

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA
PÓS-GRADUAÇÃO EM ECONOMIA
MESTRADO PROFISSIONAL EM ECONOMIA
COMÉRCIO EXTERIOR E RELAÇÕES INTERNACIONAIS**

NEY RICARDO DE MEIRELES

**TURISMO: DIAGNÓSTICO PERNAMBUCANO E OS DISPÊNDIOS
PÚBLICOS REALIZADOS NO PERÍODO DE 1997 A 2007**

RECIFE

2009

NEY RICARDO DE MEIRELES

**TURISMO: DIAGNÓSTICO PERNAMBUCANO E OS DISPÊNDIOS
PÚBLICOS REALIZADOS NO PERÍODO DE 1997 A 2007**

Dissertação apresentada à Universidade Federal de Pernambuco – UFPE/PIMES, do Mestrado Profissional em Economia – Comércio Exterior e Relações Internacionais, como requisito parcial para obtenção do título de mestre.

Orientador: Prof. PhD Álvaro Barrantes Hidalgo.

Co-orientador: Prof. PhD Zionam Euvélio Lins Rolim

RECIFE

2009

Meireles, Ney Ricardo de

Turismo : diagnóstico pernambucano e os dispêndios públicos realizados no período de 1997 a 2007 / Ney Ricardo de Meireles. - Recife : O Autor, 2009.

131 folhas : fig. , tab. , abrev. e siglas.

Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco. CCSA. Economia, 2009.

Inclui bibliografia, apêndices e anexos.

1. Pernambuco. 2. Turismo. 3. Estratégia. 4. Desenvolvimento econômico. 5. Planejamento governamental. I. Título.

338.1
330

CDU (1997)
CDD (22.ed.)

UFPE
CSA2009-125

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA
PIMES/PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ECONOMIA

PARECER DA COMISSÃO EXAMINADORA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO DO
MESTRADO PROFISSIONAL EM ECONOMIA DE

NEY RICARDO DE MEIRELES

A Comissão Examinadora composta pelos professores abaixo, sob a presidência do primeiro, considera o Candidato Ney Ricardo de Meireles **APROVADO**.

Recife, 08/09/2009.

Prof. Dr. Álvaro Barrantes Hidalgo
Orientador

Prof. Dr. Zionam Euvélio Lins Rolim
Examinador Interno e Co-Orientador

Prof. Drª Maria de Lourdes de Azevedo Barbosa
Examinador Externo/PROPAD/UFPE

À minha querida esposa
Andréa Meireles

AGRADECIMENTOS

Meus sinceros agradecimentos à FAFIRE, nas pessoas da Ir Theresinha, Professores Gildo Galindo e Gustavo Galindo, por acreditarem e incentivarem o trabalho e a dedicação dos que fazem aquela Instituição de Ensino Superior.

À Secretaria da Fazenda e Secretaria Especial de Controladoria Geral do Estado, respectivamente, os Srs Astier Cavalcanti e Luciano Bastos, pelo apoio na disponibilização dos dados orçamentários e financeiros do Estado de Pernambuco, além das prestimosas orientações.

À equipe técnica da Secretaria de Turismo e EMPETUR pelo carinho e atenção dispensados, especialmente à Sra Ione Dantas.

Aos orientadores Professores Álvaro e Zionam pelos ensinamentos e paciência na condução da presente pesquisa.

“A capacidade de executar a estratégia é mais importante do que a qualidade da estratégia em si.”

Kaplan e Norton

RESUMO

A dissertação aborda a importância do turismo como um instrumento para geração de riquezas e como uma estratégia para o desenvolvimento econômico em Pernambuco. Dessa forma, pela contribuição que o turismo pode produzir no campo estratégico para o desenvolvimento econômico e social, através do aumento dos investimentos, criação de emprego e renda, propõe-se uma análise e descrição de algumas nuances dessa relevante atividade durante a história da humanidade, destacando sua evolução, órgãos responsáveis, conceitos e classificações, além da preocupação com questões relacionadas ao planejamento do mesmo, de modo a desenvolvê-lo de forma responsável e sustentada, a fim de potencializar os benefícios e minimizar os malefícios causados normalmente ao meio ambiente e ao patrimônio cultural. O estudo ainda evidenciou que tanto o Brasil, em comparação com o resto do mundo, como o Estado de Pernambuco, em relação à Federação, aproveitam muito pouco o potencial que possuem. Por isso houve o cuidado de se verificar como foram implementados os investimentos pelo governo estadual, no período de 1997 a 2007, observando-se, inclusive, a comparação entre o recurso disponibilizado no orçamento e o que foi efetivamente executado e ainda se tais despesas influenciaram positivamente a atividade do turismo. Para se atingir os objetivos, trabalhou-se com as variáveis receita turística, renda turística e número de visitantes (nacionais e estrangeiros), considerando o mesmo intervalo de tempo.

Palavras-chaves: Pernambuco. Turismo. Estratégia. Desenvolvimento. Planejamento.

ABSTRACT

The dissertation addresses the tourism importance as an instrument for wealth generation and a strategy for the economic development in Pernambuco. Thus, by the potential contribution that the tourism can produce in this strategic field for the economic and social development, through the increase investment, employment and income creation, it proposes the analysis and description of some aspects of this important activity during humanity history, highlighting its evolution, responsible organizations, concepts and classifications, besides the preoccupation with questions related to planning of the tourism activities and the development of it in a responsible and sustainable form, in order to maximize the positive contribution and to minimize the negative impacts caused to environment and culture. The study still evidenced that Brazil, in comparison with the rest of the world, and Pernambuco, in comparison with Brasil, take a very little advantage of the potential that they own. Because of this, we took care of verifying how the investments were implemented by the state government, in the period of 1997 to 2007, observing the comparison between resource made available in the budget and what was actually executed and also if such expenditures had positive impact on the tourism activity. In order to attain our results we worked with variable such as tourist revenue, tourist income and the number of visitors (national and foreign), during the period referred to above.

Words-keys: Pernambuco. Tourism. Strategy. Development. Planning.

LISTA DE ABREVIATURAS

- ABDI – Agência brasileira de desenvolvimento industrial;
- AD DIPER – Agência de desenvolvimento econômico de Pernambuco;
- APEX-BRASIL – Agência de promoção de exportações do Brasil;
- COMPESA – Companhia pernambucana de saneamento;
- CELPE – Companhia energética Pernambuco;
- CPRH – Agência estadual do meio ambiente e recursos hídricos;
- DEFN – Distrito estadual de Fernando de Noronha;
- DER – Departamento de estradas de rodagem;
- EMPETUR – Empresa estadual de turismo;
- FIDEM – Agência estadual de planejamento e pesquisas de Pernambuco (Atualmente CONDEPE-FIDEM);
- FUNDARPE – Fundação do patrimônio histórico e artístico de Pernambuco;
- IUOTO – União Internacional das Organizações Oficiais de Viagens;
- LOA – Lei orçamentária anual;
- NE – Nordeste;
- OMT – Organização mundial do turismo;
- ONG – Organizações não governamentais;
- PIB – Produto interno bruto;
- PIT – Postos de informações turísticas;
- PRODETUR NE – Programa de desenvolvimento do turismo no nordeste;
- RD – Região de desenvolvimento;
- RMR – Região metropolitana do Recife;
- SEBRAE – Serviço brasileiro de apoio às micro e pequenas empresas;
- SECTMA – Secretaria de ciência, tecnologia e meio ambiente;
- SEPLANDES – Secretaria de planejamento e desenvolvimento social;

SENAC – Serviço nacional de aprendizagem comercial;

SENAI – Serviço nacional de aprendizagem industrial;

SENAR – Serviço nacional de aprendizagem rural;

SENAT – Serviço nacional de aprendizagem do transporte;

SEPLAN – Secretaria de planejamento;

SESC – Serviço social do comércio;

SESCOOP – Serviço nacional de aprendizagem do cooperativismo;

SESI – Serviço social da indústria;

SEST – Serviço social do transporte;

SETUR-PE – Secretaria de turismo de Pernambuco;

UEE-PE PRODETUR – Unidade executora estadual do programa de desenvolvimento do turismo;

UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura;

LISTA DE TABELAS

Tabela nº 01 – Chegada de turistas: Mundo, América do Sul e Brasil – 1997 a 2007.....	54
Tabela nº 02 – Comparativo de chegada de turistas: Mundo, América do Sul e Brasil – 1997 a 2007	55
Tabela nº 03 – Conta turismo do Brasil – 1997 a 2007	58
Tabela 04 – Órgãos com dotações orçamentárias para promoção do turismo em Pernambuco no período de 1997-2007	87
Tabela 05 – Despesas públicas estaduais com turismo no período de 1997-2007	90
Tabela 06 – Fluxo turístico de Pernambuco no período de 1997 a 2007 (nº de visitantes).....	92
Tabela 07 – Receita turística de Pernambuco no período de 1997 a 2007 (Em R\$ milhões) ..	94
Tabela 08 – Renda turística de Pernambuco no período de 1997 a 2007 (Em R\$ milhões)	95

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 – Sistema de turismo – SISTUR	40
Figura 02 – O SISTUR no sistema econômico nacional	41
Figura 03 – Curva da oferta.....	48
Figura 04 – Curva da demanda.....	49
Figura 05 – Ponto de equilíbrio P.....	50
Figura 06 – Modelo para o processo de planejamento e desenvolvimento do turismo.....	52
Figura 07 – Polo costa dos arrecifes	63

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	14
1 EVOLUÇÃO E PRINCIPAIS DEFINIÇÕES EM TURISMO.....	19
1.1 O desejo de viajar	19
1.2 Definições básicas em turismo	21
1.3 Tipos de turismo	25
1.3.1 Turismo interno ou doméstico.....	25
1.3.2 Turismo receptivo.....	26
1.3.3 Turismo emissor ou emissivo	26
1.3.4 Outras classificações.....	26
1.4 A Organização Mundial de Turismo	29
1.4.1 Informações gerais.....	29
1.4.2 Histórico da OMT ou UNWTO: fatos mais relevantes	30
1.4.3 As contas-satélites do turismo – CST.....	35
2 O TURISMO INSERIDO NO SISTEMA ECONÔMICO	38
2.1 O mercado turístico	42
2.1.1 A oferta	46
2.1.2 A demanda	48
2.2 Turismo e desenvolvimento	51
3 O TURISMO NO BRASIL	54
4 O TURISMO EM PERNAMBUCO	60
4.1 Inventário turístico pernambucano	60
4.2 Análise estratégica do turismo pernambucano (Análise SWOT).....	66
4.2.1 Análise SWOT: infra-estrutura.....	67

4.2.2 Análise SWOT: condições sócio-econômicas	70
4.2.3 Análise SWOT: condições ambientais	71
4.2.4 Análise SWOT: organização da cadeia produtiva.....	73
4.2.5 Análise SWOT: atratividade.....	75
4.2.6 Análise SWOT: padrões de uso.....	77
4.2.7 Análise SWOT: promoção turística.....	78
4.2.8 Análise SWOT: gestão pública.....	80
4.2.9 Análise SWOT: recursos humanos.....	81
4.3 Despesas públicas estaduais com turismo no período de 1997-2007	84
4.4 Crescimento da atividade turística em Pernambuco	91
5 CONCLUSÃO	99
REFERÊNCIAS	102
APÊNDICES	
ANEXOS	

INTRODUÇÃO

Ao longo da história tanto o conceito de turismo, quanto o de turista, têm sofrido algumas transformações, motivadas naturalmente pela grande quantidade de variáveis envolvidas. Hoje o turismo pode ser descrito como um processo articulado por diversos agentes públicos e privados que abrange o incentivo e preparo para o deslocamento dos turistas e suas atividades, bem como os cuidados durante a permanência nos locais visitados, incluindo a preocupação com os produtos e serviços que serão ofertados, a fim de satisfazê-los às necessidades, ao mesmo tempo encantá-los, de modo a tornar agradável e inesquecível a experiência vivenciada. Turista, o elemento básico, é atualmente conceituado como aquela pessoa que legalmente se desloca para um local diferente de seu entorno habitual e pelo menos pernoita um dia no lugar visitado. A sua estadia deve ser inferior a um ano e não pode estar relacionada ao exercício de uma atividade remunerada.

O turismo, classificado no PIB no setor de serviços, agrupa uma gama de produtos, estando intimamente conectado às atividades de: transporte (companhias aéreas, rodoviárias e marítimas); hospedagem; agências de viagens e operadoras; empresas de diversão (parques temáticos, parques aquáticos, boates, bares, etc.); alimentação; lojas; empresas de transportes e recepção; instituições culturais (museus); patrimônio histórico, cultural e ecológico. Tudo isso justifica porque na atualidade é uma das mais importantes atividades econômicas do planeta, como fator de geração de emprego e renda. O Conselho Mundial de Viagens e Turismo (tradução nossa), o WTTC¹ informa que em 2007 a atividade movimentou pouco mais de 5,3 trilhões de dólares, tendo gerado 232.637.000 de empregos. O que impressiona é que desse montante, a participação do Brasil ainda é bastante tímida. Para se ter uma ideia, de acordo com a IV Pesquisa Anual de Conjuntura Econômica do Turismo, uma iniciativa do Ministério do Turismo e da Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR), em parceria com a Fundação Getúlio Vargas – FGV, através do Núcleo de Turismo, da Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas (EBAPE-FGV), em 2007 o país encerrou o ano com US\$ 4,953 bilhões em entrada de divisas por meio do turismo, superando em 14,76% os US\$ 4,316 bilhões registrados em 2006. Pode parecer muito, mas segundo a Organização Mundial do Turismo – OMT, do total de viagens realizadas em 2007, a participação da América do Sul é de 2,2%, e a do Brasil, apenas 0,6%, ressaltando que nos últimos anos, o desempenho do

¹ World Travel and Tourism Council

turismo receptivo brasileiro tem obtido resultados bastante satisfatórios no que se refere à entrada de estrangeiros e à geração de divisas.

Do outro lado da balança, segundo o Banco Central (BACEN), a despesa cambial turística aumentou de US\$ 5,764 bilhões, em 2006, para US\$ 8,211 bilhões em 2007 (+42,45%). Tais números indicam que o déficit em 2007 totalizou US\$ 3,258 bilhões, contra US\$ 1,448 bilhão em 2006 (+125%). Cabe destacar que o ponderável incremento da despesa cambial turística é devido, em grande parte, ao fato de maior número de brasileiros estarem aproveitando a valorização do real para viajar e realizar maiores gastos no exterior.

A Pesquisa Anual de Serviços (PAS), realizada numa cooperação técnica entre o Ministério do Turismo e o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), tomando-se como base o ano de 2003, apontou que as atividades ligadas ao turismo representaram 2,23% do PIB brasileiro, com os Estados de São Paulo e Rio de Janeiro respondendo, em conjunto, por 63,53% da receita bruta de serviços inerentes ao turismo (o Estado de São Paulo com uma participação mais de duas vezes maior que o Estado do Rio de Janeiro), enquanto o Estado de Pernambuco (9º colocado) é apontado com uma porcentagem próxima aos 2% de tudo que é gerado.

Considerando que o Produto Interno Bruto – PIB do Brasil em 2007, segundo o Banco Central, atingiu o patamar de US\$ 1,310 trilhão, quer dizer que os US\$ 4,953 bilhões gastos pelos turistas estrangeiros em visita ao País representam pouco mais que 0,38% do PIB (sem considerar a despesa cambial turística). Apesar dos resultados favoráveis, houve uma queda considerável se compararmos com os números de 2003.

De acordo com a Organização Mundial de Turismo (OMT ou UNWTO), em 2008 houve um crescimento de 2% nas chegadas de turistas internacionais, alcançando um montante de 924 milhões, 16 milhões a mais que em 2007. O turismo internacional gerou US\$ 856 bilhões em 2007, ou 30% das exportações mundiais em serviço. As previsões apontam para 1,6 bilhões chegadas de turistas internacionais em 2020.

Dessa forma, pela potencial contribuição que o turismo pode gerar no campo estratégico (setor público e privado) para o desenvolvimento econômico e social, através dos investimentos, circulação de recursos e geração de emprego e renda, percebe-se a magnitude e complexidade do tema e a óbvia necessidade em delimitá-lo. Assim, propôs-se como objetivo geral dessa pesquisa, fornecer subsídios que permitam mensurar se os investimentos realizados pelo governo de Pernambuco, no período de 1997 a 2007, têm influenciado

positivamente a atividade do turismo e em que medida, com ênfase nas variáveis: renda turística; receita turística e; número de visitantes (receptivo – nacionais e estrangeiros).

Os objetivos específicos podem ser enumerados da seguinte forma: analisar a atividade turística, descrevendo-lhe as nuances durante a história da humanidade, os conceitos importantes, classificações, órgãos responsáveis e outras questões relacionadas ao planejamento do turismo, de modo a desenvolvê-lo de forma responsável e sustentada, a fim de potencializar os benefícios e minimizar os malefícios causados normalmente ao meio ambiente e ao patrimônio cultural; mapear no inventário turístico pernambucano, quais os principais atrativos e suas vantagens comparativas com outras localidades; verificar no inventário turístico do Estado de Pernambuco, no período de 1997 a 2007, quais municípios vem sendo alvo dos principais investimentos do governo; identificar se no período de 1997 a 2007 houve incremento do turismo receptivo no Estado de Pernambuco e se há relação com os investimentos realizados pelo governo pernambucano e; relacionar pela identificação do perfil sócio-econômico do turista que demanda o Estado, através do principal portal de acesso, o Recife, se há alguma resposta às estratégias de investimento montadas pelo governo no período em estudo.

A metodologia utilizada nesta pesquisa é histórico-analítica, com fundamentação estatística. Para realização do estudo foi realizada uma pesquisa bibliográfica, tomando-se por base as fontes disponíveis em livros, periódicos, internet e outros dados secundários das entidades oficiais responsáveis pela atividade do turismo (OMT, WTTC, EMPETUR), tudo monitorado pelos professores orientadores. Foram feitas visitas aos Órgãos Oficiais do Estado que tratam sobre a atividade turística, particularmente à Secretaria de Turismo e a EMPETUR, para fins de coleta de dados, especificamente relacionados ao crescimento da atividade turística em Pernambuco (número de visitantes, receita turística e renda turística). Manteve-se contato também com a Secretaria da Fazenda e Secretaria Especial da Controladoria Geral do Estado, onde se conseguiu os dados financeiros com as ações do Estado, no período de 1997 a 2007, na área do turismo, englobando diversos órgãos e programas.

Os dados relativos ao diagnóstico pernambucano foram fruto da análise crítica do plano estratégico intitulado Pernambuco para o mundo, documento elaborado pela Secretaria de Turismo, EMPETUR, Fundação CTI Nordeste e Indústrias Criativas, que pensaram o turismo estadual para o período de 2008 a 2020, tendo sido utilizada a ferramenta conhecida

como análise *SWOT* (SETUR et al, 2008, p.3), que está detalhada na seção 4.2. Além disso, o estudo também serviu de base para construção das tabelas referentes à evolução do receptivo nacional e estrangeiro e as variáveis renda e receita turística, no período de 1997 a 2007.

Houve um maior desdobramento para o levantamento dos dados referentes aos investimentos públicos, pois existe uma regra bem particular na contabilidade pública para se descrever esses gastos, que são enquadrados por função, subfunção e programas, não necessariamente atrelados a Órgãos específicos, ou seja, investimentos com turismo podem ser apropriados em diversos Órgãos. Dessa forma, conforme se pode verificar na seção 4.3, houve a preocupação em se detalhar, com base nos balanços gerais do Estado, a relação das Secretarias e demais Órgãos públicos, no período de 1997 a 2007, que foram responsáveis pela execução de despesa inerente à função turismo.

A pesquisa encontra-se formatada em seis partes. Além da Introdução, são mais quatro capítulos e a conclusão. O primeiro capítulo retrata a evolução e principais definições em turismo, os tipos, um breve histórico da Organização Mundial de Turismo com os fatos mais relevantes e as contas-satélites do turismo.

O segundo capítulo descreve o turismo inserido no sistema econômico, discriminando o mercado turístico, a oferta e a demanda. Além disso, há um tópico destinado ao tema turismo e desenvolvimento, elencando os possíveis benefícios e malefícios que a atividade pode trazer a uma localidade, em função da existência de um planejamento adequado.

O terceiro capítulo aborda a situação do turismo no Brasil, com um breve retrospecto histórico e a discriminação de alguns dados estatísticos.

O quarto capítulo aprofunda a descrição das ações do turismo em Pernambuco, dedicando-se especial atenção ao inventário turístico e a análise do Plano Estratégico do governo estadual, intitulado “Pernambuco para o Mundo”. Há um diagnóstico das doze Regiões de Desenvolvimento (RD)², ou seja, em toda área estadual, através de uma análise estratégica da situação, que identifica as potencialidades do Estado, considerando os ambientes internos (pontos fortes e pontos fracos) e externos (oportunidades e ameaças). A ferramenta utilizada foi a Análise SWOT. O capítulo ainda descreve a situação do inventário

² RD 01 – Região Metropolitana; RD 02 – Agreste Central; RD 03 – Agreste Setentrional; RD 04 – São Francisco; RD 05 – Sertão Central; RD 06 – Agreste Meridional; RD 07 – Mata Sul; RD 08 – Mata Norte; RD 09 – Araripe; RD 10 – Pajeú; RD 11 – Moxotó e; RD 12 – Itaparica.

turístico estadual, os dados estatísticos relacionados à receita turística, renda turística, número de visitantes e investimentos realizados, estes com base nos balanços gerais e regras da contabilidade pública. Todas as variáveis foram analisadas através de análise estatística, utilizando-se os coeficientes de correlação e determinação, dando-se uma ideia de como a atividade turística vem crescendo em Pernambuco.

A conclusão retrata uma análise geral dos pontos discutidos e aponta algumas considerações e recomendações, assim como expõe algumas questões que merecem um maior aprofundamento.

1 EVOLUÇÃO E PRINCIPAIS DEFINIÇÕES EM TURISMO

1.1 O desejo de viajar

O interesse em descobrir novas realidades ou simplesmente a necessidade de sobrevivência tem impulsionado o ser humano ao longo da história a se deslocar de um ponto a outro do planeta, não importando a distância ou os obstáculos que tenha que transpor, aliás, essa é uma das características mais marcantes do comportamento humano que o impulsiona a desenvolver-se cada vez mais com as novas descobertas e experiências.

Imagina-se que originariamente, o homem era nômade por natureza, isso até o período neolítico³, quando, provavelmente, mudanças climáticas significativas o obrigou a estacionar em uma região, de preferência próxima a um rio. À medida que a população crescia as dificuldades para caçar aumentavam e, consequentemente, isso contribuiu para o sedentarismo, o qual por seu turno foi fator relevante ao desenvolvimento da agricultura, principalmente trigo, cevada e aveia, conforme relato de Arruda (1990, p. 35). Entretanto, há quem discorde dessa teoria, como por exemplo, o biólogo e historiador alemão Reichholf em seu livro "Por que os homens se tornaram sedentários" (tradução nossa)⁴, que afirma que o homem tornou-se sedentário, há cerca de 10.000 anos, para beber cerveja e se embriagar, pois a agricultura surgiu de uma situação de abundância e não de escassez. Independentemente do motivo que os levou a estabilizarem-se num local, isso trouxe como consequência à formação de grupos mais ou menos organizados, que passaram a compartilhar as dificuldades e soluções dos problemas comuns à região, as crenças passadas às gerações futuras, até a consolidação dos costumes típicos de cada localidade. Obviamente, o fato de haverem se estabelecido não significou o fim da necessidade de explorar e descobrir novas fronteiras. Dias (2005, p.11-12) cita os deslocamentos humanos na antiga Grécia por motivos religiosos, esportivos (jogos olímpicos) ou culturais. Os antigos romanos, por seu turno, construíram várias estradas e hospedarias, pois tinham principalmente o problema relacionado à gestão do grande império e isso os obrigavam a deslocamentos constantes. Eles também tinham o hábito de possuírem uma segunda residência em uma diferente cidade, bem como viajavam para tratamento de saúde para cidades que possuíam os famosos banhos termais. Na idade média as viagens foram motivadas por razões religiosas (as peregrinações e as cruzadas) e comerciais.

³ Período que se estendeu de 18.000 a.C a 5.000 a.C

⁴ Título original: *Warum die Menschen sesshaft wurden*.

Nos séculos XVI ao XVIII o desenvolvimento marítimo favoreceu o descobrimento de novas terras e consequentemente, um leque de oportunidades. A nobreza européia enviava seus filhos a tais locais a fim de complementarem a educação. A princípio essas viagens de estudo se deram nas imediações das grandes cidades européias, a exemplo de Roma, eram chamadas de tours. Quando se estenderam a locais mais distantes, como o Egito, eram chamadas de grand tour e podiam durar até três anos ou mais. Apesar das similaridades com o conceito atual de turismo, os deslocamentos ocorridos antes do século XIX não tinham a importância social, cultural e econômica do que se pratica nos dias atuais em relação ao turismo propriamente dito. Por uma questão de justiça histórica, cabe destacar o ano de 1841, considerado um marco para o turismo, quando Thomas Cook, considerado por muitos autores, como o pai do turismo moderno, fundou na Inglaterra o que seria o embrião da primeira agência de viagens. Pires (2002, p. 19) acerca de Cook, destaca:

Atento às transformações que se processavam no ato de viajar e, ao mesmo tempo, dotado de incrível capacidade empreendedora, Thomas Cook soube, como ninguém, usar sua criatividade de forma a criar facilidades a quantos se utilizassem de seus serviços. Foi assim que elaborou, em 1867, o cupom de Hotel, que hoje se conhece com o nome de *voucher*. Sete anos mais tarde criou também o que na época levou o nome de “circular Norte”, mas que não passava de um antecessor do atual *traveler’s check*, uma vez que tal documento era aceito por bancos, hotéis, restaurantes e casas comerciais em diferentes partes do mundo.

As contínuas transformações econômicas e sociais e o progresso, materializado pelos avanços tecnológicos nos setores de transporte, em grande parte provocada pela revolução industrial, incrementaram ainda mais as viagens pelo mundo, principalmente no continente europeu, com destaque para as viagens a passeio ou para tratamento da saúde, estando tal atividade em contínuo crescimento até os dias atuais. Pires (2002, p. 31) ainda destaca que no Brasil, a vinda da família real em 28 de janeiro de 1808⁵ propiciou não só o início do processo de emancipação política, como também, aliado aos avanços econômicos propiciado pelos ciclos do café e ouro, favoreceu o desenvolvimento urbano e um maior intercâmbio do país com o resto do mundo.

⁵ Por ocasião da vinda da família real ao Brasil houve a abertura dos portos às nações amigas.

1.2 Definições básicas em turismo

Oliveira (2005, p.17) na tentativa de esclarecer a origem da palavra turismo, afirma que as palavras de origem inglesa *tourism* e *tourist* aparecem documentadas em 1760 na Inglaterra, “*tour* quer dizer volta e tem seu equivalente *turn*, no inglês, do latim *tornare*”. Entretanto alguns estudiosos, como o suíço Arthur Haulot defendem a origem hebréia, pois a palavra *tur*, no hebreu antigo, significa viagem de descoberta, de exploração, de reconhecimento. De fato, na Bíblia, antigo testamento, há uma passagem em Números, em que todo o capítulo XIII retrata Moisés enviando 12 hebreus⁶ ao país de Canaã, seguindo orientação do Senhor, com o objetivo de colher informações acerca das características demográficas e geográficas do local.

Dias (2005, p.13) informa, entre outros dados, que foi no começo do século XIX que as palavras turismo e turista passaram a ser utilizadas. No Pequeno Dicionário Inglês de Oxford⁷ (tradução nossa), o qual foi publicado entre os anos de 1810 e 1811, consta que “turismo é a teoria e a prática de viajar, por prazer, enquanto turista é a pessoa que faz uma ou mais excursões, especialmente alguém que faz isso por recreação”. Destaca ainda que alguns estudiosos, como Herman Von Schullern zu Schattenhofen, ressaltou o aspecto econômico e definiu turismo como o “conceito que comprehende todos os processos, especialmente os econômicos, que se manifestam na afluência, permanência e regresso do turista, dentro e fora de um determinado município, país ou Estado”. Robert Glucksmann, em 1929, na revista Verkehr und Bader, definia o turismo como “uma superação do espaço por pessoas que afluem a um lugar onde não possuem lugar fixo de residência”.

Com o passar dos anos o turismo foi se tornando uma atividade bastante difundida e com várias consequências econômicas, o que provocou a preocupação de alguns teóricos, culminando com o Congresso sobre Viagens Internacionais e Turismo, realizado em Roma, em 1963, sob a responsabilidade da ONU e União Internacional das Organizações Oficiais de

⁶ O líder de cada uma das doze tribos de Israel: da tribo de Rúben, Samua, filho de Zacur; da tribo de Simeão, Safate, filho de Hori; da tribo de Judá, Calebe, filho de Jefoné; da tribo de Issacar, Jigeal, filho de José; da tribo de Efraim, Oséias, filho de Num; da tribo de Benjamim, Palti, filho de Rafu; da tribo de Zebulom, Gadiel, filho de Sodi; da tribo de José, pela tribo de Manassés, Gadi filho de Susi; da tribo de Dã, Amiel, filho de Gemali; da tribo de Aser, SETUR, filho de Micael; da tribo de Naftali, Nabi, filho de Vofsi; da tribo de Gade, Geuel, filho de Maqui.

⁷ Título original: *The Shorter Oxford English Dictionary*.

