

Oferta turística local e mercado de trabalho: uma análise do impacto de indústrias turísticas¹

Eduardo Reis Araújo, Servidor da SEFAZ²
Leandro de Souza Lino, Doutorando em Planejamento Urbano e Regional na USP³
Paulo Henrique Assis Feitosa, professor no Uniararas⁴

Resumo

Nos últimos anos, diversos estudos foram realizados para analisar o impacto do turismo na economia, para subsidiar a elaboração e avaliação de políticas de desenvolvimento desse setor. Parte desse esforço tem se concentrado no dimensionamento de seu mercado de trabalho através da estimação de coeficientes de demanda. Entretanto, dificuldades impostas aos métodos e fontes de informação disponíveis limitam as análises no nível municipal. Para somar esforços nesta direção, este artigo investiga se o nível de desenvolvimento da oferta turística local está associado ao impacto econômico do mercado de trabalho em indústrias turísticas. Para tanto, são analisados dados de oito indústrias turísticas na Região Metropolitana da Grande Vitória no Estado do Espírito Santo. Os resultados da aplicação de coeficientes de demanda revelam uma correlação positiva entre o grau de desenvolvimento da oferta turística e o efeito no mercado de trabalho, medido em termos de emprego e massa salarial.

Palavras-chave: Região Metropolitana, Oferta Turística, Indústrias Turísticas, Mercado de Trabalho, Coeficiente de demanda.

Local tourist supply and labour market: an analysis of tourist industry impact

Abstract

In the last years, several studies have been devoted to analysing the impact of the tourism activity in the economy, in order to support the development and evaluation of sectoral policies. An important part of this effort has focused on measuring labour market in tourism industries by estimation of coefficients demand. However, difficulties imposed on methods and sources of information available limit the analysis at the municipal level. In order to join efforts in this direction, this paper investigates whether the level of local tourism development is associated with the economic impact of the labour market in tourism industries. Therefore, the article analyses tourist industries data in the Metropolitan Region of Vitória, in the State of Espírito Santo. The results of application demand coefficients show a positive correlation between the degree of development of local tourism and the effect in the labour market, measured in terms of employment and wages.

¹ Os autores agradecem à Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Espírito Santo (FAPES) o auxílio financeiro para realização deste trabalho.

² Servidor da Secretaria de Fazenda do Espírito Santo

³ Doutorando em Planejamento Urbano e Regional, na Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo (FAU/USP) e professor nas Faculdades Integradas Espírito-Santenses (FAESA).

⁴ Doutor em Teoria Econômica e professor no Centro Universitário Hermínio Ometto (Uniararas).

Keywords: *Metropolitan Region, Tourist Offer, Tourism Industries, Labor Market, Demand Coefficient.*

1 Introdução

O turismo tem se destacado como um dos setores mais significativos da economia, tanto por contribuir para o crescimento do Produto Interno Bruto (PIB), como por sua capacidade de produzir bem-estar na sociedade através de benefícios econômicos, sociais e ambientais. Entre os benefícios dessa atividade estão a geração de empregos, o aumento dos níveis de renda e a melhoria nos padrões de qualidade de vida da população.

Diante da escassez de informações estatísticas e as limitações de metodologias para avaliar o desempenho das indústrias turísticas, o mercado de trabalho é reconhecido pela literatura como um importante indicador dos impactos gerados pelo turismo. As evidências sugerem que dentre os insumos utilizados na produção do serviço turísticos, o trabalho humano possui maior peso se comparado com outras atividades econômicas (TAKASAGO et al., 2011).

Apesar dos avanços recentes em áreas especializadas de estatística e macroeconomia do turismo, suas atividades e seu valor econômico no âmbito municipal, permanecem insuficientemente estudadas (ILO, 2014). A dificuldade dos pesquisadores é incorporar informações da demanda no cálculo destas estatísticas, o que requer o desenvolvimento de pesquisas. Assim, existe um interesse crescente de especialistas e instituições de pesquisa em adotar indicadores do mercado de trabalho como parâmetros para medir o desempenho do turismo (OMT, 2010). No Brasil, instituições de pesquisa e o Ministério do Turismo têm se empenhado nessa tarefa, através da criação de um sistema de informação sobre o mercado de trabalho no setor de turismo, mesclando pesquisas originais e estatísticas oficiais do mercado de trabalho (IPEA, 2006; COELHO, 2011; SAKOWSKI, 2013).

As dificuldades em analisar a economia do turismo através do dimensionamento do seu mercado de trabalho no nível local é resultado de dois problemas. O primeiro advém da contabilização dos postos de trabalho deste setor como “empregos das indústrias turísticas” e não dos “empregos gerados pelas indústrias turísticas”, o que resulta em problemas de superestimação decorrente da não exclusão da parcela do consumo destinada aos não visitantes. O segundo decorre do fato de o turismo ser fortemente dependente do território e a carência por dados para o nível local. Essa deficiência se deve ao alto custo e complexidade da operacionalização da coleta de dados, seja por meio da aplicação de questionários ou levantamento de dados sobre faturamento e registros administrativos dos estabelecimentos.

Assim, é notório as dificuldades metodológicas em estimar o impacto econômico da atividade turística a nível local (SAKOWSKI, 2012; MACFEELY, 2012). Já os esforços de aplicação dos coeficientes macrorregionais para dimensionar o mercado de trabalho em nível municipal, tende a gerar distorções e imprecisões por não capturar as heterogeneidades existentes. Em suma, a literatura empírica é carente de uma maior compreensão das relações entre características locais, como as estruturas de oferta, e o dimensionamento do mercado de trabalho no setor.

Diante disso, o presente artigo visa investigar se diferentes níveis de desenvolvimento da oferta turística local estão associados ao impacto econômico do mercado de trabalho em indústrias turísticas. Para tanto, este trabalho estudará essa associação

por meio da classificação das localidades estudadas, conforme a sua oferta turística e a aplicação de coeficientes de demanda turística, através de estatísticas do mercado de trabalho.

