



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA APLICADA
CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ECONOMIA - CAEN**

FRANCISCO CARLOS ABREU MOURA

**A ECONOMIA DO TURISMO E O SEU IMPACTO NO
PRODUTO INTERNO BRUTO DO CEARÁ**

**FORTALEZA
2007**

FRANCISCO CARLOS ABREU MOURA

**A ECONOMIA DO TURISMO E O SEU IMPACTO NO
PRODUTO INTERNO BRUTO DO CEARÁ**

Dissertação submetida ao Curso Mestrado Profissional em Economia - CAEN, da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Economia.

Orientador: Prof. Dr. Manoel Bosco de Almeida

**FORTALEZA
2007**

FRANCISCO CARLOS ABREU MOURA

**A ECONOMIA DO TURISMO E O SEU IMPACTO NO PRODUTO
INTERNO BRUTO DO CEARÁ**

Dissertação submetida à Coordenação do Mestrado Profissional em Economia, promovido pelo Curso de Pós-Graduação em Economia – CAEN, da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre Profissional em Economia.

Aprovada em: ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Manoel Bosco de Almeida – (Orientador)
Universidade Federal do Ceará – UFC/CAEN

Prof. Dr. Francisco de Assis Soares
Universidade Federal do Ceará – UFC/CAEN

Prof. Dr. Antônio Lisboa Teles da Rosa
Universidade Federal do Ceará – UFC/CAEN

À minha esposa ROSALY MOURA,
razão maior da minha vida, pela presença
em todos os momentos.

Aos meus filhos, DANIEL E
MARCELA, onde busco e recebo incentivo.

AGRADECIMENTOS

Ao amigo-irmão René Barreira que tornou possível a realização do meu Mestrado e aos inúmeros amigos pelo incentivo oferecido à realização deste sonho.

À minha mãe e irmãos com quem sempre contei em todas as horas.

Ao CAEN, que após 40 anos de minha ausência da Universidade Federal do Ceará, me recebeu e devolveu à comunidade um Mestre em Economia.

A todos os professores do Mestrado em Economia da UFC/CAEN, pelas sábias reflexões que nos ajudaram a compreender melhor a realidade.

A todos que direta ou indiretamente me ajudaram a tornar mais um sonho em realidade.

RESUMO

O Ceará, face aos seus atrativos naturais, tem uma potencialidade turística comparável aos grandes pólos internacionais e vem, de forma dinâmica, transformando o turismo em uma atividade importante para a geração de emprego e renda. O objetivo central desta dissertação é analisar a evolução do turismo no Estado do Ceará no período de 1996 a 2005. Metodologicamente, o estudo em pauta conceituou tecnicamente o que é o turismo, apresentando sua segmentação e como este vem se posicionando no ambiente econômico, tanto no plano nacional como internacional. Para fundamentar a significância do turismo como um fenômeno econômico, foi incluída uma análise da conta satélite do turismo e o efeito multiplicador da atividade, que são ferramentas modernas e de valiosa expressão para a análise setorial. Mantendo o foco do trabalho, foi inserida uma análise descritiva dos indicadores turísticos observados no Ceará, cujos dados serviram de base para a formulação de um modelo econométrico de atração de demanda e um outro modelo estatístico para investigar a real participação do PIB gerado pelo setor turístico no Ceará em relação ao PIB total do Estado. Nesse contexto considerou-se relevante a demanda turística do Ceará em seus fluxos interno e externo (variável dependente) e como variáveis explicativas a demanda turística do Brasil, o PIB per capita do país, a taxa de câmbio, a oferta hoteleira do Estado e os efeitos da sazonalidade do turismo. Os resultados obtidos foram testados econometricamente e todos os parâmetros encontrados sinalizaram robustez de tendência o que valida a consistência dos modelos formulados. Conclusivamente, o turismo é uma atividade de relevante significância para a economia do Estado do Ceará, possui potencialidade para expansão e vem denotando uma acelerada tendência de crescimento o que é revelado aumento da participação do PIB turístico na formação do Produto Interno Bruto do Estado, o qual varia de 6,05% a 13,56% no período em análise.

Palavras-chave: Turismo. Economia do turismo. Impacto do turismo. PIB do turismo.

ABSTRACT

The Ceará, face to its attractives natural, has a comparable tourist potentiality to the great international polar regions and comes, from a dynamic way, transforming the tourism into an important activity for the generation of job and income. The central objective of this study is to analyze the evolution of the tourism in the State of the Ceará in the period of 1996 to 2005. About the Methodology, the study in guideline technical appraised what the tourism is, presenting its segmentation and as how is this locating in the economic environment, as much in the national plan as international. To base the tourism significance as a economic phenomenon an analysis of the account satellite of the tourism and the multiplying effect of the activity was included, that are modern tools and of valuable expression for the sectorial analysis. Keeping the focus of the work, a descriptive analysis of the observed tourist pointers in the Ceará was inserted, whose given they had served of base for the formularization of a econometrical model of attraction of demand and one another statistical model to investigate the real participation of the GIP generated for the tourist sector in the Ceará in relation to the total GIP of the State. In this context the tourist demand of the Ceará in its flows was considered excellent internal and external (changeable dependent) and as changeable that explains the tourist demand of Brazil, the per capita GIP of the country, the exchange tax, it offers the hotels of the State and the effect of the sazonalidade of the tourism. The gotten results had been tested econometricamente and all the joined parameters had signaled trend robustness what it validates the consistency of the formulated models. Conclusively, the tourism is an activity of excellent significance for the economy of the State of the Ceará, possess potentiality for expansion and comes denoting one sped up growth trend what increase of the participation of the tourist GIP in the formation of the Gross domestic product of the State is disclosed, which varies of 6,05% 13.56% in the period in analyzes.

Key Word: Tourism. Economy of the tourism. Impact of the tourism. PIB of the tourism.

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 -	Perfil dos turistas que visitam o Ceará.....	75
QUADRO 2 -	Oferta hoteleira – Fortaleza/CE – 1996/2005.....	79
QUADRO 3 -	Multiplicador de renda – valores referenciais.....	101

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 -	Receita Cambial do Turismo no Brasil 2000/2005 – milhões de dólares.....	53
GRÁFICO 2 -	Oferta hoteleira – Fortaleza/CE – número de leitos... ..	80
GRÁFICO 3 -	Taxa média anual de ocupação. Rede hoteleira de Fortaleza/CE.....	82
GRÁFICO 4 -	Impacto do turismo no PIB do Ceará.....	122

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 -	Efeito multiplicador do turismo.....	90
FIGURA 2 -	Impacto da demanda por bens domésticos – o modelo de insumo-produto.....	91
FIGURA 3 -	Modelo básico de quadro de insumo-produto.....	93

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 -	Formas de segmentação do turismo.....	33
TABELA 2 -	Tipos de segmentação do turismo.....	34
TABELA 3 -	Chegada de turistas no mundo por região.....	45
TABELA 4 -	Comparativo de chegada de turistas - Mundo, América do Sul e Brasil.....	46
TABELA 5 -	Países receptores de turistas – 2001/2005.....	47
TABELA 6 -	Desembarque de passageiros em vôos internacionais.....	52
TABELA 7 -	Geração de empregos pelo setor de turismo – 2001/2005 – mil empregos.....	54
TABELA 8 -	Movimentação turística no Brasil – demanda externa e interna – 2000/2005 – milhões de turistas.....	54
TABELA 9 -	Demanda turística do ceará – fluxo externo.....	63
TABELA 10 -	Demanda turística do ceará – fluxo interno.....	64
TABELA 11 -	Demanda turística do total do Ceará.....	66
TABELA 12 -	Interiorização do turismo no Ceará.....	67
TABELA 13 -	Motivação da viagem – turismo no Ceará.....	69
TABELA 14 -	Permanência diária de hóspedes na rede hoteleira de Fortaleza.....	71
TABELA 15 -	Permanência da demanda hoteleira e extra hoteleira.....	72
TABELA 16 -	Avaliação qualitativa do turismo no Ceará.....	73
TABELA 17 -	Distribuição setorial da receita turística. Turismo em Fortaleza – estrutura do gasto <i>per capita</i>	78
TABELA 18 -	Taxa de ocupação da rede hoteleira – Fortaleza/ CE.....	81
TABELA 19 -	Oferta hoteleira do Estado do Ceará – 1996 / 2005.....	83
TABELA 20 -	Resultados paramétricos do modelo de atração da demanda turística do Ceará.....	109
TABELA 21 -	Renda direta gerada pelo turismo – 1996 / 2005 R\$ 1.000	115
TABELA 22 -	Receita turística indireta – Ceará – 1996/2005 R\$ 1.000...	116
TABELA 23 -	Determinação e evolução do PIB turístico do Ceará – 1995/2005 – Valores em R\$ 1.000.....	116
TABELA 24 -	PIB do Estado do Ceará a preço de mercado. Valores reais e em dólar americano (1) Valores em Milhões de	

	Reais (2) PIB em Milhões de Dólares.....	118
TABELA 25 -	Determinação do impacto do PIB do turismo sobre o PIB total do Ceará.....	121

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CIC -	Centro Industrial do Ceará
CNAE -	Classificação Nacional de Atividades Econômicas
CST -	Conta Satélite do Turismo
EMBRATUR -	Instituto Brasileiro do Turismo
EMPETUR -	Empresa Pernambucana de Turismo
EUROSTAT -	Escritório de Estatísticas da Comunidade Européia
FBK -	Formação Bruta de Capital
FIEC -	Federação das Indústrias do Ceará
FIPE -	Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas
GD -	Gastos Diretos
GIDZ -	Gastos Induzidos
GIND -	Gastos Indiretos
GT -	Gastos Totais
IA -	Índice de Aprovação
IBGE -	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ICEP -	Instituto das Empresas para os Mercados Externos
IPEA -	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
IPECE -	Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará
MGT -	Multiplicador dos Gastos Totais
MINTUR -	Ministério do Turismo
OCDE -	Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico
OFH -	Oferta Hoteleira
OMT -	Organização Mundial de Turismo
ONU -	Organização das Nações Unidas
PAS -	Pesquisa Anual de Serviços
PDTIS -	Plano de Desenvolvimento Turístico Integrado Sustentável
PIB -	Produto Interno Bruto
PNUD -	Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
POF -	Pesquisas de Orçamentos Familiares
PRODETUR/NE -	Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste
SECEX -	Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio
SETUR -	Secretaria de Turismo
SUDETUR -	Superintendência de Desenvolvimento do Turismo
TC/BR -	Tecnologia e Consultoria Brasileira S.A.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	13
2. IMPORTÂNCIA ECONÔMICA DO TURISMO	23
2.1 O turismo e a economia.....	23
2.2 A ciência do turismo.....	28
2.3 A segmentação do turismo.....	30
3. A PRESENÇA DO TURISMO NO AMBIENTE ECONÔMICO	42
3.1 Contexto Internacional.....	44
3.2 Panorama Nacional.....	51
4. EVOLUÇÃO RECENTE DO TURISMO NO CEARÁ	56
4.1 Delimitação da área geográfica do estudo.....	56
4.2 Fontes dos dados.....	57
4.3 Variáveis analisadas.....	58
4.4 Análise descritiva do Turismo no Ceará.....	60
4.4.1 <i>Generalidades</i>	60
4.4.2 <i>A demanda turística do Ceará</i>	62
4.4.2.1 <i>Demanda turística do Ceará – Fluxo Externo</i>	62
4.4.2.2 <i>Demanda turística do Ceará – Fluxo Interno</i>	64
4.4.2.3 <i>Demanda turística total do Ceará</i>	65
4.5 Interiorização da demanda turística do Ceará	67
4.6 Motivação da viagem – turismo no Ceará.....	68
4.7 Média de permanência dos turistas no Ceará	70
4.8 Avaliação qualitativa do destino turístico Ceará	72
4.9 Perfil dos turistas que visitam o Ceará.....	75
4.10 Estrutura do gasto <i>per capita</i> dos turistas.....	77
4.11 Oferta hoteleira.....	78
5. A CONTABILIZAÇÃO E O MULTIPLICADOR DO TURISMO	84
5.1 Conta Satélite do Turismo (CST).....	84
5.2 Efeito multiplicador do turismo.....	88
5.2.1 Dimensionamento utilizado para o multiplicador da renda.....	99
6. IMPACTO DO TURISMO NA ECONOMIA DO CEARÁ	103
6.1 Modelo econométrico de atração de demanda.....	104

6.1.1	<i>Apresentação do modelo econométrico</i>	105
6.1.1.1	<i>Fluxo turístico externo</i>	105
6.1.1.2	<i>Fluxo turístico interno</i>	106
6.2	<i>Resultados</i>	107
6.3	Determinação do PIB do turismo do Ceará	111
6.3.1	<i>Apresentação do modelo estatístico</i>	111
6.3.2	<i>Variáveis e formulação de hipóteses</i>	112
6.3.3	<i>Renda gerada pelo turismo</i>	115
6.4	Evolução do PIB do Ceará	117
6.5	Contribuição do turismo no PIB do Ceará	119
7.	CONCLUSÃO	123
8.	REFERÊNCIAS	125
9.	APÊNDICE – CONTA SATÉLITE DO TURISMO (CST)	131

1. INTRODUÇÃO

A atividade turística é caracterizada pela locomoção de pessoas entre países, regiões e Estados, gerando um fenômeno social diretamente relacionado com a economia. Esta atividade promove o consumo de bens e serviços ofertados em determinados espaços físicos que não correspondem ao ambiente onde o turista reside. Trata-se de um segmento de relevante importância para a economia mundial, o qual tem apresentado um crescimento bastante significativo associado à característica de ser um fenômeno que por suas especificidades produz uma relação de aproximação e indução de atividades intensivas em capital humano, além de gerar expressiva capacidade de encadeamento com atividades amplamente diversificadas. Essa característica intrínseca de atividade intensiva de mão-de-obra se adequa a economias em diferentes estágios de desenvolvimento, desde que ofereçam atributos complementares como atrativos naturais e uma infra-estrutura econômico-social-cultural capaz de gerar uma demanda que busca alternativas de bem estar.

Percebendo que a lógica do turismo encontra no Ceará um cenário exequível para o seu desenvolvimento, decidimos dissertar sobre a economia do turismo, focando principalmente a sua capacidade de geração de renda e o seu impacto na composição do Produto Interno Bruto (PIB) do Estado.

O estudo técnico-científico do turismo é algo muito abrangente, complexo e controverso, que compete diferentes enfoques analíticos que resultam em conclusões díspares. A primeira discussão entre os autores já se faz em torno da origem da palavra. Para Andrade (1995), o termo se originou da palavra francesa *tourisme*, porém, é necessária prudência e abertura para permitir outras considerações declinadas por reconhecidos filólogos da língua portuguesa que atestam ser a língua inglesa a primitiva do termo em questão.

No Brasil os principais dicionaristas não divergem sobre a etimologia da palavra explicando Houaiss (Dicionário da Língua Portuguesa – 2003) que o verbete turismo vem realmente de “*tour*” (1693) e depois do inglês “*tourism*” (1811), com o sentido de “viagem de recreio, excursão”. No Dicionário da Língua Portuguesa de autoria de Aurélio Buarque de Holanda (2004) a origem de turismo é do inglês “*tourism*” por derivação do francês “*tourisme*”.

Contraopondo-se a essas formas, Oliveira (2001) traz no livro “Turismo e Desenvolvimento – Planejamento e Organização”, um questionamento totalmente divergente. Segundo este autor, estudiosos do setor, como o suíço Arthur Haulot, sugere a possibilidade de o termo turismo ter origem hebréia e ser originário da palavra “*tur*”, que no hebreu antigo corresponde ao conceito de “viagem de descoberta, de exploração de reconhecimento”.

Outras concepções poderiam ser relatadas, porém o fundamental não está na investigação da correta aceção do que o verbete encerra. Assim, por mais que o turismo seja uma prática difundida em todo universo, a definição para esta palavra não é conclusiva, consensual, definitiva. Barbosa (2002, p. 67) alega que “o sufixo ‘ismo’ (turismo) é definido como uma ação ou processo e quando a palavra *tour* (francês) e o sufixo *isme* são agrupados, representam a ação de um movimento ao redor de um círculo”.

Como se nota a compreensão dos termos “turista” e “turismo” continua longe de expressar um conceito único e universalmente aceito como verdadeiro, pronto e acabado. Pelo contrário, na medida em que seus estudos avançam e mais técnicos se especializam nessa temática novas discussões se abrem, enfoques inéditos são lançados, existindo cada vez mais autores que têm procurado defini-los.

Historicamente, uma das conceituações mais antigas e inteligentes acerca do que significa turismo remonta ao ano de 1911, quando o economista austríaco Herman Von Schullard conceituou o turismo como

sendo o somatório das operações, especialmente as de natureza econômica, diretamente relacionadas com a entrada, permanência e o deslocamento de estrangeiros para dentro e para fora de um país, cidade ou região.

No entender de Barreto (1999), a primeira expressiva definição de turismo, provavelmente, tenha sido fornecida pelo economista austríaco Hermann Schattenhofen, também em 1911, para quem o turismo é um conceito que compreende a interação de todos os processos, especialmente os econômicos, que se manifestam durante toda a trajetória de uma viagem, desde a chegada, permanência e saída do turista de um determinado município, estado ou país.

Em 1942, os professores suíços Hunziker e Krapf, na tradução de Oliveira (1998), formularam uma definição para o turismo interpretando-o como a soma dos fenômenos das relações resultantes da viagem e da permanência de não residentes, na medida em que não leva à residência permanente e não está relacionada a nenhuma atividade remuneratória. Conceitos como esse, que nada tem de extraordinário a destacar, tiveram muita importância porquanto colocados por autores de renome internacional que ajudaram a consolidar o então denominado fenômeno turístico.

Realizando consultas bibliográficas acerca do entendimento do turismo e sua evolução no tempo, vamos encontrar as mais diversas referências desde o século XIX. Porém, visivelmente, foi só a partir do fim da Segunda Guerra Mundial (1945) que se desenvolveu o seu conhecimento de um ponto de vista próximo ao que poderia denominar-se de científico. Esse desenvolvimento acompanhou o surgimento e crescimento do turismo de massa, ou seja, “o deslocamento de grande número de pessoas para os mesmos lugares nas mesmas épocas do ano” (Ruschmann, 1999). Explica-se que os movimentos turísticos surgidos no século passado foram induzidos pela afirmação do capitalismo que se desenvolvia principalmente na Europa Ocidental e na América do Norte. O desenvolvimento tecnológico da época, em especial no setor de transportes, também contribuiu para o

fenômeno.

Nos dias atuais o turismo é um dos segmentos que mais tem crescido nas economias industrializadas. Como fenômeno de massa, é conseqüência direta e enfática da elevação do nível de renda da população mundial em geral, da multiplicação, segurança e do barateamento dos meios de transporte e da melhoria do padrão de vida da sociedade urbana e industrial. As nações atualmente, tanto desenvolvidas como emergentes, vêem a atividade como um valioso instrumento de política econômica. Esse caráter instrumental de alcançar o desenvolvimento por meio do turismo não pode ser perdido de vista na formulação de uma política de desenvolvimento turístico, principalmente para os destinos que evidenciam grande potencialidade.

O conceito de turismo, conforme se afirmou anteriormente, pode ser expresso dos mais diversos ângulos e pontos de vista, dependendo do enfoque que cada estudioso tenha como objetivo. Para Padilha (1997), o turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente, por motivo de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem do seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural.

A Organização Mundial de Turismo (OMT) sintetizando a colaboração de muitos estudiosos na versão traduzida para a língua portuguesa por Oliveira (2001) no seu livro "Turismo e Desenvolvimento – Planejamento e Organização" definiu turismo como o fenômeno que ocorre quando um ou mais indivíduos se trasladam a um ou mais locais diferentes de sua residência habitual por um período maior que 24 horas e menor que 180 dias, sem participar dos mercados de trabalho e capital dos locais visitados.

Muitos analistas discordam da posição da OMT por acharem restritiva e limitada. O turismo tem uma característica maior, que é o desenvolvimento do local que está sendo visitado através de geração de renda por parte dos turistas com contrapartida de investimentos do setor público e privado, e, por conseqüência, a melhoria dos serviços e dos produtos oferecidos no local. A idéia de que o turismo é um deslocamento realizado por prazer a locais que despertem algum tipo de interesse objetivo ou subjetivo, indiretamente contida na formulação da OMT, é considerada míope, apesar de pura, porque nos dias atuais o turismo tem um significado muito mais amplo e abrangente.

Dentre os que criticam o conceito de turismo adotado pela OMT destaca-se o pesquisador mexicano Oscar de Lá Torre (apud BARRETO, 1999, p. 47) que num esforço de reelaboração do pensamento desse conceito, considera que:

O turismo é um fenômeno social que consiste nos deslocamentos voluntários e temporários de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem do seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômico e cultural.

É notória a amplitude inserida pelo relacionamento do turismo face ao impacto causado na organização da sociedade tanto pela fonte emissora como receptora.

Posteriormente, com a ascensão da corrente ambientalista que passou a imprimir um especial respeito ao meio ambiente, a OMT, em 1995, decidiu inovar criando o conceito de turismo sustentável, definindo-o como aquele ecologicamente suportável em longo prazo, economicamente viável, assim como ética e socialmente eqüitativo para as comunidades locais. Exige integração ao meio ambiente natural, cultural e humano, respeitando a frágil balança que caracteriza muitas destinações turísticas, em particular as áreas ambientalmente sensíveis.

No Brasil há muitos estudos específicos sobre turismo, principalmente sobre a interação entre este e outras disciplinas da área de ciências humanas, porém o questionamento da problemática turística como uma ciência autônoma, isolada, com objetivo e metodologia própria, é relativamente escasso. Grande parte dos textos que analisam o turismo fica restrito a outras áreas de estudo como Administração de Empresas ou Economia, Geografia ou Sociologia.

Levando todos estes aspectos em consideração, o Professor Oliveira (2001, p. 59) conceitua turismo da seguinte forma:

Denomina-se turismo o conjunto de resultados de caráter econômico, financeiro, político, social e cultural, produzidos numa localidade, decorrentes da presença temporária de pessoas que se deslocam de seu local habitual de residência para outros, de forma espontânea e sem fins lucrativos.

Esta descrição, embora privilegie essencialmente o lado da demanda, é bastante clara e objetiva.

Quase sempre quando se aborda o tema turismo fica obscura a natureza dessa atividade. A fim de definir com precisão sua essência, é necessário fazer uma distinção entre fazer turismo e explorar turismo, ou seja, o turismo como modo de vida ou meio de vida. O turismo atua como uma migração temporária acompanhada de transferência de renda. Envolve consumo efetuado fora do local de domicílio. De um lado, está a procura, que é o conjunto de pessoas com renda disponível para viajar, do outro, encontra-se a oferta, um núcleo receptor dotado de infra-estrutura de equipamentos, de bens e de serviços. Pressupõe-se assim a existência de um mercado turístico.

Para a existência e viabilização do funcionamento das forças de mercado, afirma Oliveira (2001, p. 75),

[...] ser preciso compreender que os atrativos devem ser realmente atraentes, significando que não basta apenas possuírem belezas naturais, patrimônio histórico, clima ameno, entre outros. Uma

floresta maravilhosa, virgem, repleta de variedades da fauna e da flora, de cachoeiras, de rios ou mesmo, uma bela cidade detentora de magnífico visual, se forem de difícil acesso, oferecendo riscos aos visitantes, deixam de ser atraentes. Os turistas vão embora, em busca de outros locais que ofereçam melhores condições de visitação.

Da análise dos conceitos e comentários enunciados é lícito deduzir de forma transparente que o segmento turismo pode ser uma opção para um programa de desenvolvimento endógeno na medida em que consegue conjugar vários elementos importantes para o crescimento sustentado. No turismo é possível ser idealizado um modelo de envolvimento de forças sócio-econômicas e culturais locais, fomentar um grande número de pequenas e médias empresas, ramificadas por diversos setores e sub-setores, usufruir-se de alto grau de multiplicação da renda local, inserção dos efeitos da globalização da economia local, através do fluxo de valores e informações nacionais e estrangeiras. É necessário ressaltar a necessidade de que essa política desenvolvimentista tenha um rígido caráter de sustentabilidade, a qual deva nortear todos os setores da economia e, principalmente, incluir fatores indeclináveis de conservação do meio ambiente.

O fulcro central da presente dissertação está contido no seu título – A Economia do Turismo e seu Impacto no Produto Interno Bruto do Ceará – com o objetivo de investigar, avaliar e dimensionar a capacidade contributiva do turismo como vetor estratégico subsidiário às políticas públicas de geração de renda, tendo o Estado do Ceará como centro de referência e o período de 1996 a 2005 como enfoque temporal para as análises pertinentes. Complementarmente, serão contextualizadas observações sobre a economia do turismo posto sua característica de atividade econômica dinâmica, multi-correlacionada com princípios, conceitos, atributos e metodologia científica própria, além de se apresentar como um fenômeno de crescente significado no contexto sócio-econômico do mundo moderno.

A principal motivação para dissertar sobre o objetivo enunciado, originou-se na observação do crescente significado que o fluxo turístico experimentado nas duas últimas décadas ensejando significativas alterações no perfil econômico de determinados países. Mais recentemente, o bom desempenho da economia mundial aliado a uma dispersão espacial e grandes avanços tecnológicos, formatou um cenário positivo para que as atividades turísticas crescessem aceleradamente.

No contexto nacional, apesar de não se contabilizar índice econômico de crescimento expressivo, contou-se com uma forte redução da inflação, com uma política cambial equilibrada e com um controle fiscal rígido, o que, conjuntamente, inspira desejável nível de confiabilidade ao País. Essa sucinta análise, aparentemente desnecessária na atual circunstância, reveste-se de singular importância ao considerarmos a forte correlação observada entre o ambiente macroeconômico e a expansão do turismo.

Ao focalizar a “Economia do Turismo” no segmento da geração de renda e sua representatividade na formação do PIB do Ceará como o tema central da dissertação, observou-se liminarmente a expressão multiangular dessa atividade como decorrência de consulta a dados (séries temporais) oferecidos pela Organização Mundial do Turismo (OMT); Instituto Brasileiro do Turismo (EMBRATUR); Ministério do Turismo; Secretaria do Turismo do Ceará; Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará (IPECE); Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE); Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE); Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), etc., dentre outras fontes oficiais, levando à conclusão primária de que o turismo é muito relevante economicamente, expande-se sequenciadamente e carece de análises dirigidas finalisticamente para área geográfica que se pretende estudar, no caso o Estado do Ceará.

Afora a expressividade do turismo na geração direta do emprego e da renda estadual, há de se considerar o efeito multiplicador desencadeado

em toda a cadeia produtiva do setor, fato que será contemplado no nosso estudo.

Destarte a dimensão que a “Economia do Turismo” vem assumindo nas relações de troca no mundo moderno, os estudos técnicos e acadêmicos não tem acompanhado no mesmo ritmo essa evolução fazendo com que este estudo represente uma colaboração para ser somada a outros artigos, livros, relatórios, teses e ensaios que tratam o turismo como uma atividade produtiva que precisa cientificamente ser estudada.

A motivação que induziu eleger o turismo no Ceará como tema central desta dissertação adveio da participação em um seminário técnico-econômico promovido pelo Centro Industrial do Ceará (CIC) sobre alternativas de desenvolvimento para o Estado do Ceará. Como palestrante, escolhi o setor do turismo por ver nesse segmento uma compatibilidade e adequação às potencialidades do Ceará. Ao prospectar os dados disponíveis ficou nítido que o turismo se incentivado por políticas públicas eficiente poderia ser, como está sendo, um importante vetor para a promoção do desenvolvimento econômico do Ceará.

O estudo está estruturado em sete capítulos, sendo o primeiro a introdução que contém a conceituação e evolução do turismo, além de evidenciar o objetivo, motivação e estruturação deste documento. O segundo capítulo reporta-se a importância econômica do turismo, fundamenta o turismo como ciência e descreve a segmentação desse fenômeno econômico destacando os mais importantes nichos que estão presentes no Brasil e no Ceará. O terceiro capítulo discorre sobre a presença do turismo no ambiente econômico, traçando um perfil sobre os cenários internacional e nacional.

O quarto capítulo estuda o turismo no Ceará através de uma análise descritiva dos seus principais indicadores, precisando sua abrangência geográfica, faz uma referência à base de dados e às variáveis utilizadas para explicar o comportamento evolutivo do turismo ao longo do

período de 1996 a 2005. Esse capítulo contém todas as informações básicas que serão modeladas para a avaliação do turismo e seu impacto no PIB do Ceará que é o tema central deste estudo.

O quinto capítulo comenta, conceitua e demonstra a significância do efeito multiplicador da renda desencadeado pelo turismo no sistema econômico.

No sexto capítulo estão os resultados do impacto do turismo na economia do Ceará e as discussões elaboradas com base nas estatísticas e informações empíricas, expressando um modelo econométrico de atração de demanda turística para o Ceará, formulado um modelo de cálculo do PIB do setor turístico no Ceará e seu impacto sobre o PIB total do Estado.

Finalizando, o capítulo sétimo encerra com as conclusões deduzidas dos textos produzidos, ficando explícito a consistência dos modelos econométrico e estatístico definidos e os resultados encontrados mostram que o turismo tem uma crescente participação na formação do PIB do Ceará, e assim, pode constituir-se em um vetor de grande validade para acelerar o crescimento econômico do Estado.

2. A IMPORTÂNCIA ECONÔMICA DO TURISMO.

A importância econômica do turismo se manifesta sob diversas formas: dinheiro, propriedades, trabalho, mercadorias, informações entre outros. Mas sua essência só se revela quando se investiga sua lógica de origem e de reprodução. As formas aparentes do valor turístico são: o clima, as belezas naturais, os eventos, os parques temáticos, os negócios entre tantos outros. Mas como se processa a operacionalidade desse fenômeno? O que há em comum em todas estas formas? Qual seu conteúdo? Para sua compreensão faz-se necessário a construção de um escopo teórico que auxilie na busca da essência do fenômeno turístico. É nesse sentido de assimilar o valor e as interações do turismo que fazemos uma revisão de pontos relevantes da literatura sobre o assunto.

2.1 O turismo e a economia

O fenômeno turístico assume uma natureza complexa que decorre da multiplicidade de atributos que lhe estão associados. De fato, pode ser encarado como um fenômeno econômico, na medida em que se desenvolve de acordo com as forças motoras da economia. Deste modo pode ser mencionada a existência de uma indústria turística no seu sentido mais genérico.

O turismo também é heterogêneo já que compreende o fornecimento não só de transporte, hospedagem, entretenimento e infraestrutura de recursos diretamente turísticos. Subsidiariamente pode ser considerado como um fenômeno psicológico, pois o fato turístico é precedido por uma ou mais necessidades específicas que geram motivações, além de desenvolverem processos de percepção e formulação de imagens das mais variadas.

Estão presentes ainda muitos outros atributos, nomeadamente os de natureza social, cultural e até mesmo políticos. O fundamental é

reconhecer que a realidade vivencial aporta ao estudo do turismo uma complexidade multiplicada, uma vez que se está perante uma multidisciplinaridade, de tal forma abrangente, que reúne um rol de disciplinas, como: Economia, *Marketing*, Psicologia, Sociologia, Antropologia, Direito, Geografia, Arquitetura, Ecologia, Ciência Política, dentre outras que direta ou indiretamente contribuem para o estudo do fenômeno turístico. Porém, a plataforma econômica é o maior destaque sem querer diminuir a contribuição derivada de outras ciências.

