

**UNIVERSIDADE DO SAGRADO CORAÇÃO**

*Centro de Ciências Sociais Aplicadas  
Bacharelado em Turismo*

**FERRAMENTAS DO MERCADO FINANCEIRO COMO INCENTIVO AO  
TURISMO: UM ESTUDO DE CASO DO CARTÃO TURISMO DA CAIXA  
ECONÔMICA FEDERAL (BAURU/SP)**

**GLAUBER FABRÍCIO DE OLIVEIRA**

**BAURU  
2007**

**GLAUBER FABRÍCIO DE OLIVEIRA**

**FERRAMENTAS DO MERCADO FINANCEIRO COMO INCENTIVO AO  
TURISMO: UM ESTUDO DE CASO DO CARTÃO TURISMO DA CAIXA  
ECONÔMICA FEDERAL (BAURU/SP)**

Orientador: Prof. Ms. Paulo Renato de Paula Frederico

**BAURU  
2007**

*Dedico a Deus, sobre todas as coisas*  
*Aos meus pais Dirceu de Oliveira e Clementina dos Santos de Oliveira*  
*Ao meu irmão Glauco Alessandro de Oliveira*  
*A minha namorada Kayse*  
*Aos meus amigos*  
*A todos os professores da USC que contribuíram para a minha formação...*

## **AGRADECIMENTOS**

Ao Prof. Ms. Paulo Renato de Paula Frederico, que me deu o foco necessário para desenvolver, estruturar e apresentar esse trabalho, além de ter tido compreensão para me auxiliar mesmo com prazo curto decorrente das minhas dificuldades de horário.

Aos professores com os quais eu tive aula, pelo método eficiente de ensino e pela atenção que sempre deram.

A todos que me ajudaram direta ou indiretamente na conclusão deste trabalho.

## SUMÁRIO

<b>LISTA DE FIGURAS</b> .....	6
<b>LISTA DE TABELAS</b> .....	7
<b>RESUMO</b> .....	8
<b>INTRODUÇÃO</b> .....	9
<b>1 ESTÍMULOS DO MERCADO FINANCEIRO PARA O CRESCIMENTO DO TURISMO</b> .....	10
1.1 Uma breve análise do turismo .....	10
1.2 O mercado financeiro no âmbito bancário .....	17
1.2.1 A vinda do modelo bancário para o Brasil .....	18
1.2.2 O uso do cartão de crédito .....	19
<b>2 O LOCUS DA PESQUISA DE CAMPO</b> .....	23
2.1 A Caixa Econômica Federal .....	23
2.2 O Cartão Turismo Caixa .....	24
2.2.1 Cartão Turismo Caixa Nacional .....	24
2.2.2 Cartão Turismo Caixa Internacional .....	25
2.2.3 Cartão Turismo Caixa Gold .....	27
<b>3 RESULTADOS DA PESQUISA DE CAMPO</b> .....	30
3.1 Procedimentos metodológicos .....	30
3.2 Apresentação e discussão dos resultados .....	30
<b>CONCLUSÃO</b> .....	33
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	34
<b>ANEXOS</b> .....	35

**LISTA DE FIGURAS**

Figura 1 - O impacto econômico dos gastos dos turistas .....	15
--	----

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Os benefícios e os custos econômicos do turismo.....	16
Tabela 2 - Conhecimento das taxas e prazos .....	31
Tabela 3 - Conhecimento sobre o seguro de viagem e o serviço de assistência .....	31
Tabela 4 - Transferência de pontos para os programas de fidelidade .....	31
Tabela 5 - Importância da possibilidade de parcelar o pagamento da viagem.....	32
Tabela 6 - Influência do cartão na hora de viajar .....	32

## RESUMO

O turismo é o setor de maior crescimento na economia nos últimos anos, além de ser importantíssimo para o desenvolvimento cultural e social. Colaborador, e ao mesmo tempo dependente do mercado financeiro, o turismo tem cada vez mais suporte de outras áreas para o seu desenvolvimento. Essa parceria só tem a contribuir para o crescimento do mercado e dos números que o turismo representa no PIB do país, se tornando cada vez mais uma grande fonte geradora de recursos. Os bancos tem tido um papel importante no desenvolvimento do turismo, inclusive no interesse das pessoas em viajar, visto que as estratégias de marketing voltadas para esse ramo têm trazido bons resultados para as instituições financeiras. Este trabalho quer demonstrar a importância do mercado financeiro no turismo através do Cartão Turismo Caixa da Caixa Econômica Federal, trabalhando como ferramenta importante no incentivo às pessoas viajarem. A metodologia utilizada se deu basicamente através de uma pesquisa exploratória em fontes secundárias e da pesquisa de campo, na qual foi aplicada uma entrevista com clientes da Agência Avenida Duque de Bauru/SP escolhidos aleatoriamente. Ao final, foi possível concluir que o produto Cartão Turismo Caixa é um fator importante no interesse das pessoas em viajar e conseqüentemente no desenvolvimento do turismo. Seria interessante que a instituição financeira utilizasse uma estratégia melhor de abordagem, para conscientizar os clientes dos benefícios que o cartão possui, conseguindo assim ganhos para o desenvolvimento do turismo e para o crescimento dos lucros do banco.

**Palavras-chave:** Turismo; Mercado Financeiro; Cartão Turismo; Caixa Econômica Federal (Bauru/SP).



## INTRODUÇÃO

O turismo é um fenômeno de extrema importância na sociedade contemporânea. Com crescimento de interesse das instituições financeiras nesse mercado, que já representa grande parte da movimentação financeira no mundo, o turismo só tem a crescer.

A influência das instituições financeiras pode ser uma grande alavanca de incentivo aos turistas, uma vez que para financiamentos ou empréstimos voltados ao ramo é aplicada uma taxa de juros reduzida com prazos maiores para pagamento.

No intuito de constatar a importância dos bancos no turismo, será aplicada uma pesquisa de campo, objetivando analisar o grau de satisfação das pessoas quanto ao serviço prestado pela Caixa Econômica Federal e sua aplicabilidade no turismo através do Cartão Turismo Caixa.

O objetivo é verificar se as pessoas têm sido influenciadas a viajar por essas facilidades oferecidas, vindo a gastar nos diversos tipos de estabelecimentos e serviços que compõem o *trade* turístico.

Por meio de uma entrevista averiguaremos tais méritos e tiraremos conclusões com base nos resultados obtidos.

No primeiro capítulo do trabalho serão abordados os princípios e conceitos básicos do turismo, sua importância social, cultural e econômica e o mercado financeiro no âmbito bancário. No segundo capítulo será apresentada a Caixa Econômica Federal e o seu produto Cartão Turismo Caixa, o objeto desse estudo. No terceiro capítulo apresentaremos os resultados da pesquisa de campo, que auxiliarão na construção e conclusão dessa pesquisa.

## 1 ESTÍMULOS DO MERCADO FINANCEIRO PARA O CRESCIMENTO DO TURISMO

### 1.1 Uma breve análise do turismo

O turismo tem crescido muito com o passar dos anos, nas páginas que seguem, mostraremos a sua importância, analisada principalmente em relação com o mercado financeiro.

Segundo Barreto (1995), o conceito de turismo surgiu no século XVII, na Inglaterra, se referindo a um tipo especial de viagem. A palavra *tour* é de origem francesa, como muitas palavras do inglês moderno que definem conceitos ligados à riqueza e à classe privilegiada.