Viagens – IUOTO⁸, cujo objetivo era o estabelecimento de definições que facilitassem o trabalho estatístico dos diversos países (DIAS, 2005, p.17). Ficou adotado no citado Congresso o termo visitante e a palavra turista passou a ser definida como “qualquer pessoa que visita um país que não o de seu local normal de residência, por qualquer motivo que não seja decorrente de uma ocupação remunerada dentro do país visitado”. Foram estabelecidas duas categorias de visitantes: os turistas e os excursionistas. São enquadrados como turistas “os visitantes temporários que permanecem pelo menos 24 horas no país visitado e cujo objetivo é o lazer, ou negócios, família, uma missão ou reunião”. Os excursionistas “são os temporários que permanecem menos de 24 horas no destino visitado e não pernoitam – incluídos os que viajam em navios de cruzeiro”. Uma das críticas que se faz dessas definições é que não foi levado em consideração o turismo interno ou doméstico, que é aquele realizado dentro do próprio país. Dessa forma a OMT, a fim de proporcionar uma metodologia confiável, tanto do ponto de vista estatístico, como nos impactos sociais, precisou padronizar os conceitos. Assim turismo, para a OMT, é o conjunto de atividades realizadas pelas pessoas durante suas viagens e estadias em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período de tempo inferior a 12 meses, com a finalidade de lazer, negócios e outras razões, as quais não deverão estar relacionadas com o exercício de uma atividade remunerada no local visitado. Observa-se que nesta definição estão inseridas todas as atividades dos turistas e excursionistas, que são considerados visitantes, sendo considerado turista, o visitante que pernoita, enquanto o excursionista é o visitante de um dia que não pernoita no local visitado. Tais conceitos servem tanto para identificar o turismo entre países como o turismo do próprio país. Vale salientar que não pode ser considerado visitante, se o ingresso da pessoa num determinado país não é feito em obediência às normas legais.

Beni (2007, p. 251) foi bem didático ao classificar os visitantes por duração de viagem, no caso, segundo a duração da estada, tem-se os turistas e os excursionistas, correspondendo a situação ao tempo de permanência no local visitado, conforme exposição do parágrafo anterior. Para fins das Contas-Satélites do Turismo – CST, assunto que será desdoblado no tópico 1.4.3, as pessoas em trânsito são tratadas como visitantes. E ainda há a classe de visitantes, por destino, que se desdobra em visitantes internacionais, cujo país de

⁸ A IUOTO é a predecessora da Organização Mundial de Turismo – OMT, cuja sigla atual em inglês é UNWTO (*United Nations World Tourism Organization*)

residência é diferente do país visitado (inclui o nacional que reside no exterior) e os visitantes internos, cujo país de residência é o próprio país visitado (inclui o estrangeiro residente).

Goeldner, Ritchie e McIntosh (2002, p.23), definem turismo “como a soma de fenômenos e relações originados da interação de turistas, empresas, governos locais e comunidades anfitriãs, no processo de atrair e receber turistas e outros visitantes”. Como se pensava no passado, turismo não se restringe apenas à viagem, mas está intimamente relacionado com todas as atividades referentes à preparação e incentivo para concretização do deslocamento da pessoa, os cuidados durante a permanência dela no local escolhido, além de todos os produtos e serviços que são criados para satisfazer as necessidades e desejos desses visitantes.

Prof. Beni (2007, p.34) é mais específico quando identifica no campo acadêmico, empresas e órgãos governamentais três tendências para a definição de turismo: a técnica, a econômica e a holística.

Definições sob a tendência técnica foram abordadas até então, quando empresas e órgãos governamentais, em função das divergências e complexidade do tema, precisavam padronizar alguns conceitos, com o objetivo de obter estatísticas confiáveis sobre movimento e comportamento de pessoas. Isso é importante, em face das dificuldades em estabelecer um consenso nessa área.

Sobre a segunda tendência, só as implicações econômicas e empresariais do turismo são levadas em conta. Há muita controvérsia se o turismo deve ser tratado como indústria (designativo mais aceito na literatura comum, não científica) ou não, Beni (2007, 34-25) confronta as opiniões de Alberto Sassa e Palomo. O primeiro definiu o turismo não como uma atividade terciária, mas como atividade industrial real, em função da existência de um processo de transformação de matérias-primas para elaboração de produtos que serão comercializados e consumidos no mercado. Palomo afirma que turismo é uma atividade econômica, mas não é indústria, uma vez que esta é um conjunto de operações necessárias para a transformação de matérias-primas. Do exposto, Beni (2007, p.35) afirma que:

[...] o que ocorre, na realidade, é uma agregação de valores aos diferenciais turísticos naturais e culturais, e não uma transformação tangível e concreta na matéria-prima original. O produto turístico final para a venda é de natureza composta (*Sic*) e agregada. O processo de agregação de valores inicia-se na aquisição dos atrativos turísticos, continua nos meios de transporte, hospedagem, alimentação, serviços de recreação e entretenimento, e termina na fruição do roteiro.

A tendência holística procura abranger a essência total do assunto, uma vez que há uma grande dificuldade em se tentar definir turismo, em vista da amplitude e extensão do fenômeno, sendo imprescindível associá-lo a outros campos do conhecimento, tais como: a antropologia; sociologia; economia; geografia; ciência política; ecologia; estudos urbanísticos; marketing; direito; administração e psicologia. A característica dessa tendência é direcionar todos os campos para o foco principal, isto é, os turistas e todos os fenômenos relacionados ao deslocamento, permanência e retorno. Para Beni (2007, p.37), sob esse enfoque, turismo é conceituado:

[...] como um elaborado e complexo processo de decisão sobre o que visitar, onde, como e a que preço. Nesse processo intervêm inúmeros fatores de realização pessoal e social, de natureza motivacional, econômica, cultural, ecológica e científica que ditam a escolha dos destinos, a permanência, os meios de transporte e o alojamento, bem como o objetivo da viagem em si para a fruição tanto material como subjetiva dos conteúdos de sonhos, desejos, de imaginação projetiva, de enriquecimento existencial histórico-humanístico, profissional, e de expansão de negócios. Esse consumo é feito por meio de roteiros interativos espontâneos ou dirigidos, compreendendo a compra de bens e serviços da oferta original e diferencial das atrações e dos equipamentos a ela agregados em mercados globais com produtos de qualidade e competitivos.

A atividade do turismo integra o setor de serviços da economia. Para Beni (2006, p. 197) são três as características fundamentais dos serviços:

- a) Eles são imateriais;
- b) Para que haja serviço é preciso haver necessariamente contato direto entre prestador cliente;
- c) O usuário participa da produção do serviço.

E essas três características gerais dos serviços provocam consequências na organização, no consumidor e no interesse geral. Destacam-se oito particularidades do setor de turismo:

- a) A empresa turística não trabalha com estoque;
- b) Os serviços ofertados e não-demandados são, como qualquer serviço, aliás, perecíveis no tempo. Só há produção em turismo, quando o turista a consome. O único valor residual do produto turístico após o consumo é a experiência ou a satisfação de se realizar uma viagem;

- c) O produto turístico final, no sentido macroeconômico, é um conjunto de prestações de serviços singulares, muito variados de um lado e nunca idênticos de outro;
- d) O produto final pode ser composto pelo próprio consumidor;
- e) O consumidor deve dirigir-se para o próprio lugar da produção turística;
- f) Habitualmente, o consumidor do turismo deve pagar suas despesas antes;
- g) A qualidade do produto turístico é comprometida pela multiplicidade de contatos diretos entre a empresa e o cliente;
- h) A lei da utilidade marginal decrescente⁹ é inaplicável ao fenômeno turístico.

1.3 Tipos de turismo

Segundo a OMT, há três tipos básicos de turismo, levando-se em conta a origem e o destino dos visitantes: o turismo interno ou doméstico; o turismo receptivo e o turismo emissor ou emissivo.

Tal classificação tem sua importância do ponto de vista econômico. O turismo receptor gera entrada de riqueza (divisas) oriunda do exterior, ao passo que no turismo emissor há perda de divisas, uma vez que os nativos irão gastar fora do país a renda ou o patrimônio que foram originalmente adquiridos em sua região. No turismo interno, apesar de não haver entrada ou saída de divisas, existe um notável benefício econômico, que é a distribuição de renda.

1.3.1 Turismo interno ou doméstico

Como o próprio nome diz, é aquele realizado pelos residentes de uma região (país), dentro dela mesma. São exemplos os deslocamentos (residentes) para visita de parentes no interior ou vice-versa; as excursões com fins religiosos e as viagens nos finais de semana ou feriados, com destino ao campo ou litoral (praias).

⁹ Princípio segundo o qual, à medida que se consome mais de determinada mercadoria, quantidades adicionais consumidas geram incrementos menores na utilidade.

1.3.2 Turismo receptivo

É realizado pelos residentes de outros países que viajam para outro país de referência. Os visitantes não são residentes no país ou qualquer região compreendida nos limites geográficos nacionais, como por exemplo, a visita dos estrangeiros à Olinda ou Porto de Galinhas.

1.3.3 Turismo emissor ou emissivo

É o turismo realizado pelos residentes de uma determinada região (ou país) que viajam para fora dela.

A partir dessas três classificações é possível fazer outra. Se for realizado dentro das fronteiras de uma determinada região (país), seja pelos próprios visitantes da área ou por visitantes de fora da região, tem-se o turismo interior, o qual apresenta características do turismo interno mais receptor. Uma segunda situação é o turismo nacional, o qual apresenta características de turismo interno mais emissor, ou seja, todo o turismo efetuado pelos residentes de uma região (país) dentro ou fora do país. Finalmente, tem-se o turismo internacional, características do emissor mais receptor, ou seja, o deslocamento implica que o visitante cruze alguma fronteira nacional.

1.3.4 Outras classificações

Oliveira (2005, p.78 ET seq.), chama a atenção para o fato de que antes de qualquer planejamento turístico, é necessário coaduná-lo com as peculiaridades de cada região, para tanto, considera os tipos a seguir:

- a) Turismo de lazer: o prazer é o principal combustível, cujo objetivo é conhecer novas localidades ou, simplesmente, rever amigos e/ou parentes;
- b) Turismo de eventos: tem por fim a participação na discussão de assuntos de interesse comum para o aprimoramento de alguma atividade ou produto, podendo ainda se constituir no lançamento de um novo artigo no mercado. Além de ser um bom negócio para quem recebe o evento (possuir uma infra-estrutura adequada é imprescindível), esse tipo de turismo independe das condições climáticas;

- c) Turismo de águas termais: praticado desde a época dos romanos, as pessoas normalmente buscam os lugares premiados pela natureza com as águas termais, como por exemplo, Caldas Novas em Goiás, para tratamento da saúde ou recreação – exige-se um grande investimento e muita organização, com prioridade aos cuidados com a higiene coletiva e outras opções de divertimento;
- d) Turismo desportivo: destinado às pessoas que vão participar ou assistir aos eventos esportivos. Atualmente Pernambuco está se preparando para receber uma grande quantidade de turistas para a Copa do Mundo de Futebol que será realizada no Brasil em 2014, pois o citado Estado foi escolhido como uma das sedes que receberão partidas de futebol do torneio;
- e) Turismo religioso: praticado por pessoas que se deslocam para visitar locais considerados sagrados, como é o caso de Aparecida do Norte em São Paulo que recebe milhões de peregrinos todo ano;
- f) Turismo de juventude: destinado a jovens e estudantes que viajam para comemorar o término de cursos escolares, por exemplo;
- g) Turismo social: destinado a pessoas de baixa renda e normalmente custeado pelas empresas, quando organizam a viagem e cobram as despesas dos empregados em longo prazo, com descontos mensais nas folhas de pagamento. Esse tipo de turismo normalmente acontece nos finais de semana, em época de baixa estação;
- h) Turismo cultural: praticado por professores, técnicos, estudantes e pesquisadores de maneira geral, os quais buscam no local visitado novos conhecimentos ou argumentos para comprovação de alguma teoria;
- i) Turismo ecológico: destinado aos apreciadores da natureza, geralmente oriundos de países desenvolvidos e industrializados, interessados em manter contato com elementos naturais que deixaram de existir no local de origem. Acampamento, caminhada, cavalgada, ciclismo, escalada, espeleoturismo¹⁰, mergulho, *rafting* (canoagem), rapel (descida de obstáculos com corda) e safári fotográfico são algumas atividades relacionadas a esse tipo de turismo;
- j) Turismo de compras: as pessoas que viajam geralmente sempre trazem na bagagem alguma lembrança, por menor que seja. Criar esse tipo de turismo pode

¹⁰ Neologismo = turismo voltado à exploração de cavernas.

levar a localidade a obter grandes lucros financeiros e conseguir seu próprio desenvolvimento sustentado;

- k) Turismo de aventura: destinado às pessoas que buscam emoções radicais, como por exemplo, subir aos céus em balões ou aproximar-se ao máximo da cratera de vulcões ativos, um passeio num caça MIG a 2.880 Km/h ou participar de um programa na Flórida, Estados Unidos, para interceptar furacões;
- l) Turismo gastronômico: muitas cidades, principalmente na Europa, tornaram-se conhecidas pelos produtos que oferecem à mesa. Pratos típicos, vinhos, queijos, patês, doces, chocolates e outras receitas exóticas despertam a atenção de muitas pessoas que se interessam pelo tema;
- m) Turismo de incentivo: incrementado por empresas que desejam aumentar seus resultados através da motivação aos funcionários. Assim em vez de oferecer dinheiro ou um prêmio tradicional qualquer, ela oferece viagens com direito a acompanhante e com tudo pago;
- n) Turismo da terceira idade: em função da melhoria da qualidade em todos os campos do conhecimento, notadamente os avanços da medicina que tem proporcionado uma maior expectativa de vida ao homem atual, os idosos, com mais vigor físico, estão viajando com mais freqüência e muitas agências, atentas a esse nicho de mercado, estão se aprimorando há certo tempo para proporcionar um excelente serviço a esse público crescente;
- o) Turismo rural: proporciona aos visitantes a oportunidade de participar de atividades próprias da zona rural, como: andar a cavalo, ordenhar vacas, passear de carroças, tomarem banho de rio ou cachoeira, apreciarem a culinária típica ou andarem pelo campo;
- p) Turismo de intercâmbio: é praticado por jovens estudantes ou pessoas em geral com o objetivo de realizarem em outros países, cursos ou aprenderem novo idioma;
- q) Turismo de cruzeiros marítimos: modalidade que ultimamente tem crescido bastante em função do surgimento de novos navios com maior capacidade de passageiros, mais confortáveis e preços mais acessíveis;
- r) Turismo de negócios: é praticado por executivos que viajam em função das atividades empresariais. Trata-se de uma clientela importante, que viaja durante o ano todo, independendo da estação do ano;

- s) Turismo técnico: realizado por pessoas que trabalham em áreas técnicas, que viajam para conhecer as instalações de seus fornecedores ou novas formas de resolver determinados problemas;
- t) Turismo gay: vem crescendo rapidamente no mundo inteiro e é um nicho que também vem recebendo atenção de diversos empresários;
- u) Turismo de saúde: praticado por pessoas que necessitam realizar tratamentos de saúde e para isso, se deslocam aos locais onde existem clínicas e hospitais especializados; e
- v) Turismo étnico e nostálgico: praticado por pessoas que visitam seus próprios locais de origem ou de seus antepassados, como por exemplo, o caso da colônia japonesa no Brasil, que tem por tradição enviar para o Japão, pelo menos uma vez na vida, os filhos nascidos em nosso país para conhecer a terra de onde vieram seus avós.

Fernandes e Coelho (2002, p. 23-24) lembram ainda o caso do norte-americano Dennis Tito, ex-engenheiro da NASA¹¹, pagou 20 milhões de dólares ao governo russo e embarcou em 28 de abril de 2001 na nave espacial Soyúz para permanecer uma semana na estação Alpha, girando na órbita terrestre, tornando-se o primeiro turista espacial, inaugurando assim o turismo espacial. Consta que algumas autoridades russas disseram que o cheque de Dennis Tito cobriu todas as despesas com o lançamento do foguete Soyúz. Essa nova captação de recursos poderia propiciar inúmeras possibilidades na área.

1.4 A Organização Mundial de Turismo

1.4.1 Informações gerais

A Organização Mundial de Turismo, com sede em Madrid, Espanha, é uma agência especializada das Nações Unidas e se constitui na principal organização internacional no campo de turismo. Serve como foro global para assuntos de política de turismo. A OMT ou UNWTO tem papel central e decisivo na promoção do desenvolvimento do turismo responsável, sustentável e universalmente acessível, com atenção particular nos interesses de países em desenvolvimento.

¹¹ NASA é a sigla em inglês de *National Aeronautics and Space Administration* – Administração Nacional do Espaço e da Aeronáutica, também conhecida como Agência Espacial Americana.

A Organização encoraja a adoção Código Global de Ética para Turismo, com o fim de assegurar aos países membros, destinos de turista e negócios, a fim de aperfeiçoar os aspectos positivos do turismo, do ponto de vista econômico, social e cultural, ao mesmo tempo em que se preocupa em minimizar os choques negativos sociais e ambientais.

Atualmente a OMT abrange 161 países, além de outros 370 afiliados do setor privado, basicamente instituições educacionais e associações de turismo. Com o objetivo de fortalecer as administrações de turismo nacionais, a OMT mantém representações regionais na África, nas Américas, Leste e Sul Asiático e Pacífico, na Europa e no Oriente Médio. A OMT está comprometida com as metas de desenvolvimento das Nações Unidas para o milênio, que basicamente caminha para a redução da pobreza e promoção do desenvolvimento sustentável.

1.4.2 Histórico da OMT ou UNWTO: fatos mais relevantes

1946

Foi realizado em Londres o Primeiro Congresso Internacional de Organizações Nacionais de Turismo, onde se discutiu a criação de uma nova organização internacional e não-governamental para substituir a União Internacional de Organizações de Propagandas Turísticas Oficiais (IUOTPO), a qual havia sido criada em 1934.

1947

Ocorreu em Haia, Holanda, a Primeira Assembléia Constitutiva da União Internacional de Organizações Oficiais de Viagens (IUOTO). A sede temporária da IUOTO passou a funcionar em Londres.

1948

Foi criada a Comissão Européia de Viagem (ETC), a primeira Comissão Regional dentro da IUOTO. São criadas em seguida as Comissões da África (1949), Oriente Médio (1951), Ásia Central (1956) e as Américas (1957).

IUOTO foi reconhecida pelas Nações Unidas como Órgão Consultivo.

1951

A IUOTO transferiu sua sede para Genebra, Suíça, onde permaneceu até 1975.

1957

Robert Lonati (França) se tornou o primeiro Secretário-Geral da IUOTO e seu mandato se estendeu até 1974.

1963

Atendendo proposta da IUOTO, as Nações Unidas promoveram em Roma o Congresso sobre Viagens Internacionais e Turismo. Este Congresso propõe uma série de recomendações e estabeleceu a definição de visitante e as condições para ser considerado turista, com o objetivo de facilitar o trabalho estatístico das nações.

1967

As Nações Unidas (ONU), atendendo proposta da IUOTO, declarou 1967 o ano do turismo internacional – ITY, com o slogan turismo, passaporte para paz.

1969

A Conferência Intergovernamental em Sofia (Bulgária) e a Assembléia Geral das Nações Unidas fizeram pressão para a criação de uma organização intergovernamental e independente em turismo.

1970

Em 27 de setembro, a Assembléia Geral e Especial da IUOTO adotaram os novos Estatutos da Organização Mundial de Turismo (WTO). De 1980 em diante, este dia será celebrado como dia mundial do turismo.

1975

Primeira Assembléia Geral da WTO, em Madrid (mês de maio). Robert Lonati foi eleito o primeiro Secretário Geral da WTO e ficou decidido que a sede funcionará na capital espanhola.

1976

A Secretaria Geral da WTO foi instalada em Madrid em 1 de janeiro.

Um acordo foi assinado para a WTO se tornar agência executora dos Programas de Desenvolvimento das Nações Unidas (UNDP).

1985

A VI Assembléia Geral da WTO, realizada em Sofia (Bulgária), formatou a Carta de Direitos do Turismo e o Código do Turista.

Willibald Pahr (Áustria) foi eleito novo Secretário Geral da WTO.

1989

Antonio Enríquez Savignac (México) foi eleito novo Secretário Geral da WTO.

1991

Aconteceu em Ottawa, Canadá, A Conferência Internacional sobre Estatísticas de Viagens e Turismo. Adotam-se uma série de resoluções que definiram as necessidades estatísticas para a indústria do turismo, a fim de se conseguir mais confiabilidade nas informações.

IX Assembléia Geral da WTO em Buenos Aires (Argentina) aprovou as recomendações da Conferência de Ottawa, sendo adotadas como medidas para segurança do turismo.

1992

A WTO participou da Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento de um ambiente Seguro no Rio de Janeiro (Brasil), onde foi criado o Programa de trabalho 21.

1993

X Assembléia Geral da WTO realizada em Bali (Indonésia). Antonio Enríquez Savignac (México) foi re-eleito Secretário Geral. A Comissão de Estatísticas das Nações Unidas aprovou as recomendações de Ottawa e adota a Classificação de Padrão Internacional de Atividades de Turismo (SICTA).

1995

Assembléia Geral da XI WTO no Cairo, Egito, adotou a Declaração da WTO na Prevenção contra o Crime Organizado do Turismo Sexual.

1997

Francesco Frangialli (França) foi eleito o novo Secretário Geral da WTO.

1998

A Fundação WTO.THEMIS foi criada em Andorra, para promover qualidade e eficiência na educação e treinamento na área do turismo.

1999

A Conferência Mundial realizada em Nice (França) aprovou as Contas-Satélites do Turismo, pela necessidade de se estabelecer um padrão mundial, principalmente no acompanhamento econômico da atividade.

Assembléia Geral da XIII WTO em Santiago (Chile) adotou o Código Global de Ética para o Turismo.

2000

A Comissão de Estatísticas das Nações Unidas aprovou os padrões internacionais incluídos nas Contas-Satélites do Turismo (TSA).

2001

Foi realizada a primeira Conferência Mundial em Esporte e Turismo, juntamente organizado pela WTO e o Comitê Olímpico Internacional, em Barcelona (Espanha).

Conferência sobre Contas-Satélites de Turismo em Vancouver (Canadá), objetivando a divulgação do seu emprego em todo mundo.

Assembléia Geral da XIV WTO realizada em Seul (República da Coréia) e Osaka (Japão), quando se adotou a Declaração de Seul Turismo e Paz e a Declaração de Osaka pelo Milênio. Francesco Frangialli (França) foi re-eleito Secretário Geral da WTO.

Há várias solicitações na Assembléia sobre a possibilidade de transformar a WTO numa agência especializada das Nações Unidas.

2002

2002 foi declarado o Ano Internacional do Ecoturismo.

Em Quebec (Canadá) adotou-se a Declaração de Quebec em Ecoturismo.

A WTO toma parte na Cúpula Mundial em Desenvolvimento Sustentável (Johanesburgo, África do Sul), e aponta o Turismo como um programa sustentável – para eliminação da pobreza.

2003

Primeira Conferência Internacional em Mudança de Clima e Turismo, Djerba (Tunísia).

Assembléia Geral da XV WTO, Pequim (China), aprovou a composição do Comitê Mundial em Ética de Turismo sendo acatado por unanimidade o programa do Turismo Sustentável – Eliminando Pobreza (ST-EP).

A Assembléia aprovou a transformação da WTO numa Agência Especializada das Nações Unidas através da Resolução 453 (XV). A transformação é ratificada nas Nações Unidas - Assembléia Geral (Resolução A/RES/58/232).

2004

Primeira Conferência Mundial em Comunicações de Turismo (TOURCOM), organizado pela UNWTO em Madrid.

O Comitê Mundial sobre Ética no Turismo aprova o Código Global de Ética (adotada em 1999), realizada sua primeira reunião em Roma (Itália).

2005

Em função da catástrofe asiática (tsunami) em dezembro de 2004, o Secretário Geral da UNWTO realizou uma reunião de emergência do Conselho Executivo. Adotou-se o Plano de Ação Phuket (Tailândia).

Conferência da UNWTO sobre Contas-Satélites de Turismo: entendendo o turismo e projetando estratégias. Evento realizado em Iguaçu (Brasil), tendo participado representantes do governo argentino e paraguaio.

Aplicando o acordo assinado entre UNWTO e o Governo da Coréia em 2004, é aberto um escritório da UNWTO em Seul (Programa ST-EP).

Assembléia Geral da XVI UNWTO realizada em Dakar (Senegal) confirma o papel principal que a UNWTO pode contribuir para eliminar a pobreza através do desenvolvimento do turismo sustentável. Francesco Frangialli (França) foi re-eleito para um terceiro mandato como Secretário Geral da UNWTO.

A Assembléia Geral também aprova formalmente a adoção das iniciais UNWTO em inglês e em russo.

2006

30º Aniversário da UNWTO em Madrid.

O Secretário Geral da ONU Kofi Annan, se encontrou pela primeira vez na sede da UNWTO.

2007

Segunda Conferência Internacional sobre Mudanças Climáticas e Turismo realizada em Davos (Suíça). Adotou-se a Declaração de Davos.

Primeira Conferência Internacional em Turismo, Religiões e Diálogo de Culturas, Córdoba (Espanha).

1.4.3 As contas-satélites do turismo – CST

De acordo com a abordagem no tópico anterior, foi descrita a preocupação da UNWTO em estabelecer parâmetros para acompanhar de forma efetiva a atividade do turismo no mundo, avaliando adequadamente seus impactos econômicos nos diversos países e no globo. Por isso, em 1999, A Conferência Mundial realizada em Nice (França) aprovou as Contas-Satélites do Turismo – CST, as quais foram referendadas em 2000 pela Comissão de Estatísticas das Nações Unidas que passou a adotar os padrões internacionais incluídos nas Contas-Satélites do Turismo e, desde então, vem sendo difundidas em todo planeta.

Beni (2007, p. 255) destaca que, “[...] as CST constituem-se em um importante instrumento de comparação dos resultados internacionais do turismo, dadas as diretrizes da OMT no sentido de padronizar conceitos e classificações, até mesmo em suas consistências com o Sistema de Contas Nacionais.”

A estrutura das CST está centrada nas diversas relações entre a demanda e a oferta, existindo conceitos básicos atrelados tanto à demanda, quanto do lado da oferta. Conceitos relativos à demanda, referentes a visitantes, turistas, excursionistas já foram abordados no item 1.2., restando conceituar o que seria entorno habitual, consumo turístico e local de consumo turístico, os quais foram muito bem demonstrados pelo Prof. Beni (2007, p. 251-252), que em linhas gerais coloca:

- a) Entorno habitual: corresponde aos limites geográficos dentro dos quais o indivíduo se desloca cotidianamente, à exceção se o deslocamento for por ócio ou lazer;
- b) Consumo turístico – CT: de acordo com a UNWTO é o “gasto total de consumo efetuado por um visitante, ou por conta de um visitante, para, durante ou decorrente de sua viagem e estada no lugar de destino”;
- c) Local de consumo turístico: poderá haver sete agregados de CT se for considerado o local:
 - a. CT interno: realizado pelos residentes no seu próprio país (incluindo bens importados);
 - b. CT emissor: realizados pelos residentes quando estão em outros países (inclui bens nacionais porventura consumidos no exterior);
 - c. CT receptor: realizado por não-residentes no país receptivo (internacional);
 - d. CT interior: é resultante de todo gasto efetuado por residentes e não-residentes no país receptivo (CT interior = CT interno + CT receptor);

- e. Consumo (C) interior turístico: Somam-se ao CT interior os gastos do CT emissor no país de origem – antes e depois (C interior turístico = CT interior + parte interior do CT emissor);
- f. CT nacional: é o resultado de todo consumo de residentes, independentemente do destino (CT nacional = CT receptor + CT emissor);
- g. CT internacional: CT receptor + CT emissor.

Com referência à oferta, nem todos os bens e serviços constantes do consumo turístico podem ser relacionados a essa atividade, pois existem aqueles que são característicos, típicos da atividade e os que são conexos, tem afinidade, mas não são típicos. Para fins de padronização a UNWTO classificou esses bens e serviços nos tipos a seguir:

- a) Característicos: aqueles que teriam a existência seriamente comprometida caso não houvesse o turismo, pois dependem dramaticamente da atividade (são exemplos os alojamentos; provisão de alimentos e bebidas; transporte e serviços associados; organização de viagens; guias turísticos; serviços recreativos e culturais, entre outros);
- b) Conexos: apesar de serem consumidos pelos visitantes em quantidades significativas, não são típicos nem exclusivos (são exemplos táxis; artigos de artesanato e suvenires e restaurantes);
- c) Específicos: o conjunto dos tipos anteriores.

Apesar dos esforços da UNWTO, muitos países ainda não aderiram plenamente à nova metodologia. Beni (2007, p. 254) informa que em decorrência da elaboração das CST, O Brasil pode dispor dos seguintes resultados:

- **Agregados macroeconômicos.** Valor agregado e Produto Interno Bruto (PIB) turístico.
- **Consumo turístico.** Discriminado por fonte de suprimento, oferta interna ou exportação.
- **Conta produção.** Por ramos de atividade, incluindo dados de emprego, relações intersetoriais e Formação Bruta de Capital.
- **Outras informações** relevantes à construção de modelos de avaliação dos impactos do turismo.
- **Indicadores de caracterização do turismo.** Baseados em números de chegadas, forma de viagem, duração, motivo, modo de transporte, meio de hospedagem, destino, procedência, etc.

Na recente pesquisa intitulada “Economia do Turismo – Uma perspectiva macroeconômica 2003-2006”, disponível no site do IBGE, e que foi fruto de um acordo de cooperação entre o Ministério do Turismo e aquele Instituto com o objetivo de avaliar o impacto das atividades relacionadas ao turismo na economia nacional, o próprio Ministério reconhece que junto com indicadores econômicos apurados por outras entidades, o estudo do IBGE servirá de base para o lançamento da conta satélite experimental no Brasil em 2010.

2 O TURISMO INSERIDO NO SISTEMA ECONÔMICO

Em linhas gerais tem-se observado que o turismo representa uma importante ferramenta de transformação social, uma vez que a complexidade da rede envolvida e o grande volume de recursos movimentados por si só já se constitui em motivo suficiente para despertar nas autoridades públicas e sociedade em geral uma maior atenção sobre o tema. Alecrim (2003, p. 16) faz a seguinte colocação: “O turismo é um agente de crescimento econômico, pois gera empregos, renda e impostos para uma determinada localidade”. Idêntico posicionamento é adotado por Oliveira (2005, p.35), quando alega que “O turismo é capaz de produzir um impacto respeitável na economia local.” Dessa maneira, considerando a escassez dos recursos existentes, tem-se demonstrado que o turismo é uma opção a ser seriamente considerada, no sentido de suprir parte das necessidades de uma sociedade. No balanço de pagamentos do país, as atividades relacionadas ao turismo são registradas na conta balanço de serviços, a qual, por sua vez, está inserida na conta “transações correntes” ou balanço de transações correntes, que também integra na sua estrutura a conta balança comercial (registro das exportações de mercadorias brasileiras e todas as importações de mercadorias). As contas de capital juntamente com as contas de transações correntes se constituem nas duas principais contas do balanço de pagamentos. Segundo o Ministério do Turismo, a atividade registrou um crescimento de 76% em cinco anos e gerou 900 mil empregos no mesmo período, de 2000 a 2005. É notório que tal fato tem chamado a atenção de líderes políticos, gestores públicos e empresários atentos às oportunidades do mercado, as quais têm proporcionado vantagens econômicas consideráveis.