Nos dias atuais quando se faz referência ao turismo na verdade temos que salientar que este incorpora o conceito de sustentabilidade. O turismo sustentável caracterizar-se por fatores objetivos que apesar de buscar o desenvolvimento dos destinos receptores, têm a responsabilidade social de preservar o meio ambiente e a cultura local. Transformar a riqueza potencial em riqueza real é um fim econômico por excelência, mas tem-se que manter um nível de atividade compatível com a capacidade de suporte do espaço geográfico e social que está sendo tratado.

Na literatura especializada sobre o turismo persiste a polêmica quanto ao tratamento epistemológico sobre a economia do turismo, embora hoje seja prevalente a tese de que o seu correto enquadramento é como um ramo integrante da ciência econômica. Assim como existe a economia agrícola, a economia industrial, a economia financeira, etc., existe uma economia do turismo. Por outro lado, não faz sentido mencionar a economia do turismo porquanto esta se compõe de uma heterogeneidade de atividades, vinculadas a diversos setores, não encerra um objetivo nitidamente preciso e finalístico e ainda não existe uma metodologia científica e um referencial teórico próprio. Por não atender a esses pressupostos básicos, diversos analistas consideram que o turismo é apenas um segmento da teoria econômica aplicada.

Ao largo das teorizações sobre a identidade do turismo como uma ciência ou não, observa-se que nos últimos anos e de modo crescente, vem acontecendo uma multiplicação na edição de textos literários e acadêmicos

voltados para o campo da investigação do Turismo. Leandro Lopes, em sua tese de doutorado defendida na Universidade de São Paulo (2000), chama este fenômeno de “processo de cientificação do turismo”. Este fenômeno está muito associado ao próprio desenvolvimento desta atividade econômica no mundo, dado que muitos países têm no turismo, não mais uma atividade complementar, mas sua principal fonte de renda, o que Valls (2004) chama de “turistização das economias”.

Nos primórdios quando a economia foi institucionalizada e reconhecida como uma ciência, o turismo não tinha a atual expressão e o elemento humano da economia era bem menos presente do que hoje. Por isso, é justo que, na prática e no campo das idéias suscitem discussões decorrendo a necessidade da procura para encontrar formas mais adequadas de enquadramento das categorias econômicas do turismo. Apesar do crescente significado do turismo e de todo o seu desenvolvimento conceitual e metodológico, continua vigorando para determinados pensadores e ensaístas o princípio do não reconhecimento do turismo como um “setor” econômico, sob a principal justificativa de que os resultados finais do processo produtivo turístico são heterogêneos e gerados em fontes muito diferentes.

Na teoria econômica clássica, no que é pertinente à segmentação do sistema econômico, os agentes produtivos são catalogados em seis segmentos, denominados de “setores econômicos”, assim referenciados: Agricultura; Mineração; Indústria; Construção; Comércio; e Serviços. Nos quatro primeiros setores referidos, as empresas aí enquadradas realizam suas atividades produtivas obtendo como resultado final, diversos tipos de bens perfeitamente identificáveis e mensuráveis fisicamente. Nos demais (comércio e serviços) a aferição é mais subjetiva cabendo interpretações diversas dependendo da ótica de análise. Segundo a nova composição dos setores da economia sugerida por Colin Clark a partir de 1940, se tornou universalmente aceita a redução dos setores econômicos para três: primário; secundário; e terciário o que persiste como universalmente aceito.

O emérito pensador do turismo moderno Boullon (1997, p. 121) procedendo a uma detalhada reflexão teórica, analisando em qual setor melhor se enquadraria o turismo, chegou a algumas conclusões a respeito, expressando:

Fica claro que o turismo não pertence ao setor primário, pois ainda que o turismo utilize os atrativos naturais, não os extrai (como a mineração) nem os produz (como a agricultura ou pecuária); portanto, o turismo não “explora” os atrativos naturais, somente os “usa”. Da mesma forma pode-se afirmar que o turismo não é um resultado da construção porque esta produz obras físicas como estradas, pontes, represas, casas, aeroportos, hospitais, etc., os quais prestam diversos serviços.

Prosseguindo suas observações diz que:

A indústria é uma atividade de transformação que emprega numerosos recursos, alguns dos quais podem ser matéria-prima e, outros, produtos industriais intermediários. Em geral, é o produto final que serve para qualificar os diferentes tipos de indústria. Assim se o turismo fosse uma indústria, deveriam existir, mas não existem, fábricas de turismo ou processos industriais cujo produto final ou intermediário é o turismo. Como contraponto, podemos citar numerosos produtos industriais que são utilizados pelos turistas, que se originam em diferentes ramos da indústria, e não em uma especial chamada indústria do turismo. (BOULLON, 1997, p. 121).

Finalizando, ressalta que:

Fica claro, pois, que o turismo é uma forma de consumir, algo assim como um canal para o qual conflui uma demanda especial de muitos tipos de bens e serviços elaborados por outros setores, mais o consumo de alguns serviços especialmente desenhados para satisfazer necessidades próprias dos viajantes. Portanto, o turismo pertence ao setor terciário, e não ao secundário, como deveria ser para que se pudesse catalogá-lo como pertencente à indústria. Portanto não existe o que se convencionou chamar de “indústria do turismo”. (BOULLON, 1997, p. 122).

A economia do turismo se depara constantemente com um sério problema que é o da valoração da produção turística. A análise econômica do turismo sempre assume um caráter de grande complexidade, devido não se poder recorrer ao cálculo de um ou vários ramos produtivos inseridos no sistema de contabilidade nacional. Não existe um setor cuja produção dirija-se por completo à demanda turística, e da mesma forma, considere-se

que a atividade turística, inclusive direta e indiretamente, afeta, em maior ou menor grau, diversos setores da economia.

A cadeia produtiva do turismo é bastante diversificada o que gera impactos difíceis de serem mensurados. Essa diversidade faz com que a demanda turística exceda largamente os serviços que são ofertados pelos setores puramente vinculados de forma direta ao turismo, já que é muito vasto o espectro de atividades que são passíveis de consumo, direto ou indireto, por parte dos turistas.

Fundamentando-se no ponto de vista citado em parágrafo anterior, pode-se derivar a afirmação de que não é correta a caracterização do turismo como um “setor” da economia, posto que abrange a praticamente todos os setores e indústrias. Muñoz de Escalona (1990, p. 12), reforçando esta tese comenta: “Ser correto afirmar-se que não existe um setor turístico da mesma forma que existe, por exemplo, um setor industrial, com o que concorda a teoria por ele denominada, teoria econômica convencional do turismo.” Acrescenta ainda:

Ser uma contradição da teoria clássica admitir a consideração do “setor turístico” como pertencente ao setor terciário, dados o elevado grau de agregação, a abrangência e complexidade da atividade e do próprio produto turístico, que constituem a razão de ser de sua sustentação conceitual e metodológica. (MUÑOZ DE ESCALONA, 1990, p. 12).

Partindo desse marco conceitual e considerando que a Ciência Econômica é definida cientificamente como a ciência que estuda a forma como os seres humanos se organizam para produzir e distribuir riquezas, então, a economia do turismo é a parte da ciência econômica que estuda como os diversos atores se organizam para viabilizar alternativas de utilização dos recursos (escassos) existentes para a produção turística, planejam e executam a sua distribuição e promovem a circulação de renda gerada por esta atividade. Posto isso, o fenômeno turístico pode, a margem de um rigor técnico mais radical, ser investigado como uma nova ciência que a cada dia ganha mais expressão no mundo globalizado.

2.2 A ciência do turismo

A complexidade da sociedade globalizada tem caracterizado o turismo como um fenômeno que transcende a esfera mercantil, apresentando-o como um processo de interação social abrangente distinto das relações observáveis pelas demais áreas das ciências sociais e da produção humana.

É mister compreender que o turismo tem o foco em explicar cientificamente relações de produção e ações sociais integrando fatores materiais e expressões imateriais. Da conjugação do material com o abstrato surgem mercadorias e serviços que adquirem valor de troca e, portanto revelam um fenômeno que pode ser estudado ao abrigo de uma ciência.

Conceitualmente é lícito fazer-se referência a um caso teórico que venha a explicar as mais diversas implicações produzidas pelo deslocamento voluntário de pessoas para destinos fora de sua residência fixa. Um ato como este gera um conjunto de custos e benefícios, econômicos e sociais, que passam a ser objeto de investigação da ciência econômica ou dependendo da ótica que venha a explicar determinados fatos pela ciência do turismo. Essa conclusão teórica não é de consenso entre os estudiosos do turismo que, em parte, optam em qualificar esse objeto como um segmento da ciência econômica aplicada.

Para a afirmação de uma ciência decorre a necessidade da formulação de um escopo teórico próprio. Atualmente, embora seja crescente o número e a qualidade de ensaios publicados, ainda não se consolidou um objeto claramente definido que se constitua um corpo que se possa denominar de ciência do turismo. Existem aplicações matemáticas, estatísticas, econométricas, sociológicas, e de vários outros campos do conhecimento humano, mas poucos podem ser entendidos como uma nova ciência. Faltam aos estudos produzidos os requisitos de pertinência, universalidade, conteúdo empírico e dinâmica capaz de levar em

consideração variáveis sociais e individuais, que transcendam as formas dos estudos de impactos da órbita econômica.

A literatura econômica sobre turismo vem focalizando seus estudos na esfera dos impactos, e, principalmente, os positivos. Em maior incidência e para efeitos ilustrativos, são citados impactos como, na balança de pagamentos; nos efeitos globais sobre a economia; nos setores produtivos; no aumento do emprego; na geração de tributos; na distribuição da renda; estímulo a novos investimentos dentre outros. Sempre destacam o efeito multiplicador que o turismo exerce na economia enaltecendo-o como uma atividade de grande positividade para os destinos vocacionados.

Na economia do turismo o enfoque vai além da dimensão econômica. Demonstra como estas investigações podem ter uma releitura e resultados diferenciados se houver análise crítica transformativa e, a partir dela, a configuração de uma nova teoria. Defende-se que, ao se construir uma base teórica que interprete diferentemente o fenômeno e o que existe “por trás” dele, estes mesmos instrumentos de medição passariam a ter resultados também diferentes.

Assim, por exemplo, ao se definir o valor turístico como objeto de estudo para a Economia do Turismo, não só se pode revelar uma nova interpretação, mas uma dimensão distinta e ampliada dos impactos e uma apreciação das formas como as empresas interagem com os turistas e todo o conjunto com as localidades emissoras e receptoras.

Há de se notar que a investigação do valor é objeto de estudo da economia de forma geral, e no caso do turismo, é acrescentada a reprodução específica do valor turístico, que pode conter componentes sociais. Não se pode entender turismo somente pelo ângulo transporte-hospedagem-alimentação, pois é algo muito mais profundo.

Para os autores mais conservadores e resistentes às mudanças o que vem tomando nova forma é a amplitude da economia aplicada ao

turismo. Esse ponto de vista é justificável porque na ciência econômica está sedimentado a existência histórica de pensamentos que caracterizam escolas universalmente aceitas.

No turismo, o que se verifica é o surgimento de correntes e tendências incipientes, porém, revestidas de atributos que tendem para uma afirmação definitiva. Apesar de o turismo ser um campo de investigação relativamente novo, os recentes estudos vêm gradativamente criando um escopo próprio, explicando o processo produtivo e de consumo do turismo levando em consideração as relações sociais e as interações com o meio ambiente. Fazendo uma comparação com a ciência do turismo e a ciência econômica, nota-se um diferencial na teoria do valor que não consegue explicar de forma mais ampla a vertente social existente na produção e no consumo turístico.

2.3 A segmentação do turismo

A segmentação do turismo em vários ramos de atuação decorre diretamente da necessidade de melhor estruturar a identidade da oferta e atender as exigências da demanda. Adicionalmente, favorece a formulação de políticas públicas de apoio e serve de eficiente ferramenta para estruturação de planos de *marketing* e ainda proporciona especialização para fins gerenciais. É notório que o espectro da segmentação do turismo vem se ampliando continuamente na medida em que essas atividades adquirem maior representatividade econômica. A identificação de cada um dos ramos turísticos é feita através de fatores originados na oferta de produtos turísticos e também considerando a demanda, pois em última análise é a confluência da oferta e demanda que disciplinam o mercado.

Como condicionantes da oferta, o tipo de turismo está atrelado aos atrativos naturais, aos aspectos sócio-culturais e a oferta de infra-estrutura, pois esses atributos precisam funcionar harmonicamente e com qualidade para que possam ser considerados atrativos turísticos. Na ótica da demanda, é preciso identificar consumidores que revelem preferências e

motivações que ao serem satisfeitos preenchem as expectativas que os motivaram a aplicar recursos nessa forma de consumo.

É explicável que os roteiros e produtos turísticos são muito mais influenciados pela oferta do que pela demanda, pois, consoante se fez referência anteriormente, são os atrativos naturais, disponibilidade de infraestrutura para prestação de serviços ao turista (hotel, restaurante, transporte, entretenimento, etc.) e demais especificidades próprias, que definem e baseiam o sucesso de um destino turístico. Como o turismo é um bem que não pode ser levado ao lugar de origem do mercado consumidor, e sim, o consumidor é que deve se deslocar para realizar o seu consumo, a oferta exerce um papel decisivo sobre a demanda.

A própria lógica da comercialização onde o turismo se enquadra é um outro fator determinante para a segmentação. A concorrência cada vez maior nos diversos segmentos leva inapelavelmente a uma busca de diferenciais que garantam uma clientela identificada com seu produto correto. Nesse contexto conseguirá maior vantagem a empresa que conhecer seus clientes e o seu mercado potencial. Essa identificação será a base que deverá direcionar, com menor custo e maior eficiência, seus recursos financeiros e adequar de modo mais competente o produto ao mercado.

A forma e o momento de um determinado destino segmentar o turismo, ou seja, exercer a opção de especializar-se em um campo está condicionado por vários fatores. É preciso identificar as forças atrativas e o poder que elas têm de atender o expresso desejo dos seus consumidores, que tendem cada vez mais a serem específicos e pontuais. Assim, quando a empresa encontra o nicho certo de seu produto, pode oferecer maior aproximação com o consumidor e melhor qualidade de bens e serviços a preços competitivos. Isso também favorece ao processo de comercialização pelo melhor uso dos canais de distribuição e mais adequados veículos de publicidade. Em resumo, segmentar implica, para um destino turístico, transformar gradativamente um mercado geral substituindo-o por um, (ou

vários) específicos, obtendo vantagens comparativas que reduzem custos e melhora a eficiência.

Dentre os que se dedicam ao estudo do turismo sob o prisma de uma atividade econômica que precisa ser lucrativa e sustentada concordam que a melhor maneira de estudar e planejar o mercado turístico é por meio da sua segmentação. Entendem que essa forma é a técnica que permite decompor o turismo em grupos homogêneos, possibilitando a criação de um modelo de *marketing* específico e mais eficaz com seus próprios canais de distribuição, motivações diferentes e outros fatores.

Segundo Beni (1998), é através da segmentação que se encontra a possibilidade do conhecimento das características e vocação dos principais destinos turísticos. É preciso identificar atributos geográficos do local, tipos de transporte, a composição etária do mercado e nível econômico ou de renda, incluindo a sua situação social, como escolaridade, ocupação e estilo de vida. O motivo da viagem (lazer, negócios, intercâmbio, etc.), entretanto, é o principal meio disponível para se segmentar o mercado. De fato, a segmentação traz grandes vantagens para todo o setor, visto que permite o surgimento de uma economia de escala para as empresas turísticas, aumento do poder de concorrência no mercado, criação de políticas de preços e de propaganda especializada e até o patrocínio de maior número de pesquisas científicas e modelos gerenciais.

Existem inúmeras formas, modelos, conceitos e pensamentos de como segmentar o turismo. Pimenta; Richres (1991) formularam uma listagem baseada em critérios e modalidades como a geografia, demografia, estilo de vida, personalidade e etc., que não mereceu comentários favoráveis de muitos dos teóricos que se dedicam à ciência do turismo.

Bacal, Sarah (1990) alicerçou seu estudo de segmentação a partir da comparação do consumo de bens e produto gerais com produtos turísticos. Tabares; Beni (1998 apud Moraes, 1999) faz referência e

classifica o turismo pelo público alvo do centro emissor, tomando essa diretriz como um marco mercadológico de modo a precisar se a procura é por descanso, esportes, gastronomia, saúde, religião e etc. Das referências mencionadas nota-se que existem conceitos das mais diversas tendências para segmentar o turismo. Uma forma importante dessa representação está contida no quadro a seguir:

TABELA – 1 - Formas de segmentação do turismo

MODALIDADE	CRITÉRIOS
Geográfica	Extensão do mercado, potencial, concentração geográfica, transporte e acesso, polarização, bairros e ruas, tráfego, centro de compras.
Demográfica	Idade, sexo, domicílio, família, ciclo de vida (jovem, adulto, idoso).
Socioeconômica	Classe de renda, instrução, ocupação, status, migração, mobilidade social.
Padrões de consumo	Freqüência de compra, local de compra, lealdade a marcas, <i>heavy & light user</i> , curva ABC.
Benefícios procurados	Satisfação sensorial, prestígio social, emulação-preço favorável, qualidade/durabilidade, redução de custos, atendimento e serviços.
Estilo de vida	Expectativa de vida, uso do tempo, interesses predominantes, participação em eventos e agrupamentos sociais, uso do dinheiro, amizades e relações pessoais.
Personalidade	Bases culturais, atitudes e valores, liderança, agentes de mudanças.
Caracterização econômica	Setor de atividade, tamanho das empresas, atuação de concorrentes, acessibilidade, uso e aplicações, unidade de decisão de compra, demanda derivada.

Fonte: Pimenta; Richers (1991).

Por outro lado, Ignara, (2000) propõe, ao nosso entender, uma segmentação diferente e mais adequada porque cria critérios de segmentação e identifica o enquadramento de cada ramo de turismo nos critérios propostos. Sua seleção é a mais completa e adequada a uma realidade prática o que favorece a opção para os que estudam o turismo como um meio de negócio ou elaboram teorias sobre o assunto. Os diversos segmentos de turismo contemplados estão expostos da seguinte forma:

TABELA – 2 - Tipos de segmentação do turismo

Critério de Segmentação	Segmentos
Idade	Turismo Infantil Turismo Juvenil Turismo de Meia Idade Turismo de Terceira Idade Turismo Familiar
Nível de Renda	Turismo Social Turismo de Maioria Turismo de Minoria
Meio de Transporte	Turismo Aéreo Turismo Rodoviário Turismo Ferroviário Turismo Marítimo Turismo Fluvial/Lacustre
Duração da Permanência	Turismo de Curta Duração Turismo de Média Duração Turismo de Longa Duração
Distância do Mercado Consumidor	Turismo Local Turismo Regional Turismo Nacional Turismo Continental Turismo Intercontinental
Tipo de Grupo	Turismo Individual Turismo de Casais Turismo de Famílias Turismo de Grupos Turismo de Grupos Especiais
Sentido do Fluxo Turístico	Turismo Emissivo Turismo Receptivo
Condição Geográfica da Destinação Turística	Turismo de Praia Turismo de Montanha Turismo de Campo Turismo de Neve
Aspecto Cultural	Turismo Étnico Turismo Religioso Turismo Histórico Turismo Antropológico Turismo Arqueológico Turismo Artístico Turismo de Acontecimentos Programados
Grau de Urbanização da Destinação Turística	Turismo de Grandes Metrópoles Turismo de Médias Cidades Turismo de Pequenas Cidades Turismo Rural Turismo de Áreas Naturais
Motivação das Viagens	Turismo de Negócios Turismo de Eventos Turismo de Entretenimento Turismo de Saúde Turismo Educacional Turismo de Aventuras Turismo Esportivo Turismo de Pesca Turismo de Descanso Turismo de Natureza Turismo Cultural

Fonte: Ignara, Adaptado por Cláudia Moraes (2000).

Como se pode identificar, um destino turístico pode optar por uma ou várias especializações, porém, é necessário preencher requisitos que estão atrelados também a demanda do mercado. Não é com uma decisão unilateral que se implanta uma segmentação para um destino turístico. A análise dessa viabilidade há de contemplar o lado da oferta (vocação do destino) com o segmento da demanda (mercado pretendido).

Para o caso que se analisa nesta disserta o, ou seja, o turismo no Brasil e no Ceará, e fundado no conceito de turismo adotado pela Organiza o Mundial do Turismo (OMT) restringimos os comentários sobre os seguintes tipos de turismo, que são os mais significativos para a área geografia ao qual este estudo se aplica.

TURISMO SOCIAL:

Turismo social   a forma de conduzir e praticar a atividade turística promovendo a igualdade de oportunidades, a equidade, a solidariedade e o exercício da cidadania na perspectiva da inclusão. (BRASIL, 2006).

Observa-se que a classifica o do segmento de turismo social embute em seu conteúdo termos de grande relevância para a comunidade como um todo no momento em que inclui os princípios da equidade, solidariedade, cidadania e inclusão social.   uma busca para a massifica o do turismo, estendendo os seus benefícios sociais às camadas da popula o de menor renda promovendo uma maior integra o das comunidades e dando-lhe um sentido mais humanístico.

TURISMO ECOLÓGICO:

Segmento da atividade turística que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conserva o e busca a forma o de uma consciência ambientalista através da interpreta o do ambiente, promovendo o bem-estar da sociedade. (BRASIL, 2006).

O ecoturismo, termo alternativo para melhor definir o turismo ecológico   um dos ramos do turismo que mais se desenvolve em todos os

destinos que oferecem fortes atrações. O exercício do ecoturismo presume pelo menos três vertentes indeclináveis que se reportam à sustentabilidade do patrimônio natural e cultural, a consciência ambientalista e a elevação do bem-estar das populações que estão interagindo. Muito embora, ecoturismo e turismo sustentável sejam conceitos distintos, o turismo ecológico tem sido o maior responsável pela criação da política de sustentabilidade, o que o credencia como relevante para qualquer destino que projeta o seu desenvolvimento. O comprometimento do turismo com a conservação e a educação ambiental são parâmetros indissociáveis que obrigatoriamente precisam ser cultivados como dogmas programáticos.

TURISMO CULTURAL:

Compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais do turismo. (BRASIL, 2006).

O relacionamento do turismo com a cultura, principalmente quando se reporta a pólos receptivos, tem que se efetivar de modo sustentável, com absoluto respeito aos padrões e valores existentes, de modo a que seja mantido o patrimônio cultural preponderante, que na verdade é uma fonte de atratividade. Dessa forma, a integração turismo/cultura obrigatoriamente deve acontecer de modo harmônico, pois caso contrário, ou seja, se a valorização do turismo descaracterizar o acervo cultural do destino visitado estará este prejudicado e sem possibilidades de ao longo do tempo oferecer uma atividade sustentável.

TURISMO DE ESTUDOS E INTERCÂMBIO:

Turismo de estudos e intercâmbio constitui-se da movimentação turística gerada por atividades e programas de aprendizagem e vivências para fins de qualificação, ampliação do conhecimento e desenvolvimento pessoal e profissional. (BRASIL, 2006).

A globalização da economia acelerou o ritmo de crescimento do fluxo turístico motivado pela finalidade de estudo e intercâmbio. A abrangência desse segmento continua a se expandir e atualmente é comum identificar instituições governamentais e privadas especializadas na promoção de estudos por intercâmbio que alcança estudantes e técnicos de nível médio e superior. Essa sistemática deixou de ser um privilégio das classes de maior renda, passando a atender a um público cada vez mais diversificado, como por exemplo, o caso das universidades públicas brasileiras, que tanto enviam como recebem estudantes e profissionais de vários países do mundo. É uma forma salutar de turismo ao observar os benefícios gerados pela ampliação do conhecimento, desenvolvimento profissional e convivência social.

TURISMO DE ESPORTES: “Compreende as atividades turísticas decorrentes da prática, envolvimento ou observação de modalidades esportivas.” (BRASIL, 2006).

As competições esportivas, amadoras e profissionais, impulsionam um tipo de fluxo turístico próprio que também gera além da motivação do “embate” uma inter-relação de conagraçamento. Não se pode desconhecer que os deslocamentos de pessoas com fins de praticar, assistir e promover as diversas modalidades de esportes se amplia e diversifica-se ocasionando para determinados destinos uma alternativa viável de negócio. Um dado importante a ser mencionado é que o turismo de esporte tem a característica de estimular outros produtos turísticos, depender de recursos naturais, promoverem a confraternização e a sociabilidade, repercutindo em toda a cadeia produtiva do turismo.

TURISMO NÁUTICO: “Caracteriza-se pela utilização de embarcações náuticas como finalidade da movimentação turística.” (BRASIL, 2006).

Apesar do Brasil, e no caso especial do Nordeste, oferecer um ambiente muito propício à prática do turismo náutico, essa modalidade é

pouco difundida. Somente na última década foi que a Instituto Brasileiro do Turismo (EMBRATUR) iniciou articulações objetivando seu dinamismo. O País oferece uma vasta costa marítima, represas, lagos e margens fluviais que são propícias ao desenvolvimento do turismo náutico.

No que pese o ambiente natural atrativo, o Brasil se ressentida da inexistência de políticas públicas e investimentos em marinas públicas, apoio à navegação, estrutura portuária receptiva, a exemplo do que existe em pólos turísticos como em Cancun (México), Fort-Lauderdale (EUA), Buenos Aires (Argentina), Monte-Carlo (França), dentre outros. Isto é um fator restritivo para que se possam estruturar roteiros turísticos náuticos viáveis.

TURISMO DE AVENTURA: “Turismo de aventura compreende os movimentos turísticos decorrentes da prática de atividades de aventura, de caráter recreativo e não competitivo.” (BRASIL, 2006).

Há profissionais que ao estudar a segmentação do turismo preferem classificar o turismo de aventura como um sub-grupo do ecoturismo, dado sua semelhança com o ambiente natural em que está inserido. Observando-se sob o prisma do mercado os profissionais de “*marketing*” preferem lhe dar uma segmentação própria por acharem que os canais de comercialização e as estratégias de abordagem de mercado são diversos. É importante anotar que o significado do termo aventura no caso do turismo está associado a experiências físicas e sensoriais recreativas que envolvem desafios, riscos calculados, controláveis e assumidos que podem proporcionar sensações diversas: liberdade, prazer, superação, etc., e não, como poderia ser deduzida, uma atividade imprevista, perigosa, exercida de forma não criteriosa. As políticas públicas de apoio ao turismo de aventura sugerem que este seja organizado por prestadores de serviços turísticos credenciados, na presença de profissionais qualificados e sempre que necessários sejam utilizados os equipamentos de segurança apropriados.

TURISMO DE SOL E PRAIA: “Turismo de sol e praia constitui-se das atividades relacionadas à recreação, entretenimento ou descanso em praias, em função da presença conjunta de água, sol e calor.” (BRASIL, 2006).

Nesse segmento, como ficará convenientemente demonstrado, no capítulo 3, que se reporta ao turismo no Ceará, o Nordeste brasileiro oferece uma condição só igualada ou superada por poucos países no mundo. No caso específico do Ceará, onde existem 573 km de orla marítima, um mar de águas tépidas, um clima ameno o ano inteiro e um dos maiores períodos de insolação existentes no mundo, há condição natural para o desenvolvimento de um turismo de lazer tendo como motivação o tradicional binômio sol e praia.

Some-se a favorabilidade do ambiente natural, a estrutura receptiva já em funcionamento e que tende a se ampliar induzida de sobremaneira por investimentos de capitais externos o que vem viabilizando a economia do turismo no Ceará (e no Nordeste) convertendo-o em uma das indeclináveis opções para o seu desenvolvimento econômico.

TURISMO DE NEGÓCIOS E EVENTOS:

Turismo de negócio e eventos compreende o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, comercial, promocional técnico, científico e social. (BRASIL, 2006).

O foco do segmento dessa forma de se fomentar o turismo é um dos mais indicados economicamente. O patrocínio de negócios e eventos, tais como congressos, feiras, exposições, seminários técnicos, reuniões, simpósios, convenções empresariais, etc., caracteriza-se como de alta rentabilidade para todos os atores que integram a cadeia do turismo, podendo ainda funcionar como fator de redução para os efeitos de sazonalidade permitindo um melhor ajustamento de oferta e demanda ao longo do ano. Em pólos selecionados, esse tipo de turismo assume

economicamente um papel muito relevante, como é o caso da cidade de São Paulo.

Adiantemos que o turista do segmento de negócios e eventos tende a despende maior soma de recursos no destino visitado e também é um agente multiplicador de “*marketing*” estimulando a viagem de pessoas de seu relacionamento. Por fim, insere-se a possibilidade da sua interiorização, pois muitos dos eventos programados podem ser realizados em outros pólos turísticos sediados em cidades de menor porte.

TURISMO RURAL:

Turismo rural é o conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produto e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade. (BRASIL, 2006).

O modo de vida estressante condicionado pelas grandes metrópoles, principais pólos emissores de fluxos turísticos, explica, em parte, o crescimento do turismo rural. Como forma de melhorar sua qualidade de vida, surge um desejo nos moradores dos grandes centros urbanos de buscar na convivência com a natureza e no modo simples das comunidades interioranas um refúgio para encontrar-se com o lúdico, o natural, o afetivo que é transmitido pela cultura que impera na zona rural.

A distinção dos grupos culturais de sua convivência e a oferta de um ambiente físico (territorial) diverso é o desejo de muitos turistas que hoje já representa um nicho de mercado. Do lado da oferta, registra-se a agregação de valor para pequenas propriedades rurais que estão buscando no turismo uma complementação para suas atividades produtivas.

É compreensível que outros comentários poderiam ser inseridos na descrição de cada um dos segmentos turísticos arrolados. Entretanto, optou-se pela forma concisa importando ressaltar que no caso específico do Ceará, a atração do fluxo turístico se dá em maior proporção em função do

binômio sol-e-mar, para o que o Estado tem um ambiente muito favorável e atualmente disponibiliza uma infra-estrutura turística que atende às exigências do mercado. É igualmente singular patentear que grandes investimentos estão sendo realizados ao longo do litoral cearense e até o ano de 2010 deverão estar em funcionamento, pelo menos, três “resorts” de grande porte, liderados por companhias hoteleiras multinacionais, o que gerará condições para incremento do fluxo derivado do mercado internacional.

3. A PRESENÇA DO TURISMO NO AMBIENTE ECONÔMICO

O turismo é um fenômeno de caráter econômico e social que nos últimos anos vem de forma reconhecida impactando pelo volume financeiro que movimenta e pelas suas repercussões sócio-culturais, tornando-se objeto de estudos pelos mais diferentes analistas. A Organização Mundial do Turismo (OMT) atesta que o crescimento do turismo mundial tem nos últimos anos superado o setor agrícola e industrial o que faz crescer sua relevância no contexto da economia globalizada.

Com base nessa constatação, alguns países atribuem a esse importante segmento econômico parte da tarefa de equilibrar e até obter superávit em suas balanças de serviços com receitas geradas do turismo. Outros países, notadamente aqueles em desenvolvimento, analisam o turismo como uma das vertentes capazes de induzir melhoria na qualidade de vida de suas populações, ou seja, como uma atividade dinamizadora do desenvolvimento econômico, gerando renda e emprego, principalmente em regiões detentoras de atrativos naturais ou culturais e com recursos financeiros escassos. A explicação fundamental para esse incentivo está na baixa relação capital-produto quando comparado a outros segmentos econômicos.