A primeira definição dada ao turismo foi feita pelo economista austríaco Hermann von Schullern zu Schattenhofen, que escrevia que “turismo é o conceito que compreende todos os processos, especialmente os econômicos, que se manifestam na chegada, na permanência e na saída do turista de um determinado município, país ou estado” (SCHATTENHOFEN, 1911 *apud* BARRETO 1995).

As definições de turismo foram evoluindo, ora pobres, ora com mais visão, e os autores, independentemente da classificação que lhe é atribuída, foram mostrando que o turismo não é simplesmente a indústria de viagens e prazer. Eis uma pequena facela para conhecimento:

Turista é a pessoa que entre num país estrangeiro sem a intenção de fixar residência nele, ou de nele trabalhar regularmente, e que gasta, naquele país de residência temporária, o dinheiro que ganhou em outro lugar (DE LA TORRE, 1992, p. 17 *apud* BARRETO, 1995, p. 11).

Conjunto de viagens temporárias de pessoas, motivadas por necessidades de repouso, de cura, espirituais ou intelectuais (TROISI, 1942 *apud* BARRETO 1995, p. 11).

Turismo é, de um lado, conjunto de turistas; do outro, os fenômenos e as relações que esta massa produz em consequência de suas viagens. Turismo é todo o equipamento receptivo de hotéis, agências de viagens, transportes, espetáculos, guias-intérpretes que o núcleo deve habilitar para atender às concorrentes (...). Turismo é o conjunto das organizações privadas ou públicas que surgem para

fomentar a infra-estrutura e a expansão do núcleo, as campanhas de propaganda (...). Também são os efeitos negativos ou positivos que se produzem nas populações receptoras (FUSTER, 1973, apud BARRETO 1995 pp. 12-13).

Para Lundberg (1974, p. 25 apud BARRETO, 1995, p. 12), o turismo é a atividade de transporte, cuidado, alimentação e entretenimento do turista; tem um grande componente econômico, mas suas implicações sociais são bem mais profundas. Estimula o interesse no passado, na arquitetura e na arte.

O turismo é um conjunto de deslocamentos voluntários e temporais determinados por causas alheias ao lucro; conjunto de bens, serviços e organização, que determinam e tornam possíveis estes deslocamentos e as relações e fatos que entre aqueles e os viajantes têm lugar (ARRILAGA, 1976, p. 25 apud BARRETO, 1995, p.12).

Burkart e Medlik (1981) definem o turismo como o fenômeno que surge de visitas temporárias (ou estadas fora de casa) fora do local de residência habitual por qualquer motivo que não seja uma ocupação remunerada no local visitado (apud LICKORISH; JENKINS, 1987, p. 10).

Do ponto de vista formal, a definição de turismo é dada pela Organização Mundial do Turismo (OMT) como:

Soma de relações e de serviços resultantes de um câmbio de residência temporário e voluntário motivado por razões alheias a negócios ou profissionais (DE LA TORRE 1992, p. 19 apud BARRETO, 1995, p. 12).

Analisando as definições supracitadas podemos ver alguns problemas, como a de De La Torre (1992), definindo o turista como uma pessoa que entra em um país estrangeiro sem a intenção de fixar residência nele, já que o turismo pode ser feito dentro de um mesmo país. Troisi (1942), que se atém a tratar do turismo como viagens temporárias com alguns objetivos específicos, sem deixar espaço para outras necessidades ou desejos, quando hoje se sabe das mais variadas formas de turismo.

Também se podem perceber virtudes, como na definição de Schattenhofen, que não se fecha sendo específico, e por ter um ponto de vista geral, acaba por definir turismo com uma abrangência bem maior, e na de De La Torre (1992), que é dada pela Organização Mundial do Turismo, que também é abrangente, mas deixa mais claro que o turismo é motivado por razões alheias a negócios ou profissionais.

Após anos de estudos e diferentes pontos de vista e definições de turismo começa-se a ter mais propriedade para analisar os impactos que ele traz à sociedade. Para Serrano; Bruhns; Luchiari (2000), o turismo abrange o mundo inteiro, seja no processo de globalização das economias e da cultura, ou na melhora dos meios de comunicação e transporte. São poucos os lugares que não recebem turistas.

De acordo com Lickorish; Jenkins (2000) até meados da década de 1970, grande parte dos estudos sobre turismo era concentrada na medição dos benefícios econômicos; pouca atenção era dada a uma característica fundamental do turismo internacional – a interação entre turistas e a comunidade local.

A partir de então, os autores dizem que mais estudiosos e profissionais do turismo passaram a dar mais atenção ao relacionamento entre os turistas e a população local, e principalmente aos efeitos não econômicos induzidos por esse relacionamento.

O turismo aproveita os bens da natureza sem consumi-los, nem esgotá-los; emprega uma grande quantidade de mão-de-obra; exige investimento de enormes somas de dinheiro; gera rendas individuais e empresariais; proporciona o ingresso de divisas na balança de pagamentos; origina receitas para os cofres públicos; produz múltiplos efeitos na economia do país; valoriza imóveis e impulsiona a construção civil (Oliveira, 2000, p. 41).

Como se pode entender com a citação de Oliveira, o turismo traz grandes benefícios para um país. Dentre os principais impactos causados pelo turismo, podemos destacar os sociais, os culturais e os econômicos, estes mais abrangentemente para dar fundamentos para desenvolver o foco da pesquisa.

Os impactos sociais podem ser vistos de maneiras diferentes, mas acabam por chegar ao mesmo produto no final: o turismo tem grande influência, e esta pode ajudar no mantimento de tradições ou acabar com estas, dependendo da forma como acontece, dos interesses, do número de turistas que visitam o local e a frequência que visitam.

Quando os turistas chegam a um país de destino eles não se limitam a trazer consigo seu poder de compras e a fazer com que se instalem comodidades para serem desfrutadas por eles. Acima de tudo, eles trazem um tipo diferente de comportamento, o qual pode transformar profundamente os hábitos sociais locais através da

remoção e da perturbação das normas já estabelecidas da população residente (LICKORISH; JENKINS, 2000, p. 107).

Para Swarbrooke (2000), o impacto social do turismo geralmente é permanente, com pouca ou nenhuma oportunidade de reverter as mudanças uma vez ocorridas.

Seguindo essa linha de raciocínio, Cooper et al (2001) afirma que o turismo pode trazer impactos positivos, como nos casos em que o turismo preserva ou mesmo ressuscita as habilidades artesanais da população, ou aumenta o intercâmbio cultural entre duas populações diferentes, ou negativos, como a degeneração das artes e do artesanato e a comercialização de cerimônias e rituais da população anfitriã, além da possibilidade de prejudicar o intercâmbio cultural, apresentando uma visão limitada e distorcida de uma das populações.

Os autores ainda atentam para um fato importante a ser considerado: o impacto sociocultural – como exemplo, o crescimento do número de turistas do Reino Unido que visitaram a Espanha durante os anos 60 e 70 resultou em mudanças de hábitos culinários e de bebidas.

Analisando essas visões dos autores pôde-se observar que o turismo pode ser influente tanto para ressuscitar os usos e costumes das comunidades, como na mudança destes. É importante que haja turismo de forma a manter os valores sociais, e que a troca de conhecimento entre turista e comunidade local sirva para aprendizado, sem dilacerar a história.