Este artigo está estruturado em cinco seções, incluindo essa introdução. Na segunda encontra-se a discussão sobre o marco teórico e conceitual. Na terceira, a metodologia utilizada para estimar os coeficientes, para realizar a pesquisa de campo e para classificar as localidades. A quarta descreve e analisa os resultados alcançados. Enquanto a última, apresenta as conclusões.

2 Marco Teórico

A Economia do Turismo visa estudar e compreender as características da atividade, sobre as diferentes óticas, inclusive sobre a possibilidade de avaliar eventuais impactos provenientes de seu desempenho. A ascensão dessa área de pesquisa, de certa maneira, está associada à evidência empírica que demonstra a contribuição do turismo para a geração de renda (KIM et al., 2006; LEE, 2008; BALAGUER; CANTAVELLA-JORDA, 2008; TAKASAGO et al., 2011) e até na estabilização de crises econômicas (TOULOUSE, 2012).

As atividades da economia do turismo estão associadas ao movimento de pessoas a destinos localizados fora do “entorno habitual”, que inclui os casos de viagens que integram o seu cotidiano, e que é responsável por gerar implicações de caráter social, cultural e econômico na sociedade. Ainda que não se estabeleça um limite geográfico de distância, espera-se que exclua os deslocamentos que fazem parte da rotina (OMT, 2008).

Em geral, define-se o “turismo” como sendo uma categoria de “viagem”, enquanto “visitante”, relaciona-se à subcategoria de “viajante”, ou seja, que realiza viagens turísticas. O termo “visitante” refere-se não apenas aos turistas que são visitantes que pernoitam, mas também aos excursionistas que são visitantes do dia. Portanto, incluem-se viajantes que realizam viagens por um período inferior a um ano, e por qualquer finalidade (lazer, negócios, educação, visita familiar, entre outros) desde que não seja a de ser empregado de algum estabelecimento situado no destino.

A soma de valores pagos pelos visitantes para adquirir bens e serviços de consumo é percebida como um “gasto turístico receptivo” e inclui o transporte, o alojamento, alimentos, bebidas, entre outros. Ou seja, todos os tipos de serviços para o uso do próprio visitante ou para presentear terceiros, adquiridos durante o tempo de permanência no município destino, estando inclusas as somas pagas ou reembolsadas por terceiros, como é o caso de viagens de negócios, quando as despesas são pagas pelas empresas.

Os produtos que possuem maior representatividade no orçamento dos gastos turísticos dos visitantes são entendidos como os “Produtos Característicos do Turismo”, e por outro lado, também apresentam um consumo significativamente reduzido em caso de ausência de visitantes (OMT, 2010).

Por isso, para restringir o objeto de estudo a apenas aos casos de gastos turísticos com bens de consumo finais, ou seja, aqueles que os visitantes fazem nos estabelecimentos, adota-se o termo “consumo turístico”. Como consequência, excluem-se os gastos feitos com bens de investimentos, serviços de publicidade, consultoria, entre outros. Esses gastos são investigados em metodologias que utilizam

as Contas Satélites do Turismo, que possuem um escopo mais amplo na demanda turística e incluem o consumo coletivo do turismo e a formação de capital fixo.

Do outro lado do gasto, está a “oferta turística” que consiste em um conjunto de equipamentos, bens e serviços diversos, capazes de atrair e assentar um público visitante, numa determinada região, durante um determinado período. Essa oferta é definida em um conjunto de Atividades Características do Turismo (ACT), responsáveis por ofertar os produtos característicos do turismo, aqui também denominadas “indústrias turísticas”. Assim, nessa categoria de estabelecimentos, estão apenas aqueles que possuem alta dependência do consumo feito por visitantes e que deixariam de existir em casos de ausência desses viajantes.

Determinar a “oferta turística” é um aspecto-chave para os estudos das indústrias turísticas, em especial no contexto brasileiro, já que não há um consenso sobre as atividades que formam a atividade turística. Neste caso, a Organização Mundial do Turismo propõe doze categorias de indústrias turísticas, sendo:

- 1) Alojamento para visitantes: Hotéis, apart-hotéis, albergues, camping, pensões e outros tipos de alojamento;
- 2) Atividades de provisão de alimentos e bebidas: Restaurantes, Bares, Lanchonetes, Serviços ambulantes de alimentação e Cantinas;
- 3) Transporte ferroviário: Serviços de transporte de passageiros intermunicipal e interestadual, trens turísticos, teleféricos e similares;
- 4) Transporte rodoviário: transporte rodoviário coletivo de passageiros, serviços de taxi, serviço de transporte de passageiros, organização de excursões e outros transportes rodoviários;
- 5) Transporte aquaviário: transporte por navegação, transporte marítimo e transporte aquaviário para passeios turísticos;
- 6) Transporte aéreo: transporte aéreo de passageiros, serviço de taxi aéreo e outros serviços de transporte aéreo;
- 7) Aluguel de equipamentos de transporte: locação de automóveis sem condutor;
- 8) Atividades de agências viagens e outros tipos reservas: agências de viagens, operadores turísticos, serviços de reservas e outros serviços de turismo;
- 9) Atividades culturais: produção teatral, musical e espetáculos, sonorização e iluminação, artes cênicas, artistas plásticos, restauração de obras de arte, gestão de espaços, museus, jardins botânicos, zoológicos, parques, reservas ecológicas e áreas de proteção ambiental;
- 10) Atividades esportivas e recreativas: Aluguel de equipamentos, exploração de jogos e apostas, gestão de instalações, eventos esportivos parques de diversão e temáticos, e outras atividades de recreação;
- 11) Comércio varejista de bens característicos do turismo: suvenires, bijuteria, artesanato e objetos de arte;
- 12) Outras atividades características do turismo, específicas de cada país.

Os itens 11 (Bens característicos do turismo) e 12 (Serviços característicos do turismo) referem-se às possibilidades de produtos ou indústrias que podem ser definidas segundo as especificidades do turismo de cada país.

As indústrias turísticas são classificadas por códigos de subclasse econômica, segundo a versão 2.1 da Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE). Apresenta-se a seguir, a delimitação da oferta turística proposta nesse trabalho, conforme as particularidades das localidades investigadas, bem como uma tipologia baseada no estágio de desenvolvimento da oferta turística local.