O Brasil, de modo especial o Nordeste e nesse cenário o Ceará, apesar de apresentar características naturais favoráveis para o desenvolvimento do turismo, como extenso litoral de características paisagísticas das mais diferenciadas e clima tropical, tem dedicado pouca importância a esta atividade. Uma vez que não há grande divulgação do país no exterior, o país tem inexpressiva classificação na relação dos países mais visitados do mundo, segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT).

A análise atual do direcionamento dos fluxos turísticos contempla prioridade para as regiões litorâneas, que dispõem de praias ensolaradas e

de águas com temperaturas agradáveis. Isso aliado ao clima quente, com temperatura média em torno de 25°C praticamente o ano inteiro, encontram-se entre os espaços mais visitados do mundo pelos turistas, por constituírem um recurso escasso do ponto de vista do uso pela atividade.

Mesmo conhecendo essa potencialidade inexistem um conjunto de políticas públicas competentes e eficazes para o incremento do turismo como viés acelerador do desenvolvimento excetuando-se alguns programas pontuais que timidamente realizam ou incentivam alguns investimentos setoriais.

Por suas características intrínsecas é lícito dizer que o turismo constitui uma possibilidade real de redução das disparidades regionais. Inegavelmente, para o Ceará que é a área geográfica central desse estudo, a atividade turística constitui uma alternativa capaz de fomentar o crescimento do Estado. No entanto, apesar de reconhecer que a atividade turística exerce grande importância sobre a economia funcionando como atividade propulsora do desenvolvimento econômico, existem poucos estudos que qualificam e quantificam, com maior rigor técnico, os impactos desse segmento sobre a economia.

De modo amplo, a falta de estudos de natureza econômica e outros aspectos inter-relacionados com o turismo pode ser um dos entraves para o seu crescimento, uma vez que os formuladores de política e planejadores não dispõem de informações confiáveis sobre o referido segmento, dificultando, assim, a determinação de qual é a melhor estratégia a ser adotada.

Validando essa assertiva da escassez de ensaios técnicos sobre o turismo, torna-se necessário intensificar pesquisas sobre a contribuição dos setores que compõem o segmento do turismo relativamente aos demais setores da economia brasileira. É importante verificar as relações intersetoriais estabelecidas, bem como estimar o valor adicionado pelo turismo, usando-o como uma “*proxy*” para o produto interno bruto, e, a partir

dos resultados, colaborar na elaboração e implementação de políticas de desenvolvimento econômico.

A expressão quantitativa do turismo e seus impactos na economia serão abordados a seguir posicionando-o face ao contexto internacional e ao panorama nacional, cabendo ao Estado do Ceará um capítulo específico onde será detalhada toda sua significância.

3.1 Contexto internacional

A Organização Mundial do Turismo (OMT) atesta em seu relatório anual preliminar de 2006 que o turismo movimentou 842 milhões de turistas no mundo durante este ano, denotando um crescimento de 4,5% em relação aos 808 milhões que se deslocaram em 2005. Em entrevista coletiva à imprensa internacional o secretário-geral da OMT, Francesco Frangiali, disse que é:

Uma fase histórica de crescimento continuado ao longo dos três últimos anos, já que o número de turistas aumentou em 150 milhões, e estão ocorrendo crescimentos muito importantes em regiões como a África, algo que o enche de satisfação.

Apesar de um pouco inferior à taxa de crescimento experimentada entre 2005/2004, o resultado final é muito satisfatório.

O quadro de movimentação do turismo mundial tem apresentado um redirecionamento geográfico do seu fluxo, fazendo com que destinos como a África e a Ásia Meridional cresçam mais aceleradamente do que regiões tradicionais como a Europa e as Américas. O continente africano experimentou um crescimento de 27,3%, entre 2001 e 2005, considerando o índice de chegada de turistas. A Ásia evoluiu 37,3% no mesmo período, enquanto que as Américas tiveram um incremento de apenas 9,3%. A Europa cresceu 11,5%, posição esta inferior ao crescimento do turismo mundial no período em referência que foi de 17,4%. A tabela seguinte detalha o panorama da movimentação turística no período de 2001 a 2005.

TABELA – 3 - Chegada de turistas no mundo por região

Continentes/Regiões	Milhões de Turistas – 2001/2005				
	2001	2002	2003	2004	2005
África	28,9	29,5	30,7	33,4	36,8
Américas	122,2	116,7	113,1	129,9	133,6
Europa	395,8	407,4	408,6	424,5	441,6
Ásia Oriental/Pacífico	110,8	120,3	107,8	137,8	148,7
Oriente Médio	25,0	29,2	30,0	36,3	39,7
Ásia Meridional	5,8	5,8	6,4	7,6	8,0
Total	688,5	708,9	696,6	765,5	808,4

Fonte: Estatísticas Básicas do Turismo. Organização Mundial do Turismo (OMT) – Ministério do Turismo.

Um registro importante a ser comentado é o da crescente desconcentração do turismo dirigido a pólos mundialmente consagrados. Continuadamente, vem ocorrendo um crescente número de viagens para destinos alternativos onde se inclui a África, Ásia e poucos países do continente americano. Destacando que a evolução contabilizada em 2006 para os países africanos (notadamente Marrocos e Tunísia) foi de 8,1% e de 7,6% para países asiáticos.

A Europa continua crescendo no que diz respeito ao turismo, embora sua taxa tenha expressado um valor aquém do esperado. O destaque nesse continente continua com a França seguida de perto pela Espanha, que é o segundo maior país do mundo em receitas geradas pelo turismo, sendo superada apenas pelos Estados Unidos da América.

Ao se analisar de forma desagregada a dimensão e o comportamento do fluxo turístico no mundo é relevante estabelecer padrão de comparação no continente onde o Brasil, e a América do Sul, estão inseridos. Os números coletados pela OMT e divulgados pelo Ministério do Turismo (1996), evidenciam a baixa participação tanto do Brasil como da América do Sul em geral no mercado do turismo mundial. Quantitativamente, dados expressos em número de turistas que visitam o Brasil, conforme consta da tabela 2, têm denotado uma modesta

ascendência enquanto que em uma análise relativa a participação brasileira confrontada com o continente sul americano tem se mostrado estável, ao redor de 30%. Em comparação com o número de deslocamentos turísticos mundial, o Brasil recebe menos de 1% dos viajantes, porém vem descrevendo uma trajetória de crescimento no período de 2001 a 2005.

TABELA – 4 - Comparativo de chegada de turistas mundo, América do Sul e Brasil

Ano	Chegada de Turistas					
	Mundo (Milhões)	América do Sul (Milhões)	% América do Sul/Mundo	Brasil (Milhões)	% Brasil/América do Sul	% Brasil /Mundo
2001	688,5	14,6	2,12	4,8	32,88	0,70
2002	708,9	12,7	1,79	3,8	29,92	0,54
2003	696,6	13,7	1,97	4,1	29,93	0,59
2004	765,5	16,2	2,12	4,8	29,59	0,63
2005	808,4	18,1	2,24	5,4	29,82	0,67

Fonte: Estatísticas Básicas do Turismo - Organização Mundial do Turismo (OMT) – Ministério do Turismo.

No cenário internacional a França, a Espanha e os Estados Unidos da América são os principais destinos procurados pelos turistas no fluxo internacional. A França é o principal destino do mundo tendo recebido em 2005, 76,0 milhões de visitantes, quantitativo esse que vem se mantendo estabilizado ao longo do período 2001/2005. Em segundo lugar na atração de visitantes vem a Espanha que foi freqüentada por 55,6 milhões de turistas e mostra uma tendência de elevação. O terceiro maior destino atrativo é os Estados Unidos da América, com 49,4 de turistas em 2005, com tendência estacionária. A China recebeu 46,8 milhões em 2005 o que se comparado a 33,2 milhões em 2001 representa um salto de 40% em apenas quatro anos. O México e a Turquia receberam, respectivamente, em 2005, 21,9 e 20,3 milhões de turistas, ambos são destinos emergentes em franca expansão. O Brasil recebeu apenas 5,4 milhões de turistas em 2005, sendo inexpressivo no contexto da movimentação mundial. A tabela que se segue sintetiza os comentários anteriores realizados com base em informações registradas pela Organização Mundial do Turismo (OMT):

TABELA – 5 - Países receptores de turistas – 2001/2005

Países / Ano	Movimento Anual do Turismo – Milhões de Turistas				
	2001	2002	2003	2004	2005
França	76,5	77,0	75,0	75,1	76,0
Espanha	49,5	52,3	51,8	52,4	55,6
Estados Unidos	45,5	41,9	41,2	46,1	49,4
China	33,2	36,8	33,0	41,8	46,8
México	19,8	19,7	18,7	20,6	21,9
Turquia	11,6	13,3	14,0	16,8	20,3
Brasil	4,8	3,8	4,1	4,8	5,4

Fonte: Estatísticas Básicas do Turismo-Organização Mundial do Turismo (OMT) – Ministério do Turismo.

Observa-se que destinos consagrados como atraentes junto ao mercado internacional (França, Espanha, USA, etc.) vêm mantendo estáveis (ou até elevando) seus “*market-share*” expressos em quantidade de visitantes. Outros países a exemplo da China, México e Turquia conquistam um número crescente de visitantes a cada ano. O Brasil ainda não é representativo como um pólo de atração turística, o que se justifica, principalmente, pela sua distância dos principais países emissores.

A leitura das estatísticas pertinentes ao ano de 2006 da OMT, constante de relatório preliminar, destaca o progresso obtido pela China, registrando que este país passou a quarto lugar no “*ranking*” em número de receptivos, tendendo para o terceiro maior destino mundial devendo alcançar em 2007 os Estados Unidos. Ao continuar o progresso obtido nos últimos anos, a China que é o maior mercado emergente, vem diversificando e ampliando rapidamente a sua economia. Poderá alcançar o volume de visitantes que se deslocam para a Espanha, se posicionar no segundo lugar até 2010 e competir com a França no primeiro destino mais procurado em 2020, pois tem grande capacidade receptora que se amplia aceleradamente. Além de pólo receptor, a China se transformou no principal emissor de turistas do mundo, seguido pela Índia, confirma a OMT.

As projeções referenciadas, no entender de técnicos da referida organização (OMT) e de pesquisadores do cenário turístico, não concordam

integralmente com a análise esboçada, mesmo diante da “ocidentalização” e abertura da China e sua integração a economia de mercado. Os opositores deixam claro que seria um erro pensar que este crescimento continuará para sempre, porque estamos diante de uma mudança no turismo, que continua se transformando em função do seu entorno.

A OMT prevê um crescimento sustentado em torno de 4% a.a. até 2020, deixando claro que para isso acontecer é preciso ter um crescimento moderado, sólido e estável de todo sistema econômico, para que o turismo conte com o apoio das empresas, dos governos e dos consumidores.

A análise mais recente do Ministro da Economia de Portugal, através do Instituto das Empresas para os Mercados Externos - ICEP (2006) inicia seu relatório de avaliação do exercício de 2006 afirmando que o setor do turismo é um dos mais importantes da economia portuguesa, representando entre 7% e 8% do PIB e absorvendo perto de 10% do emprego.

O aumento do número de turistas, que deverá superar a 12 milhões em 2006, e a importância estratégica deste setor traduzida nas receitas que proporciona, na mão-de-obra que ocupa e nos efeitos multiplicadores que induz em várias áreas têm levado os agentes econômicos, perante a concorrência internacional, a adotar um conjunto de medidas dinamizadoras, especialmente no âmbito da oferta. Portugal, graças a uma política incentivadora de desenvolvimento do turismo tem conseguido manter a sua participação a nível mundial, ao contrário do que se verifica com alguns dos seus concorrentes europeus, que estão perdendo posições para destinos emergentes, que têm atraído turistas até então cativos de mercados tradicionais.

A referência ao contexto internacional no presente estudo obriga a se fazer um relato destacado sobre Portugal e Espanha por serem países cujos modelos de desenvolvimento do turismo vêm sendo absorvidos pelo Brasil e em especial pelo Ceará. Isso fica comprovado pelos investimentos

diretos que companhias turísticas da península ibérica vêm realizando na costa marítima do Ceará, representado sob a forma de “resorts” com dimensões e padrões operacionais similares aos maiores do mundo.

As explicações e comentários técnicos que avaliam o progresso do turismo em Portugal esclarecem que vem ocorrendo uma expansão significativa da capacidade de oferta turística no que diz respeito principalmente ao setor hoteleiro e a diversificação (segmentação) dos produtos oferecidos. A conjugação dessas diretrizes tem funcionado como um atrativo marcante, sobretudo para o mercado europeu que pela proximidade geográfica é mais facilmente atraído.

As políticas públicas inseridas, por sugestão do ICEP, no orçamento financeiro do governo português para 2007, que integram “O Plano Estratégico Nacional de Turismo”, prevê a criação de medidas para aumentar, qualificar e diversificar a procura do turismo em Portugal, contextualizando um projeto denominado “Destino Portugal”. Objetiva o conjunto de ações que integram o citado projeto captar fluxos turísticos acima da média europeia e incrementar a receita média gerada por turista.

Para tanto, em 2007, segundo a idéia central do relatório que se comenta o governo português pretende reforçar a área do turismo, estimulando a convergência estratégica e a eficiência dos investimentos promocionais. Posto isso, o foco será o de concentrar a atuação em mercados externos mais relevantes para Portugal e nos quais os destinos e produtos nacionais detenham uma melhor posição competitiva. Contudo, não serão desprezados os mercados emergentes que se mostrem mais promissores e o público alvo constituído pelos luso-descendentes e povos de língua portuguesa.

Observa-se que o núcleo central da estratégia programada é muito racional e aplicável ao modelo brasileiro, o que aliás, vem de modo similar se aplicando, embora de modo pouco enfático, ao Nordeste brasileiro e ao Ceará.

Um outro país que serve de referencial para o Brasil, no que concerne a economia do turismo, é a Espanha. Segundo o balanço do turismo de 2005 levantado pelo Ministério da Indústria, Turismo e Comercio deste país, ingressaram no ano em referência 55,6 milhões de visitantes estrangeiros (no Brasil esse número foi de apenas 4,8 milhões), que geraram uma renda superior a € 46 milhões, correspondente a cerca de US\$ 59 milhões, enquanto no Brasil a estimativa foi de US\$ 3,9 milhões. Registra-se como está evidenciada uma enorme disparidade sugerindo que o modelo brasileiro pode assimilar muito do que foi praticado pelo sistema espanhol.

Mesmo tendo assumido uma posição de destaque no contexto internacional a Espanha não se descuida de sua eficiência e mantém um estreito monitoramento de todas as flutuações que estão ocorrendo no mercado internacional do turismo. Assim, cita como fato a ser observado criteriosamente o surgimento de destinos emergentes, como a Turquia, Marrocos, Egito e México, que vêm gradativamente atraindo uma parcela do mercado que lhe era cativo. Ademais, projeta medidas para incrementar o tempo de permanência dos turistas que lhe visitam, pois está identificado que é necessário reverter a tendência de menor tempo de permanência no destino.

A Secretaria Geral do Turismo na Espanha, que se incumba de gerir as políticas de desenvolvimento do turismo articula sequenciadamente ações de promoções junto aos seus principais mercados emissores, no caso Inglaterra, Alemanha e França que, em conjunto, representa 63% dos turistas recebidos na Espanha. Utiliza com muita capacidade os serviços que denomina de “companhias de baixo custo” que no Brasil são comercialmente conhecidos como “vôos *charters*”. Nota-se que o governo está sempre procurando somar-se à iniciativa privada, porquanto reconhece que o turismo é um fenômeno econômico de alta relevância.

As menções ora declinadas servem para comprovar o quão é importante o turismo no contexto econômico principalmente para países e regiões que apresentam uma vocação natural para exercer essa atividade o que é o caso do Brasil, do Nordeste e do Ceará.

Por fim, é incentivador notar que a economia mundial experimenta um período de virtuoso crescimento econômico e seu desempenho no ano de 2005 foi bastante positivo no que se refere ao progresso. O mundo vivenciou um clima de estabilidade nas relações de troca, aumento no valor das transações internacionais com os países emergentes e movimentação mais intensa de capitais financeiros. A taxa de expansão mundial foi uma das mais altas desde o início da década e também foi bastante significativa a dispersão geográfica deste crescimento, o que é um fator importante para análise

3.2 Panorama nacional

A exemplo do que acontece no contexto internacional, o turismo é uma das atividades do setor terciário que mais cresce no Brasil e no mundo, movimentando diretamente mais de US\$ 720 bilhões (2005), segundo a OMT. Por sua dimensão financeira, tal setor é muito expressivo para a economia do país que reconhecidamente é detentor de enorme potencial para o progresso dessa atividade.

O Brasil recebeu em 2005 mais de 4,8 milhões de turistas estrangeiros, contabilizou 43,1 milhões de viagens no fluxo nacional, gerou uma receita cambial de US\$ 3,2 bilhões e foi responsável pela manutenção de 1,9 milhões de empregos formais e um total de 5,7 milhões de postos de trabalhos se computados as ocupações diretas e indiretas, superando diversos segmentos da indústria nacional como a siderurgia e a petroquímica, segundo relatório do Ministério do Turismo.

Uma importante medida de avaliação do mercado turístico internacional é obtida pelo número de desembarques de visitantes

estrangeiros nos aeroportos brasileiros (ver tabela 6) que vem revelando uma tendência incremental positiva, principalmente após 2002, quando ocorreu a reestruturação da alta administração do turismo brasileiro com a criação do Ministério do Turismo e a especialização do Instituto Brasileiro do Turismo (EMBRATUR) como empresa de comercialização do País como um pólo de turismo.

TABELA – 6 - Desembarque de passageiros em vôos internacionais

Ano	Vôos Regulares	Variação (%)	Vôos Não-Regulares	Variação (%)	Total	Variação (%)
1996	4.652.494	--	229.014	--	4.881.508	--
1997	5.294.690	13,80	203.144	(11,30)	5.497.834	12,63
1998	5.322.905	0,53	180.061	(11,36)	5.502.966	0,09
1999	4.828.510	(9,29)	123.381	(31,48)	4.951.891	(10,01)
2000	5.002.419	3,60	168.270	36,38	5.170.689	4,42
2001	4.803.725	(3,97)	189.427	12,57	4.993.152	(3,43)
2002	4.528.445	(5,73)	101.617	(46,36)	4.630.062	(7,27)
2003	5.203.193	14,90	172.150	69,41	5.375.343	16,10
2004	5.851.906	14,47	333.304	93,61	6.185.210	15,07
2005	6.438.579	10,03	349.654	4,91	6.788.233	9,75

Fonte: EMBRATUR – Anuários estatísticos.

O crescimento que o turismo vem demonstrando em relação com a economia brasileira é diagnosticado como uma decorrência de muitos fatores macroeconômicos que estão favorecendo o desenvolvimento internacional em seu mais amplo espectro. Esse quadro foi favorável para o Brasil, repercutindo diretamente nos vetores que condicionam a expansão do turismo nacional com relevância para captação do fluxo internacional de visitantes. Importa ressaltar que apesar de todo um cenário propício o fluxo de capitais do “balanço do turismo” ainda é bastante aquém de nossas possibilidades e potencialidades.

O Brasil, apesar de ter evoluído sobremaneira em infraestrutura, tecnologia, opções de lazer, comodidade, serviço de hotelaria, inclusive com a entrada de cadeias internacionais e a presença de “griffes” nos diversos segmentos como moda e alimentação, ainda deixa a desejar

em termos de qualidade alguns quesitos fundamentais para elevação de nossas cidades, Estados, Regiões e do próprio País, como destino a altura dos turistas mais exigentes.

O turismo como setor pujante da economia nacional, se relaciona em sua dinâmica com diversas outras indústrias, além das viagens em si, promovendo elevação da renda, gerando divisas, criando postos de trabalho, induzindo receitas tributárias, principalmente em segmentos como o de: hotelaria, alimentação, entretenimento, cultura, artes, locação de veículos, comércio, mercado financeiro, dentre outros. No total estima-se que a cadeia do turismo impacte cerca de 52 setores da economia e, justamente por isso, representa um segmento significativo da economia de qualquer do país.

Por outro lado uma análise do fluxo internacional que podemos classificar como uma exportação de serviços mostra um resultado de boa performance, principalmente no que tange a geração de divisas. Em 2005, o Brasil alcançou a receita cambial turística de US\$ 3.861 milhões, superior em 19,83% ao ano de 2004 quando o ingresso foi de US\$ 3.222 milhões. Em 2003 a captação de recursos foi de US\$ 2.479 milhões, em 2002 este movimento foi de US\$ 1.998 milhões, em 2001 de US\$ 1.731 milhões e em 2000 de US\$ 1.810 milhões. Excetuando-se o ano de 2001, todos os outros períodos revelaram taxa de crescimento positivo como se observa no gráfico seguinte:

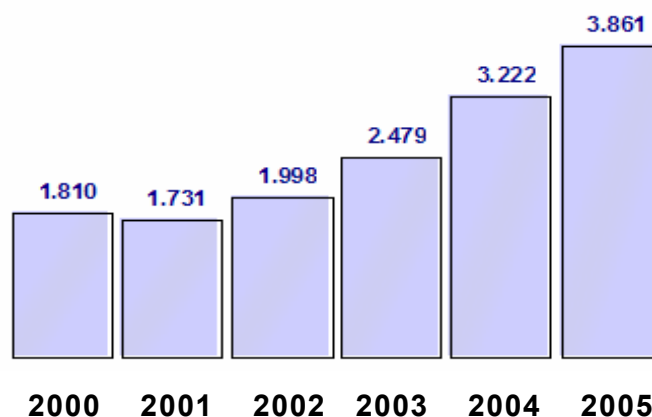


GRÁFICO – 1 - Receita cambial do Turismo no Brasil – Milhões de dólares.
Fonte: Turismo no Brasil 2007/2010 - Ministério do Turismo.

Como atividade geradora de empregos, consoante evidencia a tabela seguinte, o turismo também é uma fonte que merece ser mencionada. Considerados somente os postos de trabalhos formais, o crescimento foi de 1.499 mil em 2001 para 1.914 mil em 2005, o que resulta uma média de crescimento de 5,5% ao ano. Somando-se aos referidos empregos as atividades autônomas e não-formais a geração de emprego se eleva para 4.449 mil em 2001, alcançando 5.742 mil em 2005 como está demonstrado no quadro que se segue:

TABELA – 7 - Geração de empregos pelo setor de turismo - 2001/2005 - mil empregos

Tipo de Emprego	2001	2002	2003	2004	2005
Formal	1.499	1.651	1.725	1.826	1.914
Informal	3.000	3.302	3.449	3.651	3828
Total	4.499	4.953	5.174	5.477	5.742

Fonte: Turismo No Brasil 2007/2010 - Ministério do Turismo.

O destaque que o turismo vem proporcionando no cenário econômico atual tem seu principal fundamento na demanda turística tanto interna como externa. Relativamente aos desembarques, posto que o número de deslocamento tenha progressivamente crescido.

TABELA – 8 - Movimentação turística no Brasil – demanda externa e interna
2000/2005 – milhões de turista

Origem dos Fluxos	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Externo	5.313	4.773	3.785	4.133	4.794	5.356
Interno	28.522	32.604	33.015	30.742	36.564	43.096
Demanda Total	33.835	37.377	36.680	34.875	43.158	48.452

Fonte: Anuário Estatístico da EMBRATUR – 2006 e 2004.

Pertinente ao fluxo externo dirigido ao Brasil nota-se no início da série (2000/2002) um declínio no receptivo, porém no período posterior acontece uma recuperação com satisfatória taxa de incremento. No âmbito do turismo interno, somente no ano de 2002 ocorreu uma diminuição do movimento, mas no restante da série a tendência foi sempre de crescimento.

Diante das informações relatadas percebe-se que o turismo tem uma presença marcante no panorama econômico brasileiro e a evidência é de que seja crescente o seu significado, especialmente como instrumento de geração de renda e emprego e de fomento para a implementação de políticas públicas de correção das desigualdades regionais.

Entendemos que as referências feitas ao panorama do turismo nacional estão muito sintéticas e abrangentes, porém justifica-se pelo fato do objetivo central do trabalho voltar-se para o turismo no Ceará, onde para justificar os aspectos descritivos são feitas correlações com os dados nacionais e expô-los neste momento geraria uma duplicidade de informações.

4. EVOLUÇÃO RECENTE DO TURISMO NO CEARÁ

4.1 Delimitação da área geográfica do estudo.

O presente relato reporta-se geograficamente ao Estado do Ceará, porém por razão metodológica e objetivo da dissertação, focaliza informações de outras áreas no intuito de explicar e melhor ser entendida a essência central que se pretende investigar. Ademais, o conteúdo além de avaliar a significação econômica do turismo para o Ceará aborda aspectos conceituais que presentemente vêm se integrando ao estudo do turismo como um fenômeno econômico de crescente significância na economia globalizada, o que já é para muitos estudiosos uma ciência autônoma ou um ramo da economia aplicada com objeto e metodologia própria, o que permite o uso da denominação de economia do turismo. Assim, complementarmente foram inseridos dados e informações sobre o turismo no Brasil e no mundo que servirá de lastro comparativo para o enfoque determinado.

Dentro do espaço geográfico eleito, o Estado do Ceará, por condicionamento da base de dados e face principalmente à grande concentração das atividades, Fortaleza e por extensão sua região metropolitana, recebeu um tratamento diferenciado. A capital do Estado é o principal portão de entrada de todo o fluxo turístico e o destino que oferta a melhor e mais diversificada infra-estrutura atraindo e mantendo por maior tempo os visitantes que para ela se deslocam.

Afora os aspectos meramente geográficos, foi deliberadamente adotada a restrição de limitar o direcionamento da análise para os aspectos econômicos, muito embora, se tenha a consciência de que o turismo, por seu caráter multidisciplinar, envolva aspectos sociológicos, culturais, antropológicos, ambientais, etc., igualmente importantes quando se tratar de um ensaio abrangente.

É importante também mencionar que temporalmente o período base analisado compreende o espaço de tempo decorrido entre os anos de 1996 e 2005, o que é um condicionamento da base de dados, conforme se explica no item pertinente.

4.2 Fontes dos dados

Como foi explicitado na introdução, no item objetivo, motivação e estrutura da dissertação, este trabalho não envolve pesquisa direta de campo específica sobre o tema investigado, limitando-se a utilizar informações e dados estatísticos coletados por instituições públicas estaduais, federais e internacionais.

Sendo o turismo no Ceará o cerne desta dissertação é lógico compreender que a Secretaria de Turismo do Ceará (SETUR) se constitui na principal base de dados. Acrescente-se que somente a partir do ano de 1995, quando foi criada e instalada a SETUR/CE, é que o turismo passou a ser reconhecido como um segmento de importância econômica para o Estado, pois anteriormente os órgãos que administravam o turismo estadual (CODITUR, SIC e EMCETUR) não o priorizavam. Assim, os dados disponíveis anterior a 1995 são esparsos e inconsistentes visto que não havia a cultura da pesquisa para sistematização das informações do setor. Com o funcionamento da nova estrutura foi criado um departamento de pesquisa e estudos técnicos que implementou um sistema organizado de coleta e tratamento de dados gerando, ao longo do tempo séries estatísticas temporais passíveis de análise, além de editar estudos técnicos explicativos da conjuntura do turismo no Ceará.

Do banco de dados da SETUR/CE, mais precisamente da pesquisa sobre os agregados turísticos divulgados anualmente, foram obtidos os principais registros que norteiam este trabalho. Ressaltando que embora a divulgação da pesquisa seja analisada, a mesma foi liberada em termos mensais haja vista a finalidade de se constituir em um banco de informações com caráter acadêmico, portanto sem fins comerciais.

Afora o acesso ao sistema de indicadores turísticos do Ceará, que disponibiliza dados de 1996 a 2006 (embora a série histórica utilizada tenha sido 1996/2005), foi também permitido o acesso aos relatórios de pesquisa sobre o turismo receptivo que foi implantado a partir de 1999 e decompõem os dados do turismo no Ceará, inclusive sob os aspectos qualitativos. Para os objetivos definidos, a base de dados da SETUR/CE foi de fundamental importância para atingirmos o grau de qualidade e precisão buscada na investigação.

Em nível estadual, outra instituição que forneceu importantes informações foi o Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará (IPECE), vinculado a Secretaria de Planejamento do Estado. Através de seus Anuários Estatísticos do Ceará e estudos sobre a composição e evolução do PIB do Ceará, foi permitido aferir o comportamento da produção de bens e serviços no Estado, que é um dos dados referenciais para fins comparativos e de estabelecimento do impacto que o turismo gera no PIB cearense,

No âmbito federal, os dados sobre turismo utilizados nas análises foram coletados junto ao Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR) e Ministério do Turismo (MINTUR), que apesar de existir somente a partir de 2003, vem pesquisando e editando ensaios sobre o turismo, com notável nível de qualidade.

Complementarmente, foram utilizados dados do acervo do Banco Central do Brasil, da Fundação IBGE e do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA).

4.3 Variáveis analisadas

Sendo o turismo uma atividade atípica no sentido de que é o mercado consumidor que se desloca em busca da oferta e não o contrário como ocorre com a maioria dos bens e serviços, a análise da demanda é fundamental para explicar o fenômeno do turismo como uma atividade

econômica. A partir dessa fundamentação considerou-se que todos os fatores que possam influenciar no nível de demanda são muito significativos para a economia do turismo. É importante evidenciar que a relevância da demanda não exclui outras variáveis que precisam ser igualmente investigadas posto formar o sistema integrado e multifacetado que é o negócio do turismo. Mais uma vez vale a pena repetir que as análises ora desenvolvidas se dirigem somente para o campo econômico, excluindo os outros segmentos que interagem com o turismo.

No sentido de determinar o Produto Interno Bruto (PIB) do turismo gerado no Ceará será necessário inicialmente determinar a demanda turística do Estado e o dispêndio que os turistas realizam em suas viagens. Identificou-se nas pesquisas analisadas que a demanda turística total era formada por um fluxo originário do próprio país e um outro procedente do exterior. Esses dois fluxos, nacional e externo, apresentam características muito diversas, exigindo que sejam tratados como variáveis distintas. Por exemplo, para a formação da renda direta gerada pelos turistas estrangeiros, em termos per capita, despense maior soma de recurso do que o turista brasileiro.

Adicionalmente na renda direta proporcionada pela demanda turística existe uma geração de riqueza decorrente das despesas indiretas e induzidas, que se traduzem no efeito multiplicador da renda, ou seja, no encadeamento de novos consumos advindos dos gastos primários dos turistas. Assim, além da demanda turística, dos gastos per capita efetivados é mister aferir o efeito multiplicador do turismo.

Com as variáveis mencionadas (demanda turística, dispêndio per capita e efeito multiplicador) segmentadas em seus componentes de mercado interno e externo é possível formular a base de um modelo de análise. Para complementar, utilizam-se variáveis explicativas acessórias que estão configuradas nos modelos econométrico e estatístico que explicam a demanda turística (variável dependente) no Estado do Ceará.

Na escolha das variáveis que integram cada um dos dois modelos e a formulação das hipóteses que se comprovam a racionalidade deste estudo esclarecem o caráter das variáveis consideradas.