Quanto aos impactos culturais, mais especificamente, Lickorish; Jenkins (2000) citam a ameaça aos hábitos tradicionais de cada país e de regiões específicas, não obstante, o turismo pode se tornar o elemento que irá garantir a manutenção de certas tradições originais que atraem os turistas.

Para os autores, alguns dos fatores da ameaça aos hábitos tradicionais são:

- O comércio ilegal de objetos históricos e animais;
- pesquisas arqueológicas não oficiais;
- erosão de valores estéticos e de certo *know-how* técnico;
- a comercialização de eventos da cultura tradicional, que pode levar à criação de uma pseudocultura, um folclore artificial para o turista, sem valor cultural algum para a população local ou seus visitantes.

Alguns dos fatores que podem garantir a manutenção das tradições:

- O turismo acentua os valores de uma sociedade, dando maior importância ao lazer e ao relaxamento, atividades que exigem um ambiente de alta qualidade, como nos países da Escandinávia;

- com gerenciamento adequado, o turismo pode garantir a conservação, em longo prazo, de áreas de beleza natural que possuem valores estéticos e/ou culturais como os Parques Nacionais dos Estados Unidos e as montanhas Ayres, na Austrália;

- o turismo pode renovar as tradições de arquiteturas locais, na condição de que as peculiaridades regionais, a herança ancestral e o ambiente cultural são respeitados. Pode também servir como um trampolim para a renovação das áreas urbanas, como em Glasgow, na Escócia.

Na visão de Lage; Milone (2000) o turismo tem influência dupla sobre a cultura: por um lado, cria um valor econômico que pode ajudar a preservar a cultura, beneficiando turistas e receptores com iniciativas de restaurações de prédios religiosos, locais arquitetônicos e danças tribais que são valorizadas pelos grupos; por outro, pode ser distorcida pelo turismo quando o mesmo charme cultural é substituído por imitações, sejam cópias de artesanato ou de música tradicional.

Para os autores, essas exposições de cultura apresentam imagens inadequadas, estereótipos para os turistas, o que diminui o potencial de aprendizado e compreensão intercultural, reduzindo o significado destes eventos e imagens para os residentes, ameaçando a continuação de sua existência.

Tanto na visão de Lickorish; Jenkins (2000), como na de Lage; Milone (2000) fica claro que o turismo pode ser um fator importante na manutenção dos aspectos culturais de uma localidade, concordando que para tanto, esses recursos devem ser explorados com ética.

No que diz respeito a análise dos impactos econômicos do turismo, Swarbrooke (2000) os considera complexos, mas exemplifica bem apresentando um modelo analisado por Murphy e modificado por Page (vide figura 1).

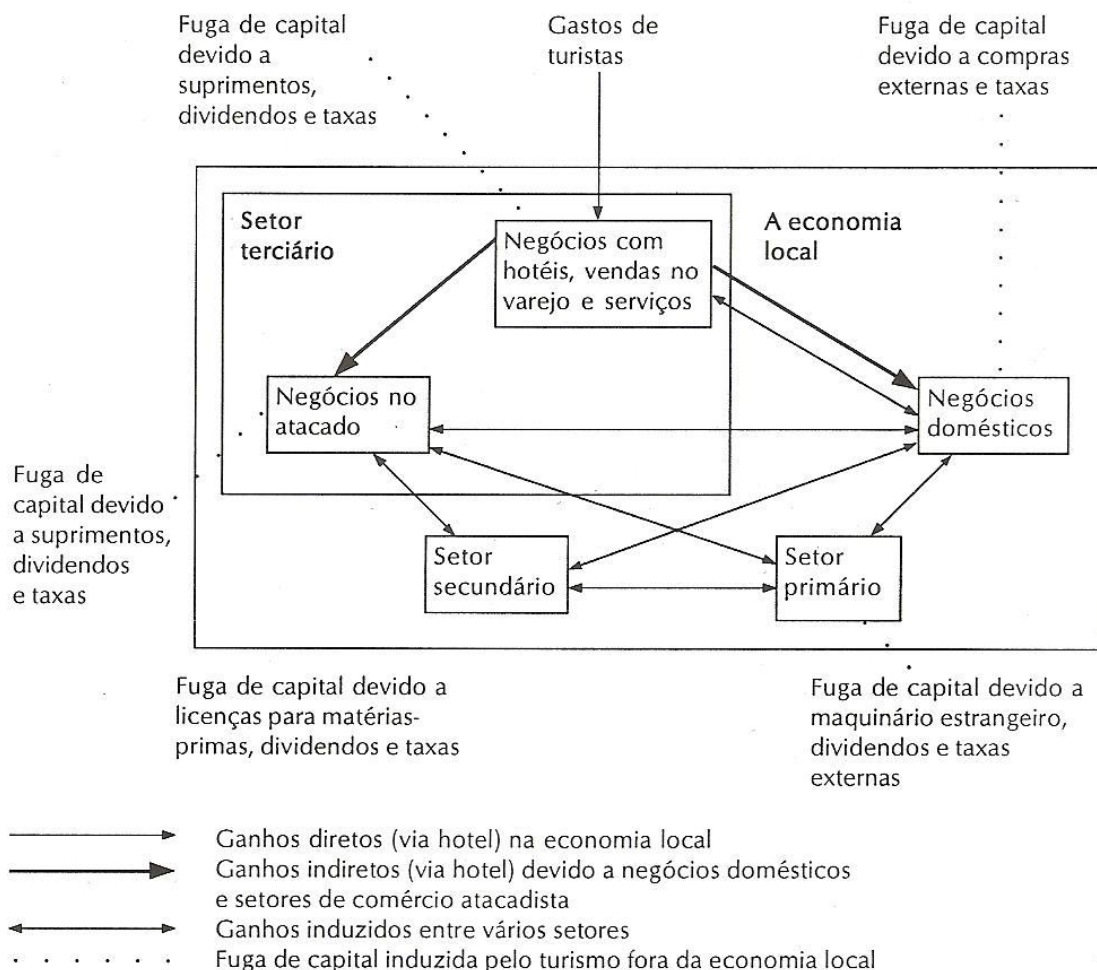


Figura 1 - O impacto econômico dos gastos dos turistas (Swarbrooke, 2000, p. 94)

O autor entende que o turismo traz tanto benefícios quanto custos econômicos, e que para avaliar esses custos e benefícios em projetos ou eventos especiais, usa-se frequentemente a análise de custo-benefício, que busca identificar, se possível, resultados associados de forma a se tornar uma decisão racional. Exemplificando:

- é difícil quantificar os custos e benefícios sociais que resultam do desenvolvimento do turismo, tais como crime, alienação social e a erosão de culturas tradicionais;
- nem sempre é fácil avaliar impactos em curto prazo contra os impactos em longo prazo;
- geralmente não é tão difícil perceber que os custos e benefícios são diferentes para povos diferentes.

O autor conclui que um projeto pode beneficiar uma região como um todo, mas pode trazer altos custos a uma pequena parte da comunidade, ressaltando o fato de que a análise de custo benefício (vide tabela 1) pode ser uma ferramenta valiosa para ajudar a tomar decisões quanto a propostas de projetos para o desenvolvimento do turismo.