O homem tem necessidades ilimitadas e os recursos disponíveis são escassos. Mankiw (2006, p. 4) diz que “Economia é o estudo de como a sociedade administra seus recursos escassos. Na maioria das sociedades, os recursos são alocados não por um único planejador central, mas pelos atos combinados de milhões de famílias e empresas.” Cabe à ciência econômica servir de instrumento aos agentes para maximização da riqueza disponível.

Com o produto turismo não é diferente, Lage e Milone (2009, p. 51e53) o enquadram da seguinte maneira:

[...] como um produto composto, equivalente a um amálgama formado pelos seguintes componentes: transporte, alimentação, acomodação e entretenimento. Como qualquer outro bem e serviço encontra-se à disposição na natureza de forma limitada, necessita ser produzido e pode ser considerado como uma riqueza. [...] Os produtos turísticos, como qualquer tipo de bens ou de serviços econômicos, caracterizam-se em complementares

ou substitutos. [...] O turismo é, na realidade, uma atividade eminentemente de prestação de serviços, e, consequentemente, enquadra-se no setor terciário da economia. Ao contrário de muitas atividades, o turismo interage nos três setores econômicos e, quando se desenvolve, desencadeia um processo de irradiação de benefícios que ultrapassam seus limites de atuação, incrementando negócios não só no setor terciário, como também nos setores primário e secundário.

É inquestionável a afirmação que o turismo envolve uma gama de atividades, por isso, antes mesmo de inseri-lo no sistema econômico, é plausível a ideia de também considerá-lo como um sistema, uma vez que se constitui num conjunto de partes que interagem e dependem umas das outras, com o fim específico de atender bem ao turista. Beni (2007, p. 49) percebeu isso e propôs o modelo, conforme Figura 01, que ele chama de SISTUR – Sistema de Turismo, sendo composto pelos conjuntos da organização estrutural (superestrutura e infraestrutura), das relações ambientais (subsistemas ecológico, econômico, social e cultural) e das ações operacionais (execução coordenada entre os diversos operadores presentes nos três conjuntos, representados na figura pelas letras maiúsculas). Como se trata de um sistema, foi realizada uma correção na Figura 01, pois no original não consta a seta no sentido do conjunto da organização estrutural (OE) para o conjunto das relações ambientais (RA).

Cada conjunto é formado por um subsistema específico, e demonstram, conforme Fernandes e Coelho (2002, p. 58), “todos os passos e cuidados que devem ser tomados para uma perfeita sintonia entre o que se deve oferecer ao turista e o que este realmente necessita para o bom atendimento de suas necessidades”.

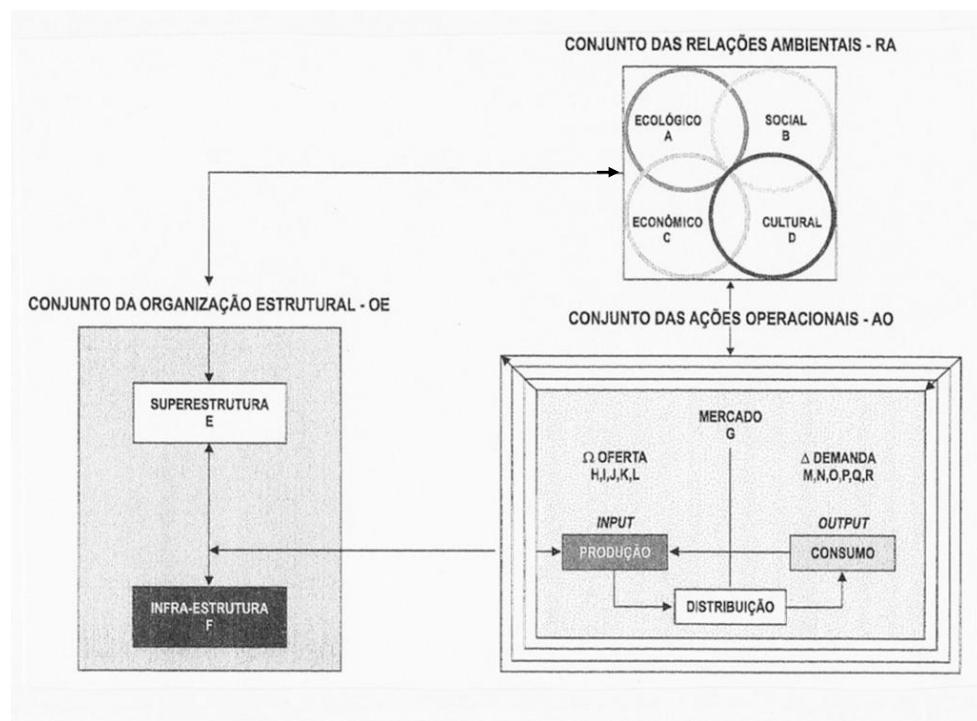


Figura 01 – Sistema de turismo – SISTUR¹²

¹² Fonte: Beni (2007, p. 50).

Após a proposta do SISTUR, Beni estabelece um dos mais completos modelos para demonstrar sua inserção no sistema econômico, de acordo com a Figura 02.

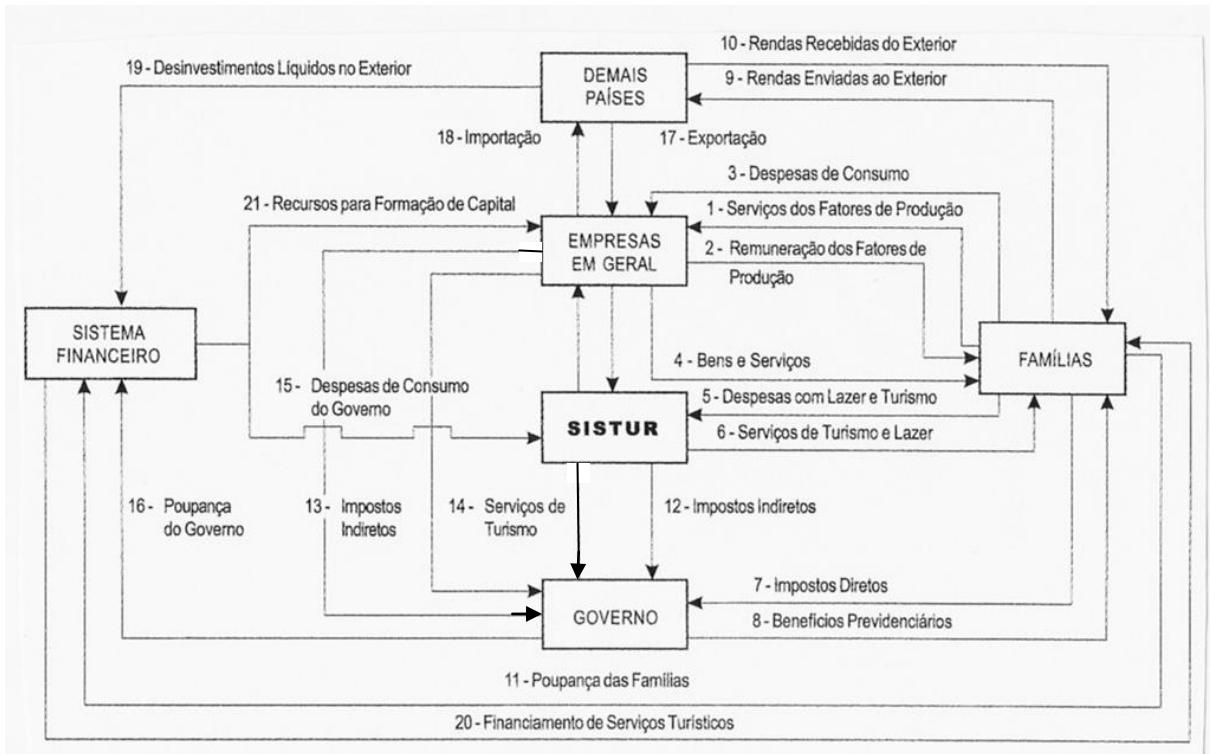


Figura 02 – O SISTUR no sistema econômico nacional¹³

Legendas:

1. Serviços dos fatores de produção correspondentes ao capital e ao trabalho colocados à disposição do setor produtivo pelas unidades familiares, estas na condição de legítimas proprietárias.
2. Remuneração dos fatores de produção, isto é, salários remunerando o fator trabalho, aluguéis remunerando a propriedade, juros remunerando o capital, e lucros remunerando o custo de oportunidade do tempo, utilizado como alternativo, do proprietário e o risco em sua condição de empreendedor.
3. Despesas de consumo das famílias correspondentes a toda sorte de aquisições feitas com empresas para compras de alimentação, habitação, vestuário, higiene, saúde, transporte e educação.
4. Bens e serviços colocados pelas empresas à disposição das famílias como contrapartida das despesas de consumo.
5. Despesas com lazer e turismo das famílias com o SISTUR.
6. Serviços de turismo e lazer em relação direta com os gastos feitos pelas famílias para tal finalidade.
7. Impostos diretos pagos pelas famílias ao governo, como imposto de renda e encargos previdenciários.
8. Benefícios previdenciários correspondentes à pensão, aposentadoria e outros similares pagos pelo

¹³ Fonte: Beni (2007, p. 75). Houve inversões nas setas das legendas 13 e 14, em relação ao apresentado no original.

governo às famílias.

9. Rendas enviadas ao exterior correspondentes aos ganhos de residentes fora do país, tais como lucros de empresas de capital estrangeiro obtidos no país.
10. Rendas recebidas do exterior cujo sentido é inverso ao fluxo do item 9.
11. Poupança das famílias correspondente ao excedente das rendas recebidas e não consumidas num determinado período. Essa poupança flui para o sistema financeiro como parcela dos recursos para formação de capital, financiando futuros investimentos.
12. Impostos indiretos pagos ao governo pelo SISTUR.
13. Impostos indiretos pagos ao governo pelas demais entidades do sistema produtivo, por exemplo, IPI, ICM.
14. Serviços de Turismo adquiridos do SISTUR pelo governo.
15. Despesas de consumo do governo por meio da aquisição de bens ou serviços do setor produtivo em geral.
16. Poupança do governo correspondente ao excedente de rendas não consumidas por ele em um determinado período.
17. Exportação decorrente do fluxo de recursos recebidos pelas empresas e pelo SISTUR dos serviços vendidos aos demais países.
18. Importação decorrente do fluxo de recursos enviados aos demais países pelo sistema produtivo em geral, inclusive o SISTUR, derivado da compra de bens e serviços.
19. Desinvestimentos líquidos no exterior correspondentes à captação de poupança feita pelo país nos demais países do mundo, que se reflete no saldo do balanço de pagamentos na conta corrente.
20. Financiamento de serviços turísticos correspondente aos recursos destinados às famílias para financiar a compra de serviços turísticos.
21. Recursos para formação de capital, correspondentes a todo o acervo de poupança disponível no país, e também captado no exterior, para financiamento de todo o sistema produtivo, inclusive o SISTUR.

2.1 O mercado turístico

O ponto de partida para definir mercado turístico é iniciar pela própria definição de mercado. Pindyck e Rubinfeld (2006, p. 7) o definem como “um grupo de compradores e vendedores que, por meio de suas reais ou potenciais interações, determinam o preço de um produto ou de um conjunto de produtos”. Mankiw (2006, p. 64) o descreve como: “um grupo de compradores e vendedores de um determinado bem ou serviço. Os compradores, como grupo, determinam a demanda pelo produto e os vendedores, também como grupo, determinam a oferta do produto.” Tribe (2003, p. 48) é mais sucinto ao dizer que “um mercado é um lugar no qual compradores e vendedores entram em contato uns com os outros.” Chama-se a atenção para a palavra “lugar” utilizada por Tribe, de certo que se trata de um lugar relativo às ocorrências das relações entre consumidores e ofertantes. Já foi o tempo em que a ideia de mercado era relacionada a um local fixo.

O mercado turístico foi muito bem enquadrado por Fernandes e Coelho (2002, p. 169) quando apontam que no ramo do turismo há uma diversidade de mercados, tais como: o

hoteleiro, o mercado de agências de viagens, o mercado de eventos, o mercado de entretenimento, o mercado das empresas transportadoras, os quais quando agregados forma o chamado mercado turístico, que está baseado “no eterno confronto entre a demanda, os consumidores, no caso, os turistas, e os produtores ou vendedores de produtos e serviços turísticos.” Beni (2007, p. 167-168) destaca que:

Para cada produto turístico pode-se identificar um tipo de mercado, real e potencial. Pode-se falar então de mercados turísticos.

Os mercados de Turismo inserem-se na categoria “concorrência imperfeita”. Os produtos não são homogêneos e intercambiáveis, mas diferenciados. Cada empresa vende um produto que de certo modo se traduz como único e diferenciado dos demais e, neste sentido, assemelha-se a uma empresa monopolista. É justamente por essa diferenciação que o mercado de turismo é quase um monopólio.

Não existem dois hotéis iguais nem instalados no mesmo lugar; o que um oferece, o outro não o fará exatamente da mesma maneira. O roteiro turístico que é produzido e comercializado por uma operadora não é vendido com todos os detalhes por nenhuma outra empresa

Graças a essa diferenciação é que se podem estabelecer algumas vantagens no mercado. Marconini (2003, p. 48-49) assevera que:

[...] Vantagens comparativas e competitivas estão portanto (sic) por detrás das tendências de competitividade e inserção que se observa no mercado internacional.

[...] Fatores relativos à localização, tanto vantagens quanto preferências, também são instrumentais na explicação de tendências do mercado internacional de serviços. Vantagens relativas à localização são determinantes na competitividade do setor portuário em Cingapura e do setor de turismo das ilhas no Caribe. Em Hong Kong, por exemplo, 85% do PIB tem sua origem no setor de serviços, assim como o emprego de 86% da força de trabalho.

Sabe-se que todo País tem vantagem comparativa em algum produto ou serviço. No caso brasileiro, com relação à potencialidade turística, a abundância dos recursos naturais e a diversidade cultural favorecem esta nação. Argumentação similar pode ser estendida ao Estado de Pernambuco em comparação a outras localidades.

Entretanto qual é base teórica que garante a um país a possibilidade de ganhar com a relação comercial entre ele e outros países? É mister que se desenvolva uma rápida retrospectiva acerca do assunto, a começar pelos séculos XVII e XVIII, onde predominou na Europa uma filosofia econômica denominada mercantilismo. Os mercantilistas acreditavam

que a prosperidade de uma nação se fazia, primordialmente pelo incentivo às exportações, procurando-se evitar a todo custo, as importações, principalmente de produtos supérfluos de consumo. Pregava-se o nacionalismo econômico e a relação era de ganha-perde, cujo objetivo, era o país acumular ouro e prata em detrimento do outro. Salvatore (2000, p. 17) expõe bem a situação:

Em breves palavras, os mercantilistas acreditavam que a maneira de uma nação tornar-se rica e poderosa era exportar mais do que importava [...]. No entanto, como não seria possível que todas as nações tivessem superávits comerciais simultaneamente, e como a quantidade de ouro e prata era fixada a qualquer momento no tempo, uma nação somente poderia obter ganhos à custa de outras nações. Dessa forma, os mercantilistas pregavam o nacionalismo econômico, acreditando que os interesses das diversas nações estariam basicamente em conflito.

Em 1776, com o livro *A Riqueza das Nações*, de Adam Smith, pode-se dizer que nascia a economia como ciência organizada. O autor, entre outros pontos, defendia que o comércio poderia estabelecer ganhos para todos os participantes, desde que houvesse vantagem absoluta de um país na produção de um determinado bem ou serviço, ou seja, considerando, por exemplo, dois produtos, X e Y. Se o país 1 é melhor que o país 2 na produção de X e, o país 2 é melhor que o país 1 na produção de Y, então se diz que o país 1 tem vantagem absoluta no produto X e o país 2 no produto Y. Dessa forma, ambos podem ganhar com o comércio, basta cada um se especializar no produto que possua vantagem absoluta, negociando em seguida com o parceiro, o excedente. Conclui-se que a produção final de cada bem será maior, pois os recursos foram eficientemente empregados.

Em 1817, David Ricardo com sua obra *Princípios de Economia Política e Tributação*, apresentou uma das mais importantes leis da economia, a lei das vantagens comparativas. Deixou claro que os ganhos podem ocorrer com o comércio, mesmo que uma das nações não possua nenhuma vantagem absoluta, no caso do exemplo dos produtos X e Y, anteriormente descrito. Basta que haja vantagem comparativa, obtida pela produção e exportação do produto de um país com menor desvantagem absoluta. Só não haverá margem benéfica para o comércio, se a desvantagem absoluta que um país possua em relação ao outro, esteja na mesma proporção para ambos os produtos.

É bem verdade que o modelo ricardiano considera apenas um fator de produção (o trabalho), além de ser fundamentado na teoria do valor do trabalho, todavia o modelo foi

revisto à luz do custo de oportunidade, ou seja, o custo que se dispõe para abrir mão de uma escolha em prol de outra, conforme esclarece Salvatore (2000, p. 17/23):

Gottfried Haberler veio “resgatar” Ricardo explicando a lei das vantagens comparativas em termos da teoria do custo de oportunidade, conforme se observa nas fronteiras de possibilidades de produção, ou curvas de transformação. [...] Coube a Haberler, em 1936, explicar ou fundamentar a teoria das vantagens comparativas na teoria do custo de oportunidade. Dessa forma, a lei das vantagens comparativas é também conhecida como a lei dos custos comparativos.

Na prática, o trabalho não é o único fator de produção, como é proposto no modelo ricardiano, tem-se ainda que considerar outros fatores, como a terra o capital e outros recursos. Nesse diapasão, surge uma nova teoria, desenvolvida por dois economistas suecos, chamados Eli Heckscher e Bertil Ohlin¹⁴, onde ficou estabelecido o modelo de Heckscher-Ohlin, em que se levam em consideração as diferenças dos recursos entre os países no condicionamento do comércio internacional, conforme retrata Krugman e Obstfeld (2007, p. 49):

O modelo de Heckscher-Ohlin [...] Esse modelo mostra que a vantagem comparativa é influenciada pela interação entre os recursos das nações (a abundância relativa dos fatores de produção) e a tecnologia de produção (que influencia a intensidade relativa com que fatores de produção diferentes são utilizados na produção de bens diferentes). [...] Como a teoria enfatiza a inter-relação entre as proporções em que fatores de produção diferentes estão disponíveis em diferentes países e as proporções em que eles são utilizados na produção de diferentes bens, ela é também chamada de teoria das proporções de fatores.

Dessa forma, é possível que a potencialidade da atividade turística em Pernambuco tenha mais vantagem através da melhor alocação e aproveitamento dos recursos disponíveis, conforme esclarece Hidalgo e Mata (2004, p. 272):

Na literatura, geralmente, é aceito que uma economia pode melhorar o seu bem-estar econômico através da especialização, segundo o princípio das vantagens comparativas. O crescimento econômico é alcançado via maior eficiência na alocação de recursos. O comércio internacional é uma fonte importante de competição para as firmas domésticas, posto que estimula a eficiência. Acredita-se, assim, que as medidas de política econômica a serem

¹⁴ Ohlin recebeu o Nobel de economia em 1977.

seguidas devam ser consistentes com um melhor aproveitamento das vantagens comparativas.

Tal teoria pode explicar alguns fluxos turísticos internacionais. Por exemplo, o rico litoral nordestino, sol e belas praias pode ser responsável pelo aumento do fluxo proveniente da Europa e Estados Unidos para tais regiões, ou de outra sorte, é a abundância de neve em alguns países andinos que explica o fluxo de brasileiros para aquelas regiões no inverno. Assim, os países possuidores de dotações abundantes de fatores que se relacionam à produção turística são receptores de turismo e, portanto, exportam turismo; os que não são possuidores dessas dotações são emissores de turismo e o importam.

É a riqueza (natural e cultural), a variedade e as características relativas dos fatores que determinam a posição de um país no movimento turístico internacional.

Dessa maneira, ao se aplicar a teoria das vantagens comparativas ao turismo, não se deve ficar restrito apenas a uma questão de custo, pois como asseveraram Carvalho e Vasconcelos (2006, p. 225/258 e 259) outros fatores deverão ser considerados:

Uma série de outros fatores exerce influências bastante sensíveis, por exemplo, a curiosidade de conhecimento de outras regiões. A simples existência de fronteiras internacionais separando povos culturalmente diferentes estimula o deslocamento de pessoas. Adicionalmente, também a necessidade de contato com diferentes comportamentos e modos de vida estimula as viagens e estabelece fluxos turísticos entre países. [...]

[...] No turismo, por exemplo, o clima, as paisagens e o litoral, com suas praias, são recursos naturais que diferenciam um país, tornando-o, comparativamente, mais desejável aos visitantes em relação a outros destinos turísticos disponíveis no mesmo momento.

2.1.1 A oferta

De acordo com a abordagem já realizada, um mercado é constituído por vendedores e compradores que se relacionam entre si. Os vendedores ofertam produtos e serviços. No caso de oferta em turismo, Fernandes e Coelho (2002, p. 124) afirmam que “na prática, pode-se dizer que a oferta turística engloba tudo que o local de destino tem a oferecer aos turistas”. Beni (2007, p. 177) esclarece:

Em linhas gerais, sem levar em consideração os atrativos naturais das regiões que motivam, numa primeira etapa, a criação de fluxos turísticos, pode-se definir a oferta básica como o conjunto de equipamentos, bens e serviços de alojamento, de alimentação, de recreação e lazer, de caráter

artístico, cultural, social ou de outros tipos, capaz de atrair e assentar numa determinada região, durante um período determinado de tempo, um público visitante.

[...] Em suma, a oferta em turismo pode ser concebida como o conjunto dos recursos naturais e culturais que, em sua essência, constituem a matéria-prima da atividade turística porque, na realidade, são esses recursos que provocam a afluência de turistas. A esse conjunto agregam-se os serviços produzidos para dar consistência ao seu consumo, os quais compõem os elementos que integram a oferta no seu sentido amplo, numa estrutura de mercado.

Fernandes e Coelho (2002, p. 188) ainda chamam a atenção para o fato do comportamento de quem produz ou vende um serviço é completamente inverso de quem compra, no caso, os demandantes, pois geralmente, se considerando apenas a variável preço, com as demais mantidas constantes¹⁵, tais como gostos e preferências dos turistas, a disponibilidade imediata de capitais para a realização de investimentos, os efeitos climáticos (negativos e positivos) e a existência de mão-de-obra capacitada, à medida que o preço pago pelo mercado for maior, há um aumento da quantidade ofertada, em função do preço pago pelo consumidor. Do contrário, uma diminuição no preço de mercado, irá provocar uma diminuição da quantidade ofertada, isto é, a variação da quantidade ofertada é diretamente proporcional à variação do preço.

Tribe (2003, p. 56) cita outros fatores que também afetam a oferta, tais como: preços de outras mercadorias fornecidas; mudanças nos custos de produção; aperfeiçoamentos técnicos; impostos e subsídios e outros fatores (guerras, atentados terroristas, greves e o clima), ressaltando que “uma vez que a curva da oferta descreve o relacionamento entre oferta e preço, estes outros fatores afetarão a posição da curva da oferta e mudanças nestes fatores farão a mesma alterar sua posição para a esquerda ou para a direita.” Conforme se vê na Figura 03, a curva da oferta tem inclinação ascendente à direita e descreve a relação entre mudanças no preço e na oferta, constituindo a Lei da Oferta, que diz: *ceteris paribus*, a quantidade ofertada de um bem ou serviço, aumenta à medida que se aumenta o preço deles.

¹⁵ Para expressar essa ideia também se utiliza em economia a expressão *ceteris paribus*, do latim, que significa todas as outras coisas permanecendo constantes – tudo mais constante.

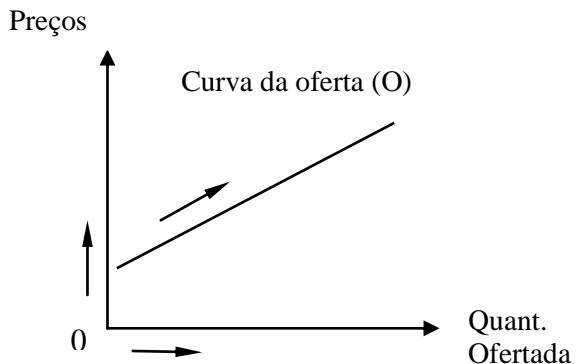


Figura 03 – Curva da oferta¹⁶

2.1.2 A demanda

Dessa feita, os atores principais são os compradores, no caso, os visitantes, os quais ao se deslocarem das suas localidades habituais, para um local diferente, seja para fins recreativos ou por outro motivo, vão necessitar de uma série de serviços, como transporte, hospedagem, que sofrerão variação em qualidade, dependendo do estilo de vida de cada um, amparado pela correspondente capacidade de renda. Assim Beni (2007, p. 237) define demanda em turismo, de forma geral, como sendo “uma compósita (sic) de bens e serviços, e não demanda de simples elementos ou de serviços específicos isoladamente considerados; em suma, são demandados bens e serviços que se complementam entre si.”

Fernandes e Coelho (2002, p. 73/81/185-187) colocam que a atividade turística é muito sensível. “A demanda por turismo pode sofrer variações para mais ou para menos em função de diversos fatores, quer eles sejam de origem econômica, social, política, religiosa, cultural ou climática.” Considerando apenas a variável preço, com as demais mantidas constantes, à medida que o preço pago pelo mercado for maior, há uma diminuição da quantidade demandada, em função do preço a ser pago pelo consumidor. Do contrário, uma diminuição no preço de mercado, irá provocar um aumento da quantidade demandada, isto é, a variação da quantidade demandada é inversamente proporcional à variação do preço. O turismo é um bem de luxo superior e, excetuando as classes mais abastadas (turismo de minorias) que não estão muito incomodados com a variável preço, todavia, o comportamento normal do consumidor é o de priorizar as despesas em função das suas necessidades ou, caso

¹⁶ Fonte: o autor.

tenha condições, buscar pacotes mais baratos na baixa estação (turista-consumidor), ou substituir um produto por outro, como trocar uma viagem internacional por uma doméstica. Fernandes e Coelho (2002, p. 203) enfatizam que o turismo por ser enquadrado como um bem de luxo superior, supérfluo e, portanto, não sendo de primeira necessidade, em que pese a opinião de outros autores sobre o papel do turismo como amenizador dos impactos estressantes a que o homem contemporânea está submetido, todavia, “Em termos econômicos, os produtos considerados supérfluos são associados à sua demanda elástica.” Isso quer dizer que variações percentuais no preço, seja para mais ou para menos, resultará em variações muito mais significativas nas quantidades procuradas.

Conforme se vê na Figura 04, a curva da demanda tem inclinação descendente à direita e descreve a relação entre mudanças no preço e na quantidade demandada, constituindo a Lei da Demanda, que diz: *ceteris paribus*, a quantidade demandada de um bem ou serviço, diminui à medida que se aumenta o preço deles.

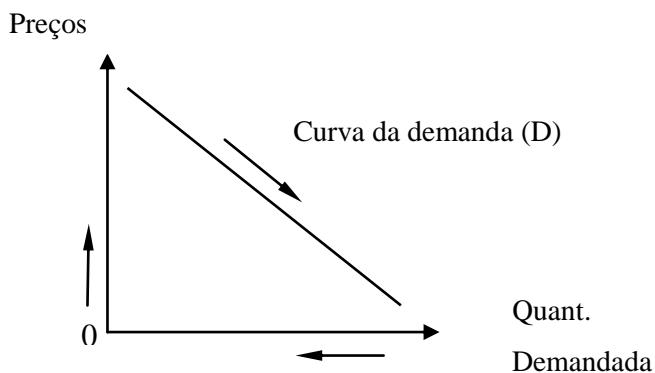


Figura 04 – Curva da demanda¹⁷

Com relação às outras variáveis que podem efetivamente interferir na curva da demanda, deslocando-a para direita ou para a esquerda, Tribe (2003, p. 50) aponta os fatores principais, como renda; outros preços (produtos substitutos e complementares); qualidade comparativa/valor agregado; moda e preferências (espera-se em 2014 um significativo aumento na demanda de turistas ao Brasil por ocasião da Copa do Mundo de Futebol, principalmente nos Estados que sediarão o torneio); publicidade; oportunidades de consumo

¹⁷ Fonte: o autor.

(intimamente relacionado com o tempo de lazer disponível da população e o nível de emprego) e; população (tamanho, idade, sexo e distribuição geográfica).

E quando ocorre o equilíbrio entre consumidores e ofertantes? A Figura 05 mostra a junção das duas curvas, demanda (D) e oferta (O). Observa-se que no ponto P, tanto turistas como aqueles que vendem passagens aéreas, por exemplo, estão satisfeitos com o preço praticado. Esse ponto P é chamado ponto de equilíbrio e é determinado pelo preço P_0 . Qualquer preço acima de P_0 vai gerar um excedente no mercado. Esse acúmulo do estoque, bem como a concorrência, irá pressionar os preços para P_0 , situação de equilíbrio. Da mesma forma, em sentido inverso, uma diminuição no P_0 irá provocar uma escassez no mercado por conta da diminuição da oferta em função do desestímulo das empresas em oferecer serviços a preços inferiores e a tendência é haver uma pressão para retorno ao P_0 , novamente na situação de equilíbrio. Fernandes e Coelho (2002, p. 189) observam que “Quanto maior for o tempo que essa situação de equilíbrio perdurar, melhor para o mercado, pois, no caso, vai retratar uma situação de estabilidade econômica.”