3 Metodologia

Há duas formas para mensurar o mercado de trabalho em indústrias turísticas. A primeira consiste na soma dos postos de trabalho da atividade turística, ou seja, o total de “Empregos das indústrias turísticas”. Já a segunda, consideram-se os “Empregos gerados pelas indústrias turísticas”. O principal problema na adoção da primeira forma é a superestimação decorrente da não exclusão da parcela do consumo destinada aos não visitantes (OIT, 2004). Assim, nota-se que a diferença entre os conceitos, consiste que, no primeiro há uma contagem da quantidade de postos de trabalho das Indústrias turísticas, e que não considera os vínculos gerados exclusivamente pelo turismo. Já o segundo retrata o quantitativo de postos criados, em razão do consumo dos visitantes.

Para solucionar os problemas de superestimação do impacto do turismo no mercado de trabalho, o IPEA (2006) propõe estimar um coeficiente de atendimento turístico ou coeficiente de demanda, para identificar o percentual da produção do estabelecimento que decorre do consumo dos visitantes. O problema de segregar ou de identificar a contribuição da demanda turística no total da oferta dos estabelecimentos da indústria turística está na metodologia das Contas Satélites do Turismo. Os conceitos de Valor Adicionado Bruto das Indústrias Turísticas (VABIT) e Valor Adicionado Bruto Direto Turístico (VABDT) (OCDE, 2008), por exemplo, diferenciam-se pelo fato de que, no primeiro a produção está orientada ou não para visitantes, enquanto no segundo, restringe-se apenas aos visitantes.

Na literatura internacional também é possível identificar conceitos semelhantes como “*ratio del turismo*” ou “*tourism ratios*”, que faz referência à razão ou parcela turística da produção total da indústria (OIT, 2004). O documento OCDE (2000) orienta o cálculo das estatísticas de emprego com uso do “*Tourism Ratio*” a partir da Tabela de Recursos e Usos (TRU) das Contas Nacionais, que é ajustada para segregar a parcela dos produtos característicos do turismo que são consumidos pela demanda turística. A demanda turística é definida de forma ampla, pelo somatório do consumo das famílias (ou seja, a aquisição de produtos característico do turismo por visitantes) com o consumo intermediário (aquisição produtos característico do turismo por empresas). A diferença metodológica do coeficiente de atendimento turístico estimado pelo IPEA (2006) e pelo *Tourism Ratio* proposto pela OCDE, dá-se essencialmente por dois aspectos-chaves, a fonte de dados e as variáveis utilizadas.

A metodologia do IPEA (2006) baseia-se em informações do perfil de clientes das indústrias turísticas, onde há segregação de visitantes e não visitantes. Portanto, a fonte utilizada para avaliar o percentual de turistas, é a percepção do representante do estabelecimento e, assim, da parcela dos empregos que são gerados pelo turismo. Já a OCDE recorre a pesquisas censitárias para saber sobre o tipo de produtos que foram adquiridos pelas pessoas e por empresas no período de um ano (OIT, 2004). De

forma simplificada, a parcela de postos de trabalhos gerados pelo turismo é uma proporção direta das vendas que os estabelecimentos realizam para visitantes e as demais indústrias turísticas.

Outro grupo defende a tese de que a melhor maneira de analisar o impacto econômico do turismo é pelo uso de matrizes de insumo-produto (WIEN, 1989), onde é possível identificar a geração de valor adicionado, de receitas, de impostos e criação de empregos. Sua proposta consiste numa avaliação de efeitos, indiretos e induzidos que o turismo exerce no mercado de trabalho. Dos trabalhos que usam as matrizes de insumo-produto para avaliar o impacto da demanda turística na geração de emprego e renda pode-se destacar Cassimiro Filho (2002); Arbache et al. (2008); Takasago et al. (2011) e Takasago e Mollo (2011). Em Takasago et al. (2011) é utilizada a última versão da matriz de insumo-produto brasileira para obter um recorte mais preciso das Atividades Características do Turismo. Além disso, também se utilizam dos coeficientes de atendimento turístico estimados pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) para separar a parcela da demanda que atende aos não visitantes, daquela que atende aos visitantes (turistas e excursionistas).

Em resumo, são quatro alternativas metodológicas para analisar o impacto do turismo na geração de empregos: 1º) métodos de avaliação do total de empregos das indústrias turísticas, sem o uso de coeficiente ou outros ajustes na oferta; 2º) técnicas de estimação dos coeficientes de atendimento turístico, conforme utilizado pelo IPEA; 3º) uso do *Tourism ratios* ou *Ratio del Turism*, seguindo a linha proposta pela OCDE; 4º) métodos que adotam matrizes insumo-produto para avaliar os impactos diretos, indiretos e induzidos do turismo na criação de empregos.

Como indicado, a aplicação da primeira alternativa não é preterida neste trabalho por conta da superestimação dos efeitos do turismo. As terceira e quarta alternativas, apesar de seu potencial, ainda não podem ser aplicadas ao caso de estudos municipais, por conta da ausência de matriz de insumo-produto no nível das localidades. Portanto, a segunda alternativa é a que se revela mais adequada para investigar o impacto do turismo nestas localidades.

4 Estimação de coeficientes de demanda

A estimação do coeficiente de demanda turística, T_{s_i} , pode ser obtida pela razão entre as compras realizadas por visitantes v_{s_i} e o total do faturamento c_{s_i} da indústria turística s no tempo i .

$$T_{s_i} = \frac{v_{s_i}}{c_{s_i}}$$

Onde: v_{s_i} expressa o faturamento da indústria turística s demandado exclusivamente por visitantes em i ; c_{s_i} é o faturamento total de s demandado por visitantes e não visitantes em i ; s é uma variável qualitativa atribuída às indústrias turísticas, definida no intervalo



cilitur
colóquio nacional sobre
cidades litorâneas e turismo

$\{s \in \mathbb{N} | 1 \leq s \leq 10\}$; i é uma variável qualitativa referente aos meses do ano $\{i \in \mathbb{N} | 1 \leq i \leq 12\}$.