<b>Benefícios</b>	<b>Custos</b>
- Criação de empregos	- Muitos empregos são mal remunerados e/ou sazonais
- Injeção de renda na economia local pelo efeito multiplicador	- Custos de ocasião, ex.: dinheiro investido em turismo que não poderá ser usado posteriormente para outras finalidades
- Auxílio para a manutenção da viabilidade dos negócios locais	- Congestionamento
- Reforma e reestruturação da economia em cidades e metrópoles onde outras atividades industriais estão em declínio	- A necessidade de investir em infraestrutura dispendiosa que pode ser usada apenas em parte do ano
- Estímulo a investimentos internos e industriais	- Excessiva dependência do turismo, tornando a economia local vulnerável a mudanças no mercado de turismo

Tabela 1 - Os benefícios e os custos econômicos do turismo  
(Swarbrooke, 2000, p. 95)

Já na opinião de Lickorish; Jenkins (2000) os impactos econômicos do turismo se relacionam aos ganhos do câmbio exterior, às contribuições feitas às receitas do governo, à geração de emprego e renda e ao estímulo ao desenvolvimento regional.

Os ganhos de câmbio do exterior são importantes no turismo, e por isso a maioria dos governos dos países em desenvolvimento estimula o turismo internacional, visto que a maioria dos turistas vem de países com moedas fortes, como o dólar americano, o marco alemão, o yen e o franco suíço, que são livremente conversíveis e aceitos internacionalmente, e com grande volume dessas moedas vindas do exterior, os governos podem ao menos em parte, financiarem seus esforços de desenvolvimento.

As contribuições feitas à receita resultantes dos gastos com turismo podem ajudar no desenvolvimento do setor, tendo em vista que esse dinheiro pode ser



investido em reformas ou melhorias do sistema público ou mesmo construção ou revitalização de centros de turismo.

Concordo com Swarbrooke em sua análise, já que ao apresentar o diagrama de Murphy modificado por Page ele tornou possível visualizar de maneira mais fácil e prática um pouco de como o turismo é representado do ponto de vista econômico. Lickorish; Jenkins vão ainda mais longe ao apreciar o fato de moedas fortes estrangeiras que impulsionam a movimentação econômica do país possibilitando o crescimento de recursos para o ramo do turismo. Fica claro que cabem análises mais específicas para cada caso, mas que o principal foco seja caracterizar a participação do turismo na economia.

## 1.2 O mercado financeiro no âmbito bancário

O mercado financeiro é um termo abrangente, que agrega tanto o mercado monetário como o mercado de capitais. Suas duas funções básicas são a de prestar serviços (cobranças, recolhimentos de impostos etc.) e a de intermediar recursos, representados não apenas pelo que determinamos poupança financeira, mas por toda forma de dinheiro (Tamer, 1991).

Para Andrezo; Lima (1999) o mercado financeiro nada mais é do que um grande fundo do qual se pode sacar ou depositar recursos. Nele se determina uma das variáveis cruciais da economia, a taxa de juros, que representa os termos em que se podem realizar transferências intertemporais de recursos.

A definição de Tamer pode ser considerada mais fidedigna, já que ele afirma que o mercado financeiro é um termo abrangente, enquanto Andrezo; Lima sintetizam o termo em um fundo que se pode sacar e depositar recursos, o que poderemos de ver mais adiante, não deixa de ser verdade.

Tamer (1991) afirma que predominantemente nesse mercado, os bancos centralizam a oferta e a procura de capitais e atuam como parte entre aqueles que dispõem de recursos e aqueles que necessitam de crédito, assumindo assim o risco na operação.

Discordando de Tamer, Fortuna (1996) acredita que tomar o dinheiro excedente de quem tem e emprestá-lo para quem precisa deixou de ser, há muitos anos, a principal característica do mercado bancário no Brasil. A prestação de

variados serviços tornou-se uma importante alavanca de expansão do sistema financeiro na renda nacional.

De acordo com o autor, a remuneração ao banco é obtida através do *float* (permanência de recursos transitórios dos clientes no banco) ou pela cobrança de tarifas de prestação de serviços.

Fortuna é muito feliz em sua análise sobre as fontes de recursos dos bancos. Hoje em dia, os bancos trabalham com tabelas de pontos. Quanto maior for o nível de relacionamento dos clientes com o banco (através de produtos, investimentos etc.) menor será o valor das taxas e das tarifas bancárias cobradas.

Essa estratégia visa amarrar o cliente. Se o cliente tem muito dinheiro depositado no banco, ele paga menos tarifas, mas esse dinheiro pode ser trabalhado pela instituição na concessão de empréstimos, que trarão lucros. Se o cliente não tem muito dinheiro aplicado no banco, ele acaba pagando um valor maior pelas tarifas e transações bancárias, além de ter taxas de juros mais altas na concessão de empréstimos.

### 1.2.1 A vinda do modelo bancário para o Brasil

Para entendermos um pouco do sistema financeiro utilizado no Brasil nos dias de hoje vamos apresentar a seguir o desenvolvimento do modelo bancário do país.

O modelo bancário trazido ao Brasil pelo Império foi o europeu. Entendiam-se como atividades básicas de um banco as operações de depósitos e empréstimos. Com o progresso e a euforia do pós-guerra, começaram as grandes transformações (Fortuna, 1996, p. 3).

De acordo com Fortuna (1996), a partir dos anos 50, o potencial econômico do Brasil começou a crescer, propagaram-se os bancos e os primeiros sintomas de uma debilitada capacidade empresarial para administrá-los. Na ocasião funcionavam mais de 500 matrizes.

Com o decreto-lei nº. 7.293, foi criada a Superintendência da Moeda e do Crédito (Sumoc), que vinha para substituir critérios inadequados de fiscalização, que tiveram início em 1920, com a inspetoria geral dos bancos, cujo objetivo imediato era exercer o controle do mercado monetário. Com o mesmo decreto, criou-se o depósito compulsório, como instrumento de controle de volume de crédito e dos meios de pagamento (Fortuna, 1996).

Muitos bancos encerraram suas atividades, outros desapareceram através de fusões e incorporações. Solidificava-se então o Sistema Financeiro Nacional.

A reforma bancária de 1964, dada pela lei nº. 4.595, de 31 de dezembro de 1964 e a Reforma do Mercado de Capitais, pela lei nº. 4.728, de 14 de julho de 1965 definiram uma política que objetivava acabar com a controvérsia relativa às instituições financeiras, com evolução no sentido europeu ou adoção do modelo americano, ou seja, tornando os bancos as principais peças do sistema financeiro ou predominando a especialização.

Com essas normas, o banco ficaria com o segmento de capital de giro e outras operações de curto prazo, mas pela existência de empresas de crédito, financiamento e investimento desde 1959, foram criados os bancos de investimento, em 1965, para a posterior criação das associações de poupança e empréstimo, em 1969.

Mais recentemente, a resolução 1.524/38 de 22 de setembro de 1988 facultou às instituições financeiras sua organização como uma única instituição com personalidade jurídica própria (Fortuna, 1996).

Com o passar do tempo, os bancos passaram a exercer funções de grandes prestadores de serviços, prestando serviços rápidos e sofisticados para atrair o maior número de clientes.

O banco atual instala caixas avançados em grandes clientes, retira numerário, paga seus empregados e fornecedores, credita cobrança no mesmo dia de pagamento, oferece caixas automáticos (ATM), cartões de crédito, cheques especiais, cheques de viagem, custódia e ordens de pagamento, dentre diversos outros serviços (Fortuna, 1996).

Como produto e objeto principal da pesquisa, estudaremos agora o uso do cartão de crédito.

