

26

Indicadores de turismo no Brasil

Meta da aula

Apresentar os principais indicadores de turismo no Brasil.

Objetivos

Esperamos que, após o estudo do conteúdo desta aula, você seja capaz de:

- 1** caracterizar a elaboração dos indicadores de turismo e as implicações existentes nessa elaboração;
- 2** identificar alguns dos principais indicadores do setor de turismo.

Introdução

Nesta aula, você estudará os principais indicadores do turismo no Brasil, entendendo ainda como se dão as definições e a elaboração dos mesmos, quais as principais instituições que produzem tais estatísticas e alguns problemas existentes nesse processo. A elaboração dos mesmos no país é muito recente, portanto esta aula é inédita ao discutir tal tema.

A análise econômica do turismo faz-se, principalmente, a partir da mensuração dos produtos (bens e serviços) que os visitantes consomem durante suas viagens e dos impactos que a oferta desses produtos exerce sobre as variáveis macroeconômicas e sua inter-relação com as demais atividades da economia.

Dentre os bens e serviços consumidos pelos visitantes, destacam-se o alojamento, o transporte, a alimentação e o entretenimento, os quais, em um sentido amplo, podem ser considerados base para a elaboração dos dados no setor de turismo.

Esta aula está dividida em duas partes: na primeira analisa-se a elaboração dos indicadores do turismo, suas implicações, seus problemas e as principais instituições envolvidas, e na segunda parte observam-se alguns exemplos de indicadores do setor para o Brasil.

Elaboração e implicações dos indicadores de turismo

A atividade turística existe há séculos, contudo a preocupação em analisar o turismo como um setor na economia é algo novo. A mensuração do setor de turismo, por meio de indicadores, é muito recente, tendo em vista que os estudos acadêmicos deste começaram a ser produzidos nas últimas décadas.

No Brasil, esse estudo é mais recente ainda. A maioria dos principais indicadores do turismo foi elaborada a partir da década de 1990, e outros indicadores apenas no século XXI.

Conseguir dados confiáveis e exatos sobre o setor de turismo, no Brasil e no mundo, ainda é árdua tarefa para pesquisadores, e as razões são múltiplas. Por se tratar de uma atividade relativamente recente, há carência de referências conceituais que auxiliem na organização das informações. Não se pode, muitas vezes, fazer uma evolução histórica de quantos turistas o Brasil recebeu, por exemplo, entre 1930 e 1950.

Além disso, trata-se de um setor não definido pelo lado da produção, como os demais setores econômicos, mas sim pelo lado do consumo (da demanda), ou seja, pelo resultado econômico do consumo dos visitantes. Esse fato impõe grandes limitações na obtenção dos dados, tendo em vista, por exemplo, que obtemos os dados de uma empresa automobilística por meio de sua contabilidade; já no setor de turismo, muitos cálculos partem de quanto o turista gastou.

A diversidade de perfis e motivações dos visitantes para as suas viagens, as condições naturais e econômicas do local visitado, dentre outras condicionantes da demanda turística, implicam um conjunto significativamente heterogêneo de produtos consumidos.

Nota-se, portanto, a dificuldade de medir o tamanho e a importância exata do setor de turismo em uma economia. As metodologias da Organização Mundial de Turismo – OMT – são as bases que os países utilizam para elaborar seus indicadores e seus estudos, e no Brasil não é diferente.

As metodologias para elaboração de indicadores de turismo no Brasil estão sendo construídas nos últimos anos, e as principais instituições que trabalham nesse sentido são:

- a) Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE;
- b) Empresa Brasileira de Turismo – Embratur (do Ministério do Turismo);
- c) Instituto de Planejamento Econômico Aplicado – IPEA;
- d) Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas da Fundação Getúlio Vargas do Rio de Janeiro – Eba-pe/FGV.

Com o intuito de sistematizar a coleta de dados no setor de turismo, a Organização Mundial de Turismo criou uma classificação dos produtos turísticos. Estes foram distribuídos em categorias que refletem a importância do consumo turístico. Foram relacionadas três diferentes categorias de produtos turísticos, de acordo com a seguinte normatização:

1. produtos característicos do turismo;
2. produtos conexos ao turismo;
3. produtos específicos do turismo.