4.4 Análise descritiva do turismo no Ceará

Para compreender o objetivo proposto é necessário que sejam informados os indicadores que condicionam o turismo no Ceará. Uma visão abrangente do cenário vivenciado no passado recente do Estado, especialmente no período compreendido entre 1996 e 2005, se traduz em uma ferramenta a ser utilizada para a formulação de um juízo de realidade.

4.4.1 Generalidades

A vocação do Estado do Ceará para o desenvolvimento do turismo é um fato inquestionável porquanto é possuidor de riquezas naturais que aliadas a seu patrimônio cultural e à cultura do seu povo formam um ambiente com grande força de atratividade. Somando a este cenário o fato de que o turismo tem sido objeto de atenção, como instrumento de geração de emprego e de renda nas economias dos países desenvolvidos e, mais recente, nos países emergentes, sua potencialidade tem significância multiplicada. Nota-se que países e regiões como as ilhas caribenhas (América Central), Portugal, França e Espanha utilizam suas vocações turísticas no sentido de contribuir, não só para o dinamismo interno de suas economias, mas também para o equilíbrio de suas relações de trocas comerciais com o resto do mundo (balanço de pagamentos).

No caso brasileiro, e, por conseguinte estendível ao Nordeste e ao Ceará, não obstante o vasto potencial de seus recursos turísticos, por ser inserido no rol dos países emergente e distante dos países desenvolvidos, principais mercados emissores, tem encontrado dificuldades competitivas no mercado turístico mundial. É notório que um destino turístico para se desenvolver necessita estar dotado não só de efeitos atrativos, mas também

oferecer condições de acessibilidade, ou seja, estar situado próximo a pólos emissores.

Essa condição ditada pela influência geográfica de países emissores é muito importante, mas à medida que o desenvolvimento tecnológico dos meios de transporte e das comunicações se processa sua expressão relativa diminui de intensidade. A velocidade, aliada ao conforto pessoal e segurança patrocinada pelos meios de transporte, têm funcionado como um encurtamento de distâncias tornando viáveis destinos turísticos que há duas décadas eram naturalmente excluídos do fluxo internacional de viajantes. Complementarmente, ocorre uma expressiva redução no custo de transporte por quilômetro percorrido o que também é ponderável para a avaliação potencial de novos destinos turísticos.

Pertinente a análise do fluxo turístico nacional em direção aos destinos mais visitados, constata-se uma crescente procura pelo Nordeste, o que a cada ano eleva sua participação relativa em número de visitantes. Nesse particular o Ceará tem sido um destaque que vem se revelando progressivamente como decorrência de uma deliberada política de promoção e efetividade da maturação dos investimentos públicos e privados implementados nos últimos anos.

Restringindo a área geográfica ao Estado do Ceará, a análise dos principais agregados turísticos está deliberadamente com foco centrado neste espaço e temporalmente voltado para o período de 1996 a 2005, quando o fenômeno do turismo passou, de fato, a ser considerado um setor econômico capaz de, efetivamente, contribuir para o desenvolvimento do Estado. Anteriormente à criação da Secretaria do Turismo do Ceará (1995) este setor era um coadjuvante atrelado à Secretaria de Indústria e Comércio, sem autonomia para formular e gerenciar política pública que tivesse no turismo um instrumento propulsor de crescimento econômico e social.

Assim, o direcionamento para a investigação do turismo no Ceará no período compreendido entre 1996 e 2005 tem uma justificativa própria. Ademais, a base de dados gerada no espaço de tempo que se faz referência, disponibiliza informações que podem ser tabuladas e inferidas, permitindo conclusões esclarecedoras e servir como fonte alimentadora de decisões para futuras estratégias pertinentes ao turismo como veículo dinâmico para a economia do Ceará.

4.4.2 A demanda turística do Ceará

No modelo econométrico simples de atração da demanda turística que integra esta dissertação ficou elucidado, para fins de análise, a imprescindibilidade da segmentação da demanda turística em seus componentes formados pelos fluxos internacional e interno. Muito embora a totalização seja muito expressiva existem diferenciações conceituais que comportam observações distintas principalmente quando se procura focar o viés econômico advindo do turismo. Mantendo-se a coerência metodológica e servindo-se da mesma base de dados que ensejou e fundamentou o modelo econométrico, é possível descrever as seguintes observações sobre a demanda turística do Ceará.

4.4.2.1 Demanda turística do Ceará – fluxo externo

A. Teles (2006) fundamenta com muita pertinência a ocorrência do surgimento de um processo cumulativo circular, gerado por fluxos turísticos que ao integrarem vários destinos provocam impactos dinamizadores que repercutem no incremento do emprego, elevação da renda, arrecadação de tributos e outros efeitos correlatos.

Estudos turísticos diversos definem como semelhança da Lei de Newton, estudada na física mecânica, a formulação de um modelo gravitacional segundo a qual “a matéria atrai a matéria na razão direta das massas e no sentido inverso do quadrado da distância.” É plenamente explicável que os fluxos turísticos recebam influência direta e positiva das

variáveis renda e população e relação inversa e restritiva ao fator distância. Essa percepção é útil ao tratamento de prioridades quando da atração de negócios internacionais do turismo. Na tabela 9 que revela a demanda turística decorrente do fluxo externo mostra nitidamente que a visitas de estrangeiros ao Ceará denotam um comportamento evolutivo ao longo de toda a série estudada, com maior aceleração a partir do ano de 2003.

TABELA – 9 - Demanda turística do Ceará – fluxo externo

Países/Ano	Número de Turistas e Principais Países Emissores									
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Alemanha	3.136	3.483	10.131	6.415	6.152	8.299	8.395	9.910	15.488	16.479
Argentina	4.584	8.570	5.857	9.164	10.857	15.042	15.877	14.768	15.238	20.198
Estados Unidos	5.147	8.846	17.571	12.921	12.305	19.883	14.965	6.218	9.493	14.692
França	4.021	4.487	5.857	5.682	6.635	12.621	9.672	14.768	15.238	16.913
Itália	7.881	9.178	10.923	13.746	17.613	27.490	22.812	19.432	36.472	38.806
Portugal	3.136	5.584	7.440	14.663	26.299	31.294	43.069	58.684	68.198	73.626
Outros	12.304	13.041	21.370	29.049	40.772	58.265	67.705	70.538	89.681	85.082
TOTAL	40.209	55.290	79.149	91.640	120.633	172.894	182.495	194.318	249.808	265.796

Fonte: SETUR - Secretaria do Turismo do Ceará – Indicadores do Turismo no Ceará (2005)

Por razões de identidades culturais (especialmente a língua portuguesa), proximidade geográfica e facilidade de acesso (vôos aéreos regulares) o fluxo de maior representatividade no mercado internacional de turismo para o Ceará foi o procedente de Portugal que significou 28% em 2005, seguido pelo Italiano com 13% e depois o Argentino com 8% dos turistas recebidos. Países como França, Estados Unidos da América, Espanha e, mais recentemente, os países nórdicos também vêm se projetando no turismo do Ceará.

Quantitativamente, o crescimento do turismo internacional vem sendo incrementado em acelerado ritmo, passando de um total de desembarques de 40.209 turistas em 1996 para 120.633 em 2000 e alcançando 265.796 em 2005. Relativamente, o crescimento entre 1996 e 2000 foi de 200% e de 120% entre 2000 e 2005. Os quantitativos revelados apresentam taxas elevadíssimas que são explicadas pela entrada em

funcionamento, no início do ano de 1996, do aeroporto internacional Pinto Martins em Fortaleza(CE), e pela massiva publicidade sobre os atrativos do Estado que foi realizada nos principais países emissores da comunidade européia.

4.4.2.2 Demanda turística do Ceará – fluxo interno

A evolução da demanda turística do Ceará, mostrada na tabela 6, originada pelo fluxo turístico interno evoluiu também em uma proporção muito dinâmica crescendo de 733.038 turistas em 1996 para um recebimento de 1.534.545 visitantes em 2005, representando uma taxa de incremento linear de cerca de 11% no período analisado. O crescimento registrou-se de modo contínuo, exceção feita ao ano de 2003 em relação a 2002 quando se verificou um declínio de 6%, induzido, em parte, pelo declínio da taxa de câmbio em mais de 15% favorecendo a procura de viagens ao exterior e pela desaceleração do crescimento da renda familiar nacional posto a contenção da massa salarial que passou a ser exercitada com maior rigor principalmente na classe dos servidores públicos de todas as esferas governamentais.

As regiões geográficas emissoras de turistas para o Ceará de maior expressão são o Sudeste e o Nordeste, que conjuntamente responde por 75% do fluxo com pesos equivalentes na quantidade de turistas emitidos. Ao longo do tempo, as pesquisas de recepção de turistas integrantes do fluxo interno registraram os seguintes dados:

TABELA – 10 - Demanda turística do Ceará – fluxo interno

Demanda Turística e Principais Regiões Emissoras						
Ano/Região	Norte	Nordeste	Sudeste	Centro-Oeste	Sul	TOTAL
1996	80.634	297.613	82.100	284.500	24.190	733.038
1997	105.192	395.155	84.153	292.702	37.503	914.710
1998	143.769	483.696	91.378	423.996	74.321	1.218.379
1999	145.247	501.881	98.561	497.990	53.171	1.296.850
2000	159.537	557.688	110.982	474.450	84.624	1.387.281

Demanda Turística e Principais Regiões Emissoras						
Ano/Região	Norte	Nordeste	Sudeste	Centro-Oeste	Sul	TOTAL
2001	189.563	538.068	134.152	517.653	78.742	1.458.178
2002	225.721	597.581	114.307	448.547	60.771	1.446.927
2003	160.072	590.095	86.818	435.449	84.105	1.356.539
2004	196.422	569.316	131.971	544.763	92.073	1.534.545
2005	172.009	623.320	141.354	660.787	105.590	1.703.060

Fonte: SETUR - Secretaria do Turismo do Ceará – Indicadores do Turismo do Ceará (2005)

Com relação específica aos Estados da Federação São Paulo com 23,8% do total de visitantes é o principal pólo de emissão, cabendo destacar que nos relatórios detalhados uma grande força está em cidades de médio porte do interior paulista, onde o nível de desenvolvimento é por muitas vezes superior aos de capitais de outros Estados. Em segundo lugar quanto a emissão de turistas para o Ceará está o Rio de Janeiro com média de aproximadamente 10%, seguido por Pernambuco 9,8% e depois pelo Distrito Federal com pouco mais de 5%. Na Região Norte o destaque fica com o Estado do Pará. As demais unidades federativas do país apresentam uma grande difusão da emissão de turistas para o Ceará, o que em parte torna complexa a aplicação de políticas de comercialização do Estado como um destino turístico que oferece bons atrativos.

4.4.2.3 Demanda turística do total do Ceará

Fazendo-se uma consolidação dos dados evidenciados pelos fluxos turísticos externos e internos observa-se que a posição relativa da chegada de turistas estrangeiros evolui mais rapidamente do que a demanda do fluxo interno, apesar deste último denotar expressiva superioridade na quantificação global. Esta observação pode ser aferida na tabela 11, quando nota-se que da demanda total em 1996 os estrangeiros representavam apenas 5,2% do total passando para 13,5% em 2005. É um notável ganho de posição, o que exige uma explicação para o caso.

TABELA – 11 - Demanda turística do total do Ceará

Demanda Turística do Ceará - Total - 1996/2005						
Ano	Fluxo Interno		Fluxo Externo		Total	
	Turistas	%	Turistas	%	Turistas	%
1996	733.038	94,8	40.209	5,2	773.247	100,0
1997	914.710	94,3	55.290	5,7	970.000	100,0
1998	1.218.379	93,9	79.149	6,1	1.297.528	100,0
1999	1.296.850	93,4	91.640	6,6	1.388.490	100,0
2000	1.387.281	92,0	120.633	8,0	1.507.914	100,0
2001	1.458.178	89,4	172.894	10,6	1.631.072	100,0
2002	1.446.927	88,8	182.495	11,2	1.629.422	100,0
2003	1.356.539	87,5	194.318	12,5	1.550.857	100,0
2004	1.534.545	86,0	249.808	14,0	1.784.353	100,0
2005	1.703.060	86,5	265.796	13,5	1.968.856	100,0

Fonte: Tabelas 6 e 7 Anteriores – Dados Básicos: SETUR - Secretaria do Turismo do Ceará

A observação inicial a merecer uma reflexão sobre o comportamento evolutivo da atração de turistas para o Ceará é que o crescimento é permanente, linear e com taxa incremental elevada comparativamente a outras atividades econômicas e até mesmo quando cotejadas com outros pólos turísticos similares igualmente atrativos para os mesmos mercados emissores. O principal diferencial reside na explícita prioridade que o poder público, em parceria com a iniciativa privada, concedeu ao turismo promovendo investimentos em infra-estrutura, custeando ações de marketing nos principais pólos emissores de turismo da comunidade europeia e do Brasil, concedendo incentivos fiscais e financeiros para as empresas que investiram no turismo no Ceará e prestigiando com apoio institucional todas as iniciativas do setor.

O fato de que a dinâmica da demanda apresenta uma evolução como no presente caso é de importância capital, pois, no turismo ocorre a singular referência onde o mercado consumidor é que se desloca para buscar a oferta ao contrário do que é comum, ou seja, o produto é que se desloca para atender seus consumidores. Adiantemos ainda que o consumo de produtos e serviços turísticos não esgota a “produção”, embora por

precaução e medida de qualidade seja prudente admitir uma capacidade de suporte para os destinos turísticos.

4.5 Interiorização da demanda turística do Ceará

A partir do final da década de 90 o governo estadual decidiu implantar uma política de interiorização do turismo no Ceará de modo a que outros destinos que não a Região Metropolitana de Fortaleza pudesse se beneficiar dos efeitos positivos decorrentes da economia do turismo. Essa estratégia tornou-se possível visto os investimentos em obras de infraestrutura como é o caso da rodovia estruturante que margeia o litoral oeste do Estado alcançando até o município de Itapipoca, com uma extensão de 110 km aproximadamente e acesso pavimentado às principais praias e pontos turísticos dessa região. Adicionalmente, foi alargada e repavimentada (presentemente em fase de duplicação) a rodovia CE-040, que serve o litoral leste do Ceará, partindo de Fortaleza e indo até Aracati, com seus respectivos acessos às localidades de interesse turístico.

Afora os investimentos essenciais nessas rodovias, foram realizadas outras immobilizações como a modernização do sistema de telecomunicações, o abastecimento de água tratada e saneamento básico nas principais comunidades, a requalificação de espaços urbanos em municípios turísticos, além de cursos e treinamentos para formação de mão de obra vinculada diretamente ao turismo. Como decorrência dessas ações, o fluxo turístico absorvido pelo Ceará gradativamente se dirige para o interior como comprova a tabela a seguir:

TABELA – 12 - Interiorização do turismo no Ceará.

Municípios	2001		2002		2003		2004		2005	
	Turistas	%	Turistas	%	Turistas	%	Turistas	%	Turistas	%
Caucaia	147122	9,02	122084	7,49	142087	9,16	230817	12,9	281415	14,3
Aracati	83.404	5,11	151926	9,32	143095	9,23	117679	6,60	194600	9,88
Aquiraz	68381	4,19	68502	4,20	107321	6,92	88840	4,98	170965	8,68
Beberibe	80813	4,95	96989	5,95	125964	8,12	136165	7,63	142176	7,22
São Gonçalo	16059	0,98	22382	1,37	17131	1,10	32381	1,81	100236	5,09

Municípios	2001		2002		2003		2004		2005	
	Turistas	%	Turistas	%	Turistas	%	Turistas	%	Turistas	%
Jericoacoara	68361	4,19	113945	6,99	106817	6,89	74725	4,19	48231	2,45
Paraipaba	25902	1,59	24417	1,50	27208	1,75	32381	1,81	48231	2,45
Paracuru	13987	0,86	24418	1,50	8566	0,55	16606	0,93	33552	1,70
Cascavel	11915	0,73	23738	1,46	15116	0,97	17436	0,98	33132	1,68
Sobral	15732	0,96	18196	1,12	7585	0,49	15704	0,88	11746	0,60
Outros	515944	31,63	648401	39,8	693305	44,70	747030	41,87	1052538	53,46
Sub-Total	650798	39,90	826117	50,70	832810	53,70	951060	53,30	1372293	69,70
Fortaleza (1)	980.274	60,10	803305	49,30	718047	46,30	833293	46,70	596563	30,30
TOTAL	1631072	100,0	1629422	100,0	1550857	100,0	1784353	100,0	1968856	100,0

Fonte: Dados Básicos – SETUR – Secretaria do Turismo do Ceará

(1) Turistas que se deslocaram exclusivamente para Fortaleza

No ano de 2001, quando os principais investimentos ainda estavam em fase de maturação, apenas cerca de 40% dos turistas se deslocavam para o interior, ficando, obviamente, 60% limitado ao ambiente turístico ofertado pela capital do Estado. Com o aparelhamento dos municípios turísticos, com toda ênfase para os localizados no litoral, verificou-se uma forte atração do fluxo visitante, passando em 2005 para uma quase inversão relativa quando os municípios do interior foram visitados por 70% dos turistas que vieram ao Ceará e somente 30% ficaram restritos a Fortaleza.

O processo de interiorização do turismo é uma política sócio-econômica de repercussão positiva porquanto enseja a desconcentração de renda e emprego que tende a se concentrar em Fortaleza.

4.6 Motivação da viagem – Turismo no Ceará

Caracteristicamente, o turismo no Ceará tem por principal motivação o binômio sol e praia, porém com a crescente segmentação do turismo, é necessário diversificar a oferta de novos atrativos o que pode ser realizado através de ações de marketing e investimento em infra-estrutura incluindo a qualificação de destinos potencialmente turísticos. Com a interiorização que está em curso, novos destinos turísticos estão sendo

incorporados aos roteiros comercializados e já é visível que uma parcela crescente dos viajantes divide sua viagem de lazer entre Fortaleza e o interior que começa a transformar municípios potencialmente turísticos em efetivos pólos de entretenimento.

Obedecendo a segmentação básica adotada pelas estatísticas comparativas de classificação do turismo o Ceará registrou a seguinte composição motivacional para a viagem dos visitantes:

TABELA – 13 - Motivação da viagem – turismo no Ceará

Ano	Lazer		Eventos		Negócios		Outros		Total	
	Turistas	%	Turistas	%	Turistas	%	Turistas	%	Turistas	%
1996	578899	74,9	16441	7,9	155542	20,1	22365	2,9	773247	100
1997	651840	67,2	24250	2,5	267720	27,4	26190	2,9	970000	100
1998	827823	63,8	53199	4,1	382771	29,6	33735	2,5	1297528	100
1999	937231	67,5	86086	6,2	330461	24,9	34712	2,3	1388490	100
2000	995223	66,0	91983	6,1	372455	24,7	48253	3,2	1507914	100
2001	1065090	65,3	94602	5,8	445283	27,3	26097	1,6	1631072	100
2002	1153631	70,8	97765	6,0	311220	19,1	66806	4,1	1629422	100
2003	1153838	74,4	96153	6,2	265197	17,1	35670	2,3	1550857	100
2004	1215872	78,4	75992	4,9	221773	14,3	37221	2,4	1784354	100
2005	1643995	83,5	110256	5,6	206730	10,5	7875	0,4	1968856	100

Fonte: SETUR - Secretaria do Turismo do Ceará

Nos últimos anos o segmento de turismo de lazer tem crescido tanto em termos absolutos como relativo, o que se explica pelo aumento da oferta hoteleira em Fortaleza e alguns pólos do interior, com destaque para Praia das Fontes (Beberibe), Canoa Quebrada (Aracati) e Jericoacoara (Jijoca de Jericoacoara) onde se implantaram meios de hospedagem de qualidade aceitos pelo mercado.

O turismo de eventos vem crescendo a uma taxa moderada apesar de numericamente ter atraído mais turistas a cada ano. A explicação para o caso reside, em parte, no fato de que não foram realizados investimentos em infra-estrutura capazes de atrair eventos de grande porte, estando o Estado restrito ao Centro de Convenções Edson Queiros, em Fortaleza, que

está superado em termos de oferta de espaço e equipamentos de tecnologia mais avançada. Em verdade não há uma política deliberada para atração de turismo de eventos, embora todos saibam que é um segmento de grande valia posto que gera uma agregação de renda mais elevada por turista do que o turismo de lazer.

Pertinente ao fluxo turístico classificado como negócios, observa-se uma tendência fortemente declinante. Mais uma vez fica evidenciado que a indisponibilidade de um parque de feiras e exposições impede que sejam programados negócios de médio e grande porte (lançamento de produtos, promoções setoriais, exposições industriais, conclaves tecnológicos, etc.). Esse importante segmento de mercado vem se direcionando para outros Estados do Nordeste que oferecem uma infra-estrutura mais adequada. Ressalte-se que existe um projeto para a implantação de um moderno centro de convenções, dotado de todos os requisitos modernos e estrutura capaz de abrigar negócios de grande porte o que por certo promoverá o crescimento do fluxo de turismo de negócios para o Ceará.

Os outros segmentos do turismo não enquadrados nos dados pesquisados e comentados acima são irrelevantes dispensando observação de caráter analítica.

4.7 Média de permanência dos turistas no Ceará

No processo de avaliação da atratividade de um destino turístico é significativo quantificar a permanência média dos visitantes, o que indiretamente traduz o grau de atratividade que o receptivo oferece. Para tanto, é necessário a observação de dois componentes distintos, como seja, a demanda turística hoteleira e a não hoteleira.

Na análise da demanda turística global no Estado do Ceará, foi estabelecida a segmentação de dois fluxos distintos quanto a origem, separando-se os visitantes procedentes de outros estados brasileiros e os turistas originários do exterior. Para a avaliação da permanência média no

Ceará, admite-se como é óbvio e natural que todo turista estrangeiro componha a demanda hoteleira e apenas parte do fluxo nacional complemente a ocupação dos meios de hospedagem.

No período que tem sido focado neste estudo a permanência dos turistas que formam a demanda hoteleira tem denotado a seguinte permanência média:

TABELA – 14 - Permanência diária de hóspedes na rede hoteleira de Fortaleza

Meses	Demanda Hoteleira - Média de Permanência Diária									
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Janeiro	5,7	5,9	5,0	4,2	4,4	4,7	3,9	3,9	5,0	4,6
Fevereiro	5,4	4,7	3,7	3,7	4,5	4,3	4,1	4,8	4,9	4,7
Março	5,0	4,6	3,7	3,7	4,7	3,6	4,5	5,0	4,6	4,5
Abril	4,8	4,4	3,7	3,5	3,9	3,6	3,7	4,7	4,2	4,8
Maio	5,0	4,8	3,9	3,5	3,8	3,3	4,0	4,2	4,0	4,1
Junho	4,3	3,9	3,7	3,7	4,0	3,3	4,1	4,9	4,0	4,4
Julho	5,6	4,9	4,1	4,1	4,5	4,2	4,8	5,3	4,5	4,7
Agosto	4,8	4,4	3,9	3,7	4,0	4,1	4,1	4,9	4,4	4,8
Setembro	5,0	4,3	3,7	4,0	3,9	4,3	4,7	4,1	4,4	4,4
Outubro	4,7	4,2	3,9	4,0	4,3	4,1	4,1	4,1	4,7	4,6
Novembro	4,6	3,8	3,7	3,8	4,1	4,4	4,4	4,8	4,5	4,7
Dezembro	5,1	4,5	4,0	3,9	3,8	4,2	4,5	5,0	4,8	4,8
Média	5,0	4,5	3,9	3,8	4,2	4,0	4,2	4,6	4,5	4,6

Fonte: Anuário Estatístico do Ceará - IPECE e SETUR - Secretaria do Turismo do Ceará

Obs: Dados originais coletados pela SETUR junto a rede hoteleira.

Verifica-se que ao longo do tempo ocorre uma estabilidade da permanência média dos turistas que utilizam os meios de hospedagem situando-se esta em torno de 4,5 dias, o que também não muito varia ao longo dos meses do ano.

No que se refere a demanda extra hoteleira, ou não hoteleira, a média de permanência do turista é significativamente mais elevada. Esse fluxo é fundamentalmente composto pelo que se chama de “turismo de raiz”, ou seja, é formado pela presença de visitantes que mantêm vínculos familiares ou de amizade com o Ceará, mas por motivos profissionais ou

circunstanciais, exercem funções ou atividades fora do Estado, porém periodicamente retornam na condição de turista.

A demanda turística classificada como extra hoteleira, que se utiliza da hospedagem em casa de familiares e amigos é menor do que o fluxo turístico que gera ocupação e renda nos meios de hospedagem, mas apresentam estada com duração três vezes maior do que o fluxo hoteleiro tradicional consoante se pode observar na tabela seguinte:

TABELA – 15 - Permanência da demanda hoteleira e extra hoteleira

Ano	Demanda Total		Demanda Hoteleira		Demanda Extra-Hoteleira	
	Demanda Total	Permanência (dias)	Demanda Hoteleira	Permanência (dias)	Demanda Não Hoteleira	Permanência (dias)
1996	773.247	13,0	353.558	5,0	419.689	15,7
1997	970.000	12,5	450.749	4,6	519.251	15,7
1998	1.297.528	9,5	623.437	4,0	674.091	15,6
1999	1.388.490	9,1	660.813	4,0	727.677	15,6
2000	1.507.914	8,9	719.337	4,1	788.577	15,6
2001	1.631.072	12,2	804.139	4,0	826933	15,5
2002	1.629.422	14,0	837.512	4,2	791910	15,4
2003	1.550.857	13,5	821.504	4,6	729353	15,4
2004	1.784.354	12,7	947.638	4,5	836716	15,3
2005	1.968.856	12,7	1.046.470	4,6	922386	15,3

Fonte: SETUR - Secretaria do Turismo do Ceará e quadros anteriores.

A decomposição da demanda total informada no quadro anterior tem um significado econômico, porquanto um dos setores básicos que influi no turismo é o de hotelaria (meios de hospedagem) e esse subsídio informativo serve de norteamto para decisões de investimentos.

4.8 Avaliação qualitativa do destino turístico Ceará

A Secretaria de Turismo do Ceará (SETUR), a partir do ano de 1997, passou a pesquisar o nível de qualidade dos equipamentos e serviços turísticos ofertados. O procedimento adotado foi o de pesquisa direta de campo, mediante entrevistas diretas juntos a turistas que visitaram o Estado, selecionados por amostragem estatisticamente representativa. Os

dados foram coletados através de questionários segmentados em três blocos distintos, de forma a captar informações sobre os atrativos turísticos, sobre a eficiência dos equipamentos e serviços diretamente turísticos e sobre a infra-estrutura disponibilizada pelo destino, que é uma instância de âmbito governamental.

Os questionários aplicados nos portões de saída dos visitantes (aeroporto, terminal rodoviário, postos de fronteiras e porto) solicitaram a opinião conceitual de cada entrevistado que expressam o seu entendimento pontuando cada quesito indagado como ótimo; bom; regular; ruim e péssimo. Para harmonizar os resultados coletados foi criado um índice paramétrico definido como o percentual médio resultante da soma das respostas ótimo e bom, deduzido dos conceitos de regular, ruim e péssimo. A tabela que se segue evidencia os coeficientes de avaliação para o período 2000/2005, que são mais representativos para exprimir a atual qualidade dos bens e serviços diretamente turísticos.

TABELA – 16 - Avaliação qualitativa do turismo no Ceará

Itens Avaliados	2000	2001	2002	2003	2004	2005	Média
1. Atrativos Turísticos	85,3	85,0	86,5	87,5	81,8	85,7	85,3
Atrativos Naturais	95,8	95,0	95,0	95,8	95,2	89,8	94,4
Patrimônio Histórico	81,8	82,4	83,2	83,5	77,0	84,8	82,1
Manifestações Populares	78,2	77,6	81,2	83,2	73,2	82,6	79,3
2. Equipamentos e Serviços	82,6	80,8	79,6	85,1	84,3	74,7	81,2
Equipamentos de Lazer	88,0	87,6	82,8	91,2	89,0	86,4	87,5
Passeios Oferecidos	91,2	90,2	89,8	93,0	91,2	86,0	90,2
Serviços Receptivos	82,2	83,4	82,4	86,4	82,6	67,0	80,7
Hospitalidade do Povo	91,8	90,2	92,2	93,9	92,4	92,2	92,1
Informação/Sinalização	75,4	70,2	62,0	78,7	79,8	56,2	70,4
Meios de Hospedagem	86,0	85,8	91,4	90,7	85,8	83,0	87,1
Bares e Restaurantes	88,6	87,8	89,9	90,7	91,2	84,0	88,7
Comércio/Compras	84,0	80,2	85,4	87,3	88,8	78,0	84,0
Diversão/Vida Noturna	92,6	89,8	90,0	90,4	90,4	87,7	90,2
Táxis	70,6	75,2	74,4	71,1	71,8	54,0	69,5
3. Infra-Estrutura	51,5	46,9	45,1	52,4	46,6	42,3	47,4
Telecomunicações	81	78,0	79,8	79,9	70,2	55,2	74,0
Sinalização Urbana	53,8	44,0	43,0	60,7	46,0	45,0	48,8

Itens Avaliados	2000	2001	2002	2003	2004	2005	Média
Segurança Pública	12,2	17,4	18,8	33,3	9,4	2,4	15,6
Limpeza Pública	5,0	9,2	8,0	8,9	2,6	1,7	5,9
Terminal Rodoviário	59,4	39,2	29,0	39,4	63	60,1	48,4
Aeroporto	97,6	93,4	91,8	92,2	88,4	89,1	92,1

Fonte: SETUR - Secretaria do Turismo do Ceará

A partir das informações obtidas definiu-se o índice de aprovação pelo somatório de respostas ótimo e bom menos as indicações de regular, ruim e péssimo, onde é possível mensurar um (IA) índice de aprovação [IA = (ótimo+bom) – (regular + ruim +péssimo)], fixando-se como “aprovado” os quesitos que obtiverem pontuação igual ou superior a 80%.

A observação mais evidente do quadro anterior está referenciada nos itens pertinentes a atrativos turísticos e equipamentos e serviços turísticos, que são ofertados por empresas privadas, cuja média de aceitação supera a 80%, enquanto que a avaliação da infra-estrutura, que é uma atribuição do poder governamental, posiciona-se em uma média inferior a 50%. Essa constatação revela que o setor turístico privado vem desempenhando suas atividades com um bom nível de qualidade, enquanto que os serviços patrocinados pelas entidades governamentais são considerados ineficientes.

Fazendo-se o enquadramento específico de cada quesito nesse condicionamento verifica-se que, apenas os itens manifestações populares (79,3%) e serviços de táxis (69,5%) estão abaixo do padrão. Em contrapartida, os atrativos naturais (94,4%), passeios oferecidos (90,2%), hospitalidade do povo (92,1%) e diversão/vida noturna (90,2%) atingem mais de 90%, refletindo grande atratividade o que é ainda mais significativo se considerarmos a representatividade (essência) desses itens no consumo de produtos e serviços turísticos.

Dentre as forças que atuam negativamente e prejudicam o esforço que é feito para o crescimento do turismo no Ceará, ressalta os itens concernentes a limpeza dos logradouros públicos (5,9%) e a segurança

pública (15,6%), registros esses que manifestam uma total desaprovação dos turistas e por isso devem ser objeto de políticas públicas que possam minorar as deficiências registradas.

Conclusivamente, o turismo no Ceará não se enquadra qualitativamente em um melhor índice de aceitação face os serviços ofertados pela infra-estrutura pública carecendo de providências e investimentos governamentais para que o setor possa de modo mais efetivo colaborar com o crescimento do Estado.