### 1.2.2 O uso do cartão de crédito

Para Fortuna (1996), o uso do cartão de crédito facilita o dia-a-dia das pessoas e ao mesmo tempo as incentivam a consumir. Com prazos maiores e possibilidade de parcelar o pagamento sem a cobrança de juros, o consumidor faz uso do crédito automático, tendendo a gastar mais.

O autor afirma que os cartões de crédito são utilizados para aquisição de bens e serviços nos estabelecimentos credenciados, para os quais trazem real vantagem por serem indutores ao crescimento das vendas. Os cartões podem ser de uso exclusivo no mercado brasileiro ou de uso internacional. Sem dúvida constituem a moeda do futuro, pela segurança tanto para o credor quanto para o devedor.

O conhecimento de alguns termos é muito importante para uma melhor utilização do produto cartão de crédito. De acordo com informações obtidas no sítio da Caixa Econômica Federal e portfólio da instituição, seguem alguns dos principais:

Afiliada ou credenciada: é o termo que identifica a empresa ou estabelecimento que aceita o cartão de crédito.

Anuidade: é o valor cobrado anualmente do portador do cartão pela administradora para a manutenção dos serviços.

Atraso no pagamento: ocorre quando o pagamento da fatura é realizado após a data do vencimento, ou após o primeiro dia útil seguinte à mesma, caso caia em um sábado, domingo ou feriado. Sobre o pagamento efetuado, incidirão multas e encargos referentes ao período em atraso, normalmente cobrados na próxima fatura. Qualquer valor de pagamento superior ou igual ao mínimo mantém a fatura em situação normal. O pagamento inferior ao valor mínimo é considerado atraso.

Autorização: pedido feito pelo estabelecimento em que está sendo realizada a operação (compra, saque ou pagamento de serviço) à administradora do cartão. Nesta transação, são enviados o número do cartão, o valor da compra e a validade do mesmo. A resposta é dada via equipamento eletrônico (chamado *Point of Sale*, ou POS), ou pela central de atendimento telefônico, através de um código que garante o recebimento do valor da operação efetuada.

Bandeira: é a representação da empresa que fornece licença para que o estabelecimento utilize o sistema de pagamentos do seu cartão de crédito. Efetivamente, é a marca do cartão. As bandeiras precisam se associar aos emissores de cartões para que o financiamento do seu cartão seja viabilizado. É também a bandeira que define as regras do cartão e a rede de aceitação local e internacional. As principais bandeiras disponíveis no Brasil são Visa, Mastercard, Diners Club e American Express.

Bloqueio: procedimento que pode ser solicitado pelo cliente, como medida de segurança, em caso de perda, roubo, ou extravio do cartão. Também pode ser

acionado automaticamente pela administradora, caso seja superado o limite de crédito estipulado, ou, ainda, se houver inadimplência ou atrasos no pagamento.

Comprovante de venda, operação ou boleto: é o comprovante, em geral emitido em duas vias, ficando uma em posse do portador do cartão para comparação com o demonstrativo mensal da fatura - e outra, do estabelecimento comercial, no ato da venda. A via deve informar o número do cartão, o valor, a data, a hora, o código e o nome do estabelecimento.

Fatura: demonstrativo de todas as transações (débitos e créditos) ocorridas no período de referência e que justificam o valor a ser pago. A fatura também informa o limite de crédito, o vencimento, valor para pagamento integral e de pagamento mínimo, além de informar eventuais encargos, débitos de anuidades e taxas, e separar as transações em dólar e em real. Pode ser paga na rede bancária, em geral mesmo após o vencimento (os encargos vêm cobrados no mês seguinte), através de uma ficha de compensação.

Limite de crédito: o portador do cartão, ao assinar o contrato de prestação do serviço, contrata um limite de crédito, que determina o valor máximo que ele pode financiar via administradora. Caso os gastos com o cartão somados ultrapassem o limite de crédito, o cartão é bloqueado até que, pelo menos, parte do crédito seja pago. É importante ter cuidado, pois o limite é de crédito total, não mensal, somando todos os compromissos de gastos. Mesmo os parcelados. Por exemplo, uma compra de R\$ 90,00 usa o mesmo percentual do limite se for parcelada em três vezes ou se for escolhida para pagamento à vista. A diferença é que, a cada parcela de R\$ 30 que for paga, são mais R\$ 30 do limite liberados. O limite é atribuído com base na renda comprovada pelo cliente no momento da contratação do cartão, mas pode ser revisto e atualizado a qualquer momento, bastando a comprovação da nova renda. Além disso, a existência de um limite ainda confere ao cliente uma segurança a mais, em caso de uso indevido ou fraudulento do cartão.

Número do cartão: o padrão brasileiro de cartões de crédito é de 16 dígitos. O número impresso no plástico identifica a administradora a que pertence a conta onde as operações serão lançadas e a titularidade. Em todo o mundo, não existem dois cartões com números iguais.

POS (*Point of Sale*): é o nome dos aparelhos eletrônicos utilizados pelos estabelecimentos comerciais para pedir autorização, registrar operações feitas com cartão de crédito, além de imprimir o comprovante de venda, ou boleto. A leitura da

tarja magnética, ou do chip, desses cartões viabiliza a identificação e o envio do pedido de autorização automaticamente à administradora, para que a mesma autorize ou negue a transação. Pelo POS, também são identificados cartões perdidos, roubados ou extraviados.

O mercado financeiro tem diversas ferramentas utilizadas no meio turístico, bem como linhas de crédito específicas, empréstimos com consignação em folha de pagamento, dentre outros. Nesse caso específico estudamos o cartão de crédito, que é utilizado de forma direta e constantemente no meio turístico.

O cartão de crédito é muito importante no turismo, pode-se até dizer que é imprescindível nos dias de hoje. No futuro, muito mais pessoas terão acesso ao “dinheiro de plástico” e poderão aproveitar melhor suas viagens com vantagens e facilidades de pagamento.

## 2 O LOCUS DA PESQUISA DE CAMPO

### 2.1 A Caixa Econômica Federal

Todas as informações que seguem foram obtidas no sítio da internet da Caixa Econômica Federal.

A História da Caixa começou em 12 de janeiro de 1861, bem como seu compromisso com o povo brasileiro. Nesse dia o imperador Dom Pedro II assinou o decreto nº. 2.723, dando origem a então chamada Caixa Econômica e Monte de Socorro.

Criada com o intuito de incentivar a poupança e conceder empréstimos sob penhor, a instituição veio combater outras que agiam no mercado, mas não ofereciam garantias sérias aos depositantes e cobravam juros exorbitantes dos devedores.

Em 1931 foram inauguradas operações de empréstimo em consignação para pessoas físicas, para posteriormente, em 1934, assumir por determinação do Governo Federal, a exclusividade dos empréstimos sob penhor.

A Caixa presenciou, em quase um século e meio de existência, transformações que marcaram a história do Brasil, por exemplo, as mudanças de regimes políticos, além de ter participado ativamente do processo de urbanização e industrialização do Brasil.

Quando passou a operar a carteira imobiliária para aquisição de bens imóveis o banco se destacou, e em 1986 incorporou o Banco Nacional de Habitação (BNH), e assumiu definitivamente a condição de maior agente nacional de financiamento da casa própria e importante financiadora do saneamento básico.

No mesmo ano incorporou o papel de agente operador do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS) que outrora era regido pelo BNH. Três anos depois passou a centralizar todas as contas recolhedoras do FGTS existentes na rede bancária, administrando a arrecadação e o pagamento aos trabalhadores.