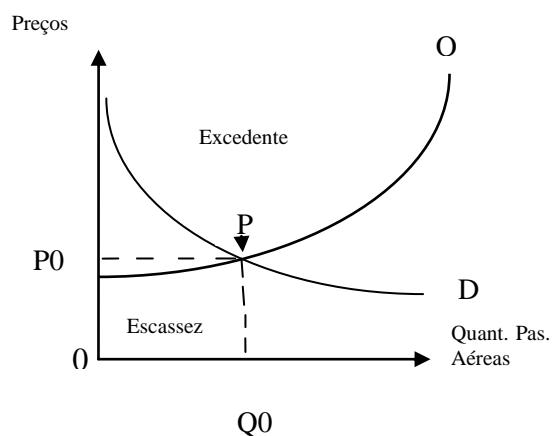


Figura 05 – Ponto de equilíbrio P¹⁸

¹⁸ Fonte: o autor.

2.2 Turismo e desenvolvimento

Quando se fala em desenvolvimento econômico, imediatamente o pensamento é voltado para a expressão crescimento econômico. São duas ideias diferentes, apesar da primeira não existir sem a ocorrência da segunda, como se verificará a seguir. Carvalho e Vasconcelos (2006, p. 257) fazem uma distinção bastante interessante das duas terminologias:

Crescimento econômico é o crescimento contínuo da renda per capita ao longo do tempo. É possível entendê-lo também como determinado pelo aumento da produção real per capita de um país. É uma medida estatística de mudança econômica, mas não revela como ocorre a sua distribuição interna no país. [...]

O desenvolvimento econômico é um conceito mais qualitativo, incluindo as alterações da composição do produto e a alocação dos recursos pelos diferentes setores da economia, de forma a melhorar os indicadores de bem-estar econômico e social, quais sejam, pobreza, desemprego, desigualdade, condições de saúde, alimentação, educação e moradia. Portanto, o desenvolvimento econômico promove o aumento do produto nacional, concomitantemente com a melhoria da qualidade de vida dos habitantes de um país.

Entende-se que o conceito de desenvolvimento econômico é mais profundo que o de crescimento econômico, todavia para que haja desenvolvimento, é imprescindível ocorrer crescimento, por longo período. Isso depende da eficiência do emprego dos fatores de produção pelos agentes econômicos, além da capacidade de planejamento e gestão das autoridades públicas. Lage e Milone (2009, p. 196) chamam a atenção para a necessidade de investimentos em setores como educação, visando principalmente à capacitação da mão-de-obra em todos os níveis; em tecnologia com o intuito de ampliar a capacidade produtiva, melhorando a mão-de-obra e impulsionando o desenvolvimento e, no meio ambiente, a fim de proporcionar melhoria na qualidade de vida com respeito às limitações do planeta.

Na área do turismo, Lage e Milone (2009, p. 204) chamam a atenção de que muitas nações promovem o crescimento do turismo sem desenvolvê-lo e isso se deve, em grande parte, pela falta de planejamento da atividade.

Conforme demonstrado, o turismo contribui de forma significativa para o desenvolvimento econômico de um país, estado ou município, porém é necessário o devido planejamento, com respeito às limitações legais, orçamentárias, dos recursos naturais e do meio ambiente, sob pena de se correr o risco real dos malefícios sobrepujarem os benefícios normalmente decorrentes.

A Figura 06 retrata um fluxograma com um excelente modelo de planejamento e desenvolvimento do turismo, além de demonstrar inúmeras variáveis presentes no processo:

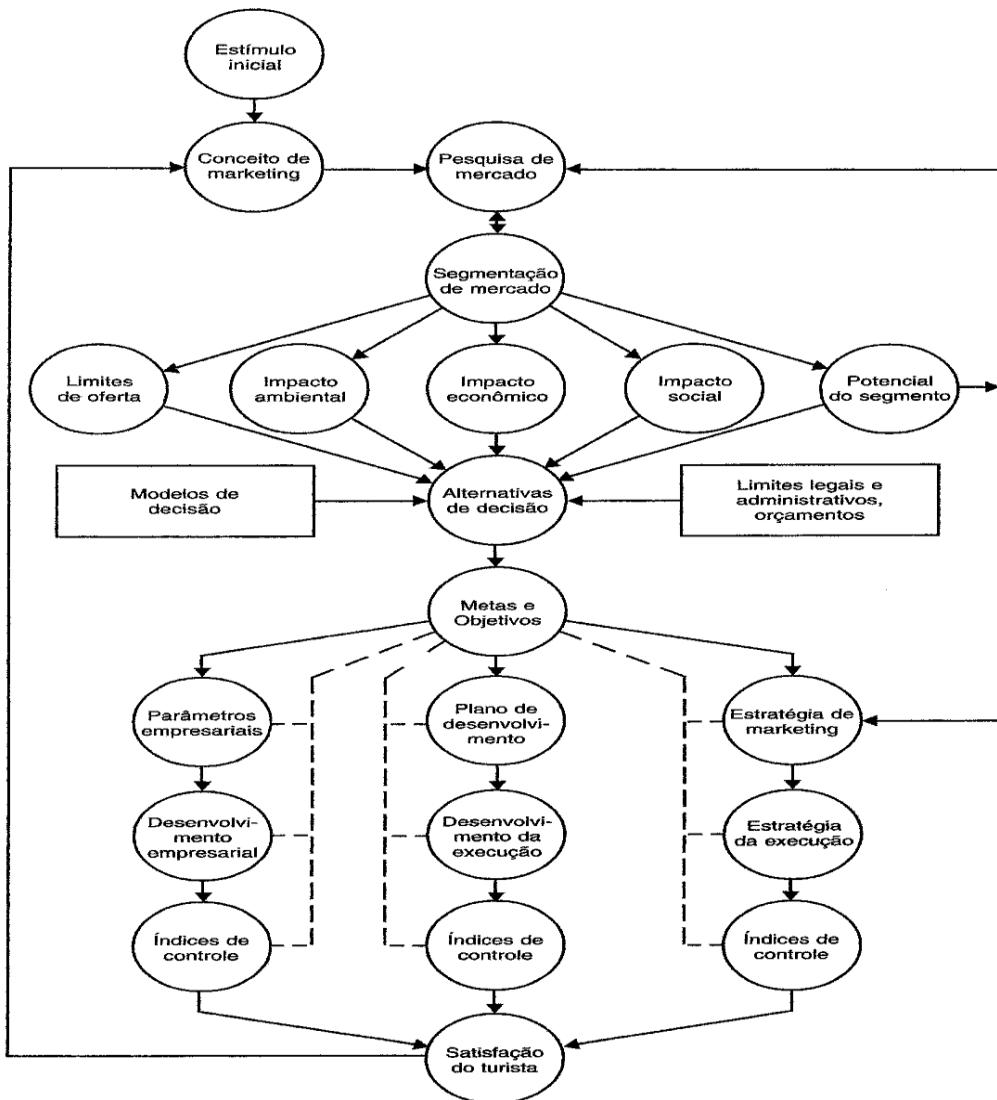


Figura 06 – Modelo para o processo de planejamento e desenvolvimento do turismo¹⁹

¹⁹ Fonte: Goeldner, Ritchie e McIntosh (2002, p.340)

Infere-se que o turismo, quando não planejado, poderá acarretar prejuízos de difícil reparação ao patrimônio natural, ambiental, paisagístico e cultural de uma localidade, principalmente se não for observada a vocação do local para a exploração da atividade turística e a correspondente mensuração da capacidade receptiva, pois a concentração desorganizada e elevada de visitantes poderá gerar degradação no ambiente. Segundo-se um planejamento adequado, minimizam-se as ocorrências de malefícios e potencializam-se os benefícios. Fernandes e Coelho (2002, p. 86-87) destacam os benefícios a seguir:

- a) O turismo constitui um meio para desenvolver e fomentar certas regiões pobres ou não industrializadas.
- b) O turismo constitui uma considerável fonte de emprego [...]
- c) O turismo constitui uma importante fonte de divisas que contribui para o equilíbrio comercial de certos países. [...]
- d) O turismo garante a conservação em longo prazo de áreas de notável interesse natural, ricas em valores estéticos ou culturais, desde que administrado de forma adequada.
- e) O turismo contribui para o ressurgimento do artesanato local e das atividades culturais tradicionais dentro de um entorno natural protegido. [...]
- f) O turismo facilita a mobilidade dos indivíduos e estimula a transcrição do emprego agrícola para o emprego no setor de serviços [...]
- g) O turismo ainda favorece a saúde dos turistas, mediante as experiências obtidas nas férias e viagens. O estado sanitário da população receptora também resulta em benefícios, por meio do melhoramento dos serviços médicos criados em parte para responder à demanda dos visitantes.

Pelo exposto, é perfeitamente exequível e interessante desenvolver ações para incentivar as atividades em turismo em obediência a um planejamento que respeite às limitações do ambiente e os cuidados para que garantam sua preservação aos descendentes. Oliveira (2005, p. 199) chama isso de turismo sustentável, que “é o desenvolvimento racional do turismo sem deteriorar o meio ambiente, utilizando os recursos no presente e não comprometendo as necessidades de atender às gerações futuras.” O papel dos gestores públicos é de fundamental importância na construção de políticas públicas consistentes, lastreadas em estratégias com metas quantificáveis, para que se obtenham resultados tangíveis e significativos.

3 O TURISMO NO BRASIL

Como ficou demonstrado no presente estudo, o turismo pode ser um importante instrumento para geração de renda e emprego, contribuindo satisfatoriamente para inclusão social. O próprio texto da atual Constituição Federal, no Título VII – Da ordem econômica e financeira, Capítulo I, Dos princípios gerais da atividade econômica, prevê no Art. 180 o seguinte (BRASIL, 2008, p.124): “A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios promoverão e incentivarão o turismo como fator de desenvolvimento social e econômico.”

Todavia tem-se a impressão que o país não se beneficiou adequadamente nos últimos anos dessa atividade, conforme se pode depreender da análise da Tabela 01 que nos fornece o número de chegada de turistas no Mundo, na América do Sul e no Brasil, ou seja, o fluxo receptivo internacional:

Tabela nº 01 – Chegada de turistas: Mundo, América do Sul e Brasil – 1997 a 2007

Ano	Turistas (milhões de chegadas)					
	Mundo		América do Sul		Brasil	
	Total	Variação anual (%)	Total	Variação anual (%)	Total	Variação anual (%)
1997	610,8		13,5		2,9	
1998	626,6	2,59	15,5	14,81	4,8	69,05
1999	650,2	3,77	15,1	(2,58)	5,1	6,00
2000	689,2	6,00	15,2	0,66	5,3	4,03
2001	688,5	(0,10)	14,6	(3,95)	4,8	(10,16)
2002	708,9	2,96	12,7	(13,01)	3,8	(20,70)
2003	696,6	(1,74)	13,7	7,87	4,1	9,19
2004	765,5	9,89	16,2	18,40	4,8	15,99
2005	802,5	4,83	18,2	12,20	5,4	11,76
2006	847,3	5,58	18,7	2,75	5,0	(6,36)
2007	903,3	6,61	19,9	6,42	5,0	0,18

Fonte: Ministério do Turismo. Estatísticas Básicas do turismo no Brasil apud OMT, 2008.

Notas: 1. Dados de 2006 revisados

2 Dados de 2007 estimados

Nota-se que no período de 1997 a 2007, a participação brasileira no fluxo receptivo internacional é bastante tímida, além de haver um crescimento desorganizado, alternado por momentos de baixa. A Tabela 02 ressalta a participação percentual brasileira em relação ao mundo e à América do Sul. O Brasil, apesar de todo esse potencial não consegue chegar sequer a 0,80 % da participação mundial do fluxo de receptivo internacional em nenhum dos anos descritos:

Tabela nº 02 – Comparativo de chegada de turistas: Mundo, América do Sul e Brasil – 1997 a 2007

Ano	Turistas (milhões de chegadas)			Participação %		
	Mundo	América do Sul	Brasil	América do Sul no Mundo	Brasil na América do Sul	Brasil no Mundo
1997	610,8	13,5	2,9	2,21	21,11	0,47
1998	626,6	15,5	4,8	2,47	31,08	0,77
1999	650,2	15,1	5,1	2,32	33,82	0,79
2000	689,2	15,2	5,3	2,21	34,95	0,77
2001	688,5	14,6	4,8	2,12	32,69	0,69
2002	708,9	12,7	3,8	1,79	29,80	0,53
2003	696,6	13,7	4,1	1,97	30,17	0,59
2004	765,5	16,2	4,8	2,12	29,55	0,63
2005	802,5	18,2	5,4	2,27	29,44	0,67
2006	847,3	18,7	5,0	2,21	26,83	0,59
2007	903,3	19,9	5,0	2,07	28,88	0,56

Fonte: Ministério do Turismo. Estatísticas Básicas do turismo no Brasil apud OMT, 2008.

Notas: 1. Dados de 2006 revisados; 2 Dados de 2007 estimados (confirmados no Anuário Estatístico nº 36 da EMBRATUR, ano-base de 2008, o qual apontou em 2007, 5.025.834 chegadas).

Como se pode observar o Brasil, em comparação com o resto do mundo aproveita muito pouco o potencial que possui. Ressalte-se que esse fenômeno acontece também em outros setores da economia brasileira, como por exemplo, as exportações de frutas tropicais, em que pese a vantagem comparativa brasileira de possuir extensas áreas para cultivo, como bem demonstrou o Prof. Reis (2005, p. 131) em seu artigo, publicado na Revista do Centro Ciências Administrativas da Universidade de Fortaleza, que explorou a competitividade do abacaxi e mamão brasileiro no mercado internacional:

O Brasil exporta pouco de suas frutas tropicais frescas e vem perdendo competitividade no mercado internacional do abacaxi e apresenta pouco dinamismo com relação ao mamão. Dentre os fatores que vem sendo apontados como desfavoráveis para a consolidação de novos espaços das exportações de frutas no comércio internacional, destacam-se altos custos de transporte interno, falta de infra-estrutura de pós-colheita; ambiente de comércio e regulamentações que desencorajam a competição e aumentam os custos de produção; canais de comercialização subdesenvolvidos.

Quando comparados aos padrões internacionais, os serviços, como transporte interno, energia, comunicações e portos são, comprovadamente, ineficientes, levando à perda de competitividade. Pelas características do próprio mercado interno, não existem estímulos, em termos abrangentes, de melhorias da qualidade dos produtos, aspecto fundamental no mercado global tão competitivo.

[...] A manutenção e até ampliação do quadro de competitividade favorável ao Brasil requer melhoria contínua de eficiência de produção e redução de custos, particularmente custos de aquisição de insumos e maquinaria, tecnologia de pós-colheita, logística de transporte, desenvolvimento de variedades e marketing.

Carvalho (2005, p. 19) também faz o mesmo questionamento acerca das dificuldades do Brasil deslanchar no cenário mundial com a atividade turística, a qual se transformou nos últimos trinta anos no instrumento mais importante de geração de emprego e renda da economia produtiva do planeta. Ele aponta as causas mais prováveis: a falta de visão dos diversos administradores que não deram a devida importância ao turismo, relegando-o a uma atividade menor e sem relevância. Prova disso é que no ano de 1960, quando Brasília foi inaugurada, o Brasil era o possuidor da segunda maior rede de transporte aéreo nacional no mundo, favorecendo claramente o turismo, o que levou o Congresso Nacional a apresentar em 1963 o projeto de criação do Instituto Brasileiro de Turismo – IBRATUR, todavia foi vetado pelo então Presidente João Goulart. Somente em 18 de novembro de 1966, através do Decreto-Lei nº 55, o Presidente Castelo Branco criou a Empresa Brasileira de Turismo – EMBRATUR e, ainda, no mesmo instrumento normativo, definiu a política nacional de turismo, bem como também criou o Conselho Nacional de Turismo, composto pelo Ministro

da Indústria e do Comércio; Presidente da Empresa Brasileira de Turismo; Delegado do Ministério das Relações Exteriores; Delegado do Ministério da Viação e Obras Públicas; Delegado do Ministério da Aeronáutica; Delegado da Diretoria do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional; Representante dos Agentes de Viagens; Representante dos Transportadores; e Representante da Indústria Hoteleira, todos presididos pelo primeiro. Isso já representou um avanço, conforme se pode verificar no texto do Art. 3º a seguir transscrito:

Art. 3º O Poder Público atuará, através de financiamentos e incentivos fiscais, no sentido de canalizar para as diferentes regiões turísticas do País as iniciativas que tragam condições favoráveis ao desenvolvimento dêsse (sic) empreendimento.²⁰

Todavia, Carvalho (2005, p. 20) volta à carga, afirmando que apenas em 1970, a EMBRATUR começou a realizar trabalhos econométricos sobre a atividade, numa inequívoca demonstração da falta de significado da atividade. Em razão do interesse do governo federal em tentar entender de forma científica o fenômeno turismo, a EMBRATUR lança em 1971 seu primeiro Anuário Estatístico, com a série histórica se iniciando em 1963, tendo o país registrado um déficit inaugural na conta turismo de US\$ 15 milhões, ou seja, as exportações (saídas de turistas nacionais) importaram em US\$ 24 milhões e as importações (ingresso de turistas estrangeiros no país) somaram US\$ 9 milhões. De lá para cá, a exceção do período de 1980 a 1989 (com o início do processo de liberalização política brasileira, além da existência de conflitos armados em outros países, considerados destinos concorrentes), o Brasil tem registrado déficits crônicos nessa conta. Inclusive, no período de 1997 a 2007, as exceções ficaram em 2003, com um saldo positivo de US\$ 218 milhões e em 2004, que apresentou um superávit de US\$ 351 milhões, conforme se pode observar na Tabela 03, que retrata a conta turismo do Brasil, no período citado:

²⁰ Os incentivos fiscais foram extintos em 1986 (CARVALHO, 2005, P. 22).

Tabela nº 03 – Conta turismo do Brasil – 1997 a 2007

Ano	Conta turismo (milhões de US\$)		
	Receita	Despesa	Saldo
1997	1069	5446	(4377)
1998	1586	5732	(4146)
1999	1628	3085	(1457)
2000	1810	3894	(2084)
2001	1731	3199	(1468)
2002	1998	2396	(398)
2003	2479	2261	218
2004	3222	2871	351
2005	3861	4720	(858)
2006	4316	5764	(1448)
2007	4953	8211	(3258)

Fonte: Ministério do Turismo. Estatísticas Básicas do turismo no Brasil apud BACEN, 2008.

Em 1993 foi criado o Ministério da Indústria, Comércio e Turismo, que subordinava a Secretaria Nacional de Turismo e Serviços e a EMBRATUR. Enquanto a primeira planejava as ações do setor, a segunda ficava encarregada pela execução. Em 1997 foi extinta a Secretaria Nacional de Turismo e Serviços e em 1999, com a reforma ministerial, foi criado o Ministério do Esporte e Turismo. Essa elevação ao nível ministerial era o reconhecimento oficial do governo sobre a real importância do turismo no país, restando apenas consolidar políticas públicas consistentes. Acerca desse fato, Carvalho (2005, p. 23) ressalta:

À parte das preocupações específicas de aprofundamento e complementação das ações voltadas à dotação de infra-estrutura básica e turística nos pólos turísticos brasileiros, é preocupação da Política Nacional de Turismo garantir a satisfação das expectativas dos turistas com relação aos produtos que lhe são oferecidos. Além disso, tem-se como princípio fundamental fazer com que os benefícios da exploração da atividade turística sejam estendidos a todos os habitantes dos municípios onde a atividade se desenvolve.

No atual governo federal, o turismo não só continua com o status de ministério, mas passa a ter um ministério exclusivo. O Ministério do Turismo – M tur, criado desde janeiro de 2003, tem a missão de desenvolver o turismo como uma atividade econômica sustentável, com papel relevante na geração de empregos e divisas, proporcionando a inclusão social. O Ministério do Turismo conta em sua estrutura organizacional com a Secretaria Nacional de Políticas do Turismo, que tem a responsabilidade de executar a política nacional para o setor,

com fundamento nas diretrizes emanadas pelo Conselho Nacional do Turismo. Também é responsável pela qualidade da prestação do serviço turístico brasileiro. Outro órgão integrante é a Secretaria Nacional de Programas de Desenvolvimento do Turismo, que tem fundamentalmente a incumbência de promover o desenvolvimento da infra-estrutura e a melhoria da qualidade dos serviços prestados, além de subsidiar o MTur na formulação dos planos, programas e ações destinados ao fortalecimento da atividade do turismo nos diversos rincões do país. Finalmente, atrelada ao ministério, está a autarquia Instituto Brasileiro de Turismo – EMBRATUR, que tem a responsabilidade pela execução da Política Nacional de Turismo e se concentra na promoção, no marketing e no apoio à comercialização dos produtos, serviços e destinos turísticos brasileiros no exterior. Aliás, desde 2003, teve sua atribuição direcionada exclusivamente para a promoção internacional.

4 O TURISMO EM PERNAMBUCO

Pernambuco com sua diversidade natural, cultural e um rico patrimônio histórico, possui 187 km de litoral, além de contar com Fernando de Noronha, um paraíso que encanta a todos visitantes, todavia tem um enorme desafio, conforme descrição contida no Plano Estratégico do Turismo Pernambucano 2008-2020, formulado pela Secretaria de Turismo do Estado – Pernambuco para o Mundo, transformar o estado em destino turístico mais competitivo no mercado regional, nacional e internacional. Para atingir tal objetivo, a atual gestão do Estado foca um desenvolvimento equilibrado, potencializando destinos em Pernambuco como um todo, gerando oportunidades e integrando as regiões, num esforço coordenado, inclusive com os empresários, de modo a pensar o Estado em toda a sua diversidade cultural e dimensão territorial. A ideia central, de acordo com o plano em questão, é trabalhar para sustentar o turismo como uma atividade econômica importante, que dá alegria, informação e oportunidade de lazer aos visitantes, mas também não se esquecendo de oportunizar benefícios à população de todas as regiões do Estado. As perspectivas para o próximo ano é do Estado receber 4,56 milhões de turistas, sendo 354 mil visitantes internacionais. A previsão para 2020 é de um fluxo global de 9,925 milhões de turistas, com a geração de 487 mil empregos diretos e indiretos.

4.1 Inventário turístico pernambucano

Como o próprio nome diz, o inventário turístico pernambucano é um conjunto de informações consolidadas acerca de todos os elementos que compõem o trade turístico de cada município (oferta), destacando-se os atrativos naturais e culturais, os equipamentos e serviços turísticos disponíveis.

É uma ferramenta de extrema importância para divulgação do produto turístico, todavia, conforme se verifica no breve histórico a seguir, a preocupação com a formatação do inventário é recente:

Entre 1989 e 1990

Pela primeira vez a Empresa de Turismo de Pernambuco – EMPETUR, juntamente com a Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste – SUDENE, realizou a pesquisa do Inventário da Oferta Turística de Pernambuco. Todo trabalho seguiu as recomendações metodológicas da Organização dos Estados Americanos – OEA e teve como foco o

levantamento sistêmico de todo conjunto de atrativos, equipamentos e serviços e infraestrutura de apoio turístico de 26 municípios do Estado, o que contribui significativamente para facilitação do processo decisório com fins de implantação de políticas consistentes para o desenvolvimento do turismo estadual.

Entre 1997 e 1998

A EMPETUR amplia a abrangência do inventário para 82 municípios em todas as regiões do Estado. Além do apoio da SUDENE, ainda teve o auxílio do SEBRAE e respectivas prefeituras.

Em 2000

Dessa vez a EMPETUR com os apoios da Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Social – SEPLANDES, Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Turismo e Esportes – SDETE e da Agência de Desenvolvimento de Pernambuco – AD/DIPER, as quais dispunham dos recursos do Programa de Apoio ao Desenvolvimento Sustentável da Zona da Mata Pernambucana – PROMATA ampliou o inventário para mais dois municípios, Buenos Aires e Nazaré da Mata, bem como atualizou os inventários de Aliança, Vicência e Tracunhaém, integrantes da área piloto do PROMATA.

Em 2002

Ampliou-se o inventário com os acréscimos dos municípios de Catende e Água Preta. Pesou favoravelmente o Projeto Renascer da SEPLANDES, utilizando recursos da *Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit* (GTZ)²¹ e PRORENDA Microempresa – PE²², além do apoio costumeiro das prefeituras correspondentes. Ainda foram atualizados os dados de São Benedito do Sul, São José da Coroa da Coroa Grande, Tamandaré, Sirinhaém, Palmares, Rio Formoso e Barreiros.

²¹ Instituição da República Federal da Alemanha que prioriza projetos de proteção ao meio ambiente (controle ambiental) e aos recursos naturais renováveis.

²² Programa PRORENDA, prestar uma contribuição substancial para a melhoria das condições de vida de microempresários, jornaleiros e autônomos de grupos populacionais de baixa renda no Estado de Pernambuco.

Em 2003

Com o auxílio do SEBRAE em Petrolina, a EMPETUR promove a atualização dos dados das Prefeituras de Petrolina, Lagoa Grande e de Santa Maria da Boa Vista, além da capacitação de equipes locais para atualização permanente do inventário desses municípios do Vale do São Francisco. Teve os apoios do Centro Federal de Educação Tecnológica de Petrolina, da Associação Integrada do Turismo – ASSITUR e das prefeituras interessadas.

A partir de então não há mais registro de novas adesões ou atualizações, contando o inventário atual com informações atinentes a 86 municípios pernambucanos, onde é disponibilizada aos turistas e também a outras pessoas, principalmente podendo chamar a atenção de algum investidor interessado, roteiros dos diversos atrativos, com discriminação do calendário turístico, guias gastronômicos por especialidade, opções de hospedagem, opções de lazer (museus, teatros, feiras, entre outras), artesanato, dados demográficos, além de fotos e mapas das atrações.

De acordo com informações da EMPETUR, uma vez inventariado, o município tem a obrigação de promover as atualizações. Na prática não é isso que se tem observado, estando a ferramenta desatualizada e necessitando ser ampliada em mais dez municípios, em função da criação de novas rotas turísticas que estão sendo comercializadas e não constam do inventário, a exemplo da Rota da Moda e Confecção (município de Toritama) e Rota Cangaço e Lampião (municípios de São José do Belmonte e São José do Egito). A premissa é muito simples: para se promover uma rota é preciso conhecê-la antes. O inventário supre perfeitamente essa lacuna. Isso é lamentável, pois o inventário também é fundamental para o gestor público trabalhar projetos para o desenvolvimento da atividade turística, uma vez que se funda no diagnóstico preciso da realidade do local objeto de estudo.

A EMPETUR disponibiliza a quem solicitar uma cópia do aplicativo Inventário Turístico Pernambucano em disco, todavia, a fim de facilitar o acesso do público às informações, a Secretaria de Turismo, desde o dia 22 de junho de 2009, disponibilizou 17 totens digitais (terminais eletrônicos) ligados ao iPernambuco.com, portal governamental de informações turísticas, que serão espalhados pelos municípios que compõem o Polo Costa dos Arrecifes, que contempla 15 municípios e o Arquipélago de Fernando de Noronha, conforme se observa na Figura 07.

A ação está orçada em aproximadamente R\$ 200 mil e os recursos são provenientes do Programa para o Desenvolvimento do Turismo no Nordeste (PRODETUR II). A intenção da Secretaria é instalar até 2011, 100 desses aparelhos pelo Estado.

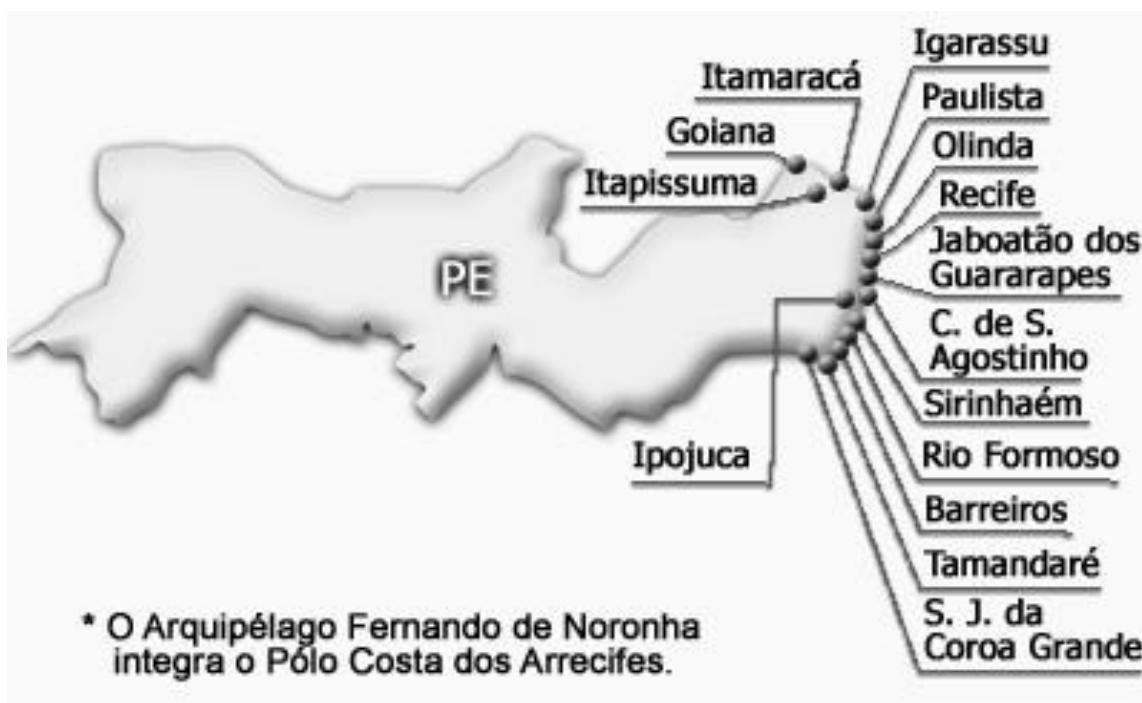


Figura 07 – Polo costa dos arrecifes²³

Ainda de acordo com a Secretaria de Turismo de Pernambuco por meio dos totens, que foram instalados em locais de grande movimentação turística nos municípios da Costa dos Arrecifes, todos os visitantes e interessados em geral terão informações sobre a programação cultural, destinos, hospedagem, gastronomia e outros serviços, tais como casa de câmbio, transporte e agências de viagens. O material é acessado por meio de toques na tela²⁴.

A Secretaria ainda garante que numa segunda fase o serviço contará com mais informações, resultante da atualização do inventário do potencial turístico de Pernambuco.