4.9 Perfil dos turistas que visitam o Ceará

Muito embora o foco desta dissertação esteja centrado na avaliação dos aspectos econômicos do turismo é importante que seja configurado o perfil social do conjunto de turistas que visitam o Estado, pois na formulação de políticas públicas norteadoras do setor os aspectos pessoais são relevantes.

Na pesquisa de campo realizada pela Secretaria do Turismo do Ceará (SETUR) referenciada anteriormente também foi avaliado o perfil dos turistas que visitaram o Ceará. Identificou-se que no período compreendido entre 1997 e 2005 a maioria dos visitantes era do sexo masculino (58,9%), estavam na faixa etária entre 36 e 50 anos (35,4%), eram casados (53,2%), possuíam grau de instrução superior (49,6%) e viajavam desacompanhados (40,8%). O quadro seguinte mostra com detalhes o perfil dos turistas que visitam o Ceará:

QUADRO – 1 - Perfil dos turistas que visitam o Ceará

Discriminação	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	Média
Sexo	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Masculino	60,7	65,0	60,9	60,9	57,5	57,0	55,5	57,5	55,2	58,9
Feminino	39,3	35,0	39,1	39,1	42,5	43,0	44,5	42,5	44,8	41,1
Faixa Etária *	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Abaixo de 18	1,7	2,6	1,6	2,5	2,4	4,5	4,3	2,4	2,6	2,7
De 18 a 25	16,9	16,8	15,2	16,3	17,0	15,9	18,4	21,6	18,4	17,4
De 26 a 35	33,0	33,0	32,8	30,5	28,6	29,5	34,0	32,1	30,3	31,5
De 36 a 50	37,1	37,1	38,6	36,7	36,6	36,3	29,3	32,8	34,1	35,4
De 51 a 65	9,2	9,4	11,3	11,4	12,8	11,1	10,8	8,5	11,2	10,6

Discriminação	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	Média
Acima de 65	2,3	2,0	1,5	2,2	2,7	2,7	3,2	2,7	3,4	2,5
Estado Civil	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Solteiro	34,4	34,8	33,8	38,1	35,3	37,1	35,6	43,7	35,5	36,5
Casado	56,2	55,0	55,5	51,8	54,6	54,3	56,2	45,7	49,8	53,2
Viúvo	2,4	2,2	3,1	2,5	2,6	2,4	2,0	2,9	5,6	2,9
Separado	6,6	7,1	7,0	6,5	6,8	5,7	5,4	6,7	7,2	6,5
Outros	0,4	0,9	0,7	3,2	0,8	0,5	0,8	1,0	1,9	1,1
Instrução	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
1º Grau	9,1	8,3	7,3	10,2	10,6	4,9	6,4	3,3	8,3	7,6
2º Grau	36,0	28,8	27,6	26,8	37,9	27,8	25,9	24,5	32,8	29,8
Técnico	3,9	5,0	6,6	6,4	-	9,2	8,4	13,8	-	5,9
Superior	48,9	55,8	56,6	54,5	37,5	56,7	52,6	40,9	43,0	49,6
Outros	2,2	2,1	1,9	2,1	13,9	1,4	6,7	17,5	15,9	7,1
Sociabilidade	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Viajando Só	42,7	50,8	43,8	41,2	42,7	32,6	33,9	38,1	41,7	40,8
Com a família	41,5	31,2	36,1	36,9	33,2	44,4	41,7	39,9	38,6	38,2
Outras	15,9	18,0	20,2	21,9	24,1	23,0	24,4	22,0	19,7	21,0

Fonte: SETUR – Secretaria do Turismo do Ceará

* Faixa Etária em Anos

Do conjunto de dados revelados pela pesquisa, compete destacar as seguintes informações:

- a) A superioridade relativa de turistas do sexo masculino, que pode ser associado à informação de que a predominância é dos que viajam só (desacompanhados) e por associação à limitações de ordem cultural é mais comum ao sexo masculino empreender viagens de turismo sozinho, o que ocorre com menos frequência no sexo feminino. Essa tendência tem se arrefecido ao longo do tempo, ou seja, relativamente, o percentual do sexo masculino que viajam desacompanhados decresce, enquanto que há um tendência contrária para o sexo feminino. É mais um atributo que sinaliza a pressão do componente cultural sobre o comportamento de vida quando se estratifica a população por sexo. Ademais, pode-se atribuir, em parte, ao nefasto turismo sexual, que apesar de sempre combatido, no exterior persiste a idéia de que no Ceará, principalmente em Fortaleza, existem atraentes acompanhantes femininas para os turistas que o desejarem.
- b) A faixa etária estendida dos 26 aos 50 anos de idade concentra, em média, 66,9% dos turistas, e se somado a faixa de idade entre 51 e 65 anos, esse percentual eleva-se para

77,5%. Se considerarmos o segmento de turismo da terceira idade os visitantes com mais de 65 anos, sua presença é de apenas 2,5% do total, portanto pouco significativo em termos mercadológicos.

- c) Embora 53,2% do fluxo seja constituído por pessoas com o estado civil de casado, com família regularmente constituída, só 38,2% viajam acompanhados da família. O que explica esse fato é a inserção do turismo de negócio que normalmente induz a viagem de pessoas desacompanhadas.
- d) O grau de instrução dos visitantes é elevado, pois com nível superior e/ou formação técnica compõe 55,5% do total dos visitantes, o que adicionado a 29,8% dos que possuem o 2º grau completo soma 85,3%, o que é importante em termos de análise para a qualificação do fluxo turístico globalizado.

Diante desse conjunto de dados outras sistematizações e associações podem ser desenvolvidas podendo elevar o nível de contribuição ao se investigar a economia do turismo no Estado do Ceará.

4.10 Estrutura do gasto *per capita* dos turistas

A análise do turismo no Ceará ora desenvolvida tem por finalidade avaliar a contribuição que este setor empresta à economia do Estado. Centrado nessa perspectiva é relevante decompor os gastos que os turistas realizam em suas visitas ao destino comentado. A formatação dos dispêndios per capita entre os bens e serviços caracteristicamente turísticos serve de base para a formulação de programas de investimentos e orientação para a modelagem de procedimentos que permitam o desenvolvimento com qualidade do setor.

Pesquisas diretas realizadas sequencialmente pela SETUR/CE, que avalia a composição setorial dos gastos dos turistas no Ceará e que serviu de base de dados para a elaboração do quadro seguinte, identificaram os seguintes parâmetros básicos:

TABELA – 17 - Distribuição setorial da receita turística. Turismo em Fortaleza
estrutura do gasto *per capita*

Setores	2001		2002		2003		2004		2005	
	Valor	%	Valor	%	Valor	%	Valor	%	Valor	%
Hospedagem	135,45	22,3	128,15	18,1	175,04	20,9	163,44	16,8	167,14	14,5
Alimentação	109,39	18,0	123,90	17,5	164,15	19,6	177,06	18,2	176,36	15,3
Transporte	62,56	10,3	68,67	9,7	78,73	9,4	107,99	11,1	102,59	8,9
Compras	146,38	24,1	173,46	24,5	206,86	24,7	275,32	28,3	387,30	33,6
Passeios	128,17	21,1	179,13	25,3	184,25	22,0	194,57	20,0	238,60	20,7
Outros	25,47	4,2	34,69	4,9	28,48	3,4	54,48	5,6	80,69	7,0
Total	607,42	100	708,00	100	837,51	100	972,86	100	1.152,68	100

Fonte: SETUR - Secretaria do Turismo do Ceará

Os dados tabulados demonstram que o total dos gastos *per capita* dos turistas que visitam Fortaleza tem crescido mais rapidamente do que a inflação, ou seja, a renda direta gerada por turista tem se elevado em termos reais. Notemos que entre 2004 e 2005 o incremento do dispêndio foi de 18,5% para uma inflação inferior a 5%. O incremento entre 2003 e 2004 foi de 16,2%, entre 2002 e 2003 de 18,3% e entre 2001 e 2002 de 16,5%, o que permite afirmar que a geração de renda denota uma evidente tendência de crescimento. Esse fato é explicável principalmente pelo adensamento do fluxo turístico emitido pelo mercado externo posto que o visitante estrangeiro despense mais do que o viajante brasileiro.

Dentre os setores que mais se beneficiam com o turismo estão os meios de hospedagem e alimentação e a efetivação de compras, sendo que nesse caso os maiores beneficiários são comerciantes de produtos artesanais cuja procura é muito intensa pelos turistas. O segmento de passeios, que também registra entretenimentos diversos, tem uma cota de renda que gira ao redor de 20% dos gastos turísticos *per capita*.

4.11 Oferta hoteleira

Ao investigar o turismo no Ceará sob o ângulo da oferta hoteleira, entendida esta como a capacidade de alojamento que os meios de

Tipo	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Albergue										
MH (1)	2	2	3	2	1	1	2	3	3	3
UHs (2)	28	30	28	28	18	18	31	38	48	48
Leitos (3)	137	147	137	137	87	116	156	168	212	234
TOTAL										
MH (1)	150	160	169	181	215	231	232	224	222	219
UHs (2)	5.945	6.117	6.350	7.048	8.149	9.592	9.903	10.031	10.251	10.407
Leitos (3)	13.333	14.104	14.776	16.288	19.414	22.371	23.428	23.542	24.089	24.641

Fonte: SETUR - Secretaria do Turismo do Ceará

(1) MH = Meios de Hospedagem; (2) UHs = Unidades Habitacionais; (3) Leitos Disponíveis

A avaliação concreta do crescimento da oferta deve ser observada a partir da quantidade de leitos disponíveis, posto que o número de meios de hospedagem e a disponibilidade de unidades habitacionais pouco expressam em termos quantitativos a oferta hoteleira. Posto isso, identifica-se que entre os extremos da série histórica analisada ocorreu um incremento de 85%, significando uma média de aproximadamente 9,5% o que pode ser considerada como uma taxa elevada.

Como mostra o gráfico seguinte, a expressão do crescimento da oferta de leitos pelo setor de meios de hospedagem em Fortaleza/CE é visualizada da seguinte forma:

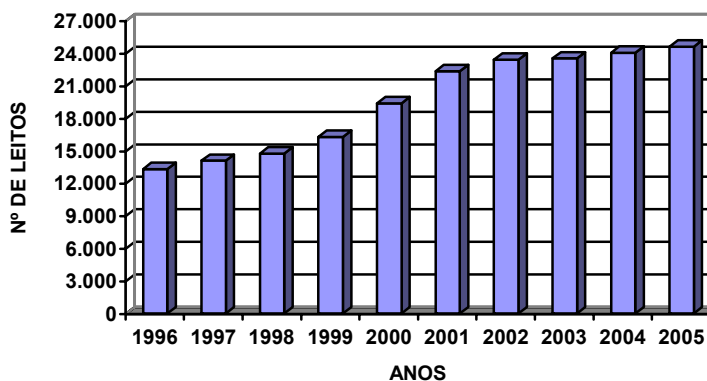


GRÁFICO – 2 - Oferta hoteleira – Fortaleza – número de leitos.

Fonte: Quadro Anterior (Quadro Nº 7)

Por ser o turismo uma atividade nitidamente sazonal e como a oferta hoteleira caracteriza-se como uma prestação de serviços cujo produto final não pode ser estocado, é prudente avaliar a utilização da capacidade instalada. Dessa forma, é de bom alvitre ponderar como a taxa de ocupação hoteleira vem se comportando ao longo do tempo. Estatisticamente os dados disponíveis reportam-se exclusivamente a Fortaleza e configura-se da forma que se segue:

TABELA – 18 - Taxa de ocupação da rede hoteleira – Fortaleza/CE

Meses	Taxa de Ocupação da Rede Hoteleira – Fortaleza - %									
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Janeiro	71,6	72,3	80,0	80,1	86,6	84,4	66,9	68,3	83,9	85,4
Fevereiro	53,8	54,2	60,3	56,5	59,5	82,0	47,9	47,1	62,8	67,5
Março	47,9	48,5	53,3	48,9	48,5	48,7	48,8	44,6	46,5	52,5
Abril	43,6	43,8	48,6	49,7	50,9	50,4	41,8	43,1	46,4	49,2
Mai	45,9	45,9	50,9	45,3	45,1	48,9	49,1	40,2	42,9	45,1
Junho	39,9	40,0	45,8	43,9	51,7	54,2	47,4	45,3	48,0	47,8
Julho	68,5	66,3	77,0	73,6	76,6	78,4	67,0	63,5	74,0	76,5
Agosto	48,2	48,2	56,2	55,4	52,8	54,4	47,8	49,8	58,1	59,3
Setembro	45,2	43,6	52,1	55,5	55,5	57,8	52,8	47,3	52,8	58,4
Outubro	45,7	46,2	64,3	60,4	62,4	52,8	47,8	50,7	84,5	59,3
Novembro	46,8	47,4	62,5	55,9	55,4	48,4	51,1	60,9	63,4	62,1
Dezembro	58,1	59,0	61,9	58,0	59,8	52,0	55,9	58,9	67,8	68,0
Média	51,7	51,3	59,4	56,9	58,7	57,7	52,0	51,6	59,3	60,9

Fonte: Anuário Estatístico do Ceará - IPECE e SETUR Secretaria do Turismo do Ceará
Obs: Dados originais são coletados diretamente pela SETUR junto a rede hoteleira.

Nota-se na análise dos dados da tabela anterior (**ver Tabela - 18**), a perfeita correlação com a sazonalidade da demanda turística ficando evidenciado um período de alta estação que compreende os meses de janeiro, fevereiro, julho e dezembro quando mais de 2/3 da capacidade instalada é ocupada. Ressalte-se que a referência ora feita a taxa de ocupação refere-se a dados mensais ao longo de um mesmo ano. Porém ao longo da série temporal estudada anualmente a média revela oscilações, alternando anos de incremento com anos de baixa, o que está correlacionado com a variação da oferta. Quando ocorre uma aceleração do aumento da oferta de leitos em um determinado período, a taxa de

ocupação média anual tende a decrescer na vez que a relação entre essas variáveis é inversa, ou seja, maior disponibilidade de leitos, menor taxa de ocupação, O gráfico seguinte permite a visualização de como variou a taxa média anual de ocupação da rede hoteleira sediada em Fortaleza no período de 1996 a 2005.

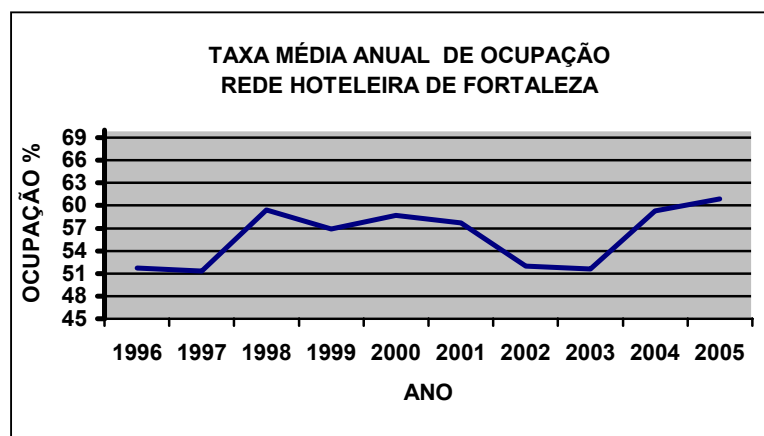


GRÁFICO – 3 - Taxa média anual de ocupação. Rede hoteleira de Fortaleza/CE.
Fonte: Quadro Anterior (Tabela N° 12)

Estudando o conjunto do Estado do Ceará, o que se torna muito pertinente em decorrência da política de interiorização, nota-se que a partir de 1998 quando foi intensificada a prioridade de desconcentração do fluxo de visitantes que se dirigem para o Ceará, o número de leitos ofertados tem evoluído de modo rápido quando comparado a outros indicadores setoriais. Nos registros oficiais da SETUR/CE, a oferta hoteleira dos municípios turísticos (ou potencialmente turísticos) que relaciona 80 cidades, responde no ano final da série por 57,7% do total de leitos disponibilizados no Estado.

A tabela seguinte resume a oferta hoteleira do Estado do Ceará, na forma contabilizada pela Secretaria de Turismo do Ceará, que é o órgão governamental oficialmente credenciado para regular o funcionamento dos meios de hospedagem.

TABELA – 19 - Oferta hoteleira do Estado do Ceará – 1996/2005.

Ano	OFERTA HOTELEIRA - CEARÁ - 1996/2005								
	Fortaleza			Interior			Total		
	MH (1)	UHs (2)	Leitos (3)	MH (1)	UHs (2)	Leitos (3)	MH (1)	UHs (2)	Leitos (3)
1996	150	5.945	13.333	ND	ND	ND	150*	5945*	13.333*
1997	160	6.117	14.104	ND	ND	ND	160*	6117*	14104*
1998	169	6.350	14.776	460	7.252	18.517	629	13.602	33.293
1999	181	7.048	16.288	524	8.172	20.469	705	15.220	36.757
2000	215	8.149	19.414	561	8.862	22.775	776	17.011	42.189
2001	231	9.592	22.371	599	9.460	24.244	830	19.052	46.615
2002	232	9.903	23.428	621	10.050	25.796	853	19.953	49.224
2003	224	10.031	23.542	664	11.045	28.454	888	21.076	51.996
2004	222	10.251	24.089	701	12.241	31.860	923	22.492	55.949
2005	219	10.407	24.641	751	14.905	33.577	970	25.312	58.218

Fonte: SETUR - Secretaria do Turismo do Ceará

(1) MH = Meios de Hospedagem; (2) UHs = Unidades Habitacionais; (3) Leitos Disponíveis.

A tendência de crescimento da oferta hoteleira no Ceará é notoriamente identificada, dados os investimentos que vêm sendo realizados no setor de hotelaria, especialmente consubstanciado na implantação de *resorts* de grande porte controlados por grupos internacionais.

Os aspectos relativos ao impacto econômico que o turismo enseja sobre a economia do Estado serão tratados em capítulo especial onde está evidenciada a relevante contribuição que o setor enseja no Ceará.

5. A CONTABILIZAÇÃO E O MULTIPLICADOR DO TURISMO

No estudo do turismo principalmente quando se objetiva avaliar a dimensão econômica que essa atividade alcança no cenário de um país, estado ou região, é deveras importante ter um confiável e transparente sistema de contabilização em nível macroeconômico dos recursos transacionados, bem como, dos efeitos gerados pelo encadeamento dos ingressos no sistema econômico, ou seja, mensurar o efeito multiplicador do turismo na área analisada.

Nesse contexto, merecem destaque as ferramentas definidas como conta satélite do turismo e o multiplicador do turismo posto que permitem, no primeiro caso, uma padronização de informações que passam a integrar a contabilidade social dos países revelando resultados que podem ser comparados entre todos os membros que adotam esse sistema, e no segundo caso faz-se uma real medição do impacto na economia agregando às despesas diretas os resultados indiretos e induzidos.

5.1 Conta satélite do turismo (CST)

A Conta Satélite do Turismo (CST) é um instrumento desenvolvido pela Organização das Nações Unidas (ONU) e Organização Mundial do Turismo (OMT) para medir o impacto efetivo do turismo nas economias mundiais. Para destacar a significância desse procedimento reconhece a ONU que a OMT é a única instituição competente para reunir, analisar, publicar, informar e promover a integração das estatísticas do turismo no âmbito das nações que integram o seu sistema.

Em um seminário técnico promovido pelas ONU e OMT em 1995 em Iguazú (Argentina) para avaliar o desenvolvimento da implantação da Conta Satélite do Turismo (CST) ficou patente para vários países a sua crescente importância. Isso ocorreu ao ficar evidenciado que hoje decisões macroeconômicas vitais como taxa de câmbio, imposição de tarifas e demais atribuições dos bancos centrais em todo o mundo já levam em conta

a importância do turismo, e não apenas os países que têm esse setor como um dos principais geradores de renda.

A gestão da Conta Satélite do Turismo (CST) no Brasil vem competindo a Fundação IBGE e tem alcançado crescente importância à medida que o turismo ganha expressão. Assim, à medida que o turismo incrementa seu impacto econômico, paralelamente ações são desencadeadas com vistas à avaliação do turismo na economia, seguindo o modelo proposto pela OMT. Distingue-se com nitidez etapas históricas classificadas em três fases: a conceituação e classificação das estatísticas do turismo; a estimativa do significado econômico do turismo, a partir das Contas Nacionais e a proposição de um método específico de avaliação do impacto econômico do Turismo, a CST.

A partir da conferência de Ottawa (1991), avanços no método proposto para apuração da CST foram sendo adicionados. Em 1993, a Comissão de Estatísticas da ONU referendou as recomendações propostas pela OMT, relativas às definições e classificações uniformes do Turismo e sobre a Classificação Internacional Uniforme das Atividades Turísticas (CIUAT). Esse posicionamento resultou, em 1994, a publicação oficial subscrita pela ONU e a OMT de um Informe com essas definições. Por seu turno, em 1997, o Comitê de Turismo de OCDE apresenta uma primeira proposta da Conta Satélite do Turismo para seus países membros também aceito pelo Escritório de Estatísticas da Comunidade Européia (EUROSTAT).

A composição e interação das variáveis propostas, devem como decorrência direta da elaboração da Conta Satélite do Turismo (CST) dispor de forma sistematizada os seguintes resultados finalísticos:

- a) Agregados Macroeconômicos: valor agregado e PIB turísticos;
- b) Consumo Turístico: discriminado por fonte de suprimento, oferta interna ou exportação;
- c) Conta Produção: por ramo de atividade, incluindo dados de emprego, relações intersetoriais e FBK;

- d) Outras Informações relevantes à construção de modelos de avaliação dos impactos do turismo;
- e) Indicadores de Caracterização do Turismo, baseados em números de chegadas; forma de viagem; duração; motivo; modo de transporte; meio de hospedagem; destino; procedência; etc.

Além desses resultados, a CST constitui-se em um importante instrumento de comparação dos resultados internacionais do turismo, dadas as diretrizes no sentido de padronizar conceitos e classificações, inclusive em suas consistências com o sistema de Contas Nacionais. Adiante-se, o que não pode ser diferente, que a construção da CST é uma tarefa complexa que depende da disponibilidade de um conjunto de informações, algumas inéditas, inclusive no sistema de contabilidade social do Brasil.

Na prática, o marco conceitual da CST nada mais é do que um conjunto de definições e classificações consubstanciadas e integradas em tabelas organizadas de uma forma lógica e consistente, que permite examinar, de forma periódica, os principais aspectos econômicos da atividade. Os resultados obtidos a partir do modelo que vem sendo utilizado pela grande maioria dos países, que obedecem as instruções da OMT, são traduzidos em um conjunto de 10 tipos de tabelas padronizadas, que contemplam os principais conceitos e classificações que explicam a dimensão e dinâmica do setor turístico.

No caso brasileiro afóra as informações fornecidas pelas contas nacionais na sua configuração atual outra importante fonte de dados para a finalidade do estudo da CST é produzida pela Fundação IBGE, estando contidas na Pesquisa Anual de Serviços (PAS). Este relatório envolve informações do conjunto das empresas prestadoras de todos os tipos de serviços, constantes da Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE). Merece ressalva o fato de que o levantamento de dados desta pesquisa do IBGE restringe-se às empresas formalmente constituídas, não

contemplando, portanto, a economia informal deste setor, o que requer ajustes metodológicos para sua generalização.

Como se depreende apesar do Brasil reconhecer a importância da CST e oficialmente subscrever o termo de adesão para sua implantação, a evolução dos procedimentos tem se processado de modo muito lento. A justificativa prende-se ao fato de que a principal base de dados para a estimação da CST não está devidamente preparada para a reformulação necessária. Não obstante que os problemas sejam do conhecimento dos técnicos e entidades envolvidas com o sistema, a idéia de reuni-los aqui tem o intuito de propiciar uma visão geral dos mesmos e com isso auxiliar no mapeamento das carências atuais de dados sobre o setor turismo no Brasil.

Países como Portugal, Espanha e Canadá, dentre outros, já implantaram suas Contas Satélites do Turismo. Com base na experiência vivenciada pelos países que colocaram em funcionamento essa ferramenta de gestão do turismo, a Comissão Europeia de Estatística (EUROSTAT) elaborou um “Manual Europeu de Implementação da CST”, que vem servindo de orientação e documento padrão para todos países que manifestam seu processo de adesão.

Por fim, é obrigação ressaltar que apesar do amplo reconhecimento dos benefícios, da aceitação de seus pressupostos e da deliberação legal assumida, a CST não vem sendo implementada em um ritmo satisfatório, e no estágio atual, posto a escassez e inconsistência das informações, não pode ser utilizada como uma ferramenta de análise e/ou planejamento.

Informações técnicas e metodológicas detalhadas acerca da CST estão inseridas nesta dissertação sob a forma de anexo.

5.2 Efeito multiplicador do turismo

Dentre os que estudam a economia do turismo há um consenso de que essa atividade é um dos fenômenos mais dinâmicos no mundo globalizado, porém não existe unanimidade acerca de como avaliar sua contribuição para o crescimento econômico.

A principal dificuldade para a formulação de um modelo que traduza o verdadeiro impacto no sistema econômico está na seleção do método mais adequado para avaliar o impacto econômico do turismo. Isso ocorre devido a sua complexidade e heterogeneidade, tanto em termos de procura como de oferta, tornando difícil a delimitação do campo de abrangência das variáveis explicativas que condicionam os resultados investigados.

A análise do impacto da economia do turismo no sistema econômico global de um país, região ou estado deve, imprescindivelmente, contemplar sua inter-relação com os demais segmentos que integram as ações empresariais e/ou governamentais, porquanto produz um fluxo que repercute diretamente em outros setores como o comércio de bens e serviços não vinculados diretamente ao turismo, gera novos postos de trabalhos e incrementa a arrecadação de tributos. Esse efeito multiplicador é muito significativo e a geração de renda indireta e gastos induzidos a partir das despesas diretas realizadas pelos turistas no destino visitado não pode deixar de ser avaliada quando se almeja aferir o impacto econômico dessa atividade na economia.

Existem vários métodos de análise para aferição do efeito do turismo no ambiente econômico. Os mais destacados reportam-se a multiplicadores *keynesianos*; a análise custo-benefício; os modelos de base econômica que também derivam da teoria de Keynes porquanto incorpora o equilíbrio da economia ($\text{renda} = \text{consumo} + \text{poupança} + \text{exportação} - \text{importação}$) em seus vários desdobramentos; os modelos de insumo-produto, que adotam essencialmente as premissas do modelo de Leontief

(matriz insumo-produto); os modelos de equilíbrio geral da economia, baseado na hipótese de Walras onde o mercado tende sempre para a posição de equilíbrio entre oferta e procura como na economia clássica e os modelos econométricos que se utilizam de ferramentas matemáticas e estatísticas para validar modelos de estimação.

Segundo Hughes (1994 apud Eusébio, 2002) é raro o estudo de avaliação do impacto econômico do turismo onde este conceito não tenha um lugar central e uma referência de destaque. O multiplicador do turismo para uma determinada região é basicamente um coeficiente que expressa a quantidade de rendimento (ou de *output*, ou de emprego, etc.) gerado em consequência de uma unidade adicional de despesa turística. A despesa inicial efetuada por um turista que visita uma determinada região passa pelo sistema econômico de uma forma interativa e dinâmica, originando, assim, um efeito multiplicador na sua economia.

Assim, quanto mais diversificada e integrada for a economia de uma região maior será o seu encadeamento e menor a fuga do sistema econômico beneficiário. Em sentido contrário existe, de fato, uma relação inversa entre o efeito multiplicador e o valor das importações, já que quanto maior for a necessidade de importar produtos e serviços para que as necessidades dos turistas sejam satisfeitas menor será o efeito multiplicador destas despesas. Assim, fica patente, que os destinos que têm uma estrutura produtiva mais diversificada tenderão a ter um encadeamento positivo mais elevado.

É notório que os gastos turísticos produzem um efeito cascata sobre o ambiente econômico. O primeiro segmento a ser impactado está representado pelos serviços diretamente vinculados ao turismo, como hospedagem, alimentação, transporte e entretenimento, que ao receberem novas rendas drenam parte para o resto da economia. Em seguida, parte dessa remuneração recebida é transferida para outras fontes como fornecedores de insumos, pagamento de salário e recolhimento de tributos.

Assim, sucessivamente vão acontecendo transações multiplicando o ingresso inicial.

A ilustração a seguir deixa patente a ocorrência de um processo de retro-alimentação de valores no sistema econômico promovido pela adição de renda familiar, negócios locais e aplicações governamentais porque foram incrementados por gastos turísticos. Observe-se que parte desses ingressos representa “vazamentos” (fugas) decorrentes das importações de bens e serviços que não são gerados (produzidos) na economia em estudo. Uma forma de visualizar o multiplicador do turismo está sintetizada na figura seguinte:



FIGURA – 1 - Efeito multiplicador do turismo.
Fonte: Barbosa, (2002).

De modo similar, Teixeira; Castelar; Soares (2000) ao se reportarem a metodologia de insumo-produto e aos relacionamentos setoriais identificados afirmaram que uma forma de determinar os impactos decorrentes dos investimentos e dos gastos turísticos pode ser conhecida através dos resultados dos coeficientes obtidos a partir da matriz de insumo produto. Para expressar graficamente as inter-relações do modelo concebido os autores criaram a seguinte ilustração:

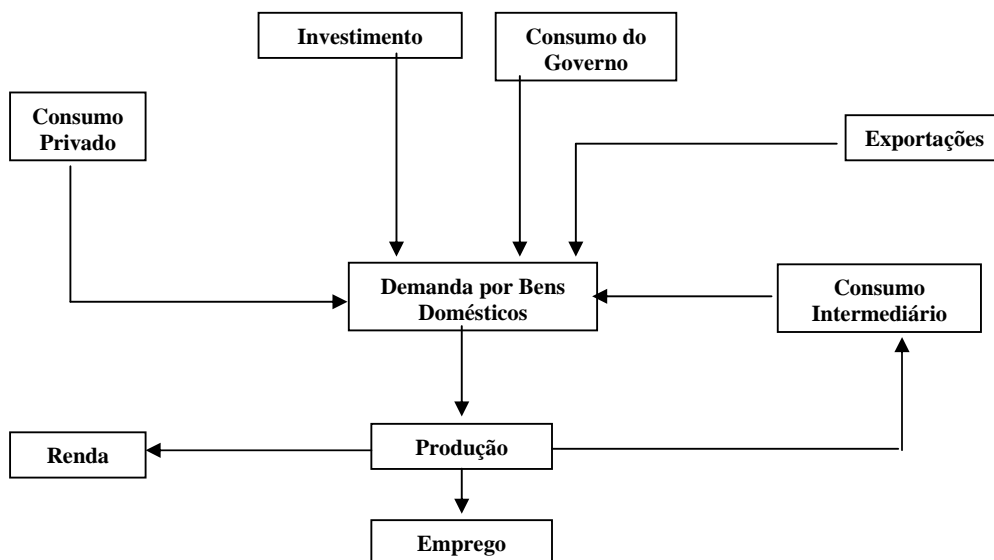


FIGURA – 2 - Impacto da demanda por bens domésticos o modelo de insumo-produto.
Fonte: Estudos Econômicos – CENER/CAEN/UFC – Abril/2000.