Ao longo da história, a Caixa Econômica Federal cresceu e se desenvolveu, ampliando a sua área de atuação. Hoje, ela atende correntistas, trabalhadores, beneficiários de programas sociais e apostadores, por intermédio das Loterias

Federais (das quais detém monopólio desde 1961). A instituição também apóia iniciativas artístico-culturais, educacionais e desportivas em todo o país.

Após 145 anos de sua história, a Caixa se consolidou como um banco de grande porte, sólido e moderno, e uma empresa pública que é sinônimo de responsabilidade social.

## 2.2 O Cartão Turismo Caixa

A Caixa disponibiliza aos seus clientes as bandeiras MASTERCARD e VISA para o Cartão Turismo. Os produtos possibilitam ao cliente programar suas férias e usufruir de linha de crédito com taxa de juros e prazos diferenciados para utilização em estabelecimentos de turismo, bem como hotéis e pousadas, companhias aéreas, locadoras de veículos, companhias terrestres, agências de viagem e operadoras de turismo, restaurantes e parques temáticos, podendo parcelar suas compras em até 24 vezes.

Para poder solicitar um desses cartões é necessário ser maior de 18 anos, ou maior de 16 se emancipados ou assistidos pelo pai e com rendimento próprio acima de R\$ 500,00.

Tendo isso observado, o interessado comparece a uma agência da Caixa Econômica Federal munido de seu CPF, carteira de identidade, comprovante de renda (os 3 últimos contracheques, declaração anual de imposto de renda ou declaração do empregador em papel timbrado e assinado pelo contador) e preenche um formulário de solicitação. Para conceder o cartão a proposta é submetida à análise.

O cartão possui três modalidades: Nacional, Internacional e Gold.

### 2.2.1 Cartão Turismo Caixa Nacional

Cartão para clientes com renda a partir de R\$ 500,00, cuja anuidade é cobrada nas 3 primeiras faturas em parcelas de R\$ 18,00. Conforme política de



comercialização com vigência a partir de 01/01/2007, a primeira anuidade do Cartão Turismo tem 50% de desconto.

A fatura é apresentada em forma de ficha de compensação, e enviada pelo correio dias antes do vencimento, podendo ser paga em qualquer agência da Caixa e Casas Lotéricas. A fatura também pode ser impressa ou consultada pela internet por meio do sítio [www.caixa.gov.br](http://www.caixa.gov.br).

O grande diferencial do Cartão Turismo é que as despesas com estabelecimentos de turismo são financiadas em parcelas iguais e consecutivas, sem entrada e com juros. O valor total e o valor de cada parcela são informados na hora da compra.

### 2.2.2 Cartão Turismo Caixa Internacional

Para os clientes com renda a partir de R\$ 1.000,00, cuja anuidade é cobrada nas 4 primeiras faturas em parcelas de R\$ 21,00.

O cartão dispõe de todas as vantagens da modalidade Nacional, além de possuir um programa de recompensa de pontos, na proporção de 1 ponto para cada gasto pago equivalente a 1 dólar americano. As compras parceladas são computadas na medida em que são pagas e as faturas pagas entre o valor mínimo e o máximo, têm seu valor total convertido em pontos.

Os pontos Caixa têm validade de 24 meses a contar de sua aquisição e podem ser resgatados por milhas Smiles da Varig ou pontos fidelidade Tam. Para o programa de fidelidade Tam, cada bloco de 10 pontos precisam de 12 pontos para ser adquiridos, para o Smiles da Varig a proporção do resgate é de 1 para 1.

Na aquisição do Cartão Turismo Internacional o cliente ganha 2500 pontos pela aquisição, creditados no mês seguinte ao término de pagamento da anuidade, além de 500 pontos pela ativação, que é a primeira compra. Esses creditados no mês seguinte ao pagamento da primeira fatura com consumo.

O cartão Internacional também dispõe de um Serviço de Assistência ao Viajante, válido em viagens feitas no Brasil e no exterior com duração limitada a 60 dias e distância superior a 50 quilômetros da residência habitual do cliente. Para poder contar com a utilização do serviço o cliente deve ter efetuado ao menos o pagamento mínimo da fatura mensal.

Na emergência o cliente deve ligar a cobrar para a Central de Atendimento ao Viajante, fornecer nome e número do cartão e descrever resumidamente o tipo de ajuda que precisa. No Brasil o cliente pode ligar para o número 0800-770-7048 e no exterior para o número 55-11-4133-9300.

As assistências fornecidas são:

- Informações sobre viagens: exigência de vacinas, vistos de entrada em países estrangeiros, endereços e telefones de embaixadas e consulados brasileiros no exterior;

- Indicação médica: especialistas, laboratórios, clínicas ou hospitais, no Brasil e no Exterior, sendo que as despesas ficam por conta do cliente e devem ser acertadas diretamente com o prestador do serviço.

- Indicação jurídica: se precisar de um advogado, o serviço de assistência fornece as indicações e informações necessárias, inclusive marcando consultas. Os honorários do profissional consultado ficam por conta do cliente.

- Adiantamento de fiança: em complemento ao serviço anterior, na exigência de depósito de fiança judicial, com assinatura de um documento de reconhecimento de dívida, o serviço oferece um adiantamento até o limite de US\$ 2.000,00 no exterior. Esse valor é restituído no prazo máximo de 30 dias.

- Transmissão de mensagens urgentes: é garantida a transmissão de mensagens urgentes do cliente a uma ou mais pessoas, sendo pessoas da família ou empregador, residentes no Brasil, desde que se refiram a quaisquer dos serviços previstos pelo Serviço de Assistência ao Viajante.

- Localização e encaminhamento de bagagem extraviada: é prestada toda a assessoria necessária à denúncia do fato às autoridades e às providências de busca. Se não localizada, a bagagem é enviada, no prazo de sete dias após a comunicação, para onde se encontrar o cliente ou até a sua residência permanente.

Ao comprar passagens aéreas ou marítimas com o cartão, o cliente tem direito ao seguro de viagem, que oferece indenização, na morte ou invalidez permanente decorrente de acidentes pessoais, com cobertura de até US\$ 75.000,00.

Esse seguro é válido para acidentes ocorridos durante o trajeto, em transporte público autorizado, para viagens com duração máxima de trinta dias e a mais de 160 quilômetros de sua residência. Além disso, o seguro é extensivo ao cônjuge e filhos

menores de 23 anos (solteiros e dependentes) que estejam viajando com o titular do cartão, desde que as passagens tenham sido compradas com o cartão do titular.

O seguro de viagem é oferecido pelas bandeiras VISA e MASTERCARD. Os valores e condições informados estão sujeitos a alterações sem aviso prévio.

### 2.2.3 Cartão Turismo Caixa Gold

Para os clientes com renda a partir de R\$ 2.500,00, cuja anuidade é cobrada nas 5 primeiras faturas em parcelas de R\$ 28,80.

Dispõem de todas as vantagens das modalidades Nacional e Internacional, além de ganhar 3500 pontos pela aquisição do cartão e mais 1500 pontos pela ativação, seguindo os mesmos critérios de disponibilização da modalidade Internacional.