Uma opção adequada para estimar c_{s_i} é a informação sobre o faturamento declarado pelas empresas às Fazendas Municipais ou Estaduais. Para a estimativa do v_{s_i} a informação apropriada seria o registro administrativo ou outros controles que possibilitassem identificar a parcela de vendas destinadas exclusivamente aos visitantes (turistas e não turistas). Entretanto, a obtenção dessas informações é custosa e de difícil operacionalização.

Assim, a opção viável para contornar estas carências é o uso de variáveis alternativas, como as pesquisas de opinião nos estabelecimentos para avaliar a percepção dos empresários sobre o percentual das vendas que é destinado aos visitantes, o que possibilitaria avaliar o comportamento da demanda turística. A partir dessa alternativa, define-se a variável aleatória \hat{T}_{s_i} que será uma estimativa do verdadeiro valor de T_{s_i} , calculada com base no somatório do produto de x_{s_i} por w_{s_i} , estando sujeita ao erro ε_{s_i} . O termo de erro $\varepsilon_{s_i} = \hat{T}_{s_i} - T_{s_i}$ está relacionado à chance de se obter valores x_{s_i} distintos de v_{s_i}/c_{s_i} , dado que a pesquisa fornece apenas uma aproximação da verdadeira participação de visitantes no faturamento das empresas. Por isso, os dados coletados estão sujeitos a um tipo de erro desconhecido. Neste trabalho supõe-se que os informantes da pesquisa detêm informações corretas, implicando no pressuposto de que $\varepsilon_{s_i} = 0$.

$$\hat{T}_{s_i} = \sum_{j=1}^n (x_{s_i} \cdot w_{s_i})_j + \varepsilon_{s_i}$$

Onde: \hat{T}_{s_i} é uma variável aleatória definida no intervalo $\{\hat{T}_{s_i} \in \mathbb{Q} | 0 \leq \hat{T}_{s_i} \leq 1\}$; x_{s_i} é uma variável aleatória contida em $\{x_{s_i} \in \mathbb{Q} | 0 \leq x_{s_i} \leq 1\}$ e que indica a opinião dos proprietários sobre a parcela das vendas destinadas aos visitantes para o estabelecimentos j , integrante da indústria turística s , no tempo i ; w_{s_i} é um fator de ponderação que varia no intervalo $\{w_{s_i} \in \mathbb{Q} | 0 \leq w_{s_i} \leq 1\}$, obtido pela razão entre a quantidade de empregos do estabelecimento j e o total de empregos do subsetor s ; i é uma variável qualitativa discreta que assume valores no intervalo $\{i \in \mathbb{N} | 1 \leq i \leq 12\}$, conforme o mês de referência; s é uma variável qualitativa que define a indústria turística definida no intervalo $\{s \in \mathbb{N} | 1 \leq s \leq 10\}$ e ε_{s_i} um termo de erro que por hipótese supõe-se $\varepsilon_{s_i} = 0$.

É importante destacar que o coeficiente \hat{T}_{2_1} é apenas uma dentre outras estimativas para o coeficiente de demanda turística conforme valores $i = \{1, 2, 3, \dots, 12\}$ e de $s = \{1, 2, 3, \dots, 10\}$. Assim, o mais adequado para se fazer referência aos coeficientes de

todas as indústrias turísticas da região, ao longo de um ano, é utilizar a matriz de coeficientes turísticos $i \times s$, sendo $i = 12$ linhas e $s = 10$ colunas:

Se considerar verdadeira a relação de proporcionalidade direta entre o percentual de vendas destinado aos visitantes e o total de postos de trabalhos gerados pela atividade turística, pode-se inferir sobre o impacto do turismo na geração de empregos a partir da matriz \hat{T} . Ou seja, considerando a matriz $U = [u_{si}]$ como sendo a que fornece a quantidade de vínculos empregatícios, distribuídos por $s = \{1,2,3 \dots, 10\}$ linhas e $i = \{1,2,3 \dots, 12\}$, então o produto $\hat{T} \cdot U$ será o resultado do estoque de empregos gerados pelo turismo em determinado município no período de 12 meses.

Observe que o resultado da multiplicação das matrizes $\hat{T} \cdot U = [\sum_{s=1}^n \hat{T}_{is} \cdot u_{si}]$ implica num vetor cujas linhas representam o total de empregos gerados em cada mês i de referência. Por exemplo, sendo $i = 1$, o resultado da primeira linha expressa o total de empregos gerados em “janeiro”, a segunda linha “fevereiro” e assim por diante.

$$[\hat{T}_{i_s}][u_{s_i}] = \begin{bmatrix} \hat{T}_{1_1} u_{1_1} + \hat{T}_{1_2} u_{2_1} + \hat{T}_{1_3} u_{3_1} + \dots + \hat{T}_{1_{10}} u_{10_1} \\ \hat{T}_{2_1} u_{1_2} + \hat{T}_{2_2} u_{2_2} + \hat{T}_{2_3} u_{3_2} + \dots + \hat{T}_{2_{10}} u_{10_2} \\ \vdots \\ \hat{T}_{12_1} u_{1_{12}} + \hat{T}_{12_2} u_{2_{12}} + \hat{T}_{12_3} u_{3_{12}} + \dots + \hat{T}_{12_{10}} u_{10_{12}} \end{bmatrix}$$

Será admitido como pressuposto aqui que a matriz $[\hat{T}_{i_s}]$ expressa uma característica estrutural da atividade turística no município e, por consequência, os coeficientes serão constantes a cada triênio. Assim, uma vez estimados os coeficientes da matriz $[\hat{T}_{i_s}]$, os dados de $[u_{s_i}]$ podem ser obtidos gratuitamente em fontes secundárias, como a Relação Anual de Informações Sociais, do Ministério do Trabalho (RAIS/MTb).

4.1 Pesquisa de campo

A mensurar o impacto da atividade turística na geração de emprego, utiliza-se o produto das matrizes $[\hat{T}_{i_s}][u_{s_i}]$. Nesta seção serão discutidos os procedimentos para coletar os dados de fontes primárias e secundárias, para estimar o produto de matrizes e atender aos propósitos deste artigo, que é avaliar e dimensionar o mercado de trabalho em indústrias turísticas em âmbito subnacional.

