoes/cadernos_publicacoes/13estudos.html>. Acesso em: 01 de maio de 2019.

PANROTAS. **Turismo cresce mais do que a economia global**. Disponível em: < https://www.panrotas.com.br/mercado/opiniaio/2019/03/turismo-cresce-mais-do-que-a-economia-global-veja-dados_162710.html >. Acesso em 30 de abril de 2019.

PANROTAS. **Turismo responde por 8,1% do PIB Brasil**. Disponível em: <https://www.panrotas.com.br/mercado/economia-e-politica/2019/03/turismo-responde-por-81-do-pib-brasil-veja-dados-globais_162774.html>. Acesso em 30 de abril de 2019.

² Jornal Panrotas de 07 de março de 2019. Segundo Marcos Martins em 2018 o número de viagens de ida e volta cresceu 5,5% (a economia global cresceu 3,7%), resultando em 1,4 bilhão de viagens internacionais, de acordo com informações da pesquisa anual World Travel Monitor da consultoria IPK International.



PANROTAS. **Viagens internacionais crescem 5,5% e somam 1,4 bilhão.** Disponível em: < https://www.panrotas.com.br/mercado/pesquisas-e-estatisticas/2019/03/viagens-internacionais-crescem-55-e-somam-14-bilhao_162773.html>. Acesso em 14 de maio de 2019.

REVISTA EXAME. **Quer abrir MEI em 2019?** Veja o guia completo para ser microempreendedor. Disponível em: < <https://exame.abril.com.br/pme/quer-abrir-mei-em-2019-confira-o-guia-completo-para-o-microempreendedor/>>. Acesso em 13 de maio de 2019.

SEBRAE. **Turismo.** Boletim Informativo 2014. Disponível em: < <http://www.sebraemercados.com.br/boletim-agencia-de-turismo-receptivo/>>. Acesso em 03 de maio de 2019.

SEBRAE. **Panorama das Agências de Viagens e Operadores Turísticos no Brasil.** Brasília/DF: SEBRAE, 2017.