O Serviço de Assistência ao Viajante dos portadores do cartão Gold é o mais completo. Além de todos os serviços da modalidade Internacional, possui:

- Assistência médica, odontológica e farmacêutica: em lesão ou doença do cliente no exterior, é garantido o pagamento de até US\$ 5.000,00 para despesas de hospitalização, intervenções cirúrgicas e honorários médicos, até US\$ 500,00 para gastos odontológicos e até US\$ 300,00 para despesas de produtos farmacêuticos, desde que recomendados pelo médico responsável pelo atendimento;

- Adiantamento de despesas odonto-médico-hospitalares: em complemento ao serviço anterior, se os serviços superarem os limites previstos, é adiantado ao cliente o equivalente a até US\$ 5.000,00, havendo um prazo de 30 dias para a restituição do valor a contar da data do empréstimo;

- Prolongamento da estada em hotel: o serviço arca com os gastos necessários para o prolongamento da estada em hotel escolhido pelo cliente, imediatamente após a alta hospitalar, se esse prolongamento for prescrito pelo médico local ou equipe médica do próprio serviço de assistência ao viajante. Essa garantia é limitada a US\$ 80,00 de diária por associado, até o máximo de US\$ 560,00;

- Viagem de parente para junto do associado: passagem de ida e volta para acompanhante, se a hospitalização do cliente for superior a 10 dias e estiver viajando desacompanhado;

- Transporte por interrupção da viagem: é garantido o pagamento de despesas de transporte em linha regular do cliente quando a viagem for interrompida por lesão ou doença devidamente comprovada até a residência habitual do mesmo, desde que a locomoção não seja possível por meio do transporte utilizado na viagem pelo cliente ou, ainda, que este meio não possibilite sua locomoção no tempo necessário;

- Traslado médico: em caso de acidente ou doença durante a viagem, o cliente é assistido da maneira mais adequada, em virtude da natureza dos ferimentos ou enfermidade, com internação no hospital mais próximo, transferência para o centro hospitalar mais adequado ou até a residência habitual, por ambulância ou no meio recomendado pelo médico responsável;

- Repatriamento de corpo: em caso de falecimento durante a viagem, o serviço cuida das formalidades necessárias ao retorno do corpo para o local de sepultamento no Brasil. Não são incluídas despesas referentes ao funeral e ao enterro.

- Retorno antecipado: as despesas adicionais são assumidas em caso de falecimento, no Brasil, de cônjuge ou parente de 1º grau, se a passagem original não for utilizada.

- Envio de documentos: em caso de perda de documentos imprescindíveis ao seu trabalho durante a viagem de negócios, são enviadas cópias não autenticadas dos documentos, fornecidas pela própria empresa do cliente, desde que os documentos atendam à exigência de postagem de até 1 quilo;

Serviço de adiantamento de fundos: em viagem ao exterior, em caso de roubo ou extravio de documentos que impossibilitem o cliente de assumir o pagamento de despesas com hospedagem, refeições e transporte, é providenciado um adiantamento do equivalente a até US\$ 2.000,00 com assinatura do termo de reconhecimento de dívida. O valor deve ser reembolsado no prazo máximo de 30 dias.

O seguro de viagem para essa modalidade tem os mesmos parâmetros da modalidade Internacional, com a exceção da cobertura, que pode ser de até US\$ 250.000,00.

Em viagens aos Estados Unidos e Canadá, o cliente pode alugar um carro com o cartão Gold com a garantia de um seguro total do automóvel, sem qualquer custo adicional, por um período de 15 dias consecutivos. Para exercer direito ao

ressarcimento no sinistro, o cliente deve recusar os seguros oferecidos pela locadora no ato da locação.

Importa dizer que os limites de crédito são obtidos por meio de um sistema que avalia o risco de crédito, onde são levados em conta os bens que a pessoa possui, além da renda e outras atividades financeiras previamente citadas na proposta ou ficha de cadastro.

Informações complementares sobre os cartões ou serviços devem ser adquiridas através da central de atendimento de cartões Caixa.

### 3 RESULTADOS DA PESQUISA DE CAMPO

#### 3.1 Procedimentos metodológicos

O estudo proposto foi realizado em dois momentos distintos. Primeiro foi feita uma pesquisa exploratória em fontes secundárias com o intuito de estabelecer o embasamento teórico necessário para desenvolver a pesquisa de campo, segunda parte, que foi estruturada com o fim de coletar dados por meio de entrevista.

Na pesquisa exploratória foram utilizados livros sobre turismo e mercado financeiro do acervo da biblioteca da Universidade do Sagrado Coração para os assuntos primários pertinentes à pesquisa e o sítio da internet da Caixa Econômica Federal.

Para a pesquisa de campo, foram feitas entrevistas de assuntos coincidentes com o tema abordado, visando adquirir as informações necessárias para desenvolver a análise e chegar às conclusões.

Foram entrevistados vinte clientes escolhidos aleatoriamente da Agência Avenida Duque da Caixa Econômica Federal em Bauru estado de São Paulo, que responderam perguntas abertas sobre os benefícios e aceitação do Cartão Turismo Caixa. Os dados coletados foram tratados estatisticamente e apresentados de forma descritiva.

#### 3.2 Apresentação e discussão dos resultados

Os resultados obtidos foram satisfatórios para o que foi proposto e para o que se esperava da pesquisa. Quando os clientes foram abordados, se interessaram em responder à pesquisa, principalmente por descobrirem através dela que o cartão de crédito que possuem tem vantagens interessantes para uso em empresas que compõem o *trade* turístico.

Primeiramente foi lhes perguntado se tinham conhecimento sobre a possibilidade de financiar compras com o Cartão Turismo Caixa sem entrada, com parcelas iguais e taxas de juros reduzidas para compras efetuadas em

estabelecimentos turísticos, e a maioria, ou 85%, já tinha conhecimento, como podemos verificar na tabela abaixo.

Tabela 2 - Conhecimento das taxas e prazos

Resposta	F(A)	F(R)
Sim	17	85%
Não	3	15%
Total	20	100%

De acordo com a tabela 3, a maioria dos entrevistados, 90%, não sabia que ao comprar suas passagens aéreas, rodoviárias ou marítimas com o Cartão Turismo Caixa Internacional e Gold dispunham de um seguro de viagem e de um serviço telefônico de assistência ao viajante.

Tabela 3 - Conhecimento sobre o seguro de viagem e o serviço de assistência

Resposta	F(A)	F(R)
Sim	2	10%
Não	18	90%
Total	20	100%

A tabela 4 mostra que 80% dos clientes entrevistados tinham conhecimento de que os cartões Internacional e Gold acumulam pontos de acordo com os gastos e que após o pagamento da fatura, esses pontos podem ser transferidos para os programas de fidelidade da Tam e da Varig.

Tabela 4 - Transferências de pontos para os programas de fidelidade

Resposta	F(A)	F(R)
Sim	16	80%
Não	4	20%
Total	20	100%

Para 90% dos clientes entrevistados, a possibilidade de parcelar o pagamento da viagem sem juros através do Cartão Turismo Caixa é um fator importante na hora de decidir sobre viajar. Apenas 10% não concordaram. Vide tabela 5.

Tabela 5 - Importância da possibilidade de parcelar o pagamento da viagem

Resposta	F(A)	F(R)
Sim	18	90%
Não	2	10%
Total	20	100%

Após apresentar algumas das vantagens do Cartão Turismo Caixa para os clientes, buscou-se a informação que faltava para a conclusão da pesquisa. Como se pode observar na tabela 6, mais da metade dos entrevistados, 60%, disseram que o produto é um fator importante no aumento do interesse deles em viajar. Do total, 25% disseram que possivelmente poderiam ser influenciados pelo produto e apenas 16% disseram que não o consideram importante.