Para início da oferta desse serviço, os 17 totens foram destinados aos seguintes locais:

²³ Fonte: Banco do Nordeste (figura ampliada em relação à original).

²⁴ Tecnologia *touch screen*.

- a) Aeroporto Internacional do Guararapes/Gilberto Freyre (Recife);
- b) Terminal Integrado de Passageiros - TIP (Recife);
- c) Praça de Boa Viagem (Recife);
- d) Shopping Paço (Recife);
- e) Praça do Carmo (Olinda);
- f) Casa da Cultura (Recife);
- g) Aeroporto de Fernando de Noronha (Fernando de Noronha);
- h) Posto de Informações Turísticas de Porto de Galinhas (Ipojuca);
- i) Ponto comercial de Porto de Galinhas (Ipojuca);
- j) Centro Peixe-Boi (Itamaracá);
- k) Centro de Convenções de Pernambuco (Olinda);
- l) Palácio do Campo das Princesas (Recife);
- m) Instituto Ricardo Brennand (Recife);
- n) Quatro totens itinerantes espalhados nos restaurantes do litoral pernambucano.

De maneira geral, Recife continua sendo o carro chefe do turismo estadual. Um dado interessante foi levantado através da pesquisa realizada pela Secretaria de Turismo, através da EMPETUR, sobre o perfil do turismo receptivo do Recife (nacionais e estrangeiros), relativo aos anos de 2006 e 2007 (Cf. SETUR; EMPETUR, 2008, p. 1 et seq.) houve ótima avaliação, conforme discriminação a seguir:

- a) 2006 – Avaliação geral da localidade = 78,85%, sendo 87,75% de visitantes nacionais e 12,25% de estrangeiros;
- b) 2007 – Avaliação geral da localidade = 86,13%, sendo 93,23% de brasileiros e 6,77% de estrangeiros.

Nos dois anos, os indicadores segurança e limpeza pública foram os piores avaliados. Por outro lado, a recepção/hospitalidade; os atrativos naturais; o patrimônio histórico e cultural e; as manifestações populares foram os destaques na avaliação.

Pelo exposto, tanto o Brasil, em comparação com o resto do mundo, como o Estado de Pernambuco, em relação à Federação, mesmo Recife tendo uma ótima avaliação, aproveitam muito pouco o potencial que possuem. Talvez algumas ações devam ser priorizadas, tais como: mecanismos para redução dos custos de transporte; vender melhor a imagem; trabalho contínuo e eficaz para uma melhor segurança pública; investimentos em infraestrutura e sinalização; capacitação e treinamento dos agentes de turismo e a definição do potencial

turístico por localidade, enfim deve haver mais comprometimento, persistência e profissionalismo dos organismos responsáveis pela condução da atividade turística.

4.2 Análise estratégica do turismo pernambucano (Análise SWOT)

Antes de começar a presente abordagem, é importante destacar alguns conceitos que serão trabalhados, como planejamento, plano e estratégia. De acordo com Mintzberg (2004, p. 40-41) planejamento é “o procedimento formalizado para produzir resultado articulado, na forma de um sistema integrado de decisões”, isto nos induz a pensar o planejamento como uma atividade cognitiva, ainda não explícita num registro qualquer. É esse registro explícito que Mintzberg chama de plano: “uma declaração explícita de intenções (escritas em uma superfície plana!), geralmente consideradas específicas”. Para a palavra estratégia há diversas significações na literatura corrente. Mintzberg (2004, p. 34/37 e 38) afirma que a palavra em comento vem sendo utilizada para significar um plano, ou seja, um guia de ação para o futuro; um padrão, baseado em comportamentos passados; uma posição, referente à definição do produto no mercado; como perspectiva, ou seja, o olhar para fora da organização; e como truque²⁵, manobra para desestabilizar ou manipular um concorrente. Johnson, Scholes e Whittington (2007, p. 45) definem estratégia como sendo “a direção e o escopo de uma organização no longo prazo, que obtém vantagem em um ambiente em mudança através de sua configuração de recursos e competências com o objetivo de atender às expectativas dos stakeholders²⁶. ”

Após as considerações conceituais, passa-se a relatar que o Estado de Pernambuco, através da SETUR-PE, EMPETUR, Fundação CTI Nordeste e Indústrias Criativas utilizaram no Plano Estratégico do Turismo Pernambucano 2008-2020, intitulado Pernambuco para o mundo, a ferramenta intitulada análise SWOT (SETUR et al, 2008, p.3), a fim de facilitar a elaboração do diagnóstico situacional do turismo em Pernambuco. Instrumento muito difundido no mundo todo, quando se trabalha na formatação de planejamentos estratégicos, a análise SWOT é o acrônimo para as palavras inglesas *strengths, weaknesses, opportunities e threats*, as quais correspondem, respectivamente, aos pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e ameaças. Quando se quer analisar o ambiente interno da empresa ou de um órgão qualquer, elencam-se os pontos fortes e fracos. É como se a organização pudesse se olhar num espelho e observar honestamente suas habilidades e deficiências. Entretanto, se o

²⁵ Em inglês a palavra é *ploy*, que juntamente com as outras, formam os 5 P da estratégia de Mintzberg.

²⁶ Neologismo inglês que significa outros atores (participantes) interessados.

foco é o ambiente externo, a atenção é direcionada às oportunidades e ameaças. Nesse caso a organização olha, continuando a analogia, através de uma janela, o que está fora do seu limite.

Inicialmente o grupo encarregado pelo estudo (plano estratégico) trabalhou a construção das matrizes a partir das ideias básicas a seguir (SETUR et al, 2008, p.3):

- a) Infra-estrutura;
- b) Condições sócio-econômicas;
- c) Condições ambientais;
- d) Organização da cadeia produtiva;
- e) Atratividade;
- f) Padrões de uso;
- g) Promoção turística;
- h) Gestão pública e;
- i) Recursos humanos.

Nos subitens a seguir discriminam-se as ideias básicas da matriz SWOT (SETUR et al, 2008, p. 4-16). Todo trabalho é resultado da análise proferida pelos profissionais incumbidos para formatação do plano estratégico de turismo de Pernambuco, através das diversas pesquisas em fontes primárias e secundárias, realização de oficinas, discussões internas e visitas aos locais de interesse, limitando-se o autor a elencar as ideias principais e fazer, a título de contribuição para uma reflexão crítica, alguns comentários, ressalvas e complementos quando requeridos. Para tanto, na parte relativa à gestão pública, foi levada em consideração para essa análise, a concepção da organização pública estadual e dos municípios como integrantes de uma única estrutura representativa do Estado como um todo (ambiente interno – esferas estadual e municipal). Assim todos os órgãos e serviços que estejam de fora dessa estrutura (esfera federal), serão considerados como integrantes do ambiente externo, mesmo que estejam localizados em Pernambuco.

4.2.1 Análise SWOT: infra-estrutura

Pontos fortes (S):

- a) Razoável infra-estrutura nos principais centros urbanos do Estado, citando-se Recife até Caruaru, além de Petrolina;

- b) Já foi iniciado o projeto de saneamento básico em Porto de Galinhas, cuja praia chama atenção pela beleza do azul de suas águas;
- c) O Estado de Pernambuco possui boas condições dos serviços de comunicação, levando-se em conta a média estadual e brasileira;
- d) Fernando de Noronha abriga uma usina de compostagem (para tratamento do lixo orgânico), bem como um dessalinizador para obtenção de água potável;
- e) A BR-232 duplicada, no trecho de Recife a São Caetano, facilitando o acesso rodoviário dos turistas ao interior, principalmente Gravatá e Caruaru;
- f) A ampliação do Aeroporto Internacional do Recife/Guararapes – Gilberto Freyre, desde 2004, o coloca em destaque no cenário nacional. Possui a maior pista de pouso e decolagem do Nordeste, com 3.300 metros de extensão. A área de compras e lazer, também reformuladas, ampliou a oferta de produtos e serviços, além do edifício garagem com capacidade para estacionamento de 2.000 veículos (quatro vezes mais o que existia anteriormente). Tudo isso ainda favoreceu a locação regular de vôos executivos com preços competitivos;
- g) Várias cidades do Estado, a exemplo de Caruaru, Garanhuns, Arcoverde, Serra Talhada e Petrolina possuem aeródromos com capacidade para receber aviões de pequeno e médio porte.

Pontos fracos (W):

- a) Em linhas gerais o Estado ainda apresenta deficiências gritantes em locais fora da Região Metropolitana do Recife – RMR ou de grande valor estratégico. Em Porto de Galinhas são questões relativas à precariedade de saneamento básico, poluição das águas, colocação do lixo em local inapropriado. Em Fernando de Noronha, a capacidade de equipamentos turísticos instalados é inferior ao crescimento da demanda dos turistas. Acrescenta-se ainda nesse local, a grave precariedade da oferta de serviços de saúde, principalmente em casos de emergência;
- b) Apesar dos esforços demonstrados pelas diversas gestões públicas, Pernambuco ainda se depara com os elevados índices de violência, gerando sensação de insegurança tanto para os turistas, os quais não raro são vítimas de assaltos e outros constrangimentos, como para a população local, principalmente do Recife;

- c) Na maior parte dos municípios ainda há problemas com a destinação do lixo (predomínio de lixões a céu aberto), além da deficiência dos serviços de limpeza pública, gerando degradação urbanística, sem o devido zelo, às vezes, pelo patrimônio histórico;
- d) Deficiência de transporte coletivo, principalmente na RMR, quando deveria haver, na opinião deste autor, mais investimento em metrô, que facilitaria os deslocamentos tanto da população quanto dos turistas, como ocorre em algumas capitais europeias, como por exemplo, Madrid, Lisboa, Londres e Paris. Isso também desafogaria o trânsito da capital pernambucana, que já apresenta problemas de congestionamento;
- e) Boa parte das rodovias, inclusive algumas vias vicinais que se ligam a atrativos turísticos necessitam de reformas e sinalização;

Oportunidades (O):

- a) Recife é considerado um importante polo de saúde no cenário nacional;
- b) Recife tem uma grande rede universitária que se destaca no nordeste. Acrescente-se ainda ser referência como centro de tecnologia da informação;
- c) O complexo portuário de Suape com perspectiva de receber mais investimentos através de programas públicos federais, como recursos oriundos do setor privado, para implantação de novas fábricas, além da ampliação da rede de hotéis, pousadas, restaurantes e comércio em geral;
- d) Perspectiva de novos investimentos no Aeroporto Internacional do Recife/Guararapes – Gilberto Freyre, consolidando-o de vez como importante centro de operação comercial, tanto para vôos domésticos quanto para vôos internacionais, o que já começa a ser verificado com a instalação de novas empresas aéreas, como a BRA;
- e) Contínuo aumento da demanda por infra-estrutura em toda região nordeste.²⁷

²⁷ A ideia foi colocada originalmente como ameaça. Todavia entende o autor que poderá ocorrer duas coisas: uma oportunidade, caso o Estado aproveite tal situação (que vem de fora) ou; um ponto fraco do Estado se o mesmo não tiver condições de satisfazer no futuro o acréscimo da demanda (deficiência interna). O que se vislumbra é um desafio para o futuro, pois é pacífica no meio acadêmico a tendência natural de aumento do fluxo turístico. Assim os gestores públicos do presente, com planejamento e programas eficazes terão condições de preparar o ambiente para fazer face ao crescente aumento por infra-estrutura e outros serviços. O foco deverá ser a preocupação com o desenvolvimento do turismo sustentável e então o Estado se preparar, previamente, para receber um maior número de turistas e, consequentemente, disponibilizar um maior número de oportunidades para todos os agentes interessados. Dessa forma, deixou-se de considerar nos itens seguintes do documento original a menção desse ponto como ameaça, por ser contrário à doutrina.

Ameaças (T):

- a) Novos episódios ou aumento da crise aérea brasileira (atrasos nos voos);
- b) Descontrole do mercado, com aumentos desproporcionais de passagens aéreas domésticas;
- c) Fuga de investimentos e outros recursos em função da melhor atratividade de um destino concorrente, como por exemplo, a construção de aeroporto no litoral norte do Estado de Alagoas antes da construção do aeroporto no litoral sul de Pernambuco.

4.2.2 Análise SWOT: condições sócio-econômicas

Pontos fortes (S):

- a) Porto de Suape tem recebido grande quantidade de recursos, com instalação de diversas indústrias, com destaque para a Refinaria de Petróleo Abreu e Lima e Estaleiro Naval;
- b) Há uma diversidade e relativa desconcentração de atividades econômicas em todo Estado;
- c) A capital pernambucana é o terceiro polo médico do país;
- d) Polo de tecnologia da informação é referência nacional.

Pontos fracos (W):

- a) Boa parte dos municípios do Estado são os principais geradores de empregos;
- b) IDH renda entre 0,30 e 0,50 na maior parte dos municípios pernambucanos;
- c) IDH até 0,70 na maioria dos municípios do Estado;
- d) Concentração populacional na área que vai do litoral de PE pela RMR até Caruaru;
- e) Insegurança na área conhecida como polígono da maconha, em que pese às diversas operações policiais realizadas na região (Operação Polígono e Operação Reflorestar a cargo da Secretaria de Defesa Social);
- f) Presença de prostituição e exploração sexual de crianças e adolescentes em várias regiões do Estado;
- g) Baixa escolaridade da população;

- h) Existência de regiões de potencial turístico com populações extremamente carentes (Buíque, Cimbres²⁸);
- i) Proliferação de favelas em áreas turísticas ou de interesse turístico;
- j) Altos índices de violência no Estado, especialmente de crimes passionais e no período das festividades de São João.

Oportunidades (O):

- a) Aquecimento do setor imobiliário, principalmente do litoral sul, devido aos investimentos realizados naquela área.
- b) Alavancagem do setor secundário, notadamente pela diversificação industrial na região de Suape;
- c) Utilização das áreas outrora destinadas à monocultura da cana-de-açúcar para o crescimento do setor de biocombustível (etanol);
- d) Captação de recursos oriundos de programas federais;

Ameaças (T):

- a) Na maior parte dos municípios existe uma dependência muito forte da população pelos programas sociais assistencialistas;
- b) Grandes deslocamentos humanos do interior para a capital, em função da falta de melhores perspectivas econômicas no local de origem.

4.2.3 Análise SWOT: condições ambientais

Pontos fortes (S):

- a) Legislação ambiental funcionando de forma eficiente em Fernando de Noronha;
- b) Grande área do Estado definida como algum tipo de unidade de conservação;

²⁸ Conforme publicação no JC Online, de 19 de março de 1998, Cimbres, a 220 km do Recife, é uma das grandes promessas do turismo em Pernambuco, pois é reconhecida pelo Vaticano como um dos locais de aparição da Virgem Maria. A vila de Cimbres, no município de Pesqueira, foi apontada numa pesquisa do Instituto de Administração e Tecnologia (ADM & TEC), encomendada pela ONU, como um dos locais de forte potencial para o desenvolvimento do turismo religioso em Pernambuco.

- c) Clima estável durante todo o ano e existência de diversidade ambiental no Estado.

Pontos fracos (W):

- a) Poluição das praias, rios e outros cursos d'água, em razão de inadequado ou inexistente saneamento básico;
- b) Carência de água potável de parte da população;
- c) Assoreamento de rios;
- d) Vários municípios depositam seus resíduos em lixões a céu aberto;
- e) Número insuficiente de agentes de fiscalização das unidades de conservação do Estado²⁹;
- f) Falta de contingente para uma melhor fiscalização na ocupação de partes de praias e áreas de mangue para construção de resorts e outros estabelecimentos de uso turístico;³⁰
- g) Existência de erosões em alguns pontos do município de Cabo de Santo Agostinho.

Oportunidades (O):

- a) Captação de programas federais voltados ao fomento da proteção do meio ambiente;
- b) Aumento de parcerias do terceiro setor (ONG voltadas para causas ambientais);
- c) Surgimento de novas tecnologias voltadas à captação e uso de água, que poderá ser utilizada para minimizar os problemas dos municípios que tenham necessidades desse importante recurso natural.

Ameaças (T):

- a) Contínuo avanço do mar no litoral do Estado, pondo em risco as áreas construídas nesse local;
- b) Aumento dos acidentes com tubarões nas praias da RMR;

²⁹ No texto original foi colocado: “Falta de fiscalização das unidades de conservação do estado.” Entende o autor que na verdade o que falta é contingente humano para a execução da tarefa.

³⁰ No texto original não foi feita referência à falta de contingente.

- c) Riscos ecológicos envolvendo os grandes projetos em andamento no litoral sul;

4.2.4 Análise SWOT: organização da cadeia produtiva

Pontos fortes (S):

- a) Porto de Galinhas com um grande número de resorts, muitas outras opções de hospedagem, vários restaurantes, associações de classe relacionadas a turismo bem organizadas, além de contar com estrutura adequada à realização de eventos;
- b) Recife com grande oferta de restaurantes, hospedagem adequada ao volume de visitantes, contando com grandes e boas operadoras de receptivo e uma boa estrutura para entretenimento local e regional, como cinemas, casas de show e outros eventos.
- c) Fernando de Noronha conta com pousadas de luxo e boa estruturação dos serviços de receptivo;
- d) O Estado de maneira geral dispõe de um bom número de hotéis e hotéis-fazendas, adequado ao fluxo atualmente recebido;

Pontos fracos (W):

- a) Poucos hotéis com bandeira internacional na RMR (principalmente em Recife);
- b) Falta de casas de espetáculos que ofereçam shows de qualidade relacionados à cultura da região;
- c) Falta de disciplinamento dos guias no centro histórico de Olinda, os quais assediam insistentemente os visitantes no local;
- d) Há registro de queda no número de hotéis na RMR e no litoral norte;
- e) Deficiência de infra-estrutura no litoral norte (náutica, hospedagem, exceto o hotel Amoaras, restaurantes e outros serviços);
- f) Fernando de Noronha, apesar de contar com algumas pousadas de luxo, tem muitas que são domiciliares e as mesmas não possuem manutenção e deixam a desejar na qualidade dos serviços prestados, que não condiz com o preço cobrado;
- g) Infra-estrutura hoteleira do interior ainda carente em relação à manutenção, porte e qualidade, além de não possuir agências de receptivo (exceto a cidade de Triunfo);
- h) Muitas ocorrências de PIT fechados ou sem funcionários e, quando atendem, muitos não falam um segundo idioma (em todo Estado);

- i) Precariedade de sinalização turística em todo o Estado;
- j) Falta de funcionários para fiscalização dos equipamentos e serviços turísticos;
- k) “Falta de articulação do Estado para atrair investimentos”³¹;
- l) Desconhecimento da maior parte da população sobre a importância da atividade turística no interior do Estado;

Oportunidades (O):

- a) Além de Porto de Galinhas, a praia do Paiva tende a receber investimentos imobiliários consideráveis;
- b) Parceria com o SEBRAE, notadamente na efetivação do programa de ambientação e definição de design para as pousadas domiciliares de Fernando de Noronha, além do incentivo à melhoria e ampliação dos serviços turísticos em todo Estado;
- c) Interior do Estado com nichos potenciais a serem explorados na área de serviços gastronômicos;

Ameaças (T):

- a) Comprometimento da sintonia entre os variados setores da atividade turística estadual;
- b) Descontrole do mercado, com aumentos desproporcionais de passagens aéreas;
- c) Retorno da crise aérea que pode prejudicar a imagem do país como destino turístico;
- d) Perda de turistas em função de suas preferências por outros destinos, em face da melhor qualidade dos serviços de hospedagem, motivada pela concorrência dos hotéis espalhados pelo país;

³¹ Originalmente colocado como ameaça, todavia entende o autor se tratar de um ponto fraco, pois essa capacidade é inerente ao próprio Estado.

4.2.5 Análise SWOT: atratividade

Pontos fortes (S):

- a) Rica e diversificada cultura popular, da capital, agreste, sertão e mata;
- b) Observação do patrimônio arqueológico e caatinga no Parque Nacional do Catimbau³²;
- c) Carnaval multicultural de Pernambuco, que leva todo ano milhares de pessoas às ruas, com destaques para o Galo da Madrugada no Recife, os blocos de frevo em Olinda, aliás, o frevo que nasceu em Pernambuco é patrimônio cultural e imaterial do Brasil; os papaguns de Bezerros e os caretas de Triunfo;
- d) O Recife antigo é uma atração à parte, com seus prédios antigos e onde se encontra a primeira sinagoga das Américas, *Kahal Zur Israel* (ou Congregação Rochedo de Israel – de 1636 a 1654);
- e) Caruaru promove todo ano, durante todo o mês de junho, uma das melhores festividades de São João do Brasil, destacando-se ainda pela famosa Feira de Caruaru (patrimônio imaterial do Brasil);
- f) Existência de prédios históricos e casarios antigos na RMR e Zona da Mata, bem como as personalidades que marcaram a história do Estado e da Nação;
- g) Um belo litoral com clima agradável na maior parte do ano, com destaque para Porto de Galinhas, uma das mais belas praias do Brasil, sem esquecer a exuberância de Fernando de Noronha;
- h) Clima ameno em algumas áreas do agreste, principalmente Garanhuns e, sertão, caso de Triunfo, que atraem turistas durante os festivais de inverno;

Pontos fracos (W):

- a) Falta de planejamento urbano, notadamente das praias de Recife;
- b) Não há exploração adequada de hidrovias para facilitar o acesso dos turistas aos diversos pontos do litoral. Um fator bastante prejudicial é a poluição dos rios e praias;

³² O Parque Nacional do Catimbau, situado a 289 Km do Recife, tem uma área de 62.300 hectares, o parque abrange os municípios de Buíque, Ibimirim e Tupanatinga, numa região que integra geologicamente os patamares mais antigos da Bacia Sedimentar do Jatobá, que está situada na porção centro-sul de Pernambuco. De acordo com pesquisadores e arqueólogos, pode ser considerado o segundo maior sítio arqueológico do Brasil, tanto pela quantidade de pinturas e inscrições quanto pelo valor histórico.

- c) De maneira geral ainda há uma carência no planejamento das autoridades, principalmente as municipais, para melhor aproveitamento dos atrativos turísticos nos diversos pontos do Estado, potencializando os benefícios em detrimento aos malefícios;

Oportunidades (O):

- a) Estímulo do mercado doméstico, devido aos programas existentes nas três esferas (federal, estadual e municipais) para incremento da atividade turística;
- b) Parceria com o SEBRAE e outras organizações para desenvolvimento de projetos nas áreas de engenhos para serem explorados como atrativo turístico, pelo valor cultural e histórico.
- c) Grandes áreas do Estado que podem ser destinadas ao ecoturismo;
- d) Captação de recursos junto a entidades internacionais para desenvolvimento sustentável da atividade turística;
- e) Obras do projeto MONUMENTA³³, que tem atuação em Recife e Olinda. No Recife suas ações são voltadas ao Pólo Alfândega/Madre de Deus, sub-núcleo do Núcleo Original da Cidade de Recife, tombado pelo IPHAN em 1998, localizado na extremidade sul do Bairro do Recife. Em Olinda atua no sítio histórico tombado pelo IPHAN em 1968, sendo as ações dirigidas ao Carmo - São Pedro, Prudente de Moraes - São João, Bonsucesso - Monte e São Francisco – Misericórdia.

Ameaças (T):

- a) Retorno da crise aérea que pode prejudicar a imagem do país como destino turístico (mercados internacional e doméstico);
- b) Aumento dos acidentes com tubarões nas praias da RMR, podendo-se associar essa sensação de insegurança a outras praias do Estado;

³³ O MONUMENTA é um programa estratégico do Ministério da Cultura. Ele atua em cidades históricas protegidas pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN). Sua proposta é de agir de forma integrada em cada um desses locais, promovendo obras de restauração e recuperação dos bens tombados e edificações localizadas nas áreas de projeto. Além de atividades de capacitação de mão-de-obra especializada em restauro, formação de agentes locais de cultura e turismo, promoção de atividades econômicas e programas educativos. Conta com financiamento do Banco Interamericano de Desenvolvimento – BID e o apoio da UNESCO.

- c) Perda de identidade cultural, em face da exposição excessiva de outros costumes ou expressões culturais de fora.

4.2.6 Análise SWOT: padrões de uso

Pontos fortes (S):

- a) RMR e o litoral sul pernambucano com demanda já consolidada, além de um fluxo considerável de turistas a outras regiões do Estado;
- b) Principalmente o polo médico e o de tecnologia da informação, na RMR, garantem um fluxo significativo na RMR, bem como o público que vem a negócios ou para participar de eventos relacionados (congressos, exposições ou feiras);

Pontos fracos (W):

- a) Recife perde gradualmente a atratividade, em razão dos diversos problemas urbanos³⁴;
- b) Ênfase no Estado para o turismo de massa, ressaltando-se a questão da sazonalidade presente;
- c) Falta um melhor disciplinamento e aproveitamento do fluxo de excursionistas que se dirigem às praias. Normalmente, por falta de informação ou educação, deixam o local poluído, prejudicando a imagem e gerando insatisfação dos comerciantes e outros agentes turísticos;³⁵

³⁴ Essa ideia no documento original ficou dúbia, pois foi colocado “Perda de competitividade de Recife frente aos demais destinos do Nordeste”. O que está acontecendo: Recife perde competitividade porque está menos atrativo em função de, hipoteticamente, seus problemas urbanos ou por causa dos concorrentes que estão melhorando em ritmo mais acelerado que a capital pernambucana? Ressalte-se que ainda pode estar acontecendo as duas coisas ao mesmo tempo, todavia a escolha do autor recaiu sobre a primeira opção, considerando que a segunda não é ponto fraco e sim uma ameaça.

³⁵ No documento original foi colocado: “Grande volume de excursionistas em alguns destinos litorâneos, levando à insatisfação do trade turístico”. No entender do autor a culpa não pode ser jogada exclusivamente sobre os excursionistas, dando a entender que o ideal seria descartá-los, proibindo-os de se dirigirem às praias, o que, felizmente, é inconstitucional. A saída é se investir em campanhas educativas como “Praia Limpa”, em infra-estrutura, principalmente melhorias das rodovias, disponibilizando-as com uma ampla rede de serviços que incluiria ambulâncias equipadas e com profissionais de sobreaviso para os casos de acidentes até a cobertura de serviços mecânicos, tudo monitorado por uma central. O custo disso seria coberto através dos recursos oriundos da criação de um pedágio, a um preço justo.

- d) Fernando de Noronha é um destino posicionado de forma errônea: praia, sol e lazer em vez de destino de ecoturismo;
- e) A ilha de Fernando de Noronha não está preparada para receber grande fluxo de turistas;
- f) O Estado não vende bem seus atrativos turísticos (comércio de grande volume), a exceção de Porto de Galinhas;

Oportunidades (O):

- a) Programas federais voltados ao incremento do turismo, cuja tendência natural é de crescimento;
- b) O Estado pode aproveitar a existência de diversos nichos, como o ecoturismo, o artesanato e o potencial gastronômico das cidades do interior;
- c) Tendência de crescimento do turismo de negócios nas cidades do Recife, Ipojuca e Cabo de Santo Agostinho.

Ameaças (T):

- a) Falta de interesse dos investidores externos pelo Estado, não lhe identificando possibilidade de desenvolvimento de novos nichos de mercado³⁶;
- b) Retorno da crise aérea que pode prejudicar a imagem do país como destino turístico (mercados internacional e doméstico).

4.2.7 Análise SWOT: promoção turística

Pontos fortes (S):

- a) Recife, Olinda, Porto de Galinhas e Fernando de Noronha são destinos turísticos consolidados no mercado nacional e internacional;

³⁶ A ideia original colocada foi: “Baixa percepção da possibilidade de desenvolvimento de novos nichos de mercado.” No entender do autor fica dúvida, pois de quem é a baixa percepção, do Estado ou dos investidores externos. Como se trata de ameaça sugere-se que a menção aos investidores externos seja explícita.

- b) O Estado regularmente participa de eventos da EMBRATUR, divulga seu material institucional na mídia nacional, além de promover eventos importantes como feiras de artesanato, exposições e congressos.

Pontos fracos (W):

- a) Carência de recursos financeiros do Estado para a realização de ações promocionais institucionais, sendo a concentração maior para Recife, Olinda, Porto de Galinhas e Fernando de Noronha;
- b) Não existe ainda um posicionamento do produto Pernambuco no mercado nacional e internacional, havendo um subaproveitamento das potencialidades dos atrativos turísticos do Estado, com uma centralização sobre o turismo de massa.

Oportunidades (O):

- a) Parceria com o SEBRAE, o qual “produz material de divulgação para os roteiros promovidos no Litoral, Zona da Mata e Sertão”³⁷;
- b) Estratégia bem sucedida de captação de eventos por parte do Recife Convention & Visitor Bureau³⁸.
- c) A nova estratégia promocional do Governo Federal em dar destaque aos atrativos turísticos específicos dentro do Estado, ao invés de promovê-lo como um todo. Destinos pernambucanos componentes das Rotas da História e do Mar, Náutica, Coroa do Avião e Luiz Gonzaga vêm recebendo maior destaque;
- d) Recife tem o reconhecimento internacional da capacidade de abrigar grandes eventos relacionados ao turismo;
- e) Tendência natural dos turistas estrangeiros em preferir destinos de sol e praia;
- f) A tecnologia facilitando a comunicação e diminuindo as fronteiras.

³⁷ No documento original foi inserido como ponto forte, quando na verdade se trata de uma oportunidade, já que o SEBRAE não integra a estrutura do Estado.

³⁸ É uma associação sem fins lucrativos que congrega empresas e entidades ligadas aos setores de turismo, transportes, comércio, indústria e serviços de Pernambuco. A função do Convention Bureau é promover o turismo e suas atividades inerentes, atraindo novas oportunidades de negócios para seus associados; fortalecendo a imagem de Pernambuco, nacional e internacionalmente. No documento original foi inserido como ponto forte, quando na verdade se trata de uma oportunidade, uma vez que não integra a estrutura do Estado. O que está havendo, como no caso anterior, é uma parceria bem sucedida.

Ameaças (T):

- a) A concorrência dos outros destinos turísticos, em função de um melhor posicionamento no mercado, alcançado de forma natural ou através de esforços promocionais eficazes;
- b) Falta de ações promocionais institucionais pela falta de recursos ou definição de outras prioridades³⁹.