Os *produtos característicos do turismo* (ou Atividades Características do Turismo – ACTs) são aqueles que deixariam de existir em quantidade significativa, ou para os quais o nível de consumo seria sensivelmente diminuído em caso de ausência de turistas. Para esses produtos, é possível obter informações estatísticas mais precisas.

Como exemplo, tem-se o transporte aéreo de passageiros. Nesse tipo de transporte, observa-se o predomínio de turistas entre os seus usuários, tendo em vista que o deslocamento aéreo, em geral, é bem distinto do utilizado habitualmente (como no entorno de moradia e trabalho, caso do transporte rodoviário).

Os *produtos conexos ao turismo* são uma categoria residual que inclui os produtos que, apesar de identificados como específicos do turismo em um dado país, não são assim reconhecidos em nível mundial. Os serviços de transporte ferroviário urbano e suburbano de passageiros constituem um exemplo de produto conexo ao turismo.

Os *produtos específicos do turismo* são a totalidade dos produtos contidos nas categorias anteriores, portanto, produtos característicos do turismo mais produtos conexos ao turismo (IBGE, 2003).

A OMT identifica 189 códigos em sua lista de produtos específicos do turismo e, em sua lista de produtos característicos do turismo, apenas 96 códigos. Estes últimos foram agrupados em sete pontos, relacionados na lista que pode ser vista a seguir:

Lista de produtos característicos do turismo segundo a OMT:

1. *Serviços de alojamento*
 - 1.1. Hotéis e outros serviços de alojamento
 - 1.2. Serviços de segundas residências por conta própria ou gratuitas
2. *Serviço de alimentação e bebidas*
3. *Serviços de transporte de passageiros*
 - 3.1. Serviços de transporte interurbano ferroviário
 - 3.2. Serviços de transporte rodoviário
 - 3.3. Serviços de transporte marítimo
 - 3.4. Serviços de transporte aéreo
 - 3.5. Serviços auxiliares ao transporte de passageiros
 - 3.6. Aluguel de bens de transporte de passageiros
 - 3.7. Serviços de reparação de bens e equipamentos de transporte de passageiros
4. *Serviços de agências de viagens, operadoras e guias de turismo*
 - 4.1. Serviços de agências de viagens
 - 4.2. Serviços de operadoras
 - 4.3. Serviços de informação turística e de guias de turismo
5. *Serviços culturais*
 - 5.1. Representações artísticas
 - 5.2. Museus e outros serviços culturais
6. *Serviços recreativos e outros serviços de entretenimento*
 - 6.1. Serviços desportivos
 - 6.2. Outros serviços relacionados ao lazer
7. *Serviços turísticos diversos*
 - 7.1. Serviços financeiros e seguros
 - 7.2. Outros serviços de aluguel de bens
 - 7.3. Outros serviços turísticos

Fonte: OMT (2003).

A OMT reconhece que as Atividades Características do Turismo (ou *produtos característicos do turismo*) são aquelas que possibilitam a maior uniformidade possível na mensuração e análise do turismo em nível internacional.

Portanto, destacamos que a classificação de uma atividade econômica como característica do turismo faz-se a partir da identificação, em sua produção principal, de produtos classificados como característicos do turismo, isto é, aqueles que são bastante sensíveis ao consumo de visitantes.

Para garantir a compatibilidade (ou padronização) internacional das estatísticas de turismo, a OMT desenvolveu a Classificação Internacional Uniforme das Atividades Turísticas – CIUAT. No Brasil, a classificação das atividades econômicas oficialmente adotadas pelo Sistema Estatístico Nacional e pelos cadastros da administração pública é a Classificação Nacional de Atividades Econômicas – CNAE.

Assim, as ACTs incluem as principais atividades em: alojamento, alimentação, transporte (aéreo, rodoviário, aquaviário), auxiliar de transporte, aluguel de transporte, agência de viagens, lazer e cultura.