Os autores do estudo acima comentado enfatizam os impactos no produto, renda e emprego na economia do Ceará decorrentes dos investimentos públicos e dos gastos turísticos, concluindo após criteriosa análise que as despesas dos turistas têm um poder multiplicador de 1,35 vezes na renda e de 2,2 vezes na criação de novos postos de trabalho. Com isso, assegura a análise:

Não só viabilizará os investimentos realizados como induzirá repercussões positivas no produto e na geração de renda e emprego no Estado do Ceará como foi demonstrado neste trabalho. (TEXEIRA; CASTELAR; SOARES, 2000, pg 42).

O IBGE, em perfeita consonância com a OMT, no livro Economia do Turismo: Análise das Atividades Características do Turismo (2003) transcreve a listagem dos produtos caracteristicamente turísticos que são impactados diretamente pelos gastos turísticos. Ressalta que os serviços prestados pelos meios de hospedagem, serviços de alimentação e bebidas, transportes de passageiros, agências de viagens, setor de entretenimentos,

entidades culturais e outros serviços (casas de câmbio, agências seguradoras, bancos, etc.) são beneficiados crescentemente à medida que se intensifica o fluxo turístico. De modo abrangente, a listagem dos segmentos beneficiados mais intensivamente são:

IBGE - LISTA DE PRODUTOS CARACTERÍSTICOS DO TURISMO

1. Serviços de Alojamento

1.1 Hotéis e outros serviços de alojamento

1.2 Serviços de segundas residências por conta própria ou gratuitas

2. Serviço de Alimentação e Bebidas

3. Serviços de Transporte de Passageiros

3.1 Serviços de transporte interurbano ferroviário

3.2 Serviços de transporte rodoviário

3.3 Serviços de transporte marítimo

3.4 Serviços de transporte aéreo

3.5 Serviços auxiliares ao transporte de passageiros

3.6 Aluguel de bens de transporte de passageiros

3.7 Serviços de reparação de bens e equipamentos de transporte de passageiros

4. Serviços de Agências de Viagens, Operadoras e Guias de Turismo

4.1 Serviços de agências de viagens

4.2 Serviços de operadoras

4.3 Serviços de informação turística e de guias de turismo

5. Serviços Culturais

5.1 Representações artísticas

5.2 Museus e outros serviços culturais

6. Serviços Recreativos e Outros Serviços de Entretenimento

6.1 Serviços desportivos

6.2 Outros serviços relacionados ao lazer

7. Serviços Turísticos Diversos

7.1 Serviços financeiros e seguros

7.2 Outros serviços de aluguel de bens

7.3 Outros serviços turísticos

Note-se a grande diversidade alcançada pelo poder de encadeamento do turismo na economia, que em termos diretos supera 20 setores básicos, e quando desdobrados em nível de sub-setores eleva-se para mais de 100 atividades impactadas pelos serviços turísticos.

Para aferição do impacto econômico do turismo na economia um modelo de muita consistência é o baseado na matriz insumo-produto criada por Leontief. Ela contém os valores monetários correspondentes ao fluxo de bens e serviços entre os diferentes setores de uma economia. Supondo que a economia do Ceará possua n setores, cuja interdependência seja representada pela matriz de insumo-produto da seguinte forma, onde: S são os setores da economia; Z o consumo intermediário ditados pelos coeficientes técnicos; Y o vetor de demanda final e X o valor da produção, podemos algebricamente escrever:

Setores	Consumo Intermediário					Demanda Final	Demanda Total
	S1	S2	S3	...	S11		Y
X	$ \begin{matrix} S1 \\ S2 \\ S3 \\ \dots \\ Sn \end{matrix} \begin{pmatrix} Z_{11} & Z_{12} & Z_{13} & \dots & Z_{1n} \\ Z_{21} & Z_{22} & Z_{23} & \dots & Z_{2n} \\ Z_{31} & Z_{32} & Z_{33} & \dots & Z_{3n} \\ \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ Z_{n1} & Z_{n2} & Z_{n3} & \dots & Z_{na} \end{pmatrix} + \begin{pmatrix} Y_1 \\ Y_2 \\ Y_3 \\ \dots \\ Y_n \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} X_1 \\ X_2 \\ X_3 \\ \dots \\ X \end{pmatrix} $						
Valor agregado (VA)	VA_1	VA_2	VA_3	...	VA_N		
Valor da produção (VP)	VP_1	VP_2	VP_3	...	VP_N		

FIGURA – 3 - Modelo básico de quadro de insumo-produto
 Fonte: EUSÉBIO, C. **Investigação em turismo: métodos para avaliação do impacto** (2002).

Posto isso, o valor da produção (X_i) do setor i é igual a soma das parcelas direcionadas para o consumo intermediário do restante dos setores da economia mais a parcela que vai para a demanda final. Então: $X_i = Z_{ij} + Y_i$. Da mesma maneira, podemos calcular a produção do setor j , que corresponde às colunas, substituindo na equação anterior o termo Y_i pelo valor agregado (VA_j). Prosseguindo as substituições lógicas temos que $X = CI - Y$.

Assim, a produção total é igual ao consumo intermediário (CI) mais a demanda final (Y), que por sua vez, é constituída pelo consumo das famílias, investimento, gastos do governo e as exportações líquidas. A apresentação do modelo de matriz insumo-produto teve como finalidade única sustentar a abordagem teórica e metodológica adotada na construção dos multiplicadores da atividade turística, mas que também pode ser estendida para outros setores da economia, obviamente a partir de coeficientes diferentes.

Colocando a matriz X em evidência, o sistema matricial acima pode ser reescrito como:

$$Y = (-A+I) X \text{ ou } Y = (I-A)X. \text{ Da mesma forma temos: } X = (I-A)^{-1}Y.$$

A matriz $(I-A)^{-1}$ representa a relação entre a demanda final (Y) e o valor da produção (X) e é conhecido como a matriz Leontief. Ela nos permite calcular o impacto direto e indireto de uma variação da demanda final nos diferentes setores da economia. Esses impactos são os multiplicadores da economia.

Um processo alternativo para determinar o efeito multiplicador do turismo pode ser calculado com base em modelos de base econômica, que, em parte enfeixa princípios da economia keynesiana, porém, fornece mais informação do que os simples multiplicadores Keynesianos ortodoxos. No entanto, os multiplicadores determinados pelo método de base econômica, centram-se no lado da procura de produtos e serviços de uma região,

ignorando o lado da oferta. Uma região, enquanto espaço aberto sofre influências externas, quer através da procura dos seus produtos quer de políticas económicas governamentais. Desta forma, o crescimento económico regional depende das relações da região com o exterior.

O modelo de base económica classifica as actividades económicas de uma região em dois grandes grupos: actividades básicas e actividades não básicas. As primeiras são as actividades exportadoras que influenciam o nível de produção e o nível de emprego da região e são, por sua vez, influenciadas pela procura externa que dependerá das vantagens comparativas da região. O turismo é por excelência uma actividade orientada para a exportação, logo, em termos gerais, será considerada uma actividade básica. As actividades não básicas são todas aquelas que derivam da dinâmica das actividades básicas, que funcionam como seu suporte.

Um modelo de base económica elaborado obriga a que se obtenha um quadro detalhado das inter-relações existentes na economia regional. Através deste quadro, é possível determinar o impacto directo e indirecto de uma unidade monetária despendida na região. Estamos assim, perante o multiplicador regional, onde cada unidade monetária que penetra na região através de uma actividade básica irá estimular outras actividades económicas da região, desde que continue a ser aí reempregados. Em termos de formalização, um modelo de base económica puro, apresenta a seguinte configuração: $E = D + X + I$, onde:

E = Despesas totais na região

D = Produção da região

X = Exportações da região

I = Investimento na região

A renda da região será a soma do consumo com a poupança, ou, $Y = C + S$, onde:

Y = Rendimento da Região

C = Consumo

S = Poupança

O consumo será obtido, em modelo aberto, pela adição das importações às despesas efetuadas na região, ou, $C = D + M$ ou ainda, $D = C - M$, onde:

D = Despesas

M = Importações

Os pressupostos técnicos do modelo são os seguintes:

- a) O consumo é uma função linear do rendimento, ou, $C = cY$ (onde c é a propensão marginal para consumir)
- b) As importações é uma função linear do rendimento, ou, $M = mY$ (onde m é a propensão marginal para importar)
- c) As exportações é uma variável exógena, ou, $X = X'$
- d) O investimento é também uma variável exógena, ou, $I = I'$

A condição de equilíbrio do modelo é a de que o rendimento regional é igual às despesas totais, ou $Y = E$

Efetuando-se as substituições necessárias obtém-se a fórmula do multiplicador, que é dada por: $K = 1/[1-(c-m)]$

A utilização deste tipo de modelos nos estudos de avaliação do impacto econômico do turismo a nível regional apresenta as seguintes limitações:

- São modelos estáticos, onde a estrutura econômica e tecnológica da região, bem como as preferências dos consumidores são, normalmente, consideradas como dados conhecidos;
- incluem multiplicadores que são calculados com base numa conhecida relações de troca;
- Atribuem grande relevância à procura externa como fator dinamizador da economia regional, deixando pouco espaço aos

fatores endógenos de desenvolvimento, já que, na maioria dos casos, são eles que estão na base do dinamismo local, uma vez que a capacidade de exportar das atividades básicas da região dependerá desses fatores endógenos de desenvolvimento;

- É um modelo de curto prazo e não espacial;
- Ignora restrições à capacidade de produção;
- Divide a região de um lado e o resto do mundo do outro, não mostrando as interligações entre as diferentes regiões.

Apesar das limitações referidas, o modelo de base econômica, segundo alguns autores, continua a funcionar como um dos mais coerentes e que melhor explica o nível de atividade econômica de uma região. No entanto, esta opinião não é partilhada por muitos investigadores, sendo considerado um método com grandes limitações, para ser utilizado na avaliação do impacto econômico do turismo.

Como o foco do presente estudo está dirigido para a avaliação do impacto do turismo na economia do Ceará, o multiplicador a ser considerado avaliará o rendimento gerado direta e indiretamente, inclusive os efeitos induzidos pelas despesas turísticas. Embora existam outros tipos de multiplicadores como o multiplicador do emprego, multiplicador dos tributos, multiplicador do investimento, etc., somente o da renda será analisado.

Ademais, será feita a opção por índices calculados com base em modelos *Keynesianos*, que serão utilizados, complementarmente, na estimação de um modelo econométrico, com base em regressão linear múltipla, a ser formulado. Essa opção metodológica foi assumida em razão da dificuldade técnica de definir-se os coeficiente intersetoriais e a indisponibilidade de informações da base de dados.

Os multiplicadores turísticos que são calculados com base no modelo de Keynes dependem da propensão marginal para consumir. A fórmula geral deste tipo de multiplicador é: $K = 1/(1 - \beta)$, onde: β é a

propensão marginal para consumir. Pertinente ao modelo econométrico proposto, sua representação genérica está expressa por:

$$\text{PIBCE}_{\text{TUR}} = K_{\text{FI}} * (\text{DT}_{\text{FI}} * \text{GP}_{\text{FI}}) + K_{\text{FE}} * (\text{DT}_{\text{FE}} * \text{GP}_{\text{FE}}), \quad \text{Onde:}$$

$\text{PIBCE}_{\text{TUR}}$ = PIB do Turismo do Ceará;

K_{FI} e K_{FE} , = Multiplicadores proporcionados pelos fluxos nacional e externo,

DT_{FI} e DT_{FE} = Despesas dos turistas nacionais e oriundos do exterior, e,

GP_{FI} e GP_{FE} = Gastos per capita durante o período de permanência no destino.

Essa generalização é apenas uma referência básica, havendo um maior detalhamento no capítulo que trata do modelo econométrico e seus desdobramentos.

Segundo alguns analistas modernos, os multiplicadores calculados com base em modelos *Keynesianos*, embora sejam os mais simples e os mais fáceis de aplicar, na medida em que necessitam de poucos dados, não fornecem informações precisas. No entanto, eles têm sido utilizados em vários estudos de avaliação do impacto econômico do turismo. Embora a utilização deste tipo de multiplicador, na sua forma mais simples, possa fornecer resultados imprecisos sua adoção tem se generalizado nos documentos de análise e estudos técnicos, sendo crescente sua credibilidade e todos os órgãos que tratam do assunto aceitam como uma verdade sem impor contestações.

Mesmo com a simplicidade do cálculo matemático o resultado final do multiplicador ainda comporta controvérsias porquanto a determinação da propensão marginal a consumir revela resultados diversos dependendo do modelo e parâmetros que se venha a adotar. Igualmente sofre variações induzidas pelas políticas macroeconômicas aplicadas, especialmente fiscal e financeira, elevando seu grau de imprecisão como estimador do processo de desencadeamento da geração de renda.

5.2.1 Dimensionamento utilizado para o multiplicador da renda

Empiricamente, diante da incontestável certificação de que os gastos turísticos geram um efeito cascata é inevitável seu uso como instrumento de ponderação para fixação do valor final quando se converte receita turística direta em renda turística global.

Ruschmann Consultores, ao produzir um relatório técnico de acompanhamento do Projeto Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste (PRODETUR/NE I), no capítulo referente ao desempenho do referido programa no Ceará, explicita que o multiplicador dos gastos turísticos utilizado foi de: 1996 = 1,34; 1997 = 1,43; 1998 = 1,53; 1999 = 1,64; 2000 = 1,75 e 2001 = 1,75. Esses indicadores foram determinados por Ferreira; Oliveira (2002) no trabalho Estruturação da Matriz Insumo Produto do Turismo no Ceará.

A Secretaria do Turismo do Ceará (SETUR) ao fazer uma análise do impacto econômico do turismo no Estado para justificar a viabilidade da implantação de um novo centro de convenções destaca, em forma de esclarecimento adicional, 32 simulações para dimensionar o multiplicador da renda proporcionada pelo turismo, utilizando-se da fórmula $K = 1/(1-c+m)$, onde K é o multiplicador; C = propensão marginal a consumir e M = propensão marginal a importar. Dentre as alternativas consideradas viáveis, foi escolhido o índice de 1,75 para os gastos dos turistas nacionais e 2,85 para os internacionais.

Em relatório editado pela Superintendência de Desenvolvimento do Turismo do Estado da Bahia (SUDETUR) sobre o desempenho do turismo na Bahia (2002) encontra-se textualmente que a receita derivada do turismo na Bahia eleva-se para 1,85 se considerarmos a receita no global e para 2,35 quando se referir apenas a receita gerada pelo segmento internacional. No mesmo relatório – Desempenho do Turismo na Bahia 2002 – consta a informação de que foi estimado para o ano de 1984 o multiplicador dos gastos turísticos internacionais no Brasil, ficando próximo

de 2,85 conforme estudo realizado pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE) de São Paulo.

A Empresa Pernambucana de Turismo (EMPETUR) ao estudar a receita e a renda turística de Pernambuco, contando com a assessoria técnica da consultora Tecnologia e Consultoria Brasileira S.A. (TC/BR), quando da formulação do Plano de Desenvolvimento Turístico Integrado Sustentável (PDTIS), para o Pólo da Costa dos Arrecifes, fez incluir na medição da receita turística total o multiplicador de 1,75 para o fluxo nacional e 2,85 para o fluxo internacional para fins de obtenção da renda turística total (direta e indireta) do Estado.

Seqüenciada a coleta de informações sobre o dimensionamento do multiplicador da renda no turismo encontra-se no projeto PRODETUR/NE – II, para a Região Turística de Salvador (BA) e entorno, que o impacto no PIB calculado como a participação que o efeito total dos gastos turísticos (efeitos diretos mais efeitos indiretos) tem no PIB regional é significativo. Para melhor estimar esse impacto é necessário que os gastos de cada segmento sejam multiplicados pelo seu respectivo multiplicador. Assim, a BAHIAATURSA calcula o multiplicador dos gastos totais (MGT) da seguinte forma: GT (Gastos Totais) = GD (Gastos Diretos) + $GIND$ (gastos Indiretos) + $GIDZ$ (Gastos Induzidos), passando a utilizar em seus cálculos os seguintes multiplicadores: MTG – Internacional 2,85 e MTG – Nacional 1,75 citando como fontes respectivamente a FIPE (São Paulo) e a EMBRATUR/OMT.

Com base nas informações relatadas, é notório que na análise da economia do turismo dos principais pólos do Nordeste (Ceará, Bahia e Pernambuco) e também para o próprio país como um todo, há uma aceitação generalizada no que se refere à expressão numérica do multiplicador da renda no turismo. Oriundos de diversas instituições oficiais, tais como secretarias de estados, empresas públicas administradoras do turismo, Banco do Nordeste (atuando como agência de desenvolvimento), EMBRATUR e Organização Mundial do Turismo (OMT), têm fixado o efeito

multiplicador da renda do turismo no patamar de 1,75, para os gastos efetuados por visitantes nacionais e em 2,85 para o fluxo turístico internacional, o que presentemente tornou-se um padrão consensual. Assim, para o Estado do Ceará, visto que a SETUR utiliza continuamente esses coeficientes, os mesmos serão empregados neste trabalho para a conversão do valor da receita turística direta em renda global gerada, PIB do Turismo, a ser apurado para fins de cálculo do impacto do turismo na economia do Ceará. Sintetizando as informações declinadas anteriormente fazemos os seguintes destaques:

QUADRO – 3 - Multiplicador da renda – valores referenciais.

Instituição e/ou Documento Referencial	Multiplicador da Renda	
	Interno(a)	Externo(b)
SETUR – Secretaria de Turismo do Ceará Valor dos Agregados Turísticos do Ceará	1,75	2,85
SUDETUR – Superintendência do Turismo da Bahia Desempenho do Turismo na Bahia (1984)	1,35	2,74
SUDETUR – Superintendência do Turismo da Bahia Relatório FIPE/EMBRATUR/OMT (1988)	1,75	2,85
Impactos Econômicos do Turismo em Macaé(RJ) Barbosa L. (Tese de Mestrado)	1,42	-
Banco do Nordeste do Brasil Relatório PRODETUR/NE I	1,75	2,85
Banco do Nordeste do Brasil Relatório Ruschmann Consultores e Assuero Ferreira	1,34	-
Banco do Nordeste do Brasil Relatório PRODETUR/NE II – FIPE/EMBRATUR/OMT	1,75	2,85
EMPETUR – Empresa Pernambucana de Turismo Relatório TC/BR Consultores (Pólo dos Arrecifes)	1,75	2,85
Fundação IBGE - Conta Satélite do Turismo – 1999	2,03	-

Fonte: Textos anteriores

(a) Fluxo Turístico Interno (b) fluxo Turístico Externo

Vale ressaltar que a valoração dos coeficientes a serem aplicados (1,75 e 2,85) tende a subestimar os resultados alcançados porquanto na medida em que a economia se diversifica e se integra em maior nível a tendência do multiplicador é de elevação. Atentemos ainda para o fato de que a multiplicação da renda direta pelos fatores indicados produz a renda

total gerada que é também o valor do PIB turístico, ou seja, o resultado final já está somado ao valor originalmente apurado. A agregação matematicamente complementar é na verdade de 75% para as despesas nacionais e 185% o adicional produzido pelos gastos do turismo internacional.

6. IMPACTO DO TURISMO NA ECONOMIA DO CEARÁ

Conforme foi abordado anteriormente, o turismo não pode ser considerado como um setor econômico independente e autônomo dentro de uma estrutura produtiva, tendo em vista que sua oferta e demanda não se restringem a um único bem ou serviço, mas sim, a um conjunto mais amplo que são produzidos e demandados por diversos entes econômicos. Dessa forma, a análise da contribuição do turismo para a economia do Ceará foi feita levando-se em consideração o global da movimentação turística, ou seja, não foram particularizados somente os segmentos que ofertam e demandam bens essencialmente turísticos, mas toda a cadeia produtiva do sistema.

Assim, para uma análise mais detalhada e fidedigna, além dos setores diretamente turísticos como hotelaria, alimentação, transporte, entretenimento, etc, adicionaram-se os segmentos conexos e/ou complementares como, casas de câmbio, lojas de artesanatos, comércio varejista e outros serviços. Metodologicamente, o procedimento ideal seria o da formulação de uma matriz de insumo-produto para formatar todos inter-relacionamentos, o que não está disponível na base de dados utilizada. Assim, a limitação ditada por informações não detalhadas obrigou a utilização de um instrumental analítico mais adequado para o presente caso. Aliás, na referência inserida sobre o efeito multiplicador (capítulo 5) são comentadas as razões da não utilização de modelo de insumo-produto, que apesar de permitir identificar as ligações intersetoriais, bem como analisar os impactos econômicos na produção renda e emprego resultantes de variações na demanda final (gastos dos turistas, investimentos etc.), é impossível, face a inexistência de informações, para sua formatação.

Dentre os métodos de avaliação passíveis de aplicação para estimação PIB turístico do Ceará o escolhido foi o da teoria do multiplicador da renda a partir do modelo keynesiano. Ademais, a formulação dos modelos econométrico e estatístico de impacto econômico limitou-se tão

somente aos aspectos da renda, abstraindo-se outros também importantes, como a geração de empregos e tributos.

Posto isso, neste capítulo será apresentado um modelo econométrico especialmente construído para explicar a atração da demanda turística para o Ceará e um outro modelo estatístico descritivo que permite inferir a demanda do turismo no Estado, tendo por base o período de 1996 a 2005.

6.1 O modelo econométrico de atração de demanda

Para a viabilização do turismo como uma estratégia de desenvolvimento para o crescimento econômico de uma área geográfica que apresente vocação para esse fim, deve-se implementar ações para atração de demanda turística tanto interna como do exterior. Partindo dessa premissa é necessário ter-se o conhecimento de como as principais variáveis interagem e condicionam a dinâmica dessas demandas. Para tanto, uma ferramenta de grande poder de análise está na econometria, visto que permite a formulação de modelos através dos quais se podem quantificar as relações entre diversas variáveis que interferem nas relações e testar hipóteses de adequação e confiabilidade das variáveis explicativas do objeto que se investiga. Como bem define os economistas, um modelo é a representação simplificada de um processo do mundo real.

Para conferir maior racionalidade, precisão e confiabilidade ao processo de estimação, segmentou-se a demanda turística em dois fluxos distintos no que respeita a sua origem, como sendo, turismo interno e turismo externo. A necessidade dessa divisão se justifica em função de que os mencionados segmentos apresentam condicionamentos diferenciados gerados por diferentes variáveis tornando assim o seu conhecimento individualizado importante para explicar com maior fidelidade os movimentos da economia do turismo.

É indiscutível que o estudo da demanda turística é muito relevante para a economia do turismo, pois dela depende a geração de renda direta, indireta e induzida que somadas constituem o PIB do turismo.

6.1.1 Apresentação do modelo econométrico

De início, é importante ressaltar que tecnicamente os modelos explicitados a seguir foram elaborados a partir de séries temporais, com dados em painel, contando com 84 observações de periodicidade mensal que abrange o período de 1999 a 2005. Em ambos os casos a variável dependente é a demanda turística do Ceará, vez que esse agregado é fundamental posto que no caso do turismo a oferta não pode ser deslocada para atender os consumidores, ocorrendo uma relação inversa aos bens de consumo em geral, onde o produto gerado é deslocado para atender o consumidor na sua origem. Ademais, a demanda é o principal agregado na formação da renda do turismo e é através que deriva diretamente o dimensionamento do PIB do setor que é o objeto fundamental para a relação que se pretende quantificar, ou seja, determinar o percentual de participação do PIB do turismo face ao PIB total do Ceará.

6.1.1.1 Fluxo turístico externo

O modelo proposto para inferir a demanda produzida pelo fluxo turístico externo no Ceará sugere que as variáveis explicativas de sua dimensão sejam correlacionadas diretamente com o número de turistas que desembarcam no Brasil. Entre as variáveis que explicam o turismo internacional destaca-se a taxa de câmbio, pois o viajante ao fazer sua opção por um destino turístico considera o poder de compra de sua moeda para onde se desloca. Paralelamente, a oferta hoteleira, como indicativo da disponibilidade de infra-estrutura receptiva, é sempre analisada por quem vem do exterior e necessita de serviços de turismo como os ofertados pela rede hoteleira. Complementando o modelo incluiu-se uma variável *dummy*, no caso representativo da sazonalidade da atividade turística, que denota com nitidez dois períodos distintos, como sendo, alta e baixa estação.

Atribuiu-se o valor 1 para os meses de janeiro, fevereiro, julho e dezembro (alta-estação) e 0 para os demais meses do ano (baixa-estação). No período de alta estação turística as motivações que interferem sobre a demanda são bastante diferenciadas face a presença do grande número de consumidores e a alteração de preço no mercado de serviços diretamente turísticos. A função matemática do modelo que se propõe a explicar a atração turística do Ceará, com origem no exterior, está formulada do seguinte modo:

$$\mathbf{DTCE_{FE} = f (DTBR_{FE}; TXUS; OFH_{CE}; EST_{FE}) \text{ onde:}} \quad (1)$$

DTCE_{FE} = Demanda Turística do Ceará pelo Fluxo Turístico Externo

DTBR_{FE} = Demanda Turística do Brasil pelo Fluxo Turístico Externo

TXUS = Taxa de Câmbio (Base: Dólar Americano)

OFH_{CE} = Oferta Hoteleira do Ceará

EST_{FE} = Efeito da Sazonalidade no Turismo (Variável tipo Dummy) sendo:

1 – Na Alta Estação (meses de dezembro, janeiro, fevereiro e julho).

0 – Demais meses do Ano

6.1.1.2 Fluxo turístico interno

A explicação dos condicionamentos que afetam diretamente a demanda turística do Ceará pelo fluxo turístico interno não está vinculada diretamente a taxa de câmbio, porém é influenciada pelo PIB *per capita* do Brasil. A medida que as famílias passam a dispor de maior renda, o consumo de um bem superior, como é o caso do turismo, tende a elevar-se. Para não gerar viés, admitiu-se que a inserção do PIB no modelo concebido fosse feita a preços constantes, para o que se utilizou o índice IGP-DI da FGV como deflator.

Seguindo o rigor técnico na formulação do modelo de atração da demanda gerada pelo fluxo interno, depurou-se a demanda turística total do Brasil excluindo-se a parcela que visita o Ceará. Esse procedimento evita a colineariedade entre essas variáveis tornando o modelo mais robusto.

Quanto a variável oferta hoteleira, foram mantidos os mesmo dados anteriormente utilizados no fluxo internacional.

Na variável *dummy* (sazonalidade no turismo), no contexto nacional, decorre da observação empírica de que a alta estação ocorre somente durante três meses do ano, como sendo, Janeiro, Julho e Dezembro.

Observadas essas diretrizes a função genérica que expressa a demanda turística do Ceará formada pelo fluxo interno é:

$$DTCE_{FI} = f (DTBREXCE_{FI}; PIBK_{PC}; OFH_{CE}; EST_{FI}) \text{ onde:} \quad (2)$$

$DTCE_{FI}$ = Demanda Turística do Ceará pelo Fluxo Turístico Interno

$DTBREXCE_{FI}$ = Demanda Turística do Brasil pelo Fluxo Turístico Interno, exceto a parcela que compõe a $DTCE_{FI}$

$PIBK_{PC}$ = PIB Per Capita a preço constante

OFH_{CE} = Oferta Hoteleira do Ceará

EST_{FI} = Efeito da Sazonalidade no Turismo (Variável tipo Dummy) sendo:
1 – Na Alta Estação (meses de dezembro, janeiro e julho).

0 – Demais meses do Ano

Repetimos que em ambos os modelos concebidos, a variável dependente (explicada) reporta-se à demanda turística do Ceará, segmentada quanto a origem dos seus visitantes, ou seja, se são procedentes do exterior ou se a movimentação se dá internamente no país.

6.2 Resultados

As funções básicas modeladas na forma anterior para exprimir a demanda turística do Ceará tanto no segmento externo como interno, podem numa formatação econométrica ser expressas da seguinte forma:

$$DTCE_{FE} = \beta_0 + \beta_1 DTBR_{FE} + \beta_2 TXUS + \beta_3 OFH_{CE} + \beta_4 EST_{FE} + \varepsilon \quad (1)$$

$$DTCE_{FI} = \beta_0 + \beta_1 DTBREXCE_{FI} + \beta_2 PIBK_{PC} + \beta_3 OFH_{CE} + \beta_4 EST_{FI} + \varepsilon \quad (2)$$

Na expressão que representa a demanda turística do Ceará originária do exterior (variável explicada), observa-se que a correlação esperada com a demanda turística interna nacional é positiva, assim como com a oferta hoteleira e com a variável representativa da sazonalidade por causa da alta-estação. Pertinente à relação com a taxa de câmbio, o coeficiente esperado é negativo determinando que a valorização do real frente às moedas estrangeiras reduz a demanda turística externa na direção do Ceará. Esta constatação tem um caráter explicativo compreensível, pois se com um dólar compra-se cada vez menos real o destino Ceará perde atratividade.

Para a demanda constituída por turistas nacionais a variável oferta hoteleira perde muito sua significância. Isso se explica pelo fato de que o perfil da demanda turística interna revela que apenas 49% utiliza a rede hoteleira constatando-se que a parcela restante, ou seja, 51% do total, constitui uma demanda extra-hoteleira originada pelo denominado “turismo de raiz”. Esse segmento turístico é o fluxo especialmente constituído pelos que mantêm vínculo com o Ceará e que exercem atividades profissionais fora do Estado, mas periodicamente voltam como visitantes, utilizando a casa de parentes e amigos como meio de hospedagem. Soma-se a este desvio da demanda hoteleira a parcela dos turistas que optam pela forma de “pacotes” turísticos fechados, caso em que a oferta hoteleira deixa de ser uma escolha deliberada do consumidor. Esses comentários acerca da demanda hoteleira e demanda extra-hoteleira estão detalhados no estudo da demanda turística do Ceará constante do capítulo 4. Como o volume dessa demanda é alto em relação ao global, a oferta hoteleira é irrelevante para atender o segmento da demanda interna.

Considerando que a oferta hoteleira não é uma variável significativamente esperada para a formulação de um modelo de atração turística para o mercado interno, é coerente e metodologicamente correta

sua exclusão. Assim, fica o modelo proposto para o caso do fluxo interno restrito às outras variáveis explicativas, no caso, a demanda turística nacional, com o expurgo referido, evolução do PIB *per capita* brasileiro a preço constante e o efeito da sazonalidade do turismo.

A base de dados disponibilizada para a análise econométrica do presente caso compreende uma série temporal constituída por 84 informações mensais observadas no período de 1999 a 2005, permitindo a aplicação do método de regressão linear múltipla pelo processo dos mínimos quadrados ordinários, técnica esta perfeitamente adequada ao caso que se analisa. A Tabela 20 mostra os resultados paramétricos e os testes de consistência que apresentaram os seguintes valores:

TABELA – 20 - Resultados Paramétricos do Modelo de Atração da Demanda Turística do Ceará

	Demanda Externa	Demanda Interna	
		Modelo 1 (a)	Modelo 2 (b)
C (Intercepto)	- 31479,22	49281,49	56341,61
P-Valor	0,0000	0,0053	0,0000
DTBR (Demanda Turística Brasil)	0,014497	0,047336	-
P-Valor	0,0001	0,0008	-
DTBEXCE (Demanda Turística do Brasil Exceto do Ceará)	-		0,033473
P-Valor			0,0140
TXUS (Taxa de Câmbio)	- 1,166278	-	-
P-Valor	0,0536	-	-
OFH (Oferta Hoteleira)	4,674789	- 0,642580	-
P-Valor	0,0000	0,8243	-
PIBKPC (PIB Per Capita Constante)	-	70,21279	64,48041
P-Valor	-	0,0037	0,0000
AEST (Sazonalidade Alta Estação)	2670,985	47839,81	50427,85
P-Valor	0,00980	0,0000	0,0000
R ²	0,722294	0,765435	0,747002
R ² - Ajustado	0,708233	0,753559	0,737515
F - Estatístico	51,36829	64,44849	86,94773
Probabilidade F-Estatístico	0,000000	0,00000	0,00000
Teste de Durbin-Watson	1,415145	1,701721	1,769028

(*) DTCE = Demanda Turística do Ceará

Obs: Os coeficientes paramétricos e os testes de consistência foram obtidos por processo computadorizado utilizando-se o software Eviews.