Os dados primários, obtidos pelo levantamento de campo, forneceram as observações das variáveis x_{s_i}, w_{s_i} , o que permitiu consolidar os resultados da matriz $[\hat{T}_{i_s}]$. Lembre-se que x_{s_i} refere-se à opinião das empresas sobre a parcela de vendas destinadas aos visitantes, enquanto w_{s_i} trata-se do peso dessas observações no computo final do coeficiente de demanda turística. Os estabelecimentos de maior porte (com maior quantidade de empregados) são aqueles de w_{s_i} mais elevados, que resulta em maior influência das respectivas observações x_{s_i} no cômputo final do coeficiente de atendimento turístico da Indústria.

Além disso, na tentativa de compatibilizar a metodologia desta pesquisa com a do IPEA (2006), optou-se por interrogar o entrevistado acerca do percentual de visitantes

que frequentaram o estabelecimento. Ou seja, ao invés de questionar sobre o percentual de vendas destinadas aos turistas, optou-se por indagar sobre o percentual de atendimento. Com essa opção metodológica de investigar o tipo de atendimento, subentende-se que está implícita a hipótese de equivalência do *ticket* médio das vendas entre visitantes e não visitantes. Em suma, por não se ter evidências e/ou estudos que comprovassem o contrário, este trabalho partiu do pressuposto de que turistas e não turistas locais tivessem o mesmo padrão de consumo.

A seleção do respondente é também um dos critérios que contribuem para minimização do erro e que possibilita assumir $\varepsilon_{si} = 0$. Nesse sentido, é importante esclarecer que as entrevistas foram direcionadas aos representantes do estabelecimento que tivesse conhecimento sobre atividade comercial e o tipo de clientes que são atendidos (ou seja, se são turistas ou não turistas).

O processo de amostragem também é de fundamental importância para o resultado das inferências. Neste caso, adotou-se uma amostragem estratificada *equiproporcional*, sendo utilizado o tipo de atividade econômica e a localização do estabelecimento como fatores de estratificação. O sorteio aleatório das firmas possibilitou que a amostra selecionada conservasse as características da população. A identificação e a contagem da população só foram possíveis por conta de informações cadastrais levantadas, provenientes de três tipos de bancos de dados, além das próprias observações de campo sobre a existência dos estabelecimentos.

Após os ajustes, chegou-se a uma população de 3.139 estabelecimentos integrantes da indústria turística nas localidades estudadas, conforme dados do Ministério do Trabalho. Porém, destaca-se que tal universo variou conforme a fonte de dados, como é visto na Tabela 1. A partir deste universo, utilizou-se como critério para realização desta pesquisa, uma margem de erro de 5% em todas as indústrias turísticas, como forma de garantir certo nível de confiabilidade em todas as suas amostras. Deste modo, a amostra total foi estimada em 1.345 estabelecimentos, distribuída nas oito indústrias turísticas, como revela a Tabela 2. Diante de restrições metodológicas e particularidades das atividades turísticas locais, não foram consideradas “Transporte de passageiros ferroviário”, “Transporte de passageiros aquaviário”, “Transporte aéreo de passageiros” e “Outras atividades características do turismo, específicas de cada país”.

Tabela 1: Quantidade de estabelecimentos por fonte de dados e localidades

Indústrias Turísticas	Localidades			Total
	Embrionária	Consolidação	Madura	
Fazenda Nacional	2.413	3.498	6.205	2.019
Fazenda Estadual	675	1.213	2.264	4.152
Ministério do Trabalho	500	880	1.759	3.139

Fonte: elaboração própria

Tabela 2: Distribuição da amostra da pesquisa de campo por localidades e indústria

Indústrias Turísticas	Localidades			Total
	Embrionária	Consolidação	Madura	
Alojamento	6	34	76	116
Alimentos e bebidas	84	244	450	778
Transporte Rodoviário	45	30	30	105



ilitur
colóquio nacional sobre
idades litorâneas e turismo

Equipamentos de transporte	20	11	12	43
Agências de viagens	11	6	28	45
Atividades culturais	33	9	7	49
Esporte e recreação	42	14	20	76
Comércio varejista	34	23	76	133
Total de estabelecimentos	275	371	699	1.345

Fonte: elaboração própria

Por fim, para elaboração da matriz de empregos $[u_{si}]$ foram utilizados os Microdados da RAIS de 2012. Os dados desse banco de dados foram ajustados com a finalidade de incluir os proprietários dos estabelecimentos que trabalham nessas empresas sem carteira assinada, em jornada superior a 6 horas/dia.

4.2 Agrupamento e classificação das localidades

As localidades estudadas correspondem a seis municípios da Região Metropolitana da Grande Vitória (RMGV). Essa região turística denominada “Metropolitana” (ver Figura 1) concentra o maior número de habitantes do Estado. A região também apresenta um conjunto diversificado de atrativos, com praias e montanhas, parques botânicos, manguezais, lagoas, cachoeiras, artesanatos, grupos folclóricos, espaços de arte e cultura, gastronomia, patrimônio histórico e espaços para eventos.