Nos dois gráficos a seguir podemos observar dados sobre as ACTs no Brasil elaborados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. No **Gráfico 26.1** observamos o percentual de estabelecimentos em cada um dos setores (serviços de alimentação, alojamento, transporte rodoviário, transporte aéreo, transporte aquaviário, agências de viagens, auxiliares de transportes, serviços desportivos e de lazer, aluguel de automóveis).

O segmento de serviço de alimentação, com 287.021 empresas, representou 81,49% do total de empresas das ACTs. Seguem-se os setores de alojamento, com 22.392 empresas (6,36% do total), e de transporte rodoviário, com 13.463, ou seja, 3,82% do total. Esses três segmentos representaram 91,67% do total das empresas pertencentes às ACTs (**Gráfico 26.1**).

O expressivo número de empresas do setor de alimentação decorre, principalmente, do seu caráter familiar. De fato, estas se caracterizam pelo pequeno porte, pois ocupam, em média, cinco pessoas.

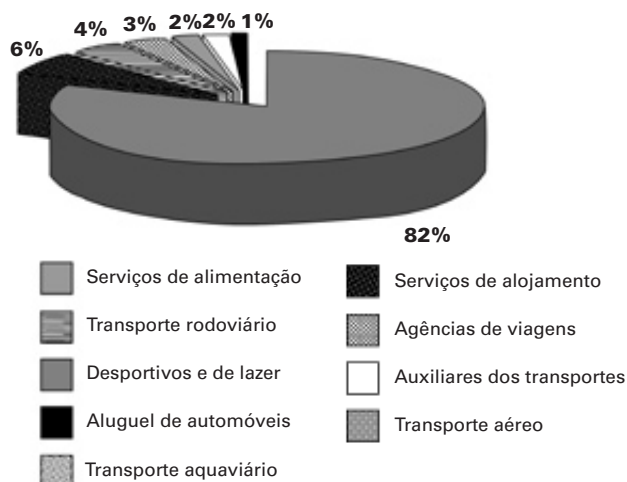


Gráfico 26.1: Percentual das empresas pertencentes às ACTs, por setores de serviços – Brasil (2003)
 Fonte: IBGE (2005).

No tocante à receita operacional líquida, o segmento de alimentação também se destacou, gerando um total de R\$ 23,7 bilhões, que representou 31,18% do montante da receita das ACTs, no ano de 2003. As empresas de transporte aéreo geraram R\$ 18,6 bilhões, isto é, 24,44% do total, apesar de representarem apenas 0,08% do número total de empresas das ACTs. Também merece destaque o setor auxiliar de transportes que, ao gerar R\$ 10,1 bilhões, representou 13,24% do total da receita operacional líquida das ACTs.

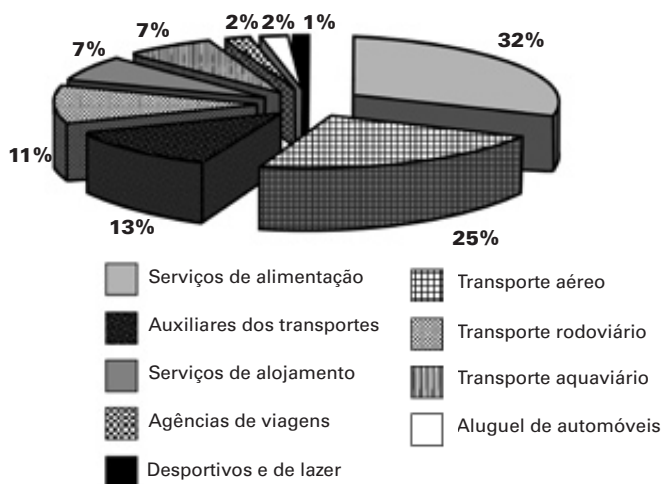


Gráfico 26.2: Percentual da receita das empresas pertencentes às ACTs, por setores de serviços – Brasil (2003)
 Fonte: IBGE (2005).