(a) Modelo 1 incluindo a variável oferta hoteleira

(b) Modelo 2 excluindo a variável oferta hoteleira

Dos resultados obtidos, conforme o esperado, depreende-se que a variável oferta hoteleira do Ceará (OFH), no modelo 1 que explica a demanda turística interna do Ceará, está correlacionada negativamente na equação, sinalizando uma impropriedade, o que é comprovado pela elevada probabilidade (0,8243) de se cometer erro na sua interpretação. A inclusão dessa variável distorce a adequação do modelo proposto para explicação da variável dependente estudada.

Para solucionar o problema identificado e adequar o modelo a uma forma consistente, optou-se pela exclusão da oferta hoteleira do Ceará no rol das variáveis explicativas. Agora se considera somente que a demanda hoteleira do Ceará, gerada pelo fluxo turístico interno, seja dependente essencialmente da demanda turística nacional, exclusive a parcela do Ceará; do PIB per capita a preço constante, e da *dummy* interpretativa do fenômeno da sazonalidade, isto é, concentração na alta-estação turística.

Adotado o procedimento de exclusão da variável que estava distorcendo o modelo, sua nova configuração, na expressão econométrica, fica explicado do seguinte modo:

$$DTCE_{FI} = \beta_0 + \beta_1 DTBREXCE_{FI} + \beta_2 PIBK_{PC} + \beta_3 EST_{FI} + \varepsilon \quad (3)$$

Verifica-se que o resultado obtido desta expressão feita é coerente, demonstrando todos os coeficientes positivos, significando que a demanda turística motivada pelo fluxo interno decorre diretamente das variáveis explicativas que compõem o modelo (ver tabela anterior – Tabela 20).

Como foi comentado no cálculo dos índices indicativos do desempenho do fluxo turístico externo, essa situação também se obteve neste caso do fluxo interno, ficando patente que o modelo é consistente para os dois fluxos, comprovado através do R2 (ajustado) ao explicar que mais de 70% da demanda turística no Ceará depende das variáveis explicativas inseridas com nível de confiabilidade acima de 95%.

6.3 Determinação do PIB do Turismo do Ceará

Seguindo a mesma metodologia utilizada anteriormente, utilizar-se-á para determinar o PIB do turismo no Ceará como variáveis condicionantes a origem dos fluxos geradores de renda, e também, por sua natureza direta e indireta. Desta forma, o somatório da renda direta gerada pelo turismo no Ceará com os gastos indiretos e induzidos, que são quantificados pelo efeito multiplicador, compõem o PIB - Produto Interno Bruto do Turismo.

6.3.1 Apresentação do modelo estatístico

Seguindo o objetivo central de determinar o impacto da economia do turismo no PIB do Ceará é necessária a determinação da renda direta e indireta para que seja estimada sua relação face o conjunto das atividades econômicas estaduais. Na forma seletiva das variáveis escolhidas podemos enunciar que o PIB do Turismo no Ceará, de forma genérica, tem a seguinte expressão:

$$\text{PIBCE}_{\text{TUR}} = f (\text{DT}_{\text{T}}; \text{GP}_{\text{T}}; \text{K})$$

A equação anterior resume a expressão mínima do PIB Turístico do Ceará condicionando-o a uma função da demanda turística total, dos gastos per capita e do multiplicador da renda que são as variáveis que condicionam diretamente o agregado em estudo.

Tomando por base a função do $\text{PIBCE}_{\text{TUR}}$ anterior, podemos escrever as seguintes relações dado a interdependência das diversas variáveis:

$$\begin{aligned} \text{RD}_{\text{T}} &= (\text{DT}_{\text{FI}} * \text{GP}_{\text{FI}}) + (\text{DT}_{\text{FE}} * \text{GP}_{\text{FE}}) && \text{(Renda Direta Total)} \\ \text{RI}_{\text{T}} &= \text{K}_{\text{FI}} * \text{RG}_{\text{FI}} + \text{K}_{\text{FE}} * \text{RG}_{\text{FE}} && \text{(Renda Indireta Total)} \\ \text{RG}_{\text{FI}} &= \text{K}_{\text{FN}} * (\text{DT}_{\text{FI}} + \text{GP}_{\text{FI}}) && \text{(Renda do Fluxo Interno)} \\ \text{RG}_{\text{FE}} &= \text{K}_{\text{FE}} * (\text{DT}_{\text{FE}} + \text{GP}_{\text{FE}}) && \text{(Renda do Fluxo Externo)} \end{aligned}$$

Reescrevendo o modelo final de uma forma mais detalhada para apuração do PIB do turismo no Ceará temos:

$$\text{PIBCE}_{\text{TUR}} = K_{\text{FI}} * (\text{DT}_{\text{FI}} * \text{GP}_{\text{FI}}) + K_{\text{FE}} * (\text{DT}_{\text{FE}} * \text{GP}_{\text{FE}})$$

Da forma como foram tratadas as informações e face à disponibilização de informações da base de dados, o modelo é robusto e traduz com segurança a valoração do PIB do turismo no Ceará. Note-se que as variáveis explicativas – demanda turística e gastos per capita – tanto para o fluxo turístico interno como externo, foram coletadas mediante pesquisa direta, realizada sistematicamente pela SETUR/CE, durante um período de 10 anos. Quanto aos parâmetros dos multiplicadores adotou-se os valores convencionais que têm aceitação generalizada por todas as instituições que investigam o setor de turismo no Nordeste.

6.3.2 Variáveis e formulação de hipóteses

O objetivo central nesta etapa é encontrar dados que permitam o cálculo da relação que represente o impacto do PIB turístico do Estado sobre o total do PIB da economia cearense, e como este índice evoluiu no período de 1996 a 2005. Por não se tratar de um modelo econométrico, como foi formulado para o estudo de atração da demanda, omite-se a expressão variável dependente e procura-se explicar o fenômeno através de um índice confiável e consistente, que será tratado utilizando-se como ferramenta básica a estatística descritiva. É importante esclarecer que a substituição da econometria pela estatística não invalida os conceitos emitidos que estão determinados por procedimentos matematicamente corretos. A estatística, assim como a econometria, também pode ser utilizada para inferir resultados sem distorcer o foco da análise. No presente caso em que nem todas variáveis estão disponíveis em número suficiente de observações para referendar uma análise de regressão, é mais indicado o uso da estatística descritiva.

Para o fim que se busca, as variáveis que integram a análise serão tratadas com a periodicidade anual, visto não existir disponibilidade de dados confiáveis que possam compor uma série histórica com intervalos de tempo mais próximos. Dessa forma, os dados intervenientes a serem tratados estão especificados a seguir:

- PIBCE_{TUR}** - PIB do Turismo do Ceará está calculado pelo somatório das despesas diretas e indiretas geradas pelos fluxos turísticos interno e externos, avaliado a preço de mercado e valores correntes. É um valor importante no contexto porquanto representará o numerador da fração que se analisa, ou seja, **PIBCE_{TUR} / PIB_{CE}**.
- PIB_{CE}** - PIB - Produto Interno Bruto do Ceará, a preço de mercado e valores constantes. Os valores utilizados foram obtidos junto ao IPECE – Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará e ao IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, constantes das publicações “Anuário Estatístico” de ambas as instituições.
- RD_T** - Renda Direta Total proporcionada conjuntamente pelos fluxos turísticos interno e externo atraídos pelo Estado. Reporta-se a gastos com produtos e serviços essencialmente de cunho turístico.
- RI_T** - Renda Indireta Total oriunda conjuntamente dos fluxos interno e externo. Estes valores são adicionados a economia pelo encadeamento das despesas que impactam a cadeia da economia do turismo, estando vinculada ao valor dos multiplicadores da renda que serão utilizados no modelo de avaliação.
- RG_{Fi}** - Renda Gerada no Ceará pelo fluxo turístico interno. São dispêndios diretos realizados nas viagens de turistas nacionais ao Ceará.
- RG_{FE}** - Renda Gerada no Ceará exclusivamente pelo fluxo turístico externo. Igualmente ao item anterior, são despesas diretas

realizadas por turista internacionais e estão calculadas em moeda brasileira.

- DT_{FI}** - Demanda Turística do Ceará oriunda do fluxo interno. Reporta-se a quantidade de turistas oriundos dos estados da federação que visitaram o Ceará a cada ano.
- DT_{FE}** - Demanda Turística do Ceará oriunda do fluxo externo. Contagem de turistas estrangeiros que ingressaram no Ceará, segundo dados cedidos pela Polícia Federal à EMBRATUR e Ministério do Turismo.
- GP_{FI}** - Dispêndio Per Capita do turista no Ceará incluído no fluxo interno. É o somatório dos gastos efetuados durante o seu período de permanência no Estado.
- GP_{FE}** - Dispêndio Per Capita do turista no Ceará incluído no fluxo externo. Os valores estão contabilizados em moeda nacional e referem-se aos gastos durante toda a permanência do turista estrangeiro no Ceará.
- K_{FI}** - Multiplicador da Renda Gerada pelo Fluxo Turístico Interno.
- K_{FE}** - Multiplicador da Renda Gerada pelo Fluxo Turístico Interno.

Destaque-se que o multiplicador do fluxo interno assume a expressão de 1,75, ou seja, para cada real desembolsado pelo turista nacional em sua viagem ao Ceará proporciona a multiplicação de uma renda indireta e induzida nesse montante. Da mesma forma, o multiplicador da renda produzido pelos gastos dos turistas estrangeiros é de 2,85, o que gera um encadeamento ainda mais significativo para a economia global. A valoração desse coeficiente é aceita por todas as instituições públicas e privadas que investigam e analisam as atividades turísticas no Nordeste brasileiro e em grande parte do País. Na análise do efeito multiplicador do turismo (capítulo 5) o tratamento metodológico desses parâmetros está convenientemente detalhado. Assim, diante da impraticabilidade de se produzir um dimensionamento próprio e exclusivo para os valores dos índices multiplicadores, por recorrência, serão verdadeiros os valores praticados na forma comentada.

6.3.3 Renda Gerada pelo turismo

Partindo do referencial estatístico estudado e utilizando o banco de dados cedido pela Secretaria de Turismo do Ceará (SETUR) foi determinada, de início, a renda direta total proporcionada pelos fluxos turístico interno e externo que experimentou a seguinte evolução:

TABELA – 21 - Renda direta gerada pelo turismo – 1996/2005 – R\$ 1.000.

Ano	Fluxo Turístico Nacional (a)			Fluxo Turístico Internacional (b)			Fluxo Turístico Total (a+b)		
	Nº de Turistas	Gasto Per Capita	Receita Turística	Nº de Turistas	Gasto Per Capita	Receita Turística	Nº de Turistas	Gasto Per Capita	Receita Turística
1996	733.038	659,39	483.358	40.209	868,93	34.939	773.247	671,58	519.297
1997	914.710	692,37	633.318	55.290	826,26	45.684	970.000	700,00	679.002
1998	1.218.379	551,46	671.887	79.149	791,42	62.640	1.297.528	566,10	734.527
1999	1.296.850	556,23	721.347	91.640	739,69	67.785	1.388.490	568,34	789.132
2000	1.387.281	613,13	850.584	120.633	739,69	89.231	1.507.914	623,25	939.815
2001	1.458.178	546,34	796.661	172.894	1.122,60	194.091	1.631.072	607,42	990.752
2002	1.446.927	563,43	815.242	182.495	1.854,20	338.382	1.629.422	708,00	1.153.624
2003	1.356.539	734,94	996.975	194.318	1.553,55	301.883	1.550.857	837,51	1.298.858
2004	1.534.544	859,74	1.319.309	249.810	1.667,77	416.626	1.784.354	972,86	1.735.934
2005	1.703.060	1.033,66	1.760.385	265.796	1.915,30	509.079	1.968.856	1.152,68	2.269.464

Fonte: SETUR - Secretaria de Turismo do Ceará Para que seja somada a renda direta

Tendo como referencial a renda direta gerada pelo turismo no Ceará como está determinada na tabela anterior (Tabela 21) se faz necessário ser calculada a renda indireta e induzida. Isto pode ser obtido consoante está especificado nas equações do modelo estatístico através do produto da renda direta gerada pelo multiplicador de 0,75 para a renda proporcionada pelo fluxo turístico interno e de 1,85 para as despesas totais efetuadas pelos turistas estrangeiros. Dessa forma os valores em questão assumem os seguintes montantes:

TABELA – 22 - Receita turística indireta – Ceará – 1996/2005 – R\$ 1.000

Ano	Fluxo Interno			Fluxo Externo			Receita Indireta Total		
	Receita Direta	Multiplificador	Receita Indireta	Receita Direta	Multiplificador	Receita Indireta	Receita Direta	Multiplificador (1)	Receita Indireta
1996	483.358	0,75	362.518	34.939	1,85	64.637	519.297	0,82	427.155
1997	633.318	0,75	474.988	45.684	1,85	84.515	679.002	0,82	559.504
1998	671.887	0,75	503.915	62.640	1,85	115.884	734.527	0,84	619.800
1999	721.347	0,75	541.010	67.785	1,85	125.403	789.132	0,84	666.413
2000	850.584	0,75	637.938	89.231	1,85	165.077	939.815	0,85	803.015
2001	796.661	0,75	597.496	194.091	1,85	359.068	990.752	0,97	956.564
2002	815.242	0,75	611.432	338.382	1,85	626.007	1.153.624	1,07	1.237.439
2003	996.975	0,75	747.731	301.883	1,85	558.483	1.298.858	1,01	1.306.214
2004	1.319.309	0,75	989.482	416.626	1,85	770.757	1.735.934	1,01	1.760.239
2005	1.760.385	0,75	1.320.289	509.079	1,85	941.796	2.269.464	1,00	2.262.085

Fonte: Quadro anterior – dados básicos: SETUR – Secretaria do Turismo do Ceará.

(1) Valor Médio do Multiplicador Obtido pela Divisão da Receita Indireta/Receita Direta.

Da forma como estão calculadas as receitas diretas e as receitas indiretas, a simples associação por soma desses valores resulta no PIB Turístico do Ceará, o que está consolidado na tabela que se segue:

TABELA – 23 - Determinação e evolução do PIB turístico do Ceará. R\$ 1.000

Ano	Receita Direta		Receita Indireta		PIB Turístico do Ceará	
	Valor	%	Valor	%	Valor	%
1996	519.297	54,9	427.155	45,1	946.452	100,0
1997	679.002	54,8	559.504	45,2	1.238.506	100,0
1998	734.527	54,2	619.800	45,8	1.354.327	100,0
1999	789.132	54,2	666.413	45,8	1.455.545	100,0
2000	939.815	53,9	803.015	46,1	1.742.830	100,0
2001	990.752	50,9	956.564	49,1	1.947.316	100,0
2002	1.153.624	48,2	1.237.439	51,8	2.391.063	100,0
2003	1.298.858	49,9	1.306.214	50,1	2.605.072	100,0
2004	1.735.934	49,7	1.760.239	50,3	3.496.173	100,0
2005	2.269.464	50,1	2.262.085	49,9	4.531.549	100,0

FONTE: Dados Básicos – SETUR Secretaria do Turismo do Ceará.

Da série temporal que se analisa deduz-se que o PIB Turístico do Ceará vem mostrando um crescimento ao longo de toda trajetória relatada cabendo a observação de que as receitas indiretas, embora não

destacadamente, cresceram mais rapidamente do que as receitas diretas fato explicado pela maior presença relativa do fluxo turístico internacional o qual gera um maior efeito multiplicador em comparação com os gastos do turismo interno.

6.4 Evolução do PIB do Ceará

O Estado do Ceará, no que se refere a todas as restrições que lhes são imposta pelo ambiente físico, tem experimentado um incontestável processo de transformação em sua economia, embora o crescimento do PIB não tenha sido expressivo. Os resultados que vêm sendo obtidos decorrem da estratégia de atração de novos investimentos, que está sendo implantada desde o final da década de oitenta. Assim, políticas públicas de concessão de incentivos fiscais, implantação de obras de infra-estrutura e mecanismos de apoio ao setor privado tem proporcionado a instalação de novas unidades industriais e comerciais, pólos de agricultura irrigada e, mais recentemente, do turismo, registrando-se uma harmonia entre o setor privado e os entes governamentais na busca de um crescimento sustentável.

O resultado da estratégia de desenvolvimento tem proporcionado uma lenta elevação do PIB estadual, como se observa na tabela seguinte (ver tabela 24). A opção da escolha por se fazer referência ao PIB a preço de mercado, prende-se ao fato de que este valor será comparado ao PIB do turismo gerado no Ceará que também está determinado a preços correntes. A igualdade de tratamento metodológico dessas duas variáveis evita a distorção do índice relativo que virá a ser obtido. Dessa forma, será definido o impacto do PIB do turismo na Economia do Ceará, avaliada pela dimensão do seu Produto Interno Bruto, isto é, quanto proporcionalmente representa o PIB do turismo quando comparado ao PIB total do Ceará.

Com a finalidade de conferir maior nível de detalhe a este estudo o PIB do Ceará é também calculado de outra forma utilizando-se a taxa de câmbio (R\$/US\$) para obtenção de sua expressão em termos de uma

moeda de circulação internacional. Isso posto o PIB do Ceará pode ser expresso pelos seguintes valores:

TABELA – 24 - PIB do Estado do Ceará a preço de mercado. Valores reais e em dólar americano (1) Valores em Milhões de Reais (2) PIB em Milhões de Dólares

Ano	PIB a Preço de Mercado (1)	Taxa de Câmbio (R\$/US\$)	PIB em US\$ (2)
1996	15.641	1,164	13.436
1997	17.589	1,081	16.265
1998	18.836	1,008	18.681
1999	19.511	1,686	11.572
2000	20.800	1,830	11.366
2001	21.581	2,351	9.179
2002	24.204	2,918	8.295
2003	28.425	3,055	9.304
2004	30.083	2,923	10.292
2005	33.419	2,848	11.734

Fonte: Quadros anteriores – IBGE e Banco Central

Depreende-se dos dados que integram a tabela anterior que o PIB calculado vem apresentando um comportamento incremental positivo, apereços correntes, enquanto que quando avaliado comparativamente ao dólar americano a linearidade de ascensão da série não é constante verificando fases de decréscimo. Porém a partir do ano de 2002 o PIB real expresso em dólares volta a crescer induzido não só pelo normal crescimento da atividade econômica como também pela valorização do real frente à moeda americana.

A informação descrita e analisada comporá a base de dados necessária a quantificação da relação do PIB do turismo do Ceará face ao desempenho da economia global do Estado. Por oportuno reiteramos que para o cálculo do coeficiente de impacto serão utilizado os valores correspondentes ao PIB total do Ceará determinado em valores correntes e a preço de mercado.

6.5 Contribuição do turismo no PIB do Ceará

Teoricamente pode ser ressaltada a existência de uma grande variedade de métodos utilizados para o cálculo dos impactos econômicos do turismo. Estes vão desde as análises conjunturais meramente descritivas até a utilização de modelos matemáticos e econométricos complexos. Os resultados dessas análises podem ser utilizados como instrumentos de apoio às decisões relativas ao turismo, sejam referentes ao setor público, privado ou à comunidade. O que tem se verificado na prática é que cada vez mais o processo decisório exige ferramentas confiáveis o que tem levado à formulação de modelos com maior nível de integração, muito embora a inclusão de novas variáveis nem sempre representa maior consistência do modelo.

Do ponto de vista econômico, a atividade turística se torna importante não só pelo fato da viagem em si, mas, igualmente, pelas conseqüências não-intencionadas diretamente desencadeadas deste ato. Quando um consumidor viaja com fins turísticos, ele não concorre no mercado de trabalho, o que afeta positivamente o destino receptor ocasionando diretamente a possibilidade de abertura de novos empregos no mercado de trabalho. Ao se fazer presente no local escolhido para o seu turismo, o viajante passa a demandar uma ampla variedade de mercadorias e serviços, tais como: transporte, acomodação, alimentos, bebidas, comunicação, entretenimento e artigos em geral.

Essa transferência de recursos é vista como uma nova renda, que produz aumento da demanda na economia local, o que não aconteceria sem esta atividade. Dessa movimentação surge igualmente o pagamento de tributos e a geração de novos postos de trabalho. Assim, toda a cadeia produtiva do turismo é mobilizada impactando direta e indiretamente o tamanho da economia do destino receptivo. Quando o turismo é originário de um fluxo internacional soma-se ao encadeamento natural a entrada de divisas o que é salutar até para o país.

Existem várias formas e procedimentos de análise dos impactos derivados do turismo. As análises puramente econômicas, por si só, tendem a avaliar o turismo por uma perspectiva unilateral, ressaltando o lado positivo dos benefícios proporcionados, mesmo sabendo que há diversos fatores negativos como: sazonalidade, trabalhos temporários, falsa sensação de empregabilidade, importações, etc.

Contraopondo ao economicismo de algumas teses, os estudos de tendências ambientais, sociais e culturais tendem a focar mais os custos que impactam o meio ambiente, mesmo sabendo que existem, quase sempre, políticas responsáveis de proteção de sítios naturais, recursos culturais, educação ambiental e elevação da auto-estima local.

Existe assim, para o turismo (e outras atividades) uma dicotomia entre os economicistas e ambientalistas fazendo-se necessário o encontro de um ponto de equilíbrio que permita o desenvolvimento do turismo sem degradar o meio ambiente. Para isso é fundamental que se avalie o impacto econômico da atividade no contexto geral da economia a fim do estabelecimento comparativo de uma relação custo-benefício.

Particularmente o presente estudo ao analisar o impacto do turismo sobre a economia do Ceará, restringe-se ao fato de quanto o PIB do turismo representa do PIB total da economia, deixando-se de evidenciar outras considerações que também são deveras importantes. Centramos o foco na relação citada muito embora estejamos convictos que sua relação com a massa salarial, com a geração de impostos, com o comércio local, com a diversificação da economia, com a relação da economia do Ceará com o mundo exterior, etc, seja igualmente significativa.

É importante esclarecer que o impacto que será calculado está precedido de estudos teóricos, informações empíricas e de um modelo de atração de demanda, não se limitando a simples determinação da renda gerada e do PIB do Ceará como se há de deduzir pelas citações ora referenciadas. O embasamento desse cálculo considerou todo um contexto

que foi descrito e analisado de modo técnico e pertinente durante o decorrer dos textos elaborados.

Feitas essas considerações preliminares e utilizando-se das tabelas anteriormente demonstradas, principalmente aos relativos às receitas turísticas é possível estimar o impacto do PIB do turismo do Ceará incidente sobre a economia total do estado, como está explícito na tabela que se segue:

TABELA – 25 - Determinação do impacto do PIB do turismo sobre o PIB total do Ceará.

Ano	Receita Direta (1)	Receita Indireta (1)	PIB do Turismo do Ceará (1)	PIB Total do Ceará (2)	Impacto (%) (3)
1996	519.297	427.155	946.452	15.641	6,05
1997	679.002	559.504	1.238.506	17.859	6,93
1998	734.527	619.800	1.354.327	18.836	7,19
1999	789.132	666.413	1.455.545	19.511	7,46
2000	939.815	803.015	1.742.830	20.800	8,38
2001	990.752	956.564	1.947.316	21.581	9,02
2002	1.153.624	1.237.439	2.391.063	24.204	9,88
2003	1.298.858	1.306.214	2.605.072	28.425	9,16
2004	1.735.934	1.760.239	3.496.173	30.083	11,62
2005	2.269.464	2.262.085	4.531.549	33.419	13,56

Fonte: Quadros anteriores. (1) Valores em R\$ 1.000 (2) Valor em milhões de real (3) Relação percentual do PIB turístico sobre o PIB total do Ceará.

Depreende-se do quadro anterior que a significância do PIB turístico do Ceará vem gradativamente crescendo o que é explicado pela priorização do turismo na formulação dos planos governamentais durante as duas últimas décadas. A estratégia governamental que veio acompanhada de obras de infra-estrutura (aeroporto, estradas, saneamento, comunicações, qualificação de pessoal, etc.) vem motivando investimentos privados que passam a atrair um número crescente de turistas, induzindo a aceleração do crescimento do mercado.

Essa afirmação é real quando se verifica que no intervalo de 10 anos sua representação sobre o PIB global cresceu relativamente de 6,05% para 13,56%, o que em termos de incremento corresponde a cerca de 124%

considerando os extremos da série. Acrescente-se que o modo de indução do crescimento está estabelecido em um programa estratégico de médio e longo prazo, o que sinaliza a idéia de um desenvolvimento sustentável.

O gráfico a seguir apresentado que representa o impacto do turismo sobre o PIB do Ceará atesta visualmente uma linha de tendência positiva, que tendencialmente deverá continuar, haja vista, que as políticas públicas adotadas continuam em expansão e os investimentos privados estão acontecendo até em ritmo, não se identificando assim qualquer fator que possa entrar o processo de desenvolvimento.

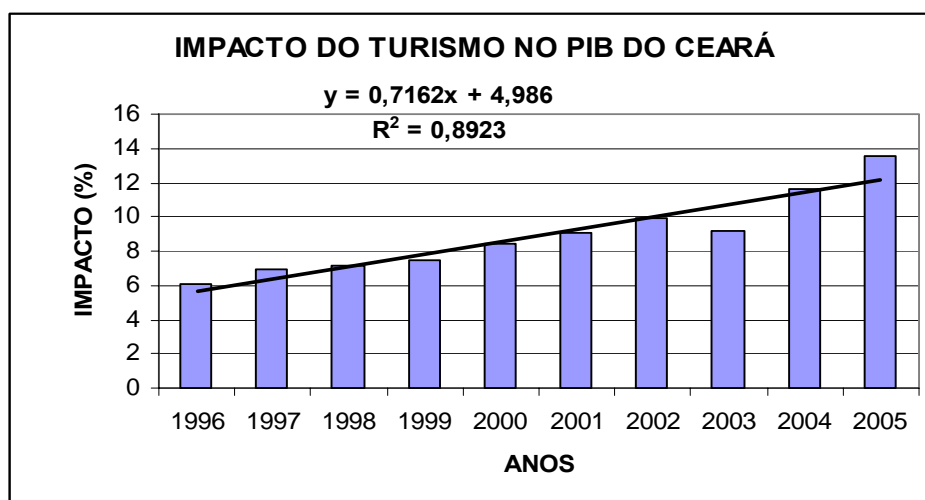


GRÁFICO – 4 - Impacto do turismo no PIB do Ceará.
Fonte: Tabela Anterior N° 25

Comentários e análises poderiam ser agregados ao registro do impacto do turismo sobre o PIB do Ceará calculado no quadro e gráfico anteriores. Porém os resultados são evidentes por si mesmos e a base de dados que lastreou seus resultados foi explicitamente mencionada. Posto isso, conclui-se concisamente que o turismo é importante para o Ceará e revela uma tendência de crescimento para os anos subseqüentes.

7. CONCLUSÃO

O turismo, como atividade econômica, apresenta um mercado competitivo, uma oferta multifacetada composta de muitos produtos de nível diferente capaz de dar respostas a um universo de turistas com anseios e objetivos que compõem diversificados segmentos de demanda.

Essa atividade vem no decorrer do tempo se consolidando como uma sólida ferramenta para o desenvolvimento de áreas geográficas dotadas de atrativos naturais especiais, como é o caso do Ceará, que é o objetivo central deste trabalho. O turismo tem se tornado um elemento presente nos discursos institucionais, mas pouco se tem discutido as possibilidades estruturais de sua real utilização. Este estudo tem a intenção de incrementar as discussões acerca do tema aliado à concepção de fomentar o pensamento de um crescimento econômico calcado na geração de riquezas e de progresso social para todos os agentes envolvidos. Somos de opinião que para o desenvolvimento acontecer em sua plenitude é necessário que tenha o caráter participativo e ocorra um amálgama de interesse do setor público com o privado.

Como decorrência direta das análises ora inseridas, ficou evidenciado que essa atividade se constitui em um vetor que vem gradativamente crescendo de importância na formação do PIB estadual. Na formulação de uma estratégia desenvolvimentista o turismo merece ser contemplado como um novo paradigma multiplicador de oportunidades, podendo vir a se constituir em uma ponderável parcela de um modelo inovador de desenvolvimento local. Política pública bem referenciada pode sinalizar um modo diferente de olhar, sistematizar, planejar e solucionar os graves problemas do crescimento sócio-econômico.

O Ceará é possuidor de notáveis vantagens comparativas no que diz respeito à atração de uma forte demanda turística, mas para transformar seu potencial em efetividade é necessário implementar um modelo de oferta

que objetive encontrar a melhor forma de usar os seus múltiplos recursos naturais e ambientais sem esquecer que o bem estar social é uma premissa não desprezível.

A clareza das estatísticas inferidas confirmada pelos modelos econométrico e estatístico aplicados indicam que um maior volume de demanda pode ser atraído para o Estado, e como isto é fundamental para o crescimento do turismo merece uma atenção mais contundente. O mercado externo precisa ser trabalhado mais intensamente, pois pólos emissores de turismo podem ser atraídos visto o crescente desenvolvimento tecnológico da aviação moderna que aproxima os destinos. O Ceará tem uma infraestrutura aeroportuária e serviços de apoio ao turista que tem capacidade de atendê-los convenientemente. Ademais os novos investimentos em serviços de hotelaria que estão sendo realizados multiplicam essa potencialidade.

A análise dos agregados turísticos do Ceará observados no período de 1996 a 2005 revela uma performance de acelerado crescimento da atividade com tendência de continuidade.

Por fim, compete concluir que outros estudos sejam frequentemente realizados para aferição continuada da significância do turismo para a economia do Ceará.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRADE, J.V. **Turismo: fundamentos e dimensões**. 2. ed. São Paulo: Ática, 1995.

BACAL, Sarah. **Lazer: Teoria e pesquisa**. São Paulo: Loyola, 1990.

BARBOSA, L. **Os impactos econômicos do turismo e sua implicação nas políticas públicas: o caso do município de Macaé-RJ, Brasil - 2002**

BARRETO, M. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. 6. ed. Campinas/SP: Papyrus, 1999.

BENI, M.C. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: SENAC, 1998.

BOULLON, R. **Planejamento do espaço turístico**. Bauru: EDUSC, 1997.

BRASIL. Empresa Brasileira de turismo. **Anuário estatístico**. vol 29, EMBRATUR, 2002..