4.2.8 Análise SWOT: gestão pública

Pontos fortes (S):

- a) O Estado e alguns municípios já desenvolveram planos para o desenvolvimento do turismo, incluindo o ordenamento urbano;
- b) Existência de uma Secretaria de Turismo e EMPETUR, órgãos que contam com o apoio de técnicos especializados na área de turismo.

Pontos fracos (W):

- a) Existência de solução de continuidade, ao longo do tempo, na gestão dos planos para o desenvolvimento do turismo;
- b) “Escassez de técnicos atuando na gestão pública”;⁴⁰
- c) Deficiências de articulação entre a gestão de turismo estadual, municipal e os demais agentes dessa atividade.

³⁹ A ideia original não faz menção à questão da definição de prioridades por parte da gestão pública.

⁴⁰ Colocada no documento original como ameaça.

Oportunidades (O):

- a) “Investimentos do PRODETUR NE II”⁴¹;
- b) Captação dos recursos oriundos de novos programas voltados ao desenvolvimento da atividade turística ou da ampliação dos já existentes;
- c) “Tendência natural de crescimento da atividade turística”;
- d) “Existência do Recife Convention & Visitors Bureau”⁴².

Ameaças (T):

- a) “Excessiva dependência do governo (como provedor), em suas diversas esferas, por parte do trade turístico, à exceção do Convention & Visitors Bureau de Recife”⁴³;
- b) Definição de outras prioridades públicas em detrimento à atividade turística, em âmbito nacional;
- c) Carência de recursos financeiros externos.⁴⁴

4.2.9 Análise SWOT: recursos humanos

Pontos fortes (S):

- a) Há uma grande diversidade de cursos superiores em diversas cidades do Estado, com realce para a RMR que se destaca no nordeste;

⁴¹ O Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste (PRODETUR/NE) é um programa de crédito para o setor público (Estados e Municípios) que foi concebido tanto para criar condições favoráveis à expansão e melhoria da qualidade da atividade turística na Região Nordeste, quanto para melhorar a qualidade de vida das populações residentes nas áreas beneficiadas. O PRODETUR/NE é financiado com recursos do BID e tem o Banco do Nordeste como Órgão Executor. A área de abrangência do PRODETUR/NE compreende os nove Estados Nordestinos, além do norte de Minas Gerais e Espírito Santo, onde sua atuação ocorre por meio do financiamento de obras de infra-estrutura (saneamento, transportes, urbanização e outros), projetos de proteção ambiental e do patrimônio histórico e cultural, projetos de capacitação profissional e fortalecimento institucional das administrações de Estados e Municípios.

⁴² Originalmente colocado como ponto forte.

⁴³ Originalmente colocado como ponto fraco.

⁴⁴ No texto original foi colocado: “Escassez de recursos financeiros dos órgãos governamentais destinados ao setor de turismo.” Todavia, tem que ficar claro que a ameaça é a carência de recursos externos, por que senão é ponto fraco.

- b) Existência de técnicos altamente especializados na estrutura orgânica estadual.⁴⁵

Pontos fracos (W):

- a) Carência de cursos técnicos nas áreas de turismo, hotelaria e eventos;
- b) Quantidade insuficiente de funcionários que atuam nos órgãos estaduais e municipais, em face da importância e demanda da atividade turística;⁴⁶
- c) Inexistências de programas contínuos de capacitação para qualificação do serviço, incluindo a formação de profissionais bilíngües para atuação em todo Estado.

Oportunidades (O):

- a) “Existência de escritórios de entidades do sistema S”;⁴⁷
- b) “Existência de cursos superiores de turismo e hotelaria no Estado de Pernambuco”;⁴⁸
- c) Captação de recursos dos programas de fomento ao turismo.

Ameaças (T):

Apesar de não haver sido elencada nenhuma ameaça pela equipe da SETUR-PE, EMPETUR, Fundação CTI Nordeste e Indústrias Criativas, há uma ameaça particularmente danosa na área de recursos humanos, que é a perda de talentos locais para outros centros mais desenvolvidos ou que ofereçam mais oportunidades a esses profissionais. Dessa forma, tão importante quanto capacitar, é dar condições para que essa mão-de-obra capacitada ou a já existente, se mantenha no próprio Estado.

A conclusão que se faz da presente análise é que os desafios são imensos, pois são inúmeros problemas, principalmente relacionados à infraestrutura em termos de transportes, equipamentos turísticos, limpeza e saneamento básico, sem falar, de maneira geral, da baixa escolaridade da população e a questão da segurança pública. Entretanto, só o fato de se tentar

⁴⁵ Ideia do autor.

⁴⁶ Ideia do autor.

⁴⁷ Sistema criado com base na contribuição de interesse das categorias profissionais ou econômicas, com respaldo no Art. 149 da CF/88. Em razão da maioria dos órgãos beneficiados começarem com a letra “S”, se convencionou chamar de Sistema S (SENAI, SESI, SENAC, SESC, SENAR, SEST, SENAT, SESCOOP, SEBRAE, APEX-Brasil e ABDI). Foi colocado originalmente como ponto forte.

⁴⁸ Colocada originalmente como ponto forte.

diagnosticar a real situação pernambucana no tocante à atividade do turismo, através do plano estratégico Pernambuco para o mundo, já é um importante passo.

O turismo deve ser tratado como política de Estado e não de governo, isto é, deve independe de ideologias partidárias. As metas contidas no citado plano são ambiciosas e, por isso mesmo, não devem sofrer solução de continuidade. O gestor público não deve temer o aumento da demanda em longo prazo, tratando-a como se fosse uma ameaça, isso é uma visão equivocada. Os problemas já foram detectados, o que se espera é que haja vontade em se resolvê-los em conjunto, iniciativa pública e privada (parcerias – em função da capacidade de articulação dos gestores públicos).

4.3 Despesas públicas estaduais com turismo no período de 1997-2007

Toda despesa pública obedece a um processo formal, com base em princípios imprescindíveis a sua realização, conforme se verá mais adiante, sob pena da mesma ser impugnada pelos Órgãos de controle interno (Comissões de Auditorias; Secretaria da Fazenda e Controladoria Geral do Estado) e externo (Tribunal de Contas) e o responsável se ver obrigado a ressarcir aos cofres públicos o valor indevidamente gasto, sem prejuízo de outras ações no campo administrativo e penal.

Aparentemente complexa, a administração pública, colocada pela Profa. Di Pietro (2001, p. 61) como “[...] a atividade concreta e imediata que o Estado desenvolve, sob regime jurídico de direito público, para consecução dos interesses coletivos.”, podendo ser composta, em sentido subjetivo (levando-se em conta os sujeitos que exercem a atividade administrativa), por órgãos da administração direta do Estado (os Ministérios na União e as Secretarias e órgãos da administração direta nos Estados e Municípios) e administração indireta (Autarquias; Empresas públicas; Sociedade de economia mista e; Fundações públicas), quando “[...] a lei opta pela execução indireta da atividade administrativa, transferindo-a a pessoas jurídicas com personalidade de direito público ou privado [...]”.

Com relação a realização da despesa propriamente dita, todos os entes da administração pública, independente da esfera, deverá obedecer aos princípios constitucionais insculpidos no Art. 37 da CF (BRASIL, 2008, p.41), que determina: “A administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência [...].” Dessa maneira, uma despesa pública para ser realizada deverá está prevista em lei, nesse caso, na lei orçamentária anual, que estima a receita e fixa a despesa e se constitui no instrumento de planejamento e controle do gestor público.

De acordo com Giacomoni (2005, p. 98/120/126-129), os orçamentos da União e dos Estados, a partir de 2000, sofreram alterações determinadas pela Portaria nº 42 do Ministério do Orçamento e Gestão, de 14 de abril de 1999, com relação à substituição da classificação funcional-programática, que vigorou de 1990 a 1999, pelas classificações funcional e por programas. Isso quer dizer que a despesa é atualmente agrupada no orçamento (lei orçamentária) por função, subfunção e ações que compreendem as atividades, os projetos e as operações especiais. São 28 funções e 109 subfunções, conforme se pode ver no ANEXO A – FUNÇÕES E SUBFUNÇÕES. De acordo com a Portaria nº 42, uma função é o maior nível

de agregação das diversas áreas de despesa que competem ao setor público. A subfunção representa uma partição da função, visando a agregar determinado subconjunto de despesa do setor público, podendo ser combinadas com funções diferentes daquelas a que estejam inicialmente vinculadas. O programa compreende o instrumento de organização da ação governamental visando à concretização dos objetivos pretendidos, sendo mensurado por indicadores estabelecidos no plano plurianual⁴⁹. O projeto é um instrumento de programação para alcançar o objetivo de um programa, envolvendo um conjunto de operações, limitadas no tempo, das quais resulta um produto que concorre para a expansão ou o aperfeiçoamento da ação de governo. A atividade, por sua vez, é uma ferramenta de programação para alcançar o objetivo de um programa, envolvendo um conjunto de operações que se realizam de modo contínuo e permanente, das quais resulta um produto necessário à manutenção da ação de governo. As Operações Especiais são despesas que não contribuem para a manutenção das ações de governo, das quais não resulta um produto, e não geram contraprestação direta sob a forma de bens ou serviços (exemplo disso são as despesas previdenciárias).

Assim, todas as despesas relacionadas ao turismo estão enquadradas, a princípio, na função 23 – Comércio e serviços e na subfunção 695 – Turismo, conforme se pode verificar no ANEXO A. É justamente esse “a princípio” que impõe uma atenção maior do pesquisador, pois na administração pública, conforme se verá mais adiante, deve-se observar prioritariamente a função, a subfunção, programa ou subprograma, conforme o ano analisado e não apenas o órgão executor principal, ou seja, aquele que detém as ações específicas de turismo. Assim foram observados os aspectos a seguir:

- a) A forma da classificação, pois de 1990 a 1999, a despesa obedecia a classificação funcional-programática, então se tinha que procurar a função e o programa nos anos de 1997 a 1999 e de 2000 a 2007, a função, subfunção e o programa;
- b) Nem sempre houve uma Secretaria exclusiva de turismo, conforme se pode verificar na Tabela 04, tal fato só veio a ocorrer a partir de 2006. Inicialmente, em 1997, o turismo no Estado era da competência da Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo. Dessa forma, teve-se o cuidado de separar bem as despesas

⁴⁹ Conforme o Art. 165, § 1º, da CF, “A lei que instituir o plano plurianual estabelecerá, de forma regionalizada, as diretrizes, objetivos e metas da administração pública federal para as despesas de capital e outras delas decorrentes e para as relativas aos programas de duração continuada.” Essa lei tem vigência de 4 anos, sempre a partir do segundo ano de mandato do governante (BRASIL, 2008, p. 114-115).

do balanço, destacando as funções, subfunções e programas de indústria, comércio e turismo. Da mesma maneira, de 2000 a 2006 (mesmo ano em que foi criada a Secretaria de Turismo de Pernambuco), a atividade passou para a Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Turismo e Esporte, havendo também a necessidade de separar cada ação;

- c) Além do mais se deve observar a finalidade de cada subfunção ou programa, independentemente do órgão que o execute, abrangendo não só a administração direta, mas também à administração indireta. Foram observadas situações em que um órgão, como por exemplo, a Secretaria de Infra-estrutura em 2000, possuía uma ação intitulada “Execução de ações PRODETUR-PE-II”, observando-se a subfunção, verifica-se que não é o código 695 – Turismo, mas 784 – Transporte hidroviário, que a primeira vista não estaria ligada com o turismo, mas após um olhar atento, verificou-se tratar de despesa integrante do PRODETUR. Nesse caso, nem o órgão ou a subfunção estavam diretamente ligados ao turismo, mas foi considerada a despesa, por ser integrante do PRODETUR.

Tabela 04 – Órgãos com dotações orçamentárias para promoção do turismo em Pernambuco no período de 1997-2007

Anos	Secretarias Adm Direta/Indireta/Programas
1997	Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo – EMPETUR; SEPLAN-PRODETUR-PE
1998	Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo; EMPETUR; SEPLAN-PRODETUR-PE
1999	Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo; Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Turismo e Esporte; EMPETUR; SEPLAN – PRODETUR-PE; SECTMA; Sec de Infra-estrutura-PRODETUR-PE
2000	Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Turismo e Esportes-PRODETUR-PE II; EMPETUR; SEPLANDES-PRODETUR PE I; Sec de Infra-estrutura-PRODETUR II
2001	Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Turismo e Esportes; EMPETUR; AD-DIPER; FIDEM; CPRH; DEFN; DER- PRODETUR-PE I e II; SEPLANDES-PRODETUR-PE I; Sec de Infra-estrutura
2002	Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Turismo e Esportes; EMPETUR; Sec de Infra-estrutura; UEE-PE PRODETUR; AD-DIPER; DEFN; FIDEM; CPRH e DER
2003	Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Turismo e Esportes; EMPETUR; UEE-PE PRODETUR; Sec de Infra-estrutura; FUNDARPE; AD-DIPER; CONDEPE-FIDEM; CPRH; DEFN e DER
2004	Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Turismo e Esportes; EMPETUR; UEE-PE PRODETUR; SECTMA; CONDEPE-FIDEM; CPRH; DEFN e DER
2005	Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Turismo e Esportes; EMPETUR; UEE-PE PRODETUR; Secretaria de Defesa Social – Diretoria de Administração Geral; Polícia Militar de Pernambuco; Sec de Infra-estrutura; CONDEPE-FIDEM; CPRH; DEFN e DER
2006	Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Turismo e Esportes; EMPETUR; UEE-PE PRODETUR; Polícia Militar de Pernambuco; Sec de Infra-estrutura; CONDEPE-FIDEM; CPRH; DEFN e DER
2007	Secretaria de Turismo; EMPETUR; PRODETUR; Secretaria de Transportes; Secretaria das Cidades; Polícia Militar de Pernambuco; CONDEPE-FIDEM; CPRH; DEFN e DER

Fonte: Secretaria da Fazenda de Pernambuco, 2009.

O próximo passo para a construção da Tabela 05, a qual contém a discriminação das despesas públicas estaduais com o turismo no período de 1997 a 2007 foi conseguir esses dados junto à Secretaria Fazenda de Pernambuco, através da Contadoria Geral do Estado, a qual não teve condições de filtrar eletronicamente os dados de 1997 a 2001, sendo disponibilizados os balanços gerais do Estado⁵⁰ dos respectivos exercícios financeiros, onde o autor analisou cada órgão, função, programa e subprograma, separando em seguida as informações que estão descritas no APÊNDICE A – DESPESAS PÚBLICAS ESTADUAIS COM TURISMO – PERÍODO DE 1997 A 2001. Todas informações foram coletadas nos balanços consolidados do Estado.

No período de 2002 a 2007, a Contadoria filtrou eletronicamente os dados por órgão, função, subfunção e programa, construindo uma planilha que, em razão da dimensão da mesma, pois continha muitas ações que não estavam relacionadas ao turismo, precisou-se depurá-la na forma constante do APÊNDICE B - DESPESAS PÚBLICAS ESTADUAIS COM TURISMO – PERÍODO DE 2002 A 2007.

Feitas as considerações de praxe, montou-se a Tabela 05, a seguir discriminada, onde se procurou demonstrar não apenas o que foi executado pelo Estado, mas o que foi efetivamente autorizado na lei orçamentária anual, incluindo as alterações ocorridas em cada exercício, através das reduções e acréscimos orçamentários levadas adiante, geralmente, por meio das operações de crédito adicional suplementar e, em algumas situações mais raras, crédito especial ou extraordinário. A presente informação só está disponível nos balanços. Incorre em erro tomar por base apenas a lei orçamentária, que é sancionada no ano anterior, não podendo constar as informações presentes, as quais têm sua importância na medida em que fornecem um parâmetro da capacidade dos gestores em executar as metas propostas na LOA, ou seja, em que pese a engrenagem burocrática e legal do Estado, pode-se mensurar a eficiência dos órgãos em executar os programas de trabalhos, bastando comparar o que foi orçado com a execução consolidada.

É necessário um importante esclarecimento, não se deve confundir o orçamento público, um instrumento de planejamento e controle do governo, com a certeza da existência de numerário (garantia de dinheiro). A peça orçamentária fixa a despesa e estima a receita

⁵⁰ Cada balanço contém aproximadamente 500 páginas com as informações dos diversos balanços gerais da administração direta estadual, que abrange informações de todas as unidades institucionais dos Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário.

para toda a administração pública. Existem técnicas para a elaboração do orçamento, que fogem ao escopo da presente pesquisa, que geralmente conferem equilíbrio entre a estimativa da receita e a fixação das despesas, mas sempre pode ocorrer algum imprevisto, como por exemplo, a arrecadação não se comportar como previsto. A consequência imediata é o comprometimento das ações, uma vez que haverá redução na programação financeira de cada órgão. Por isso recomenda-se, antes de julgar a eficiência da gestão, verificar se houve algum problema relacionado a déficit de receita.

O destaque da Tabela 05 fica por conta da expressiva execução orçamentária durante os exercícios de 2001 a 2003, quando houve investimentos para duplicação da BR 232 e Reformas e ampliação do Aeroporto Internacional do Recife/Guararapes – Gilberto Freyre. Observe-se ainda que, além dos investimentos, enquadrados como despesa de capital, o orçamento e a execução compõem também as despesas correntes que incluem a despesa de custeio com pessoal e as outras despesas correntes:

Tabela 05 – Despesas públicas estaduais com turismo no período de 1997-2007

Anos	Somatório das dotações (R\$)			
	Orçamento Autorizado	Orçamento Executado	Percentual Executado (%)	Variação da Execução (%)
1997	55.640.300,00	14.554.347,06	26,16	-
1998	60.530.172,00	29.333.050,82	48,46	101,54
1999	69.308.678,00	30.380.801,95	43,83	3,57
2000	43.441.130,00	32.550.638,17	74,93	7,14
2001	326.271.994,00	227.291.583,85	69,66	598,27
2002	458.965.166,00	305.426.138,49	66,55	34,38
2003	294.109.214,24	174.045.063,91	59,18	-43,02
2004	49.209.900,00	23.168.862,41	47,08	-86,69
2005	102.039.830,63	36.801.314,72	36,07	58,84
2006	101.000.602,23	41.641.213,84	41,23	13,15
2007	179.981.574,16	25.181.567,22	13,99	-39,53

Fonte: Secretaria da Fazenda de Pernambuco, 2009.

4.4 Crescimento da atividade turística em Pernambuco

Como se pôde observar no desenvolvimento da presente pesquisa, as perspectivas com relação ao aumento do fluxo anual de turistas que visitam o Estado de Pernambuco são as melhores possíveis, o que gera uma maior responsabilidade de todos os agentes integrantes do sistema turístico, a fim de vencer as dificuldades já detectadas e buscar sem receios, essa alternativa de crescimento e desenvolvimento econômico.

As Tabelas a seguir, nº 06, 07 e 08, as quais retratam, respectivamente, o fluxo turístico de Pernambuco (nº de visitantes), a receita turística e a renda turística, todos relativos ao período de 1997 a 2007, constata-se nitidamente um crescimento contínuo da atividade em questão. Segundo previsões da EMPETUR, contidas no Plano Estratégico Pernambuco para o Mundo, até 2020, O Estado estará recebendo anualmente, mais de 6,5 milhões de turistas (SETUR et al, 2008, p.3), com uma taxa estimada, entre 2007 e 2010, de 3% aa para turistas nacionais e de 4 % aa para estrangeiros. E a partir de 2010, até 2020, 5% aa para brasileiros e 7% aa para estrangeiros.

Na tabela 06, verifica-se o número de visitantes nacionais e estrangeiros. As variações negativas no caso dos estrangeiros em 2002 e 2003 talvez estejam relacionadas à crise de segurança internacional, devido aos atentados terroristas, cujo ápice ocorreu no ano anterior contra os Estados Unidos. Uma provável explicação para 2006 pode ter sido a crise financeira ocorrida na Varig, afetando o fluxo internacional de turistas. A leve queda de 1998 pode ter sido reflexo da crise asiática. Foi o fluxo de visitantes nacionais que permitiu, no geral, que não houvesse redução, em valores absolutos, do número total de visitantes, mas nos intervalos observados, nota-se o reflexo negativo das crises (valores relativos):

Tabela 06 – Fluxo turístico de Pernambuco no período de 1997 a 2007 (nº de visitantes)

Anos	Brasileiros	Var %	Estrangeiros	Var %	Total	Var %
1997	1.446.789	-	126.786	-	1.573.575	-
1998	1.777.492	22,86	126.289	-0,39	1.903.781	20,98
1999	2.166.203	21,87	144.660	14,55	2.310.863	21,38
2000	2.472.319	14,13	181.846	25,71	2.654.165	14,86
2001	2.988.503	20,88	228.246	25,52	3.216.749	21,20
2002	3.079.745	3,05	197.730	-13,37	3.277.475	1,89
2003	3.129.257	1,61	183.523	-7,19	3.312.780	1,08
2004	3.141.717	0,40	209.833	14,34	3.351.550	1,17
2005	3.231.903	2,87	266.316	26,92	3.498.219	4,38
2006	3.281.905	1,55	248.141	-6,82	3.530.046	0,91
2007	3.380.362	3,00	258.067	4,00	3.638.429	3,07

Fonte: EMPETUR / Pesquisas do turismo receptivo / CTI-NE⁵¹ / EMBRATUR / CONDEPE. Diretoria de desenvolvimento turístico / Unidade de gestão da informação. Projeções indústrias criativas, 2007.

Notas: 1) Valores de 2007 estimados;

2) Tabela coletada em 2009 e ampliada em três colunas referentes às variações.

As próximas tabelas, nº 07 e 08, descrevem, respectivamente, a receita e renda turística em Pernambuco, no período de 1997 a 2007. É oportuno ressaltar a diferença existente entre receita e renda turísticas.

De maneira geral receita é o resultado da atividade de venda de um produto ou serviço por um preço estabelecido. Tal conceito é corroborado por Varian (2000, p. 287), quando afirma que receita é “simplesmente o preço de um bem multiplicado pela quantidade vendida; assim a receita pode aumentar ou diminuir. O que acontecerá depende, na verdade, da reação da demanda às variações de preço.” Especificamente receita turística seria o resultado da

⁵¹ Fundação formada pelos órgãos oficiais de turismo dos nove Estados que compõem o Nordeste brasileiro.

venda dos produtos ou serviços aos turistas e, nesse aspecto Lage e Milone (2009, p. 139), detalham ainda mais, quando dizem que no caso do turismo, se considera receita turística “todos os gastos das viagens realizadas pelos turistas procedentes do exterior.” Nesse caso observa-se tratar da receita relativa ao turismo internacional, todavia uma forma simples para se estimar a receita total turística é se multiplicar o número de turistas pela permanência média dos mesmos no destino visitado e pelos gastos médios realizados.

Renda, por sua vez, em sentido amplo, está geralmente relacionada a um fluxo. Blanchard (2007, p. 582) coloca que renda é o “Fluxo de receita proveniente de trabalho, aluguéis, juros e dividendos.” Dessa maneira se pode dizer que renda é um agregado econômico que remunera os fatores de produção. Com relação a renda turística, quem a descreve em detalhe é Beni (2007, p. 68), quando afirma:

A análise estrutural da renda turística poderá decompor-se da seguinte forma:

1. Valor acumulado (sic) ou renda das atividades ou dos ramos produtivos que são plenamente de turismo (hotelaria, equipamentos complementares de alimentação, agências de viagens e operadoras de turismo e outros).
2. Valor acumulado (sic) ou renda das atividades ou dos ramos produtivos que prestam parcialmente, e não de maneira permanente, serviços turísticos (empresas de transportes, bancos, estabelecimentos comerciais, de espetáculos e outros).
3. Valor acumulado (sic) ou renda de setores industriais, agrícolas ou de serviços, com repercussão direta ou indireta pela ação de crescimento do Turismo (construção, alimentação, comunicações, obras de infra-estrutura, indústria em geral e outros).
4. Salários, juros, lucros e aluguel conforme os demais fatores empregados.

Da mesma forma que as crises internacionais já mencionadas influenciaram o fluxo de visitantes, os reflexos imediatos e negativos estão registrados nas Tabelas 07 e 08 (SETUR et al, 2008, p.65-66), exatamente nos mesmos anos:

Tabela 07 – Receita turística de Pernambuco no período de 1997 a 2007 (Em R\$ milhões)

Anos	Brasileiros	Var %	Estrangeiros	Var %	Total	Var %
1997	462,92	-	74,04	-	536,96	-
1998	570,27	23,19	65,61	-11,39	635,88	18,42
1999	581,98	2,05	89,25	36,03	671,23	5,56
2000	851,87	46,37	108,75	21,85	960,62	43,11
2001	1.692,85	98,72	236,20	117,20	1.929,05	100,81
2002	1.610,33	-4,87	213,11	-9,78	1.823,44	-5,47
2003	1.301,73	-19,16	253,89	19,14	1.555,62	-14,69
2004	1.693,07	30,06	325,96	28,39	2.019,03	29,79
2005	1.856,88	9,68	493,76	51,48	2.350,64	16,42
2006	2.650,03	42,71	712,23	44,25	3.362,26	43,04
2007	2.756,03	4,00	747,84	5,00	3.503,87	4,21

Fonte: EMPETUR / Pesquisas do turismo receptivo / CTI-NE / EMBRATUR / CONDEPE. Diretoria de desenvolvimento turístico / Unidade de gestão da informação. Projeções indústrias criativas, 2007.

Notas: 1) Valores de 2007 estimados;

2) Tabela coletada em 2009 e ampliada em três colunas referentes às variações.

Tabela 08 – Renda turística de Pernambuco no período de 1997 a 2007 (Em R\$ milhões)

Anos	Brasileiros	Var %	Estrangeiros	Var %	Total	Var %
1997	747,11	-	129,57	-	876,68	-
1998	997,97	33,58	114,82	-11,38	1.112,79	26,93
1999	1.018,47	2,05	156,19	36,03	1.174,66	5,56
2000	1.490,77	46,37	190,31	21,85	1.681,08	43,11
2001	2.962,49	98,72	413,35	117,20	3.375,84	100,81
2002	2.818,08	-4,87	372,94	-9,78	3.191,02	-5,47
2003	2.278,03	-19,16	444,31	19,14	2.722,34	-14,69
2004	2.962,87	30,06	570,43	28,39	3.533,30	29,79
2005	3.249,55	9,68	864,08	51,48	4.113,63	16,42
2006	4.637,56	42,71	1.246,40	44,25	5.883,96	43,04
2007	4.823,06	4,00	1.308,72	5,00	6.131,78	4,21

Fonte: EMPETUR / Pesquisas do turismo receptivo / CTI-NE / EMBRATUR / CONDEPE. Diretoria de desenvolvimento turístico / Unidade de gestão da informação. Projeções indústrias criativas, 2007.

Notas: 1) Valores de 2007 estimados;

2) Tabela coletada em 2009 e ampliada em três colunas referentes às variações.

As quatro últimas tabelas podem ser comparadas de modo a verificar se há alguma correlação entre a despesa efetuada pelo Estado com a atividade de turismo no período de 1997 a 2007 e os resultados do fluxo turístico (número de visitantes), renda e receita turísticas, no mesmo intervalo de tempo. Pode-se ainda da mesma forma verificar qual correlação existente entre o fluxo turístico, a receita e a renda. Para tanto se utilizou as planilhas constantes do ANEXO B – CORRELAÇÕES, cujo modelo foi preparado por Lapponi (2000, p. 172-173), que inclui ainda os respectivos gráficos de dispersão.

Todavia o modelo sintetiza o coeficiente “r” de correlação de Pearson, que é dado pela fórmula a seguir (CRESPO, 1996, p. 151):

Coeficiente de correlação de Pearson

$$r = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i) (\sum y_i)}{\sqrt{[n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2] [n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2]}}$$

Onde os valores limites de “r” variam de -1 a +1 e “n” representa o número de observações.

A análise da correlação nos indica a relação existente entre as variáveis e o sinal associado ao coeficiente de correlação. O sinal informa a direção entre as variáveis em estudo. Se o sinal for positivo existe uma relação direta entre as variáveis, caso seja negativo, a relação é inversa.

Segundo Kazmier (1982, p. 305):

[...] o sinal do coeficiente de correlação indica a direção da relação entre X e Y, enquanto o valor absoluto do coeficiente, indica a extensão da relação. O valor do coeficiente de correlação ao quadrado é o coeficiente de determinação e indica a proporção da variância de Y explicada pelo conhecimento de X (e vice-versa).

Então para a aferição da correlação linear utiliza-se o coeficiente de correlação “r”, o qual informa o grau de intensidade entre duas variáveis (podem ser analisadas mais de duas variáveis, todavia, para facilitar, o estudo será limitado à comparação duas a duas), além de informar o sentido dessa correlação.

Ao passo que o resultado do coeficiente de determinação “ r^2 ”, é uma estimativa do quanto da variância da variável dependente é explicada pela variável independente. O complemento, ou seja, a diferença para um, descreve o quanto da variância em questão permanece não explicada:

Coeficiente de determinação = r^2 (coeficiente de correlação ao quadrado).

Voltando a interpretação dos significados que os valores de “r” podem assumir entre menos um (-1) e mais um (+1), Lapponi (2000, p. 165) fez um resumo bastante interessante:

- $r = +1$. Correlação positiva perfeita. Os pares de valores das duas variáveis estão numa mesma reta com declividade positiva.

- r próximo de +1. Forte correlação positiva. A maioria dos pares de valores está próxima de uma reta com declividade positiva.
- r próximo de +0. Fraca correlação positiva. Os pares de valores formam uma nuvem com ligeira tendência de declividade positiva.
- $r = 0$. Não há relação. Os pares de valores formam uma nuvem de pontos sem nenhuma tendência.
- r próximo de -0. Fraca correlação negativa. Os pares de valores formam uma nuvem com ligeira tendência de declividade negativa.
- r próximo de -1. Forte correlação negativa. A maioria dos pares de valores está próxima de uma reta com declividade negativa.
- $r = -1$. Correlação negativa perfeita. Os pares de valores das duas variáveis estão numa mesma reta com declividade negativa. Neste caso, mas uma vez, pode-se ver a perfeita relação linear entre as observações. Só que em sentido inverso.

Crespo (1996, p. 152), complementa:

[...] Para podermos tirar algumas conclusões significativas sobre o comportamento simultâneo das variáveis analisadas, é necessário que:

$$0,6 \leq |r| \leq 1$$

Se $0,3 \leq |r| < 0,6$, há uma correlação relativamente fraca entre as variáveis.