Ademais, a OMT criou um instrumento estatístico para o setor chamado de Conta Satélite de Turismo – CST –, que contém dados detalhados para dimensionar o volume e a importância econômica do turismo. É baseado nas ACTs e é considerado um instrumento de normatização internacional de conceitos e classificações.

Na construção da CST são observados, prioritariamente, aqueles que possibilitariam a maior uniformidade possível na mensuração e análise do turismo em nível internacional. Assim sendo, a OMT recomenda em sua Lista de Produtos Característicos do Turismo apenas 96 códigos de produtos relacionados à atividade turística.



A Conta Satélite de Turismo é um instrumento necessário à elaboração de modelos de impacto econômico do turismo e de análise orientados para o mercado turístico.

Contém dados detalhados sobre o consumo dos turistas e sobre a forma como esse consumo é satisfeito pela produção das empresas e pelas importações. Além disso, fornece informações detalhadas sobre produção, emprego, formação de capital das Atividades Características de Turismo e sua relação com as demais atividades econômicas do país.

Possui um caráter dinâmico decorrente das possibilidades de sua utilização:

- elaboração de modelos de impacto econômico do turismo;
- análises orientadas para o mercado turístico;
- avaliação do desempenho das atividades econômicas orientadas ao turismo.

Fonte: IBGE (2005).

Destacamos, além disso, como já mencionamos, os problemas de análise de indicadores do setor. Como citamos na definição das categorias dos produtos turísticos, os *produtos característicos do turismo* são um subconjunto da lista de produtos específicos do turismo, e por isso não refletem exhaustivamente

todos os impactos diretos e indiretos que a atividade turística exerce na economia como um todo.

A organização de informações estatísticas na área do mercado de trabalho no turismo é ainda mais difícil de ser medida. A respeito do tema “estatísticas de emprego”, a própria Organização Mundial de Turismo (OMT) explicita as dificuldades para conseguir avanços mais significativos, ao advertir que

(...) a sazonalidade, a grande variabilidade nas condições trabalhistas, a flexibilização e a escassa formalização dos vínculos trabalhistas em muitas unidades produtivas de pequeno porte são os principais obstáculos para obter dados significativos sobre o emprego no setor de turismo. (IBGE, 2003).

No que se refere ao mercado de trabalho do turismo e a sua relevância econômica, destacamos que os resultados das estimativas elaboradas pelo IPEA para o ano de 2004 revelam que as ACTs empregavam 712 mil pessoas, o equivalente a cerca de 2,3% do emprego formal no conjunto da economia brasileira e 7,2% do emprego no setor de serviços (Árias; Barbosa, 2007).



Atividade

Atende ao Objetivo 1

1. Leia o texto a seguir baseado no artigo “Conta Satélite é indispensável para o desenvolvimento do turismo”, destaque a importância da elaboração e utilização de dados confiáveis sobre o setor de turismo no mundo, tendo em vista as implicações existentes nesse processo.

Esse artigo sobre a Conta Satélite do Turismo (CST) destaca que este é um instrumento desenvolvido pela OMT para medir o impacto efetivo do turismo nas economias mundiais, sendo indispensável para que governos definam políticas e estratégias para o setor. Segundo Dale Honeck, principal conselheiro da Divisão de Comércio de Serviços da OMT, sem dados e informações se-

Comentário

A produção e divulgação de dados confiáveis para o turismo é uma premissa básica atual, no sentido de ampliar a importância do setor no meio acadêmico e na padronização de indicadores em todo o mundo. Esse fato traz benefícios, credibilidades e investimentos para as atividades turísticas.

A OMT possui papel fundamental nesse processo e, especialmente por intermédio da CST, vem tentando alcançar esses objetivos. Destacam-se as prováveis conseqüências obtidas a partir da elaboração desses indicadores e relatórios: a possibilidade de desenhar estratégias, de expandir benefícios internos, de aumentar o fluxo de turistas, de conhecer o comportamento dos turistas internacionais e medir de maneira exata o turismo do setor de turismo em cada um dos países do mundo.