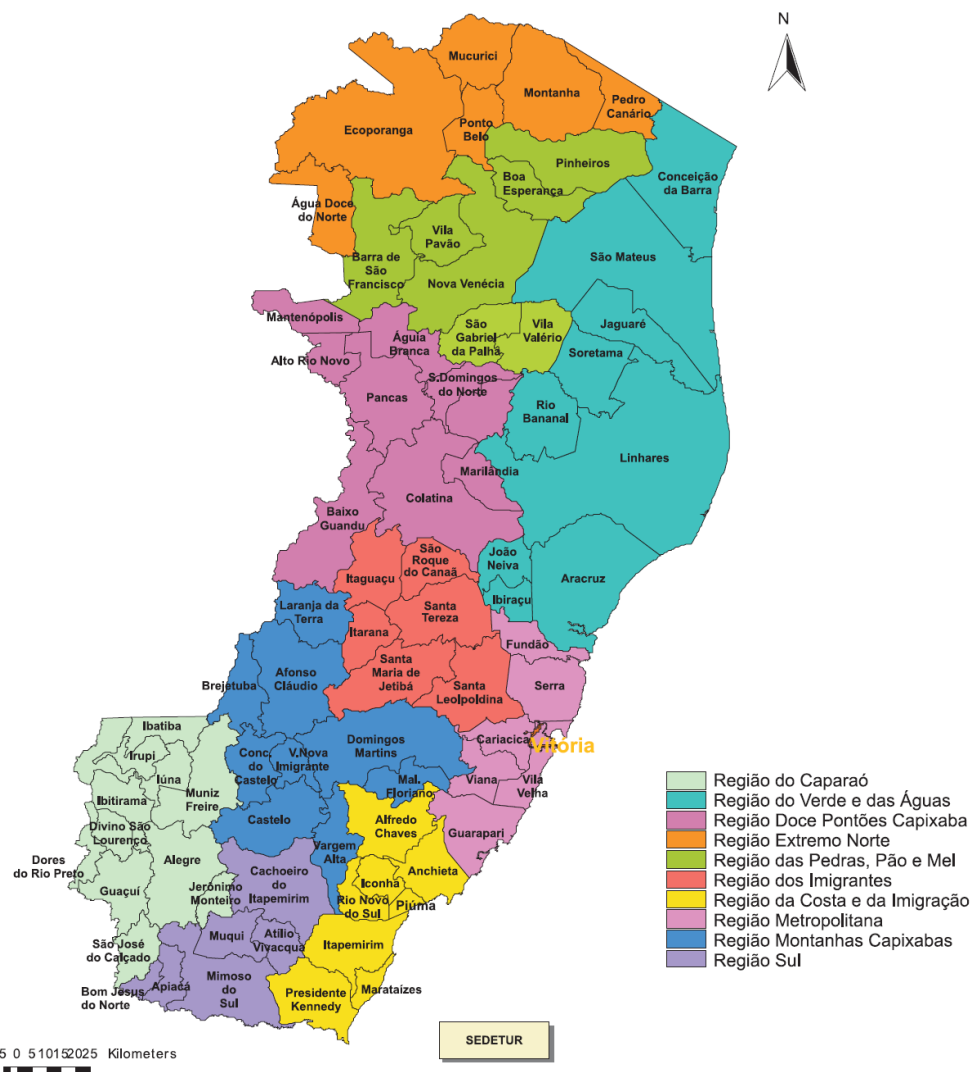


Figura 1 – Regiões Turísticas do Espírito Santo
Fonte: Espírito Santo, 2007

As pesquisas de fluxo turístico revelam que a região possui um importante potencial para atender a demanda turística da região sudeste do Brasil, onde estão inseridos os principais emissores domésticos de turistas e de maior renda média (ESPÍRITO SANTO, 2012). Entretanto, a oferta turística é bastante heterogênea e encontra-se em diferentes estágios de desenvolvimento entre as localidades. Para uma avaliação comparativa dessas disparidades e agrupamento das regiões, tomam-se como critérios as dimensões da oferta proposta pela Embratur (1984): (i) Atrativo turístico: Existência de lugares, objetos, equipamentos ou acontecimento de interesse turístico que motivam o deslocamento de grupos humanos; (ii) Serviços e equipamentos turísticos: Disponibilidade de edificações, instalações e serviços indispensáveis ao desenvolvimento da atividade turística. (iii) Infraestrutura de apoio turístico: Oferta de conjunto de obras e instalações da estrutura física da base, que cria as condições para o desenvolvimento de uma unidade turística.

As localidades foram agrupadas em três grupos, conforme o nível de desenvolvimento da oferta turística, sendo a terminologia adotada, tendo como inspiração a avaliação dos estágios de desenvolvimento proposta por Bianchi *et al.*, (1997). O primeiro grupo é constituído pelos municípios de Guarapari e Vila Velha, que possuem uma oferta classificada como “madura”, pois possuem atrativos turísticos consolidados, relativa oferta de serviços e equipamentos requeridos pela atividade e importante infraestrutura de apoio. O segundo é formado por Serra e Fundão, com oferta qualificada como “em desenvolvimento”, já que possuem atrativos turísticos potenciais e pouco explorados e a oferta de serviços, equipamentos e infraestrutura em expansão. Por fim, o terceiro é formado por Cariacica e Viana, com oferta considerada “embrionária” dada a menor quantidade de atrativos, oferta de serviços e equipamentos incipiente e deficiências na infraestrutura de apoio turístico. Cabe destacar que este estudo não tratou do município de Vitória, por compreender que ele já se caracteriza como um atrativo natural, por ser capital do Estado e, por isso, atrair pessoas para atividades como turismo de negócios. Ou seja, o foco do presente estudo foi nos municípios que, embora estivessem em uma Região Metropolitana, não tivessem o mesmo nível de influência de uma capital de Estado.

A partir desse agrupamento e classificação, no próximo capítulo tem-se a aplicação dos coeficientes de demanda estimados para mensurar os impactos dos diferentes estágios de desenvolvimento da oferta, conforme as localidades em questão.

5 RESULTADOS

O coeficiente de demanda turística \hat{T} , é um indicador da parcela do consumo dos estabelecimentos destinada aos visitantes, já que o conjunto de firmas que integram a indústria turística não ofertam produtos e serviços exclusivamente aos visitantes (turistas e excursionistas).

Para obter esse coeficiente, a pesquisa extraiu informações sobre o percentual de atendimento aos visitantes nos estabelecimentos cuja atividade principal estivesse na relação de subclasses da CNAE 2.1. Assim, o coeficiente de demanda representa a média de opiniões dos representantes dos estabelecimentos, ponderado pela quantidade de empregados de cada empresa. Esses também foram comparados com a estatística de tendência central mediana, para corrigir problemas com valores atípicos (*outliers*), e não demonstrou mudanças significativas em relação ao critério de média ponderada empregado.