Tabela 6 - Influência do cartão na hora de viajar

Resposta	F(A)	F(R)
Sim	12	60%
Possivelmente	5	25%
Não	3	15%
Total	20	100%

Com os resultados obtidos na entrevista pôde-se observar que o Cartão Turismo Caixa é um bom produto para o turista, representando um fator importante na hora de decidir sobre viajar ou não, e pode ser um excelente veículo de fomento do turismo.

Alguns clientes entrevistados não tinham conhecimento das vantagens e facilidades que o produto possui – citadas na entrevista para chegar ao resultado final. Levando em conta que o Cartão Turismo Caixa tem muito mais a oferecer do que o que foi apresentado aos clientes na pesquisa, seria interessante que a Caixa Econômica Federal utilizasse uma estratégia melhor de abordagem aos clientes, conscientizando-os dos benefícios que o cartão possui, e assim contribuir para o desenvolvimento do turismo, conseqüentemente para o aumento dos lucros da instituição financeira.



## CONCLUSÃO

Na pesquisa exploratória, pôde-se concluir que o turismo opera juntamente com o mercado financeiro, e tem grande importância no cenário econômico mundial. Com o interesse cada vez maior no desenvolvimento do turismo e das instituições financeiras em ter lucros, pode-se ver que juntos podem alcançar bons resultados.

Através da pesquisa de campo, pôde-se observar que as pessoas têm tendência a utilizar facilidades oferecidas pelas instituições financeiras, nesse caso específico, a Caixa Econômica Federal com o seu produto Cartão Turismo Caixa.

Boa parte dos clientes entrevistados demonstrou satisfação em poder contar com um produto tão completo para o turista (60% dos entrevistados o consideraram importante na hora de decidir sobre fazer uma viagem). Já outros não sabiam que o produto oferecia tantas vantagens e facilidades, mas ao conhecê-las, demonstraram interesse em utilizá-lo em uma futura viagem.

Com base no interesse das pessoas nas facilidades e vantagens obtidas ao utilizar o Cartão Turismo Caixa, entendemos que mais ações nesse sentido deveriam ser tomadas pelas instituições financeiras, seja transmitindo maior segurança ao cliente sobre a utilização do produto, deixando-o ciente de todos os benefícios, seja aumentando as vantagens ou propondo novos produtos com diferenciais ainda melhores.

Mesmo havendo diferentes ferramentas do mercado financeiro que trabalhem em paralelo com o turismo, pôde-se ver que o cartão de crédito está um passo à frente, e que esse produto tende a ser cada vez mais importante para o turista. O Cartão Turismo Caixa é uma importante ferramenta para o fomento do turismo, e as pessoas devem considerar o fato de contar com tantas vantagens, facilidades e segurança proporcionadas com o uso do cartão ao decidir sobre fazer uma viagem.

Ainda que o produto contribua pouco em números absolutos para o fomento do turismo, deve ser considerado e aproveitado nesse ramo. Por menor que pareça o impacto ao ser analisado individualmente, em conjunto com os demais produtos e serviços, o Cartão Turismo Caixa certamente terá uma importante representatividade nos fatores incidentes no desenvolvimento do turismo.

## REFERÊNCIAS

ANDREZO, Andrea Fernandes; LIMA, Iran Siqueira. **Mercado financeiro – aspectos históricos e conceituais**. São Paulo-SP: Pioneira, 1999. 338 p.

BARRETO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. Campinas-SP: Papirus, 2001. 164 p.

**CAIXA ECONÔMICA FEDERAL**. Disponível em: <http://www.caixa.gov.br>. Acesso em: 27 de outubro de 2007.

COOPER, Chris; et al. **Turismo – princípios e prática**. Porto Alegre-RS: Bookman, 2001. 559 p.

FORTUNA, Eduardo. **Mercado financeiro: produtos e serviços**. Rio de Janeiro-RJ: Qualitymark, 1996. 371 p.

LAGE, Beatriz Helena Gelas; MILONE, Paulo César. **Turismo – Teoria e prática**. São Paulo-SP: Atlas, 2000. 376 p.

LICKORISH, Leonard J.; JENKINS, Carson L. **Introdução ao turismo**. Rio de Janeiro-RJ: Campus, 2000. 317 p.

OLIVEIRA, Antônio Pereira. **Turismo e desenvolvimento – Planejamento e organização**. São Paulo-SP: Atlas, 2000. 175 p.

**OMT – Organização Mundial do Turismo**. Disponível em: <http://www.omt.com.br>. Acesso em: 15 de outubro de 2007.

SERRANO, Célia; BRUHNS, Heloisa Turini; LUCHIARI, Maria Tereza D. P. **Olhares contemporâneos sobre o turismo**. Campinas-SP: Papirus, 2000. 206 p.

TIBONI, Conceição Gentil Rebelo. **Estatística básica para o curso de turismo**. São Paulo-SP: Atlas, 2001. 236 p.

SWARBROOKE, John. **Turismo sustentável: conceitos e impacto ambiental**. São Paulo-SP: Aleph, 2000, 140 p.

TAMER, Alberto. **Os novos caminhos do mercado financeiro**. São Paulo-SP: Saraiva, 1991, 156 p.

## ANEXOS

### ENTREVISTA COM OS CLIENTES DA AVENIDA DUQUE DA CAIXA ECONÔMICA FEDERAL QUE POSSUEM O CARTÃO TURISMO CAIXA

Glauber Fabrício de Oliveira

#### ENTREVISTA

- 1) É de seu conhecimento que ao utilizar o seu Cartão Turismo Caixa em estabelecimentos turísticos você pode financiar as despesas sem entrada, em parcelas iguais e com taxa de juros reduzida?
  
- 2) Você sabia que ao comprar a suas passagens, tanto aéreas, quanto rodoviárias ou marítimas com o Cartão Turismo Caixa nas modalidades Internacional e Gold você dispõe de um seguro de viagem, além de um serviço telefônico de assistência ao viajante?
  
- 3) Você está consciente que nas modalidades Internacional e Gold do Cartão Turismo Caixa você recebe pontos de acordo com os valores gastos, e ao pagar a fatura esses pontos podem ser transferidos para os programas de fidelidade da Tam de da Varig?
  
- 4) A possibilidade de parcelar uma viagem sem juros com a utilização do Cartão Turismo Caixa é um fator importante na hora de decidir sobre viajar?
  
- 5) Após conhecer estas vantagens do Cartão Turismo Caixa você considera esse produto um fator importante para o aumento de seu interesse em viajar?

## FOLDER DO CARTÃO TURISMO CAIXA



# CARTÃO TURISMO CAIXA



## CRÉDITO PARA VOCÊ CHEGAR AONDE QUISER.

Só a CAIXA possui uma linha de crédito com vantagens exclusivas, feita especialmente para você que adora viajar. Conheça o Brasil e o mundo com as menores taxas de juros e prazos diferenciados. Boa viagem!

**Cartão Turismo CAIXA.**  
**Um mundo de vantagens.**

- Taxas e prazos diferenciados.
- Benefícios exclusivos na rede conveniada.
- Parcelamento em até 24 meses nos estabelecimentos de turismo.
- Programação das férias por meio da poupança.

Informações nas agências da CAIXA  
ou no site [www.caixa.gov.br](http://www.caixa.gov.br).



Folder do Cartão Turismo Caixa  
Fonte: Sítio da Caixa Econômica Federal (2007)