Se $0 < |r| < 0,3$, a correlação é muito fraca e, praticamente, nada podemos concluir sobre a relação entre as variáveis em estudo.

Após o embasamento teórico, retorna-se a análise dos dados levantados nesta pesquisa. Inicialmente verificaram-se as variáveis “despesa estadual com turismo” com o “número de visitantes”, “a receita” e “a renda turística”, chegando-se às correlações a seguir:

- a) Despesa estadual com receita turística: um coeficiente de correlação de 0,0495 e um coeficiente de determinação de 0,0245.
- b) Despesa estadual com renda turística: um coeficiente de correlação de 0,0517 e um coeficiente de determinação de 0,002673.
- c) Despesa estadual com número de visitantes: um coeficiente de correlação de 0,3206 e um coeficiente de determinação de 0,102784.

Em todos os casos pode-se afirmar que existe uma relação positiva da despesa estadual com a receita, renda turística e número de visitantes, todavia a intensidade dessa relação é muito fraca entre as variáveis das letras “a” e “b” e, praticamente, nada se pode concluir sobre as mesmas. Já a relação entre a despesa estadual com turismo e o número de visitantes, na letra “c”, há uma correlação relativamente fraca e o coeficiente de determinação indica que há uma estimativa de aproximadamente 10% da variância do número de visitantes ao Estado de

Pernambuco está sendo influenciada pelas despesas públicas. Isso também permite inferir que em torno de 90% dessa variância permanece não explicada.

Quando se compara as variáveis “números de visitantes” (variável x) com receita e renda turística (variáveis y), chega-se aos valores a seguir:

- a) Número de visitantes com receita turística: um coeficiente de correlação de 0,8621 e um coeficiente de determinação de 0,743216.
- b) Número de visitantes com renda turística: um coeficiente de correlação de 0,8652 e um coeficiente de determinação de 0,748571.

Logicamente, era de se esperar que houvesse uma forte relação positiva entre essas variáveis, como ficou demonstrado. Em ambas as situações o coeficiente de determinação indica que aproximadamente 74% da variância no resultado da receita e renda turística são influenciadas pelo número de visitantes que chegam ao Estado. Entretanto, quase 26% dessa variância permanecem não explicadas.

Do exposto, ficam algumas indagações que mereceriam um estudo mais aprofundado:

- a) Por que a baixa correlação entre as despesas que vem sendo realizadas pelo Estado e as variáveis receita, renda turística e número de visitantes, apesar de ficar demonstrado que existe uma relação positiva entre elas? Será que os investimentos realizados são adequados? Logicamente outras variáveis devem ser consideradas, principalmente a variável renda, a variável imagem, a taxa de câmbio, os custos de viagem, a variável segurança, etc.
- b) Como explicar os 26% da variância da receita e renda turística não atribuída à variável número de visitantes ao Estado? Falta infraestrutura? Falta divulgação? Questões relacionadas à crise na segurança pública estão comprometendo a imagem do Estado?

5 CONCLUSÃO

Ao término da pesquisa, não resta nenhuma dúvida quanto à importância do turismo como instrumento de geração de riquezas. Pelos números apresentados desde a introdução, pelo Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC), a atividade movimenta anualmente em todo mundo trilhões de dólares e é responsável pela geração de milhões de empregos. Isso era um dos objetivos gerais do estudo, a análise da atividade, com as nuances no decorrer da história, os conceitos importantes, classificações e as questões relacionadas ao planejamento da atividade turística. Percebeu-se que apesar das riquezas naturais e culturais, na questão do turismo, tanto a participação do País, quanto do Estado de Pernambuco no percentual dos resultados mundiais é muito acanhada.

Ficou evidenciada ainda a importância social do turismo, pois é considerada uma atividade que faz bem as pessoas, já que é inerente ao ser humano a necessidade de conhecer novas realidades e ter momentos de lazer e descanso, favorecidas pelas contínuas transformações econômicas, sociais e o progresso tecnológico nas áreas de transporte e comunicação.

Observou-se que o Estado tem incentivado, através da EMPETUR e parcerias com o SEBRAE e prefeituras, a construção do inventário turístico, o qual atualmente conta com a participação de 86 municípios pernambucanos. Todavia o problema detectado é que uma vez inventariado, a responsabilidade pela atualização está a cargo do município e, na prática não é isso que se tem observado, estando a ferramenta desatualizada e necessitando ser ampliada em mais dez municípios, por conta da existência de novas rotas turísticas que estão sendo comercializadas e não constam do inventário, a exemplo da Rota da Moda e Confecção (município de Toritama) e Rota Cangaço e Lampião (municípios de São José do Belmonte e São José do Egito), como ficou demonstrado. A importância do inventário está relacionada à facilitação para divulgação do destino turístico. A EMPETUR disponibiliza aos interessados uma cópia do aplicativo “Inventário Turístico Pernambucano” em disco. Pelos estudos realizados, verificou-se que, estrategicamente, o Estado pode melhorar seu posicionamento se modificar a ênfase no turismo de massa, onde normalmente o tempo de permanência é curto e aspectos como a sazonalidade, não contribuem de forma efetiva para o desenvolvimento sustentável da atividade, que tem ficado restrita a, principalmente, Recife, Olinda, Porto de Galinhas e Fernando de Noronha.

Outro objetivo perseguido foi a busca de subsídios em Pernambuco acerca dos dados relativos aos gastos realizados com a atividade turística, no período de 1997 a 2007, e sua relação com as variáveis receita turística, renda turística e nº de visitantes, chegando-se a conclusão de que, apesar de haver uma correlação positiva entre a variável despesas do Estado com a atividade turística e as outras variáveis: receita turística, renda turística e receptivo (número de visitantes – estrangeiros e nacionais), a intensidade dessa relação é muito fraca no caso da receita e renda. E fraca quando se compara com o número de visitantes. De acordo com os coeficientes de determinação calculados em cada situação, mais de 90% da variância ocorrida nas variáveis de estudo não são explicadas pelos gastos do Estado. Quando a comparação foi feita entre o número de visitantes (variável x) e a receita e renda turística, a relação além de positiva teve uma intensidade expressiva. Os coeficientes de determinação, nesse caso, informam que a maior parte da variância ocorrida, aproximadamente 74%, no resultado da receita e renda turística são influenciadas pelo número de visitantes que chegam ao Estado. A mensagem é clara para orientação dos processos decisórios do Estado, a fim de potencializarem programas para aumento do número de visitantes, os quais impactarão diretamente a receita e a renda turística.

Em síntese pode-se afirmar que o Estado de Pernambuco, pela análise estratégica realizada, possui atrativos turísticos que podem ser responsavelmente explorados, a fim de se constituírem importantes pólos de demanda turística (confirmação da primeira hipótese do projeto de pesquisa); Houve incremento do receptivo turístico estadual nos onze anos observados (1997 a 2007), todavia a relação com os investimentos realizados pelo Estado, apesar de positiva (relação direta), é fraca. Se o receptivo turístico vem aumentando nos últimos anos e a variância observada em mais de 90% não é explicada pelos dispêndios estaduais, deduz-se que pode haver forte influência do setor privado para esse aumento (confirmação parcial da segunda e total da terceira hipótese). Finalmente observou-se que foi identificado, através de pesquisa realizada pela EMPETUR, sobre o perfil do turismo receptivo do Recife (nacionais e estrangeiros), relativo aos anos de 2006 e 2007, houve ótima avaliação do lugar (confirmação da quarta hipótese).

Do exposto, recomenda-se à gestão pública estadual repensar as seguintes questões:

- a) Número insuficiente de agentes de fiscalização das unidades de conservação do Estado (por exemplo, a ampliação da Companhia Independente de Proteção ao Meio Ambiente);

- b) Falta de funcionários para fiscalização dos equipamentos e serviços turísticos;
- c) Ampliação do campo da Secretaria de Turismo para uma atuação mais consistente, principalmente nos municípios que tenham potencial para expansão da atividade turística, além de se encarregarem, pessoalmente, pela atualização do inventário turístico, que consiste numa ferramenta fundamental para divulgação do destino turístico.

A título de sugestão, seria interessante um aprofundamento do presente estudo nos temas relacionados a seguir:

- a) Um desenvolvimento econométrico, a fim de trabalhar melhor as variáveis abordadas nesta pesquisa (despesas estaduais, receita turística, renda turística e receptivo) e outras, tais como: renda; taxa de câmbio; custo da viagem e imagem.
- b) Preferências do consumidor: o que leva o turista a escolher o destino Pernambuco? Quais os fatores envolvidos e o peso de cada um deles no resultado final?

REFERÊNCIAS

ALECRIM, Elycio. **A Fisiografia e o Turismo de Pernambuco.** Recife: Edições Bagaço. 2003.

ARRUDA, José Jobson de A. **História antiga e medieval.** 13 ed. São Paulo: Editora Ática S.A. 1990.

BANCO DO NORDESTE. PRODETUR: apresentação. Site. Disponível na internet: <http://www.bnb.gov.br/content/aplicacao/PRODETUR/Apresentacao/gerados/apresentacao.asp>. Acesso em: 13 jul. 2009.

BANCO DO NORDESTE. Polo costa dos arrecifes. Site. Disponível na internet: http://www.bnb.gov.br/content/aplicacao/PRODETUR/polos/gerados/PRODETUR_polos_pernambuco.asp. Acesso em: 13 jul. 2009.

BENI, Mário Carlos. **Análise Estrutural do Turismo.** 12 ed. São Paulo: Editora SENAC. 2007.

BLANCHARD, Olivier. **Macroeconomia.** 4 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

BLASTERBIT SOFTWARE. **A bíblia sagrada versão digital.** Arquivo eletrônico livre absvd60setup. Disponível na Internet: <http://www.blasterbit.com/site/saibamais.jsp?soft=ABSVD>. Acesso em: 15 de fev. 2009.

BRASIL, **Constituição da República Federativa do Brasil**, de 05 de outubro de 1988. Brasília: Senado Federal, 2008.

BRASIL, Decreto-Lei nº 55, de 18 de novembro de 1966. Define a política nacional de turismo, cria o Conselho Nacional de Turismo e a Empresa Brasileira de Turismo, e dá outras providências. Arquivo eletrônico livre. Disponível na Internet: <http://www6.senado.gov.br/sicon/ExecutaPesquisaLegislacao.action>. Acesso em: 15 fev. 2009.

CARVALHO, Caio Luiz de. Breves histórias do turismo no Brasil. In: TRIGO, Luiz Gonzaga Godoy (Ed.). **Análises regionais e globais do turismo brasileiro.** São Paulo: Roca, 2005.

CARVALHO, Luiz Carlos Pereira de; VASCONCELOS, Marco Antônio Sandoval de. **Introdução à Economia do Turismo.** São Paulo: Saraiva. 2006.

CERVO, Amado L.; BERVIAN, Pedro A. **Metodologia científica**. 5 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2002.

COSTA, Marcos Roberto Nunes. **Manual para normatização de trabalhos acadêmicos: monografias, dissertações e teses**. 5 ed. Recife: INSAF, 2005.

CRESPO, Antônio Arnot. **Estatística fácil**. 14 ed. São Paulo: Editora Saraiva, 1996.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Pesquisa em turismo: planejamento, métodos e técnicas**. 9 ed. São Paulo: Futura, 2007.

DI PIETRO, Maria Sylvia Zanella. **Direito administrativo**. 13 ed. São Paulo: Atlas, 2001.

DIAS, Reinaldo. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Atlas, 2005.

EXPEDIÇÃO PARQUES NACIONAIS DO BRASIL. Parque nacional do Catimbau. Site. Disponível na internet: <http://expedicaoparquesnacionais.com.br/brasil/diario-de-bordo/parque-nacional-do-catimbau-pe/>. Acesso em: 13 jul. 2009.

FERNANDES, Ivan Pereira; COELHO, Márcio Ferreira. **Economia do turismo: teoria e prática**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas. Núcleo de Turismo. IV Pesquisa anual de conjuntura econômica do turismo. Disponível em: http://www.braziltour.com/site/arquivos/dados_fatos/pesquisaanual/pacet4_12_mar.pdf. Acesso em: 18 mar. 2008.

G1 CIÊNCIA E SAÚDE. **Homem se tornou agricultor para beber cerveja**. Disponível em: < <http://g1.globo.com/Noticias/Ciencia/0,,MUL753434-5603,00.html> >. Acesso em: 18 jan. 2009.

GIACOMONI, James. **Orçamento público**. 13 ed. São Paulo: Atlas, 2005.

GOELDNER, Charles R; RITCHIE, J. R. Brent; MCINTOSH, Robert W. **Turismo: princípios, práticas e filosofias**. 8 ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

HIDALGO, Álvaro Barrantes; MATA, Daniel Ferreira Pereira Gonçalves da. **Exportações do estado de Pernambuco: concentração, mudança na estrutura e perspectivas.** Revista Econômica do Nordeste. Fortaleza, v. 35, nº 2, p. 264-283, abr-jun. 2004. IBGE. 2007. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/industria/economia_turismo/default.shtml>. Acesso em: 23 set. 2007.

JC ONLINE. **Cimbres é promessa do turismo em PE.** Site. Disponível na Internet: http://www2.uol.com.br/JC/_1998/1903/tu1903f.htm. Acesso em: 13 de jul. 2009.

JOHNSON, Gerry; SCHOLES, Kevan; WHITTINGTON, Richard. **Explorando a estratégia a corporativa: texto e casos.** 7 ed. Porto Alegre: Bookman, 2007.
LAGE, Beatriz Helena Gelas; MILONE, Paulo Cesar. Economia do turismo. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

KAPLAN, Robert S.; NORTON, David P. **Organização orientada para a estratégia: como as empresas que adotam o balanced scorecard prosperam no novo ambiente de negócios.** 10 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2000.

KAZMIER, Leonard J. **Estatística aplicada à economia e administração.** São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1982.

KRUGMAN, Paul R.; OBSTFELD, Maurice. **Economia internacional: teoria e política.** 6 ed. São Paulo: Pearson Addison Wesley, 2007.

LAPPONI, Juan Carlos. **Estatística usando o Excel.** São Paulo: Lapponi Treinamento e Editora, 2000.

MARCONINI, Mário. **OMC, acordos regionais e o comércio de serviços: normativa internacional e interesse brasileiro.** São Paulo: Aduaneiras, 2003.

MANKIW, N. Gregory. **Introdução à economia.** São Paulo: Thomson Learning Edições, 2006.

MEDEIROS, João Bosco. **Redação científica: a prática de fichamentos, resumos, resenhas.** 11 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MINISTÉRIO DA CULTURA. MONUMENTA. Site. Disponível na internet: http://www.monumenta.gov.br/site/?page_id=164. Acesso em: 13 jul. 2009.

MINISTÉRIO DO TURISMO. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Economia do Turismo: análise das atividades características do turismo.** Rio de Janeiro: IBGE. 2007. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/industria/economia_turismo/default.shtml>. Acesso em: 23 set. 2007.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Turismo registra crescimento de 76%.** Site. Disponível na internet:
http://www.turismo.gov.br/mtur/opencms/turismo/noticias/todas_noticias/200907052.html. Acesso em: 15 jun. 2009.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Pesquisa aprimora informações sobre o turismo.** Site. Disponível na internet:
http://www.turismo.gov.br/mtur/opencms/turismo/noticias/todas_noticias/200906033.html. Acesso em: 15 jun. 2009.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Estatísticas básicas do turismo no Brasil.** Arquivo eletrônico. Disponível na internet:
http://200.189.169.141/site/arquivos/dados_fatos/estatisticas_basicas_do_turismo/estatisticas_basicas_do_turismo__brasil_2003_a_2007__fonte__02set2008__internet.pdf. Acesso em: 15 jun. 2009.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Missão.** Site. Disponível na internet:
http://www.turismo.gov.br/mtur/opencms/turismo/o_ministerio/missao/. Acesso em: 15 jun. 2009.

MINTZBERG, Henry. **Ascensão e queda do planejamento estratégico.** Porto Alegre: Bookman, 2004.

O GLOBO ONLINE. **PIB do Brasil em dólares subiu a US\$ 1,3 trilhão em 2007, segundo estimativa do BC.** Disponível em: <http://oglobo.globo.com/economia/mat/2008/02/21/pib_do_brasil_em_dolares_subiu_us_1_3_trilhao_em_2007_segundo_estimativa_do_bc-425756864.asp>. Acesso em: 18 mar. 2008.

OLIVEIRA, Antônio Pereira. **Turismo e desenvolvimento: planejamento e organização.** 5 ed. São Paulo: Atlas, 2005.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO. Sobre a OMT: por que turismo. Site. Disponível na internet: <http://www.unwto.org/aboutwto/why/en/why.php?op=1>. Acesso em: 17 jun. 2009.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO. Sobre a OMT: história. Site. Disponível na internet: <http://www.unwto.org/aboutwto/his/en/his.php?op=5>. Acesso em: 17 jun. 2009.

PERNAMBUCO. SETUR et al (Ed). **Pernambuco para o mundo: plano estratégico de turismo de Pernambuco versão completa**. São Paulo: 2008.

PERNAMBUCO. SETUR; EMPETUR (Ed). **Pesquisas do perfil do turismo receptivo**. Recife: 2008.

PINDYCK, Robert S.; RUBINFELD, Daniel L. **Microeconomia**. 6 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

PIRES, Mário Jorge. **Raízes do turismo no Brasil**. 2 ed. São Paulo: Manole, 2002.

RECIFE CONVENTION & VISITORS BUREAU. O que é o recife convention & visitors bureau. Site. Disponível na internet: <http://www.recifecvb.com.br/v2/rccb.php>. Acesso em: 13 jul. 2009.

REIS, José Newton Pires. **Competitividade das exportações brasileiras de frutas tropicais**. Revista do Centro de Ciências Administrativas da Universidade de Fortaleza. Fortaleza, v. 11, nº 1, p. 125-132, ago. 2005.

SECRETARIA DE TURISMO DE PERNAMBUCO. SETUR-PE lança totens digitais com informações sobre Pernambuco para os visitantes. Site. Disponível na internet: <http://www2.SETUR.pe.gov.br/web/SETUR/exibirartigo?companyId=communis.com.br&articleId=1851>. Acesso em: 13 jul. 2009.

SALVATORE, Dominick. **Economia internacional**. 6 ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

TRIBE, John. **Economia do lazer e do turismo**. 2 ed. São Paulo: Manole, 2003.

WEBARTIGOS.COM. **Inventário Turístico de Pernambuco**. Site. Disponível na internet: <http://www.webartigos.com/articles/9161/1/inventario-turistico-de-pernambuco/pagina1.html>. Acesso em: 13 jul. 2009.

VARIAN, Hal R. **Microeconomia: princípios básicos**. 5 ed. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

WTTC. *Tourism satellite accounting tool.* Disponível em: <http://www.wttc.org/eng/Tourism_Research/Tourism_Satellite_Accounting_Tool/>. Acesso em: 29 ago. 2008.

**APÊNDICE A – DESPESAS PÚBLICAS ESTADUAIS COM O TURISMO –
PERÍODO DE 1997 A 2001**

APÊNDICE A - DESPESAS PÚBLICAS ESTADUAIS COM TURISMO
Período de 1997 a 2001

Anos	Subfunção (2000 a 2007)	Subprograma (1997 a 1999)	Órgão	Grupo	Valor Autorizado (R\$)	Valor Executado (R\$)	Percentual %	Observações
1997		31	Sec Ind Com e Tur: Empetur	1	6.475.000,00	5.050.433,46	78,00	Pessoal e enc soc
				3	123.000,00	123.000,00	100,00	Outras desp correntes-proj
				3	9.963.000,00	7.439.454,73	74,67	Outras desp correntes-atv
				3	104.000,00	104.000,00	100,00	Previdência
				4	1.266.000,00	96.000,00	7,58	Investimentos - projeto
				4	15.000,00	4.000,00	26,67	Investimentos - atividade
S U B T O T A L					17.946.000,00	12.816.888,19	71,42	
1997		364	Seplan-Prodetur PE	1	137.300,00	137.300,00	100,00	Pessoal e enc soc
				3	57.000,00	454,28	0,80	Outras desp correntes
				4	37.500.000,00	1.599.704,59	4,27	Capital
S U B T O T A L					37.694.300,00	1.737.458,87	4,61	
			Consolidação das despesas	1	6.612.300,00	5.187.733,46	78,46	Pessoal e enc soc
				3	10.247.000,00	7.666.909,01	74,82	Outras desp correntes
				4	38.781.000,00	1.699.704,59	4,38	Capital
T O T A L 1 9 9 7					55.640.300,00	14.554.347,06	26,16	
1998		31	Sec Ind Com e Tur: Empetur	1	5.532.000,00	5.141.744,46	92,95	Pessoal e enc soc
				3	-	-		Outras desp correntes-proj
				3	15.664.000,00	13.394.041,04	85,51	Outras desp correntes-atv
				3	124.000,00	-	0,00	Previdência
				4	4.400.000,00	2.183.021,58	49,61	Capital - projeto
				4	158.000,00	-	0,00	Capital - atividade
S U B T O T A L					25.878.000,00	20.718.807,08	80,06	

1998		364	Seplan-Prodetur PE	1	-	-	Pessoal e enc soc
				3	4.586.600,00	127.217,31	2,77 Outras desp correntes
				4	30.065.572,00	8.487.026,43	28,23 Capital
	S U B T O T A L				34.652.172,00	8.614.243,74	24,86
			Consolidação das despesas	1	5.532.000,00	5.141.744,46	92,95 Pessoal e enc soc
				3	20.374.600,00	13.521.258,35	66,36 Outras desp correntes
				4	34.623.572,00	10.670.048,01	30,82 Capital
	T O T A L 1 9 9 8				60.530.172,00	29.333.050,82	48,46
1999		31	Sec Ind Com e Tur	3	20.000,00	20.000,00	100,00 Outras desp correntes
		31		3	20.000,00	20.000,00	100,00 Previdência
				4	-	-	Capital
	S U B T O T A L				40.000,00	40.000,00	100,00
1999		364	Sec Des Econ, Tur e Esporte	3	100.000,00	-	0,00
				4	50.000,00	-	0,00
				4	232.178,00	232.177,30	100,00 Proj 1808 Prodetur
				3	578.000,00	-	0,00 Proj 1809 Prodetur
				4	11.151.000,00	7.790.701,55	69,87 Proj 1809 Prodetur
			Empetur	1	6.162.350,00	5.414.270,36	87,86 Atv 2841 - Mesma Sec
				3	9.906.650,00	7.181.748,60	72,49 Outras desp correntes
				3	126.000,00	-	0,00 Previdência
				4	250.000,00	-	0,00 Capital
	S U B T O T A L				28.556.178,00	20.618.897,81	72,20
1999		364	Seplan-Prodetur PE	1	91.400,00	77.212,99	84,48
				3	730.000,00	434,22	0,06
				4	31.347.000,00	6.470.112,35	20,64
				4	1.200.000,00	-	0,00 Proj 1814
				1	2.000,00	-	0,00 Proj 1820

				3	15.700,00	-	0,00	Proj 1820
				4	1.129.000,00	59.146,10	5,24	Proj 1820
			S U B T O T A L		34.515.100,00	6.606.905,66	19,14	
1999		31	Sectma	4	1.250.400,00	1.028.658,58	82,27	Proj 1811 Prodetur
			S U B T O T A L		1.250.400,00	1.028.658,58	82,27	
1999		31	Sec Infra-estrutura	4	4.947.000,00	2.086.339,90	42,17	Proj 1813 Prodetur
			S U B T O T A L		4.947.000,00	2.086.339,90	42,17	
1999			Consolidação das despesas	1	6.255.750,00	5.491.483,35	87,78	Pessoal e enc soc
				3	11.496.350,00	7.222.182,82	62,82	Outras desp correntes
				4	51.556.578,00	17.667.135,78	34,27	Capital
			T O T A L 1 9 9 9		69.308.678,00	30.380.801,95	43,83	
2000	121		Sec Des Econ, Tur e Esporte	1	54.000,00	42.694,07	79,06	Pessoal e enc soc-Atv 2089
				3	40.000,00	-	0,00	
				4	50.000,00	5.000,00	10,00	
695				3	85.000,00	-	0,00	Proj 1062
				4	35.000,00	6.500,00	18,57	
695				3	15.000,00	-	0,00	Proj 1064 Prodetur II
				4	4.930.000,00	907.085,63	18,40	
				4	200.000,00	-	0,00	Proj 1280 Prodetur I
			Empetur	3	705.000,00	414.445,55	58,79	Proj 9341
				4	6.156.000,00	4.049.490,58	65,78	
				1	5.617.100,00	5.282.848,77	94,05	Atv 9342
				3	20.249.000,00	19.269.530,24	95,16	
				4	6.000,00	-	0,00	
			S U B T O T A L		38.142.100,00	29.977.594,84	78,59	
2000			Seplandes-Prodetur PE I	3	22.000,00	22,07	0,10	
				4	4.577.030,00	2.573.021,26	56,22	

S U B T O T A L					4.599.030,00	2.573.043,33	55,95	
2000	784		Sec Infra-estrutura	4	700.000,00	-	0,00	Prodetur II
S U B T O T A L					700.000,00	-	0,00	
2000			Consolidação das despesas	1	5.671.100,00	5.325.542,84	93,91	
				3	21.116.000,00	19.683.997,86	93,22	
				4	16.654.030,00	7.541.097,47	45,28	
T O T A L 2 0 0 0					43.441.130,00	32.550.638,17	74,93	
2001	121		Sec Des Econ, Tur e Esporte	1	119.000,00	114.506,73	96,22	Ação 2089
				3	59.000,00	1.000,00	1,69	
				4	148.120,00	-	0,00	
695				3	85.000,00	-	0,00	Ação 1062
				4	855.000,00	-	0,00	
695				3	70.000,00	3.000,00	4,29	Ação 1064
				4	13.927.483,00	388.720,14	2,79	
695				3	70.000,00	-	0,00	Ação 1259
				4	10.862.500,00	-	0,00	
S U B T O T A L					26.196.103,00	507.226,87	1,94	
2001	121		Empetur	3	163.000,00	47.800,00	29,33	Ação 3041
				4	40.000,00	-	0,00	
122				3	42.310,00	26.223,31	61,98	Ação 4082
122				1	3.896.476,00	2.620.784,95	67,26	Ação 8048
				3	4.057.950,00	3.968.296,22	97,79	
				4	64.100,00	41.527,91	64,79	
128				3	5.050,00	-	0,00	Ação 4083
695				3	282.000,00	232.701,72	82,52	Ação 1223
				4	963.000,00	44.226,20	4,59	
695				3	1.336.000,00	102.836,23	7,70	Ação 1285

				4	100.000,00	-	0,00	
695				1	1.170.000,00	1.131.769,86	96,73	Ação 2101
				3	175.000,00	123.817,00	70,75	
695				1	1.420.000,00	1.267.731,42	89,28	Ação 2102
				3	8.604.700,00	8.127.583,13	94,46	
695				3	10.502.524,00	8.667.971,85	82,53	Ação 2290
695				4	2.869.000,00	-	0,00	Ação 1072
695				4	1.388.000,00	1.166.221,30	84,02	Ação 1199
843				4	884.000,00	573.327,46	64,86	Ação 9569
846				3	583.300,00	529.480,29	90,77	Ação 9082
846				1	357.000,00	157.876,08	44,22	Ação 9119
846				3	1.000,00	-	0,00	Ação 9120
846				3	235.890,00	-	0,00	Ação 9154
S U B T O T A L					39.140.300,00	28.830.174,93	73,66	
2001	695		Ad Diper	3	70.000,00	-	0,00	Ação 2098
				4	10.000,00	-	0,00	
	695			4	260.650,00	117.572,64	45,11	Ação 1198
S U B T O T A L					340.650,00	117.572,64	34,51	
2001	695		Fidem	4	424.700,00	-	0,00	
S U B T O T A L					424.700,00	-	0,00	
2001	695		CPRH	4	424.000,00	284.464,39	67,09	
S U B T O T A L					424.000,00	284.464,39	67,09	
	695		DEFN	4	2.762.500,00	-	0,00	
S U B T O T A L					2.762.500,00	-	0,00	
2001	695		DER	4	100.000,00	43.050,00	43,05	Ação 1139 Prodetur II
	695			4	164.584.741,00	138.857.017,69	84,37	Ação 1229-Dupl BR 232
	695			4	7.140.000,00	3.499.362,71	49,01	Ação 1232 Prodetur I

S U B T O T A L					171.824.741,00	142.399.430,40	82,87	
2001	695		Seplandes-Prodetur PE I	4	1.169.000,00	261.142,57	22,34	Ação 1201
S U B T O T A L					1.169.000,00	261.142,57	22,34	
	695		Sec Infra-estrutura	4	360.000,00	-	0,00	Ação 1166
2001	695			4	83.630.000,00	54.891.572,05	65,64	Ação 1228 - Ref Aeroporto
S U B T O T A L					83.990.000,00	54.891.572,05	65,35	
2001			Consolidação das despesas	1	6.962.476,00	5.292.669,04	76,02	
				3	26.342.724,00	21.830.709,75	82,87	
				4	292.966.794,00	200.168.205,06	68,32	
T O T A L 2 0 0 1					326.271.994,00	227.291.583,85	69,66	

Códigos:

Grupo 3 = Despesas de custeio;

Grupo 4 = Despesas de capital;

Subprograma 31 = Assistência financeira;

Subprograma 363 = Promoção do turismo;

Subprograma 364 = Empreendimentos turísticos;

Subprograma 448 = Saneamento geral;

Subfunção 121 = Planejamento e orçamento;

Subfunção 122 = Administração geral;

Subfunção 128 = Formação de recursos humanos;

Subfunção 695 = Turismo;

Subfunção 784 = Transporte hidroviário;

Subfunção 843 = Serviço da dívida interna;

Subfunção 846 = Outros encargos especiais.