_____. Empresa Brasileira de turismo. **Anuário estatístico**. vol 30, EMBRATUR, 2003.

_____. Empresa Brasileira de turismo. **Anuário estatístico**. vol 31, EMBRATUR, 2004.

_____. Empresa Brasileira de turismo. **Anuário estatístico**. vol 32, EMBRATUR, 2005.

_____. Empresa Brasileira de turismo. **Anuário estatístico**. vol 33, EMBRATUR, 2006.

_____. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Conta satélite do turismo (CST)**. IBGE, 1999.

_____. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Economia do turismo: análise das atividades características do turismo**. IBGE, 2003.

_____. Ministério do Planejamento. **O turismo e o ajuste de conta corrente do Brasil**. 2002.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo no Brasil – 2007/2010**, 2006.

_____. Ministério do Turismo. **Caracterização e dimensionamento do turismo doméstico no Brasil**. FIPE/EMBRATUR/Ministério do Turismo, 2006.

_____. Ministério do Turismo. **Plano Nacional do Turismo**. Diretrizes, Metas e Programas 2003/2007. 2003.

_____. Ministério do Turismo. **Segmentação do turismo: marcos conceituais**. 2006.

_____. Ministério do Turismo. **Segmentação do turismo: marcos conceituais**, 2006.

_____. Ministério do Turismo. **Turismo cultural: orientações básicas**, 2006.

CASIMIRO FILHO, Francisco. **A contribuição do turismo para a economia brasileira**. USP, 2002.

CEARÁ. Secretaria de Planejamento do Ceará. **Desempenho anual dos indicadores macroeconômicos do Ceará**. PIB Anual -1995/2005. IPECE, 2006.

_____. Secretaria de Turismo. **Agregados turísticos - O turismo na era SETUR 1995/2005 – SETUR/CE**.

_____. Secretaria de Turismo. **Agregados turísticos do interior – Ceará**. SETUR/CE – 2004.

_____. Secretaria de Turismo. **Agregados turísticos do interior – Ceará**. SETUR/CE – 2005.

_____. Secretaria de Turismo. **Avaliação da oferta turística de Fortaleza pelos turistas internacionais**. SETUR/CE, jan. 2005.

_____. Secretaria de Turismo. **Ceará turístico: cenários, referências de gestão, caminhos percorridos e a percorrer 2003/2010**. SETUR/CE, 2005.

_____. Secretaria de Turismo. **Conjuntura do turismo via Fortaleza**. SETUR/CE 2004.

_____. Secretaria de Turismo. **Conjuntura do turismo via Fortaleza.** SETUR/CE 2005.

CEARÁ. Secretaria de Turismo. **Conjuntura do turismo via Fortaleza.** SETUR/CE 2006.

_____. Secretaria de Turismo. **Indicadores turísticos do Ceará – 1995/2005.** SETUR/CE.

_____. Secretaria de Turismo. **Indicadores turísticos do nordeste – 1996/2004.** SETUR/CE

_____. Secretaria de Turismo. **Pesquisa do fluxo receptivo.** Demanda turística. SETUR/CE, 1999.

_____. Secretaria de Turismo. **Pesquisa do fluxo receptivo.** Demanda turística. SETUR/CE, 2000.

_____. Secretaria de Turismo. **Pesquisa do fluxo receptivo.** Demanda turística. SETUR/CE, 2001.

_____. Secretaria de Turismo. **Pesquisa do fluxo receptivo.** Demanda turística. SETUR/CE, 2002.

_____. Secretaria de Turismo. **Pesquisa do fluxo receptivo.** Demanda turística. SETUR/CE, 2003.

_____. Secretaria de Turismo. **Pesquisa do fluxo receptivo.** Demanda turística. SETUR/CE, 2004.

_____. Secretaria de Turismo. **Pesquisa do fluxo receptivo.** Demanda turística. SETUR/CE, 2005.

_____. Secretaria do Planejamento do Ceará. **Anuário estatístico do Ceará.** IPECE – 2003.

_____. Secretaria do Planejamento do Ceará. **Anuário estatístico do Ceará.** IPECE – 2004.

_____. Secretaria do Planejamento do Ceará. **Anuário estatístico do Ceará.** IPECE – 2005.

_____. Secretaria do Planejamento do Ceará. **Anuário estatístico do Ceará.** IPECE – 2006.

CEARÁ. Secretaria do Planejamento do Ceará. **Políticas de incentivo ao setor industrial 2001/2004**. IPECE, 2006.

_____. Secretaria do Planejamento do Ceará. **Metodologia do Cálculo do PIB Trimestral**. IPECE, 2003.

_____. Secretaria do Turismo. **Índices turísticos do interior – Ceará**. SETUR/CE, 2003.

CRUZ, M.; ROLIM, C.; HOMSY, G. **Uma aliciação dos dados em painéis na identificação dos principais determinantes do turismo internacional**. Texto para Discussão n. 1.149, IPEA, 2006.

EUSÉBIO, C. **Investigação em turismo**: potenciais métodos para avaliação do impacto. São Paulo: Atlas, 2002.

FERREIRA, A.; OLIVEIRA, A. **Impactos do turismo sobre o PIB do Ceará**. Governo do Ceará – SETUR/CE, 1996.

FERREIRA, Assuero; OLIVEIRA, Aécio. **Estruturação da matriz**: insumo produto do turismo no Ceará, 2002.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo dicionário da língua portuguesa**. 2. ed. rev. e aumentada. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2004.

GOUVEIA Merícia; DUARTE, Teresinha. **O cluster turismo em Portugal**. Lisboa: GEPE, 2001.

GUILHOTO, J.J.M.; CASIMIRO FILHO, Francisco. **Matriz de insumo-produto para a economia turística brasileira**: construção e análise das relações intersetoriais. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/fce/rae/edicoes_anteriores/pdf_edicao40/artigo10.pdf> Acesso em: 23 jan. 2006.

GUJARATI, D. **Econometria básica**. São Paulo: Makron Books, 2000.

HOLANDA, M.; ROSA, A.; LACERDA, K. et al. **Análise dos indicadores sociais**. São Paulo: Makron Books, 2000.

HOUAISS, Antônio. **Dicionário da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2003.

IBGE. **Economia do turismo**: análise das atividades características do turismo, 2003.

IGNARA, Luiz R. **Fundamentos do turismo**. São Paulo: Pioneira, 2000.

ITP. Instituto do Turismo de Portugal. **Impactos econômico do turismo regional**, 2001.

_____. Instituto do Turismo de Portugal. **A conta satélite de turismo de Portugal**. 2006

KRAPT, K. **La consumación turística**. Eumed.Net, 2004.

LAGE, B; MILONE, P.C. **Turismo**: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2000.

LEMOS, L. **O valor turístico**: (re)definindo a economia do turismo. Porto Alegre: PUCRS, 2003.

MORAES, Cláudia Corrêa de Almeida. **Turismo para single**: uma segmentação em crescimento. Turismo – segmentação de mercado. São Paulo: Futuro, 1999.

MUÑOZ DE ESCALONA, Francisco. Um setor produtivo: e setor turístico. **Papel do turismo**, v. 3, p.5-17, 1990.

OLIVEIRA, Antônio Pereira. **Turismo e desenvolvimento**: planejamento e organização. São Paulo: Atlas, 2001.

PADILHA, O de la T. **El turismo**: um fenômeno social. México: Fundo de Cultura Econômica, 1997.

PETROCCHI, M. **Turismo planejamento e gestão**. São Paulo: Futura, 1998.

PIMENTA, Célia; RICHERS, Raimar. **Segmentação**: opção estratégica para o mercado brasileiro. São Paulo: Nobel, 1991.

PORTUGAL. **Manual europeu de implantação da conta satélite do turismo – CST**. Projeto final, versão 1.0, Eurostat, 2002.

RUSCHMANN, Doris. **Turismo no Brasil**: análise e tendências. Barueri, SP: Manole, 1999.

SAAB, W. **Considerações sobre o desenvolvimento do setor de turismo no Brasil**. BNDES, 1999.

SANTOS, G.; FAGLIARI, G. **Práticas e usos da estatística no turismo**. São Paulo: Roca, 2003.

SILVA, J. **O turismo: uma atividade econômica?** São Paulo: Futura, 2004.

TEIXEIRA, S.; CASTELAR, I; SOARES, F. **Estudos econômicos: impactos dos gastos turísticos sobre produto, renda e emprego no setor de insumo-produto estadual**. CENER – CAEN/UFC, 2000.

TELES, Agostinho. **Considerações sobre mercados emissores preferenciais de turismo para o Ceará**. SETUR/CE – 2005.

_____. **Efeitos globais do PRODETUR/NE I**. Enfoque turístico, 2003.

_____. **Evolução recente do turismo no Ceará**. SETUR/CE, 2006.

USP. **Economia brasileira: construção e análise das relações intersetoriais**, 2002.

VALLS, Josep-Francesc. **Gestión de destinos turísticos sostenibles**. Espanha: Ediciones Gestión, 2004.

VASCONCELOS A; ABREU C.; TEIXEIRA E. **Dimensão e estratégia para o turismo no Ceará: uma proposta para discussão**. UECE, 2000.

APÊNDICE

Conta satélite do turismo (CST)

A Conta Satélite do Turismo (CST) é um instrumento desenvolvido pela Organização das Nações Unidas (ONU) e Organização Mundial do Turismo (OMT) para medir o impacto efetivo do turismo nas economias mundiais. Para destacar a significância desse procedimento reconhece a ONU que a OMT é a única instituição competente para reunir, analisar, publicar, informar e promover a integração das estatísticas do turismo no âmbito das nações que integram o seu sistema.

Desde o início da década de 90, quando se acentuou que o turismo era uma das principais atividades geradora de emprego e renda, governos do mundo inteiro passaram a olhar a atividade como um fator político de expressão. Essa crescente ascensão econômica do turismo passou a exigir colateralmente das instituições nacionais que gerenciam o turismo, ou de uma organização internacional como a OMT, números confiáveis, para que seja possível desenhar estratégias, expandir benefícios internos, atrair maior número de visitantes e descobrir o comportamento dos turistas nacionais e internacionais. Afirmam técnicos da OMT que sem dados e informações seguras, é praticamente impossível para governos, ministérios e departamentos nacionais de turismo conseguir formular políticas públicas, imputar benefícios ou sancionar leis que melhorem o setor.

Em um seminário técnico promovido pelas ONU - Organização da Nações Unidas e OMT – Organização Mundial do Turismo, em 1995, em Iguazú (Argentina) para avaliar o desenvolvimento da implantação da Conta Satélite do Turismo (CST) ficou patente para vários países a sua crescente importância. Isso ocorreu ao ficar evidenciado que hoje decisões macroeconômicas vitais como taxa de juros e demais atribuições dos bancos centrais em todo o mundo já levam em conta a importância do

turismo, e não apenas os países que têm esse setor como um dos principais geradores de renda.

O turismo hoje participa do balanço de pagamentos, transparência internacional, capacidade de administrar as fronteiras do país, emissão de passaportes e vistos etc., ou seja, envolve muitas áreas da administração pública. Existem muitos países que hoje se utilizam a Conta Satélite como forma de prever gastos e alocar recursos, refletindo o progresso obtido na última década pelos defensores da operacionalidade da CST.

Depoimentos esclarecedores de participantes do seminário referido merecem registro, como é o caso do representante das Filipinas que assegurou ser o turismo uma das diversas áreas da economia, em que com pouco investimento em educação se consegue produzir trabalhadores qualificados para postos de níveis elevados, ou seja, uma saída para países em desenvolvimento, com urgência de investimentos e pouco dinheiro para investir. O turismo ainda é pouco compreendido em sua amplitude social. Portanto, a Conta Satélite é a melhor forma de explicitar a força do setor para se conseguir sua o seu reconhecimento no âmbito dos programas governamentais. O diretor da Comunidade do Caribe, país que tem 71% de sua renda baseada no turismo, informou que a balança de serviços da região vem sendo mantida com recursos das viagens internacionais pelo menos desde 1992, assegurando o crescimento econômico do país há mais de uma década. E somente com a adoção da Conta Satélite foi possível obter informações e análises macroeconômicas que permitiram se chegar a um alto nível de funcionalidade.

A gestão da Conta Satélite do Turismo (CST) vem competindo a Fundação IBGE e tem alcançado crescente importância à medida que o turismo ganha expressão, fato que ocorre em muitos países integrantes do sistema das Nações Unidas. Assim, à medida que o turismo incrementa seu impacto econômico, paralelamente ações são desencadeadas com vistas à avaliação do turismo na economia, seguindo o modelo proposto pela OMT. Distingue-se com nitidez etapas históricas classificadas em três fases: a

conceituação e classificação das estatísticas do turismo; a estimativa do significado econômico do turismo, a partir das Contas Nacionais e a proposição de um método específico de avaliação do impacto econômico do Turismo, a CST.

O primeiro momento, definição e classificação sobre estatísticas do turismo se estende de 1937 a 1980. Como fatos marcantes podem ser mencionados a recomendação do Conselho da Sociedade das Nações (1937) para uma definição de “turistas internacionais” para fins estatísticos, que, posteriormente foi alterada pela Comissão de Estatísticas da ONU que estabelece o conceito de “visitante internacional” (1950). Outras alterações foram sendo agregadas e já em 1978 a Comissão de Estatísticas da ONU estabelece o conceito de “visitante internacional”.

Em uma segunda etapa, é caracterizada uma consolidação da importância dessas estatísticas e sua interdependência com as contas nacionais o que ocorre na década de 80. No início dos anos oitenta, a OMT propõe modificações de definições e classificação do turismo, com vistas à sua compatibilização e integração às Contas Nacionais. Em 1983, a OMT, em encontro em Nova Delhi (Índia), apresenta, com dados de 1968, resultados simulados de impactos econômicos do turismo, com vistas a demonstrar ser viável à integração do turismo às Contas Nacionais. Em 1991, na Conferência sobre estatística do turismo e viagens, realizada em Ottawa, Canadá, completa-se o ciclo, com a proposição de se desenvolver o sistema de Conta Satélite do Turismo.

A partir da conferência de Ottawa (1991), avanços no método proposto para apuração da CST foram sendo adicionados. Em 1993, a Comissão de Estatísticas da ONU adota as recomendações propostas pela OMT na referida conferência de Ottawa, relativas as definições e classificações uniformes do Turismo e sobre a Classificação Internacional Uniforme das Atividades Turísticas (CIUAT). Esse posicionamento resultou, em 1994, a publicação oficial subscrita pela a ONU e a OMT de um Informe com essas definições. Por seu turno, Em 1997, o Comitê de Turismo de

OCDE apresenta uma primeira proposta da Conta Satélite do Turismo para seus países membros. Assim também a Escritório de Estatísticas da Comunidade Européia (EUROSTAT).

Neste período, entre os países que vêm desenvolvendo o sistema de CST destacam-se o Canadá (1994), Noruega, Suécia, Estados Unidos, República Dominicana e México. Está em fase de consolidação de seus sistemas de CST, a maioria dos países de Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), em especial a Suíça, a Austrália e a Finlândia.

No Brasil, por convênio firmado entre a EMBRATUR e a OMT, com o apoio do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) foram realizados em 1989/90 estudos para a avaliação dos impactos do turismo, que contou com a participação de consultoria técnica da OMT e do IBGE. O projeto de pesquisa consistiu no estabelecimento de um modelo de avaliação dos impactos econômicos do turismo, baseado no Sistema de Contas Nacionais e na Matriz de Insumo-Produto (1980). A partir desses elementos de análise, foram desenvolvidos os cálculos das estimativas da participação relativa do turismo nos principais agregados macroeconômicos do País.

Posto a definição, objetivo básico e a evolução histórica da CST é necessário descrever a conceituação de sua formulação, pois um adequado modelo de avaliação dos efeitos econômicos do turismo deve basear-se em um sistema de informações conexas, de caráter estatístico, fornecidas por fontes fidedignas comparáveis no tempo e no espaço e entre setores, de forma compatível e consistente com os resultados das contas nacionais.

Esse sistema específico de informações, em apoio à avaliação do impacto sócio-econômico do turismo, segundo a proposta baseada nas orientações emanadas da OMT, deve abranger um conjunto de áreas, interdependentes, preliminarmente traduzidas em 5 (cinco) agregados a saber:

- a) Demanda: representada pelo conjunto das diferentes formas de turismo - interno, receptor e emissor - discriminadas segundo as características dos visitantes e das viagens;
- b) Produção: dada pelo resultado gerado pelo conjunto dos setores característicos, conexos e interdependentes do Turismo;
- c) Formação Bruta de Capital (FBK) e Inversões Financeiras: investimentos efetuados para ampliar o estoque de capital e a produção de setores produtivos característicos, conexos ou complementares do turismo;
- d) Outros Indicadores: constituídos de medidas físicas, não monetárias; de informações do emprego; da discriminação dos componentes importados, do consumo turístico nacional; dos componentes exportados, do consumo do turista nacional no exterior; entre outros;
- e) Avaliação do Impacto: indicadores de avaliação dos efeitos do turismo nos agregados macroeconômicos: na geração do PIB, na arrecadação de impostos, na geração de empregos, na FBK, entre outros.

A composição e interação das variáveis referidas anteriormente, devem como decorrência direta da elaboração da Conta Satélite do Turismo (CST) dispor de forma sistematizada os seguintes resultados finalísticos:

- a) Agregados Macroeconômicos: valor agregado e PIB turísticos;
- b) Consumo Turístico: discriminado por fonte de suprimento, oferta interna ou exportação;
- c) Conta Produção, por ramo de atividade, incluindo dados de emprego, relações intersetoriais e FBK;
- d) Outras Informações relevantes à construção de modelos de avaliação dos impactos do turismo;
- e) Indicadores de Caracterização do Turismo, baseados em números de chegadas; forma de viagem; duração; motivo; modo de transporte; meio de hospedagem; destino; procedência; etc.

Além desses resultados, a CST constitui-se em um importante instrumento de comparação dos resultados internacionais do turismo, dadas as diretrizes da OMT no sentido de padronizar conceitos e classificações, inclusive em suas consistências com o sistema de Contas Nacionais. Adiante-se, o que não pode ser diferente, que a construção da CST é uma tarefa complexa que depende da disponibilidade de um conjunto de informações, algumas inéditas, inclusive no sistema de contabilidade social do Brasil.

A proposição metodológica prudente, e que vem sendo praticada, admite sua implantação por etapas, recomendando-se a eleição segura de prioridades. Nesse sentido, mesmo que em moldes simulados, para algumas situações a construção da CST constitui-se em um procedimento norteador na definição da escolha das variáveis essenciais, informações básicas na seleção dos dados necessários para levantamento e compilação.

É de suma importância caracterizar com precisão todos os conceitos envolvidos na formulação da CST, porquanto a atividade turística envolve aspectos peculiares que precisam ser considerados na avaliação de seu impacto econômico, especialmente se delimitado a uma dada região. No caso da demanda, refere-se ao consumo dos indivíduos efetuado, em sua maior parte, em local distinto de seu entorno habitual.

E mais, é considerado gasto turístico todo o tipo de gasto realizado para satisfazer as necessidades de um visitante. Assim, complexidade de avaliação reside no fato de que os bens e serviços consumidos pelos visitantes também podem ser demandados por residentes e, além disso, podem ter sido produzidos em regiões distintas das do consumo, alterando, quando não formatados corretamente, o resultado final obtido no processo de avaliação.

Para a homogeneidade dos pressupostos que são adotados na estruturação da CST uma necessidade angular é a definição do que é

turismo. Para fins de avaliação de seus impactos econômicos, recomenda a OMT conceituar turismo como:

Conjunto de atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e estadas em lugares distintos de seu entorno habitual, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano, com fins de ócio, por negócios ou outros motivos. (ONU/OMT – 1994).

A construção da CST está baseada nas relações entre a oferta e a demanda. Por ser também um sistema de contabilidade que se baseia no método das partidas dobradas, os registros das contas ativas devem igualar-se aos das contas passivas. Com isso, a elaboração de um plano de contas detalhado obriga a uma exaustiva discriminação, o que não é objetivo deste estudo e, por conseguinte as informações sobre esses critérios serão resumidas. As diversas definições de demanda (visitante, excursionista, turista, etc.) assim como de oferta (bens característicos, serviços conexos, etc.) serão omitidos por razão já explicitada.

Na prática, o marco conceitual da CST nada mais é do que um conjunto de definições e classificações, consubstanciadas e integradas em tabelas organizadas de uma forma lógica e consistente, que permite examinar, de forma periódica, os principais aspectos econômicos da atividade do turismo. Os resultados obtidos a partir do modelo que vem sendo utilizado pela grande maioria dos países, que obedecem as instruções da OMT, são traduzidos em um conjunto de 10 tipos de tabelas padronizadas, que contempla os principais conceitos e classificações que explicam a dimensão e dinâmica do setor turístico.

Na estrutura que vem sendo obedecida, os seis primeiros tipos de tabelas envolvem informações essenciais e diretamente vinculadas à atividade no que respeita a consumo. Desses seis quadros, os quatro primeiros envolvem informações de consumo turístico, por tipo de produtos e formas de turismo; o quinto tipo abrange dados de produção e da estrutura produtiva das atividades turísticas; e o sexto tipo consolida e confronta os dados de consumo e de produção, possibilitando o cálculo do

valor adicionado e do PIB turísticos, bem como dos seus componentes. Nas demais quatro tabelas que complementam o conjunto são levantadas informações que revelam outros aspectos desse setor, assim discriminados: emprego gerado; formação bruta de capital fixo (FBK); serviços públicos de turismo, (planejamento, coordenação, controle, fiscalização, geração de estatísticas, etc.) e finalmente um conjunto de indicadores físicos que possibilitam obter uma radiografia geral das principais características do setor (números e tipos de turistas, tipos de transporte utilizados, características dos alojamentos oferecidos, etc.).

Em resumo, as 10 tabelas sugeridas pela OMT para comporem a CST estão assim referenciadas:

- Tabela 1 - Informa os dados relativos ao turismo receptor do País.
- Tabela 2 - Quantifica as informações do turismo interno.
- Tabela 3 - Registra os dados do turismo por país emissor.
- Tabela 4 - Fornece o agregado da demanda turística total interna.
- Tabela 5 - Informa a oferta turística, calcula o valor bruto da produção caracteristicamente turística e o consumo intermediário ensejando a determinação do Valor Agregado do Turismo.
- Tabela 6 - Coteja a oferta e demanda do turismo e contém os dados adicionais para o cálculo do PIB gerado pelo setor.
- Tabela 7 - Quantifica o emprego gerado pelo setor de turismo.
- Tabela 8 - Apresenta a formação bruta de capital fixo, exclusivo do setor de turismo.
- Tabela 9 - Faz a medição dos serviços turísticos coletivos, não mercantis.
- Tabela 10 - Apresenta indicadores físicos, não monetários

Como se nota, trata-se da implantação de um sistema de informações nada desprezível, não só pela diversidade e volume das informações requeridas, mas, sobretudo pelo seu caráter de perenidade, ou seja, de acompanhamento estatístico sistemático e permanente do comportamento do setor de Turismo. A tarefa de implantação completa desse sistema de informações é complexa e está prevista para ser feita em etapas, dado que demanda tempo e esforços conjugados das várias

instituições que, direta ou indiretamente, geram as informações relativas ao setor de turismo.

Metodologicamente, como vem induzindo a OMT, a CST é concebida para ser parte integrante das contas nacionais do país que a adota como ferramenta de avaliação. Sendo assim, no caso do Brasil, a principal fonte dos dados é a Fundação IBGE, que é a entidade responsável pela elaboração não só das Contas Nacionais, mas também dos principais indicadores dos níveis de atividade dos diferentes setores produtivos da economia brasileira.

No que se refere aos dados da contabilidade nacional, com base nos dados que são divulgados, é possível constatar que o nível de agregação é muito excessivo para o caso das atividades turísticas. Apenas o grupo de bens e serviços denominado “Alojamento e Alimentação” aparece de forma isolada dentro do item “Serviços Prestados às Famílias”. Por esta razão - nível excessivo de agregação das atividades turísticas na composição das Contas Nacionais -, reduz-se a possibilidade de sua plena utilização. Ainda assim, constitui-se na mais relevante fonte de dados disponível para a finalidade da CST, destacando-se a sua contribuição na indicação dos valores referenciais dos agregados nacionais, como delimitadores dos valores estimados, pelos métodos alternativos adotados, assegurando a melhoria de sua consistência com os resultados daqueles agregados.

Afora as informações fornecidas pelas contas nacionais, na sua configuração atual, outra importante fonte de dados para a finalidade do estudo da CST, também produzida pela Fundação IBGE, é a Pesquisa Anual de Serviços (PAS). Esta Pesquisa envolve informações do conjunto das empresas prestadoras de todos os tipos de serviços, constantes da Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE). Merece ressalva o fato de que o levantamento de dados desta pesquisa do IBGE restringe-se às empresas formalmente constituídas, não contemplando, portanto, a

economia informal deste setor, o que requer que se promovam ajustes metodológicos para sua generalização.

De modo precário e insatisfatório para o cumprimento do real objetivo de determinar-se a CST no Brasil, pode-se ainda no âmbito do IBGE utilizar-se a Pesquisas de Orçamentos Familiares (POF). Em sua última versão essa pesquisa se baseou numa classificação de 3.285 tipos de despesas e de recebimentos das famílias, fornecendo um bom nível de detalhamento das estruturas de consumo familiar por regiões do País, inclusive daquela parte que interessa às despesas com bens e serviços associados às atividades de turismo.

Subsidiariamente, enquanto não se adequa a contabilidade nacional, é possível a utilização de pesquisa realizada pela FIPI/EMBRATUR, que investigou a “Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil –2001/2002”. Pelo lado da demanda, objetivou determinar importantes elementos de estimativas. Um desses elementos se refere à composição dos gastos do turista doméstico, que propicia, entre outras informações, a proporção relativa dos gastos entre alojamento, transportes, passeios turísticos, compras de “*souvenires*” etc. É reconhecido que, no âmbito do Turismo interno, não deva existir nenhum outro estudo com a atualidade, abrangência de base geográfica e a multiplicidade de aspectos do mercado doméstico do Turismo, do que os fornecidos por essa pesquisa.

Como se depreende apesar do Brasil reconhecer a importância da CST e oficialmente subscrever o termo de adesão para sua implantação, a evolução dos procedimentos tem se processado de modo muito lento. A justificativa prende-se ao fato de que a principal base de dados para a estimação da CST não está devidamente preparada para a reformulação necessária. Não obstante os problemas sejam do conhecimento dos técnicos e entidades envolvidas com o sistema, a idéia de resumi-los aqui tem o intuito de propiciar uma visão geral dos mesmos e com isso auxiliar

no mapeamento das carências atuais de dados sobre o setor turismo no Brasil.

A não disponibilidade de dados precisos sobre a estrutura dos gastos dos turistas estrangeiros no país subdimensiona a geração de divisas não permite identificar a estrutura média de todos os tipos de gastos, mesmo num nível agregado como o de despesas de hospedagem, alimentação, transporte, etc. Da mesma forma, a não disponibilidade de dados sobre a estrutura dos gastos dos turistas brasileiros no exterior, gerando imprecisão no balanço de pagamento do setor turístico.

Outra dificuldade que pode ser mencionada para implantação da CST e a não disponibilidade de dados sobre a composição média dos pacotes de turismo. Um dos refinamentos normalmente adotado na metodologia da CST consiste em tratar os chamados pacotes de turismo sob duas óticas: uma em que todo o pacote é tratado como um único serviço, produzido e ofertado pelas agencias e operadores de turismo; e a outra na qual os seus vários componentes (transporte, alimentação, hospedagem, guias turísticos, etc.) são desmembrados e devidamente alocados aos respectivos sub-setores que produzem esses tipos de serviços, ficando associado como o produto das agencias e operadores de turismo, apenas a parcela da margem de ganho destes nos pacotes. Tendo em vista a inexistência de informações que permitam obter um perfil agregado da composição média dos pacotes de turismo produzidos no país, evidentemente não é possível implementar tal refinamento da CST. Por fim, a não disponibilidade de dados sobre a Formação Bruta de Capital também é um fator restritivo a funcionalidade da CST.

Países como Portugal, Espanha e Canadá, dentre outros, já implantaram suas Contas Satélites do Turismo. Como base na experiência vivenciada pelos países que colocaram em funcionamento essa ferramenta de gestão do turismo, a Comissão Européia de Estatística (EUROSTAT), elaborou um “Manual Europeu de Implementação da CST”, que vem

servindo de orientação e documento padrão para todos países que manifestam seu processo de adesão. Neste manual está explícito que:

O desenvolvimento de uma Conta Satélite do Turismo (CST) permitirá que o turismo seja medido com precisão e comparado com outros sectores econômicos. Os resultados da CST permitirão uma melhor compreensão da verdadeira dimensão e do valor da indústria turística, com base em números reais, comparáveis em nível internacional e de elevada confiabilidade, uma vez que terão como base de dados informações de qualidade produzidas pelos sistemas nacionais oficiais de estatística.

O processo de convergência realizado pela Comissão Europeia (EUROSTAT), a OCDE e Organização Mundial do Turismo (OMT) no sentido de se criar um quadro conceitual comum para o projeto metodológico de uma CST levou à aprovação do manual Conta Satélite do Turismo: Quadro Metodológico Recomendado pela Comissão de Estatística das Nações Unidas, na sua 35ª Sessão (março de 2000). Ressalte-se que o Brasil, através do Ministério das Relações Exteriores, aderiu ao pacto de implantação da CST e através do IBGE vem implementando ações e providências no sentido de viabilizar essa questão.

Por fim, é válido acrescentar que a implementação da CST nos países membros proporcionará os seguintes benefícios:

- a) Melhora a robustez da informação e dos indicadores sobre o papel que o turismo desempenha e pode desempenhar na economia, de forma a garantir a credibilidade das medições, a suas contas nacionais, a comparabilidade ao longo do tempo numa mesma economia e entre economias, assim como com outras áreas da atividade econômica;
- b) Dá ao turismo um novo reconhecimento e confiança como um dos sectores mais importantes da economia;
- c) Concede maior credibilidade às estatísticas do turismo e, em particular, aos indicadores que analisam a dimensão e o significado do turismo como atividade econômica;
- d) Fornece uma visão rica e informada sobre a “indústria do turismo” e sobre as atividades que a compõem;

- e) Gera informações utilizáveis e práticas para as empresas
- f) Fornece uma ferramenta confiável e crível necessária tanto para políticas públicas eficazes como para operações comerciais eficientes e ainda para a tomada de decisões a nível de destino, área ou região;
- g) Desenvolve a investigação e abordagens metodológicas inovadoras.

A aceitação do Manual Europeu de Implementação da CST, não traduz um alinhamento incoseqüente do País a uma contingência internacional, e sim representa um primeiro passo na direção que objetiva fornecer diretrizes técnicas e operacionais sobre a forma de adequar as contas total ou parcialmente, seguindo as necessidades e prioridades nacionais. O documento foi concebido para respeitar o processo dos países membros para chegar à implementação das CST, que apresenta diversos percursos em função das diferentes situações (estatísticas, políticas, administrativas, etc.) que caracterizam cada país. No entanto, dá instruções práticas sobre a forma de elaborar e utilizar os dados de base geralmente disponíveis nos países integrantes para a elaboração das CST. É uma evolução necessária para qual o Brasil caminha com segurança.

Por fim é obrigação ressaltar que apesar do amplo reconhecimento dos benefícios, da aceitação de seus pressupostos e da deliberação legal assumida a CST não vem sendo implementada em um ritmo satisfatório e no estágio atual, posto a escassez e inconsistência das informações não pode ser utilizada como uma ferramenta de análise e/ou planejamento.