Os resultados desta estimativa são apresentados na Tabela 3, onde se tem os valores encontrados na pesquisa e os valores estimados para toda a região sudeste do Brasil, ou seja, além do Espírito Santo, inclui Rio de Janeiro, São Paulo e Minas Gerais. Esta análise comparativa revela em que medida os coeficientes das indústrias turísticas desviam das estimativas da macrorregião Sudeste, como é o caso de agências de viagem e atividade culturais. Esses resultados também são uma evidência da limitação do uso de coeficientes da macrorregião como um bom indicador para dimensionar a atividade turística local.

Tabela 3: Coeficiente de demanda turística por localidades e indústria [T]

Indústrias Turísticas	Localidades			Sudeste (IPEA)
	Embrionária	Consolidação	Madura	
Alojamento	66	74	64	72
Alimentação	17	28	35	24
Transporte rodoviário	24	36	36	40
Aluguel de transporte	29	21	44	25
Agências de viagens	20	19	38	77
Atividades culturais	35	9	60	20
Esporte e recreação	6	6	29	20
Comércio varejista	20	18	37	-

Fonte: elaboração própria para o nível das localidades e IPEA (2010) para o sudeste.

Sobre os efeitos de diferentes estágios de desenvolvimento da oferta turística local no dimensionamento do mercado de trabalho, é possível fazer inferências sobre o impacto ou montante de ocupações geradas pela atividade turística das localidades, desde que se aceite a hipótese de que existe uma relação de proporcionalidade direta entre os coeficientes de demanda turística e o total de empregos formais gerados pelo turismo. Sob essas condições, a Tabela 4 apresenta os vínculos empregatícios formais por indústrias localidades estudadas.

Se não considerar os coeficientes de demanda, a Tabela 4 demonstra que as oito indústrias turísticas impactam a economia da região com a geração de 14.865 empregos formais, sendo nas localidades “em consolidação” e “madura”, os maiores empregadores. Como já discutido esses dados são considerados superestimados por não deduzir o percentual do consumo devido aos não visitantes. Um exemplo desse viés é o recente crescimento do emprego no setor de alimentação que coincide com o aumento do consumo alimentar fora do domicílio, o que nada tem a ver com o consumo turístico.

Tabela 4: Quantidade bruta [U] de vínculos empregatícios formais por localidades e indústria

Indústrias Turísticas	Localidades			Total
	Embrionária	Consolidação	Madura	
Alojamento	46	300	908	1.254
Alimentos e bebidas	1.403	2.797	5.224	9.424
Transporte Rodoviário	1.362	730	434	2.526
Equipamentos de transporte	86	186	60	332
Agências de viagens	8	36	106	150
Atividades culturais	5	21	45	71
Esporte e recreação	18	105	621	744
Comércio varejista	56	94	214	364
(I) Total das indústrias turísticas	2.984	4.269	7.612	14.865
(II) Total de empregos formais na localidade	69.716	132.973	132.960	335.649
% (I) em (II)	4,28%	3,21%	5,73%	4,43%

Fonte: elaboração própria. Nota: Corresponde à quantidade de vínculos empregatícios formais em cada indústria turística em 31/12/2012, conforme os dados do Ministério do Trabalho.

Para responder esse problema, o produto $\hat{T}.U$ sintetiza o impacto do turismo na geração de empregos formais diretos em cada localidade, como se nota na Tabela 5. Por este cálculo, constata-se que o movimento dos visitantes contribui com 4.382 ocupações formais. Também percebe-se que o estágio de desenvolvimento da oferta turística da localidade é positivamente relacionado à quantidade de empregos e ao percentual de empregos das indústrias turísticas em relação total de empregos na localidade.

Tabela 5: Quantidade estimada [$\hat{T}.U$] de vínculos empregatícios formais por localidades e indústria

Indústrias Turísticas	Localidades			Total
	Embrionária	Consolidação	Madura	
Alojamento	31	222	583	836
Alimentos e bebidas	242	783	1378	2403
Transporte Rodoviário	323	263	128	714
Equipamentos de transporte	25	39	15	79
Agências de viagens	2	7	33	42
Atividades culturais	2	2	21	25
Esporte e recreação	1	6	188	195
Comércio varejista	11	17	61	89
(I) Total das indústrias turísticas	636	1.339	2.407	4.382
(II) Total de empregos formais na localidade	69.716	132.973	132.960	335.649
% (I) em (II)	0,91%	1,01%	1,81%	1,31%

Fonte: elaboração própria. Nota: Corresponde à quantidade de vínculos empregatícios formais em cada indústria turística em 31/12/2012, conforme os dados do Ministério do Trabalho.

Conforme Tabela 5, tem-se que o movimento dos visitantes contribui com a geração de 1,31% de todos os empregos formais gerados nestas localidades. Além disso, a aplicação dos coeficientes de demanda na quantidade de empregos reforça os resultados relacionados ao quantitativo de vínculos empregatícios, de acordo com o estágio de desenvolvimento da oferta turística da localidade.

6 CONCLUSÃO

Este trabalho teve como objetivo avaliar se o nível de desenvolvimento da oferta turística está associado com a dimensão do impacto econômico do mercado de trabalho em indústrias turísticas. Para tanto, as localidades estudadas foram classificadas conforme a sua oferta turística e o impacto do mercado de trabalho foi estimado através da aplicação de coeficientes de demanda. Para estimar o coeficiente, foram entrevistados 1.345 estabelecimentos, distribuídos em oito indústrias turísticas.

As estimativas revelam que a demanda turística é responsável por gerar 4.382 empregos formais diretos, o que representa 1,31% do total dos vínculos existentes em todas as localidades. Esses resultados reforçam evidências anteriores da importância da estimação de coeficientes de demanda na distinção entre o que é proporcionado pelo atendimento ao turista, do que é habitualmente consumido por visitantes em geral

(Araujo *et al.*, 2015). Essa análise melhora a compreensão da situação das atividades relacionadas ao turismo nos municípios e qualifica o desenvolvimento e avaliação de políticas públicas para o setor.