**APÊNDICE B – DESPESAS PÚBLICAS ESTADUAIS COM O TURISMO –
PERÍODO DE 2002 A 2007**

APÊNDICE B - DESPESAS PÚBLICAS ESTADUAIS COM TURISMO NO PERÍODO DE 2002

Unid Gestora	Subfunção	Nome da Subfunção	Cod Programa	2002_AUTORIZADO	2002_EXECUTADO
SEC.DESENV.ECONOMICO	121	PLANEJAMENTO E ORCAMENTO	2601	83.000,00	80.842,48
SEC.DESEN.ECONOMICO	121	PLANEJAMENTO E ORCAMENTO	9001	310.000,00	301.941,79
SEC.DESEN.ECONOMICO	122	ADMINISTRACAO GERAL	2601	428.800,00	371.393,10
SEC.DESEN.ECONOMICO	695	TURISMO	9001	1.218.377,24	20.377,24
UEE-PE PRODETUR	121	PLANEJAMENTO E ORCAMENTO	9001	185.000,00	137.707,37
UEE-PE PRODETUR	695	TURISMO	9001	25.030.622,76	6.643.840,06
UEE-PE PRODETUR	695	TURISMO	9005	9.971.000,00	-
INFRA-ESTRUTURA DAF	695	TURISMO	9001	109.620.182,00	66.069.145,69
AD-DIPER	695	TURISMO	2612	6.000,00	-
EMPETUR	121	PLANEJAMENTO E ORCAMENTO	2630	17.000,00	16.958,62
EMPETUR	122	ADMINISTRACAO GERAL	2630	23.000,00	18.210,69
EMPETUR	122	ADMINISTRACAO GERAL	2632	8.018.300,00	7.396.905,78
EMPETUR	695	TURISMO	2631	18.545.700,00	18.171.091,41
EMPETUR	695	TURISMO	9001	813.500,00	-
EMPETUR	695	TURISMO	9005	207.500,00	175.821,04
FIDEM	695	TURISMO	9005	410.000,00	127.778,06
CPRH-CIENC.E TECNOL	695	TURISMO	9001	2.793.900,00	-
CPRH-CIENC.E TECNOL	695	TURISMO	9005	165.091,00	111.090,00
DEFN	695	TURISMO	9001	18.090.000,00	-
DER-PE	695	TURISMO	9001	259.028.193,00	204.418.598,10
DER-PE	695	TURISMO	9005	4.000.000,00	1.364.437,06
				458.965.166,00	305.426.138,49
		Percentual executado			66,55

UEE-PE = Unidade Executora Estadual do Prodetur.

APÊNDICE B - DESPESAS PÚBLICAS ESTADUAIS COM TURISMO NO PERÍODO DE 2003						
Unid Gestora	Subfunção	Nome da Subfunção	Cod Programa	2003_AUTORIZADO	2003_EXECUTADO	
SEC.DESEN.ECONOMICO	121	PLANEJAMENTO E ORCAMENTO	2601	139.000,00	105.655,10	
SEC.DESEN.ECONOMICO	122	ADMINISTRACAO GERAL	2601	625.000,00	547.537,61	
SEC.DESEN.ECONOMICO	695	TURISMO	2602	6.000,00	-	
SEC.DESEN.ECONOMICO	695	TURISMO	9001	481.400,00	-	
UEE-PE PRODETUR	121	PLANEJAMENTO E ORCAMENTO	9001	331.000,00	299.950,66	
UEE-PE PRODETUR	695	TURISMO	9001	54.885.000,00	737.190,68	
UEE-PE PRODETUR	695	TURISMO	9005	12.000.000,00	-	
INFRA-ESTRUTURA DAF	695	TURISMO	9001	95.254.629,24	73.505.089,82	
FUNDARPE-CULTURA	695	TURISMO	9001	250.000,00	100.000,00	
AD-DIPER	695	TURISMO	2612	21.000,00	-	
EMPETUR	121	PLANEJAMENTO E ORCAMENTO	2315	506,00	-	
EMPETUR	121	PLANEJAMENTO E ORCAMENTO	2630	97.000,00	12.057,84	
EMPETUR	122	ADMINISTRACAO GERAL	2630	30.000,00	11.958,35	
EMPETUR	122	ADMINISTRACAO GERAL	2632	11.501.696,00	10.510.691,93	
EMPETUR	695	TURISMO	2631	11.464.400,00	9.426.128,17	
EMPETUR	695	TURISMO	9001	1.609.000,00	-	
CONDEPE/FIDEM	695	TURISMO	9005	87.478,00	41.676,00	
FIDEM	695	TURISMO	9005	(87.478,00)	29.522,00	
CPRH-CIENC.E TECNOL	695	TURISMO	9001	4.303.600,00	-	
CPRH-CIENC.E TECNOL	695	TURISMO	9005	167.800,00	29.795,00	
DEFN	695	TURISMO	9001	1.256.800,00	-	
DER-PE	695	TURISMO	9001	99.585.383,00	78.588.792,08	
DER-PE	695	TURISMO	9005	100.000,00	99.018,67	
				294.109.214,24	174.045.063,91	
		Percentual executado				59,18

APÊNDICE B - DESPESAS PÚBLICAS ESTADUAIS COM TURISMO NO PERÍODO DE 2004						
Unid Gestora	Subfunção	Nome da Subfunção	Cod Programa	2004_AUTORIZADO	2004_EXECUTADO	
SEC.DESEN.ECONOMICO	512	SANEAMENTO BASICO URBANO SANEAMENTO BASICO URBANO	0021	2.380.000,00	-	
SEC.DESEN.ECONOMICO	695	TURISMO	0013	55.000,00	-	
SEC.DESEN.ECONOMICO	695	TURISMO	0022	193.000,00	-	
UEE-PE PRODETUR	121	PLANEJAMENTO E ORCAMENTO PLANEJAMENTO E ORCAMENTO	0022	467.000,00	336.740,66	
UEE-PE PRODETUR	122	ADMINISTRACAO GERAL ADMINISTRACAO GERAL	0022	1.200.000,00	1.005,00	
UEE-PE PRODETUR	512	SANEAMENTO BASICO URBANO SANEAMENTO BASICO URBANO	0021	70.000,00	-	
UEE-PE PRODETUR	512	SANEAMENTO BASICO URBANO SANEAMENTO BASICO URBANO	0022	3.750.000,00	-	
UEE-PE PRODETUR	695	TURISMO	0022	6.207.000,00	1.134.953,78	
SECTMA - DAF	695	TURISMO	0091	95.000,00	-	
EMPETUR	121	PLANEJAMENTO E ORCAMENTO PLANEJAMENTO E ORCAMENTO	0002	22.000,00	4.782,70	
EMPETUR	122	ADMINISTRACAO GERAL ADMINISTRACAO GERAL	0001	20.000,00	11.028,30	
EMPETUR	122	ADMINISTRACAO GERAL ADMINISTRACAO GERAL	0007	11.953.502,00	10.759.726,17	
EMPETUR	695	TURISMO	0002	5.721.898,00	4.340.811,01	
EMPETUR	695	TURISMO	0004	8.901.000,00	4.860.860,16	
EMPETUR	695	TURISMO	0007	1.287.500,00	800.631,05	
EMPETUR	695	TURISMO	0022	3.302.000,00	-	
CONDEPE/FIDEM	695	TURISMO	0022	38.000,00	-	
DEFN	695	TURISMO	0022	1.625.000,00	-	
CPRH	695	TURISMO	0021	235.000,00	144.418,31	
CPRH	695	TURISMO	0022	165.000,00	-	
DER-PE	541	PRESERVACAO E CONSERVACAO AMBIENTAL PRESERVACAO E C	0022	832.000,00	605.204,73	
DER-PE	695	TURISMO	0021	100.000,00	-	
DER-PE	695	TURISMO	0022	590.000,00	168.700,54	
				49.209.900,00	23.168.862,41	
		Percentual executado				47,08

APÊNDICE B - DESPESAS PÚBLICAS ESTADUAIS COM TURISMO NO PERÍODO DE 2005						
Unid Gestora	Subfunção	Nome da Subfunção	Cod Programa	2005_AUTORIZADO	2005_EXECUTADO	
SEC.DESEN.ECONOMICO	512	SANEAMENTO BASICO URBANO	0021	140.000,00	-	
SEC.DESEN.ECONOMICO	695	TURISMO	0013	989.000,00	7.752,20	
SEC.DESEN.ECONOMICO	695	TURISMO	0022	3.200.000,00	-	
UEE-PE PRODETUR	121	PLANEJAMENTO E ORCAMENTO	0022	450.900,00	422.678,36	
UEE-PE PRODETUR	122	ADMINISTRACAO GERAL	0021	1.155.000,00	-	
UEE-PE PRODETUR	122	ADMINISTRACAO GERAL	0022	1.020.000,00	-	
UEE-PE PRODETUR	391	PATRIMONIO HISTORICO,ARTISTICO E ARQUEOLOGICO	0022	1.802.000,00	-	
UEE-PE PRODETUR	512	SANEAMENTO BASICO URBANO	0021	407.000,00	-	
UEE-PE PRODETUR	512	SANEAMENTO BASICO URBANO	0022	2.002.000,00	-	
UEE-PE PRODETUR	695	TURISMO	0022	18.089.500,30	-	
INFRA-ESTRUTURA DAF	781	TRANSPORTE AEREO	0022	29.833.668,33	9.715.365,30	
DAG-SDS	695	TURISMO	0004	444.900,00	407.200,00	
POLMIL-SDS	695	TURISMO	0004	581.100,00	539.620,00	
EMPETUR	121	PLANEJAMENTO E ORCAMENTO	0002	22.000,00	1.163,90	
EMPETUR	122	ADMINISTRACAO GERAL	0001	29.000,00	16.989,38	
EMPETUR	122	ADMINISTRACAO GERAL	0007	13.624.900,00	12.462.013,00	
EMPETUR	695	TURISMO	0001	90.000,00	-	
EMPETUR	695	TURISMO	0002	3.837.000,00	3.007.380,19	
EMPETUR	695	TURISMO	0004	10.331.300,00	6.979.828,98	
EMPETUR	695	TURISMO	0007	2.045.000,00	1.677.463,69	
EMPETUR	695	TURISMO	0022	5.495.000,00	492.551,51	
CONDEPE/FIDEM	695	TURISMO	0022	76.000,00	-	
DEFN	695	TURISMO	0022	2.462.222,00	-	
DEFN	695	TURISMO	0081	20.000,00	-	
CPRH	695	TURISMO	0021	2.000,00	-	
CPRH	695	TURISMO	0022	2.377.000,00	-	
DER-PE	541	PRESERVACAO E CONSERVACAO AMBIENTAL (Prodetur II)	0022	1.200.000,00	785.975,41	
DER-PE	695	TURISMO	0022	313.340,00	285.332,80	
				102.039.830,63	36.801.314,72	
		Percentual executado				36,07

APÊNDICE B - DESPESAS PÚBLICAS ESTADUAIS COM TURISMO NO PERÍODO DE 2006						
Unid Gestora	Subfunção	Nome da Subfunção	Cod Programa	2006_AUTORIZADO	2006_EXECUTADO	
SETUR	121	PLANEJAMENTO E ORCAMENTO	0371	53.000,00	-	
SETUR	122	ADMINISTRACAO GERAL	0371	248.000,00	-	
SETUR	122	ADMINISTRACAO GERAL	0372	489.000,00	35.033,64	
SETUR	695	TURISMO	0369	3.519.000,00	18.344,02	
PRODETUR	122	ADMINISTRACAO GERAL	0022	2.221.575,08	112.423,18	
PRODETUR	391	PATRIMONIO HISTORICO,ARTISTICO E ARQUEOLOGICO	0022	1.402.000,00	-	
PRODETUR	541	PRESERVACAO E CONSERVACAO AMBIENTAL	0022	2.362.000,00	-	
PRODETUR	695	TURISMO	0022	14.903.000,00	-	
SEC.DESN.ECONOMICO	695	TURISMO	0022	950.000,00	-	
UEE-PE PRODETUR	121	PLANEJAMENTO E ORCAMENTO	0022	312.424,92	310.571,23	
INFRA-ESTRUTURA DAF	781	TRANSPORTE AEREO	0022	9.465.000,00	80.768,71	
POLMIL-SDS	695	TURISMO	0004	228.689,90	162.000,00	
EMPETUR	121	PLANEJAMENTO E ORCAMENTO	0002	13.000,00	-	
EMPETUR	122	ADMINISTRACAO GERAL	0001	60.000,00	37.945,20	
EMPETUR	122	ADMINISTRACAO GERAL	0007	12.976.000,00	12.308.765,88	
EMPETUR	695	TURISMO	0001	50.000,00	-	
EMPETUR	695	TURISMO	0002	13.447.300,00	5.532.555,65	
EMPETUR	695	TURISMO	0004	14.611.210,10	9.517.800,92	
EMPETUR	695	TURISMO	0022	17.710.000,00	12.904.625,83	
CONDEPE/FIDEM	695	TURISMO	0022	80.000,00	-	
DEFN	695	TURISMO	0022	3.269.400,00	-	
DEFN	695	TURISMO	0081	50.000,00	7.200,00	
CPRH	695	TURISMO	0022	924.000,00	-	
DER-PE	541	PRESERVACAO E CONSERVACAO AMBIENTAL	0022	1.002.002,00	317.303,04	
DER-PE	695	TURISMO	0021	0,23	-	
DER-PE	695	TURISMO	0022	654.000,00	295.876,54	
				101.000.602,23	41.641.213,84	
		Percentual executado				41,23

APÊNDICE B - DESPESAS PÚBLICAS ESTADUAIS COM TURISMO NO PERÍODO DE 2007						
Unid Gestora	Subfunção	Nome da Subfunção	Cod Programa	2007_AUTORIZADO	2007_EXECUTADO	
SEC. DE TRANSPORTES	781	TRANSPORTE AEREO	0022	38.070.000,00	-	
SETUR	121	PLANEJAMENTO E ORCAMENTO	0371	30.000,00	-	
SETUR	122	ADMINISTRACAO GERAL	0022	297.000,00	-	
SETUR	122	ADMINISTRACAO GERAL	0371	225.000,00	18.317,50	
SETUR	122	ADMINISTRACAO GERAL	0372	1.291.574,16	851.215,24	
SETUR	695	TURISMO	0022	24.950.000,00	-	
SETUR	695	TURISMO	0369	48.135.400,00	1.296.679,58	
PRODETUR	122	ADMINISTRACAO GERAL	0022	2.516.200,00	121.861,31	
PRODETUR	391	PATRIMONIO HISTORICO,ARTISTICO E ARQUEOLOGICO	0022	712.900,00	-	
PRODETUR	541	PRESERVACAO E CONSERVACAO AMBIENTAL	0022	2.309.400,00	-	
PRODETUR	695	TURISMO	0022	9.623.500,00	86.446,22	
CIDADES	695	TURISMO	0022	1.661.000,00	-	
POLMIL-SDS	695	TURISMO	0004	162.000,00	81.000,00	
EMPETUR	121	PLANEJAMENTO E ORCAMENTO	0002	14.000,00	-	
EMPETUR	122	ADMINISTRACAO GERAL	0001	80.000,00	11.493,25	
EMPETUR	122	ADMINISTRACAO GERAL	0007	14.903.100,00	12.275.929,41	
EMPETUR	695	TURISMO	0001	50.000,00	-	
EMPETUR	695	TURISMO	0002	9.215.500,00	4.935.451,22	
EMPETUR	695	TURISMO	0004	10.498.000,00	5.503.173,49	
EMPETUR	695	TURISMO	0022	3.522.000,00	-	
CONDEPE/FIDEM	695	TURISMO	0022	50.000,00	-	
DEFN	695	TURISMO	0022	3.609.000,00	-	
DEFN	695	TURISMO	0081	30.000,00	-	
CPRH	695	TURISMO	0022	3.982.000,00	-	
DER-PE	695	TURISMO	0022	4.044.000,00	-	
				179.981.574,16	25.181.567,22	
		Percentual executado				13,99

ANEXO A – FUNÇÕES E SUBFUNÇÕES

ANEXO A – FUNÇÕES E SUBFUNÇÕES⁵²

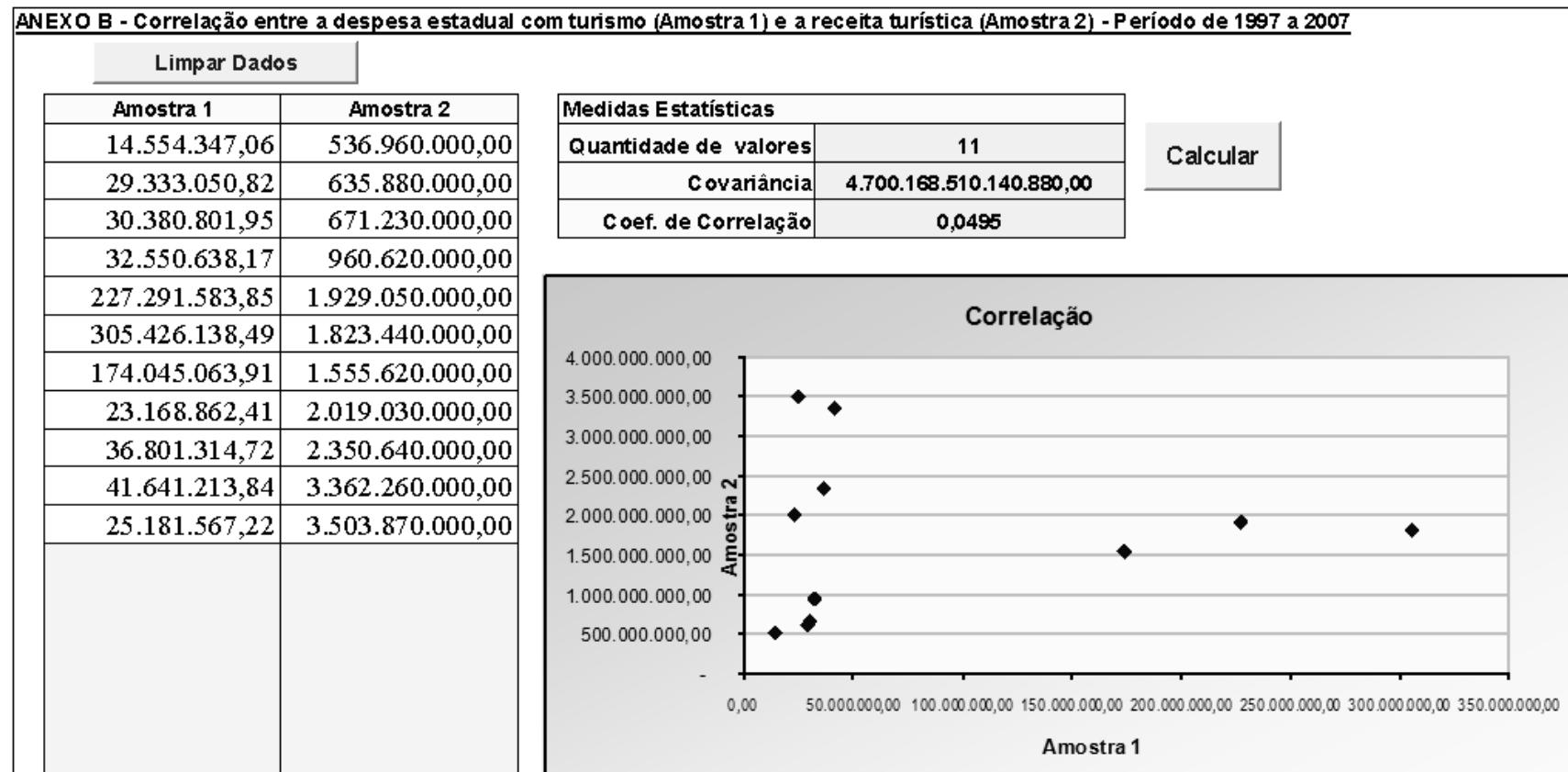
FUNÇÃO	SUBFUNÇÃO
01 - Legislativa	031 - Ação Legislativa 032 - Controle Externo
02 - Judiciária	061 - Ação Judiciária 062 - Defesa do Interesse Público no Processo Judiciário
03 - Essencial à Justiça	091 - Defesa da Ordem Jurídica 092 – Representação Judicial e Extrajudicial
04 - Administração	121 – Planejamento e Orçamento 122 - Administração Geral 123 - Administração Financeira 124 - Controle Interno 125 - Normatização e Fiscalização 126 - Tecnologia da Informação 127 - Ordenamento Territorial 128 - Formação de Recursos Humanos 129 - Administração de Receitas 130 - Administração de Concessões 131 - Comunicação Social
05 - Defesa Nacional	151 - Defesa Área 152 - Defesa Naval 153 - Defesa Terrestre
06 - Segurança Pública	181 - Policiamento 182 - Defesa Civil 183 - Informação e Inteligência
07 - Relações Exteriores	211 - Relações Diplomáticas 212 - Cooperação Internacional
08 - Assistência Social	241 - Assistência ao Idoso 242 - Assistência ao Portador de Deficiência 243 - Assistência à Criança e ao Adolescente 244 - Assistência Comunitária
09 - Previdência Social	271 - Previdência Básica 272 - Previdência do Regime Estatutário 273 - Previdência Complementar 274 - Previdência Especial
10 - Saúde	301 - Atenção Básica 302 - Assistência Hospitalar e Ambulatorial 303 - Suporte Profilático e Terapêutico 304 - Vigilância Sanitária 305 - Vigilância Epidemiológica 306 - Alimentação e Nutrição
11 - Trabalho	331 - Proteção e Benefícios ao Trabalhador 332 - Relações de Trabalho

⁵² Giacomoni (2005, p.126-129).

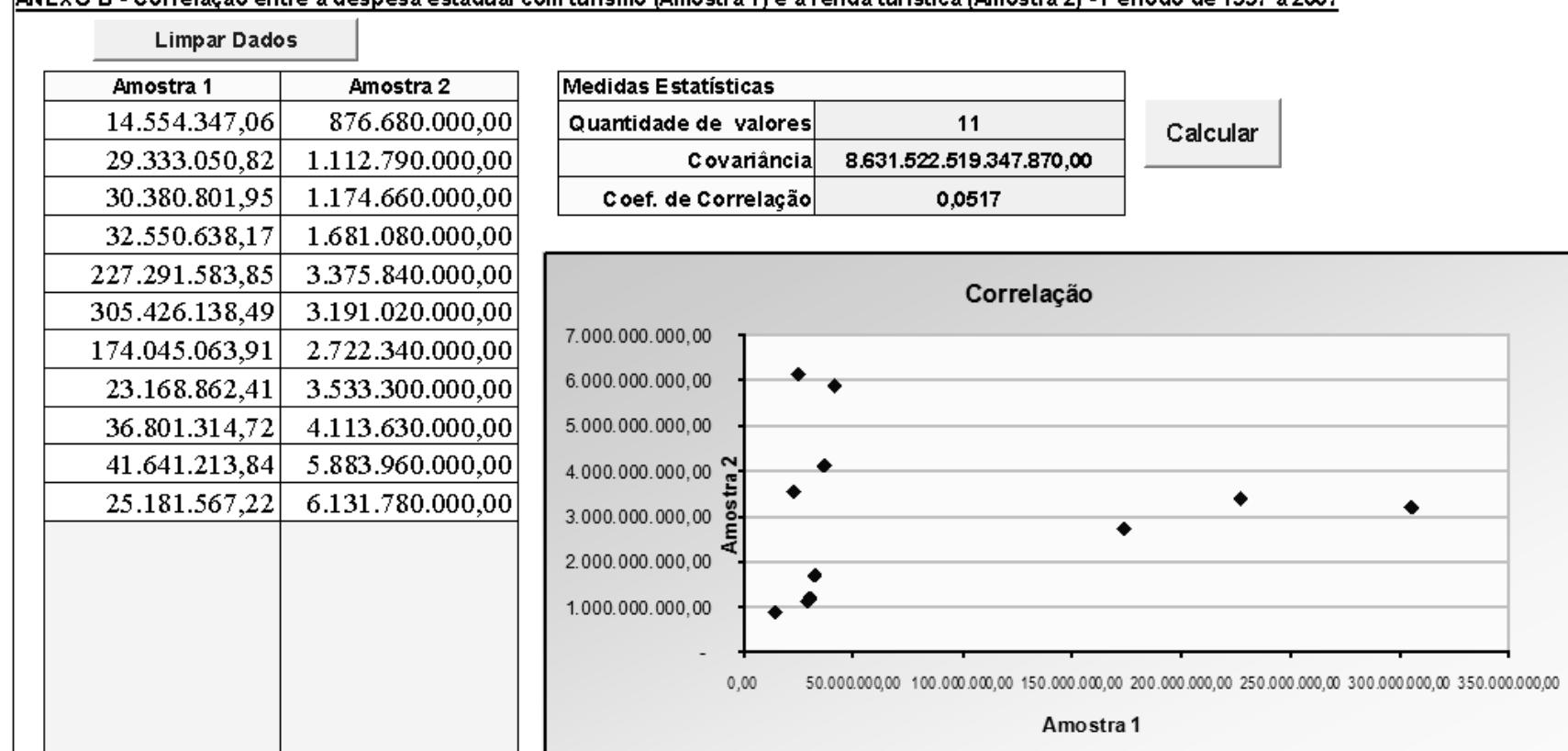
	333 - Empregabilidade 334 - Fomento ao Trabalho
12 - Educação	361 - Ensino Fundamental 362 - Ensino Médio 363 - Ensino Profissional 364 - Ensino Superior 365 - Educação Infantil 366 - Educação de Jovens e Adultos 367 - Educação Especial
13 - Cultura	391 - Patrimônio Histórico, Artístico e Arqueológico 392 - Difusão Cultural
14 - Direitos da Cidadania	421 - Custódia e Reintegração Social 422 - Direitos Individuais, Coletivos e Difusos 423 - Assistência aos Povos Indígenas
15 - Urbanismo	451 - Infra-Estrutura Urbana 452 - Serviços Urbanos 453 - Transportes Coletivos Urbanos
16 - Habitação	481 - Habitação Rural 482 - Habitação Urbana
17 - Saneamento	511 - Saneamento Básico Rural 512 - Saneamento Básico Urbano
18 - Gestão Ambiental	541 - Preservação e Conservação Ambiental 542 - Controle Ambiental 543 - Recuperação de Áreas Degradadas 544 - Recursos Hídricos 545 - Meteorologia
19 - Ciência e Tecnologia	571 - Desenvolvimento Científico 572 - Desenvolvimento Tecnológico e Engenharia 573 - Difusão do Conhecimento Científico e Tecnológico
20 - Agricultura	601 - Promoção da Produção Vegetal 602 - Promoção da Produção Animal 603 - Defesa Sanitária Vegetal 604 - Defesa Sanitária Animal 605 - Abastecimento 606 - Extensão Rural 607 - Irrigação
21 - Organização Agrária	631 - Reforma Agrária 632 - Colonização
22 - Indústria	661 - Promoção Industrial 662 - Produção Industrial 663 - Mineração 664 - Propriedade Industrial 665 - Normalização e Qualidade
23 - Comércio e Serviços	691 - Promoção Comercial 692 - Comercialização

	693 - Comércio Exterior 694 - Serviços Financeiros 695 - Turismo
24 - Comunicações	721 - Comunicações Postais 722 - Telecomunicações
25 - Energia	751 - Conservação de Energia 752 - Energia Elétrica 753 - Petróleo 754 - Álcool
26 - Transporte	781 - Transporte Aéreo 782 - Transporte Rodoviário 783 - Transporte Ferroviário 784 - Transporte Hidroviário 785 - Transportes Especiais
27 - Desporto e Lazer	811 - Desporto de Rendimento 812 - Desporto Comunitário 813 - Lazer
28 - Encargos Especiais	841 - Refinanciamento da Dívida Interna 842 - Refinanciamento da Dívida Externa 843 - Serviço da Dívida Interna 844 - Serviço da Dívida Externa 845 - Transferências 846 - Outros Encargos Especiais

ANEXO B – CORRELAÇÕES

ANEXO B - Correlação entre a despesa estadual com turismo (Amostra 1) e a receita turística (Amostra 2) - Período de 1997 a 2007


ANEXO B - Correlação entre a despesa estadual com turismo (Amostra 1) e a renda turística (Amostra 2) - Período de 1997 a 2007



ANEXO B - Correlação entre a despesa estadual com turismo (Amostra 1) e o receptivo turístico (Amostra 2) - Período de 1997 a 2007

Limpar Dados	
Amostra 1	Amostra 2
14.554.347,06	1.573.575
29.333.050,82	1.903.781
30.380.801,95	2.310.863
32.550.638,17	2.654.165
227.291.583,85	3.216.749
305.426.138,49	3.277.475
174.045.063,91	3.312.780
23.168.862,41	3.351.550
36.801.314,72	3.498.219
41.641.213,84	3.530.046
25.181.567,22	3.638.429

Medidas Estatísticas	
Quantidade de valores	11
Covariância	20.961.725.710,224,00
Coef. de Correlação	0,3206

Correlação

A scatter plot titled "Correlação" showing the relationship between Amostra 1 (X-axis) and Amostra 2 (Y-axis). The X-axis ranges from 0,00 to 350,000,000,00 with increments of 50,000,000,00. The Y-axis ranges from 0 to 4,000,000 with increments of 500,000. There are 11 data points plotted, showing a positive correlation.

Amostra 1	Amostra 2
14.554.347,06	1.573.575
29.333.050,82	1.903.781
30.380.801,95	2.310.863
32.550.638,17	2.654.165
227.291.583,85	3.216.749
305.426.138,49	3.277.475
174.045.063,91	3.312.780
23.168.862,41	3.351.550
36.801.314,72	3.498.219
41.641.213,84	3.530.046
25.181.567,22	3.638.429

ANEXO B - Correlação entre o receptivo turístico (Amostra 1 - nº de visitantes) e a receita turística (Amostra 2) - Período de 1997 a 2007

Limpar Dados	
Amostra 1	Amostra 2
1.573.575	536.960.000,00
1.903.781	635.880.000,00
2.310.863	671.230.000,00
2.654.165	960.620.000,00
3.216.749	1.929.050.000,00
3.277.475	1.823.440.000,00
3.312.780	1.555.620.000,00
3.351.550	2.019.030.000,00
3.498.219	2.350.640.000,00
3.530.046	3.362.260.000,00
3.638.429	3.503.870.000,00

Medidas Estatísticas	
Quantidade de valores	11
Covariância	576.465.455.946.033,00
Coef. de Correlação	0,8621

Correlação

Amostra 2

Amostra 1

ANEXO B - Correlação entre o receptivo turístico (Amostra 1 - nº de visitantes) e a renda turística (Amostra 2) - Período de 1997 a 2007