Como resultado principal do artigo, a Tabela 5 mostra que o estágio de desenvolvimento da oferta turística da localidade é positivamente relacionado ao número absoluto e percentual de empregos nas indústrias turísticas. Em suma, o nível de desenvolvimento da oferta turística local é um indicador importante do impacto da economia do turismo medido pelo mercado de trabalho em indústrias turísticas. Esses resultados são evidentes quando se avalia o número de emprego gerado conforme o estágio de desenvolvimento do turismo nas diferentes localidades.

Como demonstrado, o nível de desenvolvimento da oferta turística tem importantes repercussões na mensuração do impacto econômico do turismo, e se deve a presença de certa heterogeneidade entre as localidades, ainda que compartilhem a mesma divisão regional turística, geográfica e política. As características da oferta local constituem variáveis que precisam ser mais bem compreendidas e futuras pesquisas devem aprimorar os indicadores que estimam o seu nível de desenvolvimento.

7 REFERÊNCIAS

ARAUJO, E. R.; LINO, L. S.; FEITOSA, P.H.A. Impactos do Turismo sobre o Emprego na Região Metropolitana de Vitória-ES: uma aplicação de coeficientes de demanda. **Turismo em Análise**, n. 26, 2015, p. 518-540.

ARBACHE, J.; TELES, V., CURY, S., SILVA, N. Matriz de Contabilidade Social do Brasil para o Turismo – 2002. En: A. e. al., **A Economia do Turismo no Brasil**. Brasília: SENAC, 2008.

BALAGUER, J.; CANTAVELLA-JORDA, M. *Tourism as a Long-run Economic Growth Factor: The Spanish Case*. **Applied Economics**, 34, 2002, p. 877-884.

BIANCHI, P.; MILLER L. M.; BERTINI, S. **The Italian SME experience and possible lessons for emerging countries**. UNIDO, 1997.

CASSIMIRO FILHO, F. **Contribuições do Turismo a Economia Brasileira**. 2002. Disponível em:
<<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/11/11132/tde.../francisco.pdf>>. Acesso em: 01 de Maio de 2013.

COELHO, M. H. **Ocupação do Setor de Turismo no Brasil: Análise da Ocupação nas Principais ACTs nos Estados, nas Regiões e Brasil**. Brasília: IPEA, 2011.

EMBRATUR – EMPRESA BRASILEIRA DE TURISMO. **Metodologia do inventário da oferta turística**. Rio de Janeiro, 1984, 168p.

ESPÍRITO SANTO. **Plano de Desenvolvimento Sustentável do Turismo do Espírito Santo 2025**. 2007. Governo do Estado do Espírito Santo, Brasil.

ILO – INTERNATIONAL LABOUR ORGANIZATION. **Measuring Employment in the Tourism Industries Beyond the Tourism Satellite Account: A Case Study of Canada**. Geneva: ILO, 2014.



IPEA – INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. **Metodologia do cálculo dos coeficientes de atendimento turístico e estimativas relativas ao emprego formal no setor do turismo com base nos dados da RAIS**. Brasília, 2006.

IPEA – INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. **Relatório 3b - Indicadores básicos de emprego no turismo para o Distrito Federal, Região Centro-Oeste e Brasil. Sistema de Informações sobre o Mercado de Trabalho do Setor Turismo no Brasil**. Brasília, 2013.

KIM, H.; CHEN, M.; JANG, S. **Tourism Expansion and Economic Development: The Case of Taiwan**". *Tourism Management*, 27, 2006, p. 925-933.

LEE, C. G. **Tourism and Economic Growth: The Case of Singapore**. *Regional and Sectorial Economic Studies*, 8-1, 2008, p. 90-98.

MACFEELEY, S.; DELANEY, J.; O'DONOGHUE, F. **Using business registers to conduct a regional analysis of enterprise demography and employment in the tourism industries: learning from the irish experience**". 2012.

MTB – MINISTÉRIO DO TRABALHO. **Relação Anual de Informações Sociais**. 2013. Disponível em: <<http://www.mte.gov.br/>>. Acesso em 15 out. 2013.

OCDE – ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO. **Measuring the Role of Tourism in OECD Economies**. Paris: Head of Publication Division, 2000.

OIT – ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO. **Resolución sobre las estadísticas del empleo en el sector informal, adoptada por la decimoquinta Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo**. Ginebra, 1993.

OIT – ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO. **Introdução as Estatísticas Laborais do Turismo**. Ginebra, 2004.

OMT – ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Conta Satélite do Turismo: recomendações sobre o marco conceitual**. Luxemburgo, Madri, Nova York e Paris: Nações Unidas, 2008.

OMT – ORGANIZACION MUNDIAL DEL TURISMO. **Cuenta Satélite del Turismo**. Nova York, 2001.

OMT – ORGANIZACION MUNDIAL DEL TURISMO. **Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008**. Madrid/Nueva York: Naciones Unidas, 2010.

SAKOWSKI, P. A. M. **Measuring employment in the tourism industries in Brazil: from national to regional and local level**. Brasília, 2012.

SAKOWSKI, P. A. M. **Aspectos metodológicos do sistema integrado de informações sobre o mercado de trabalho no setor turismo**. Rio de Janeiro, 2013 (Texto para Discussão, n. 1.842).

SECRETARIA DE TURISMO DO ESPÍRITO SANTO. **Pesquisa de Fluxo Turístico e Perfil do Turista – Alta e Média Temporada**". Vitória (ES): Secretaria de Estado do Turismo, 2002.

TAKASAGO, M.; GUILHOTO, J.; MOLLO, M.; ANDRADE, J. **The potencial to create**



employment and income from tourism in Brazil. Munic Personal RePEc Archive, 2011, p. 1-25.

TAKASAGO, M.; MOLLO, M. **O Potencial Gerador de Crescimento, Renda e Emprego do Turismo no Distrito Federal.** Turismo em Análise, 2011, v. 22.

TOULOUSE, F. V. **The indirect impact of tourism: an economic analysis.** Third Meeting of T20 Tourism Ministers Paris. France: UNTWO, 2012.

WIEN, E. S. The economic impact of travel and tourism in mountain área: the case of Voralberg. **Revue de Tourism**, n. 2, 1989, p. 25-29.