Alguns indicadores do setor de turismo brasileiro

Existem vários indicadores do setor de turismo, alguns relacionados à análise macroeconômica (PIB, emprego), outros à análise microeconômica (ligados aos estabelecimentos e, outros, à demanda do setor, como perfil do turista, fluxos de visitantes).

Listamos a seguir alguns:

- PIB do turismo e sua participação no PIB do país;
- fluxo de pessoas no turismo receptivo e emissivo do país;
- chegada de turistas internacionais no país ou região;
- receita cambial gerada pelo turismo no Brasil;
- principais cidades visitadas pelo turista estrangeiro;
- renda, gasto e permanência do turista estrangeiro;
- desembarque de passageiros de vôos internacionais;
- vôos *charter* (em aviões alugados) internacionais – 1999/2003;
- desembarque de passageiros de vôos nacionais;
- número de agências de turismo, meios de hospedagem, transportadoras turísticas e organizadoras de eventos;
- locação de automóveis;
- mão-de-obra empregada no setor de turismo;

- número de estabelecimentos em atividades características do turismo;
- mão-de-obra empregada em setores das atividades turísticas;
- porte e indicadores de ocupação média dos estabelecimentos de atividades turísticas;
- remuneração média mensal dos empregados em atividades turísticas; e outros.

Para exemplificar, mostraremos a seguir alguns indicadores do setor de turismo no Brasil, com sucintas explicações. Iniciamos com uma tabela sobre o PIB do setor de turismo e sua participação no PIB brasileiro, observando a evolução entre 1980 e 1995 (**Tabela 26.1**).

Destacamos uma significativa evolução na participação do PIB turístico a partir da década de 1980, quando se observou um crescimento expressivo do turismo interno, decorrente, dentre outros aspectos, do próprio aumento da oferta de produtos turísticos, e em especial na área hoteleira nacional.

Demonstrando tal fato, entre 1980 e 1995 a evolução do PIB turístico brasileiro foi de 308%, passando de 12,9 milhões para 52,7 milhões, enquanto a participação deste no PIB brasileiro subiu de 2,62% para 8% do total.

Tabela 26.1: Estimativa do PIB turístico e sua participação no PIB Brasileiro – 1980 e 1987/95

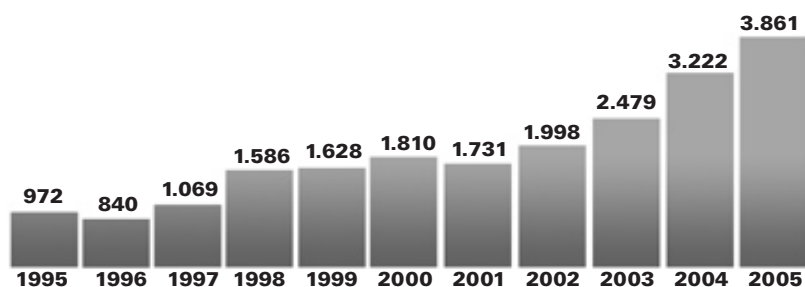
ANOS	PIB (em R\$ milhões, a preços constantes, base 1995)	PIB TURÍSTICO (em R\$ milhões, a preços constantes, base 1995)	PIB TURÍSTICO/PIB Total (em %)
1980	492.628	12.907	2,62
1987	584.206	38.685	6,62
1988	583.574	40.431	6,93
1989	601.890	50.972	8,47
1990	575.995	52.419	9,10
1991	577.890	42.938	7,43
1992	572.838	39.610	6,91
1993	596.837	–	–
1994	631.574	48.740	7,72
1995	658.100	52.670	8,00

Fonte: BRASIL. Ministério do Turismo (2006).

Um resultado que aponta para a performance excepcional da atividade turística brasileira no mercado internacional é a receita cambial turística. Esta é definida como a diferença entre a receita cambial proveniente da entrada de dólares no setor menos a receita de dólares proveniente da saída de dólares no turismo (**Gráfico 26.3**).

Em 2005, o Brasil alcançou a receita cambial turística de US\$ 3,86 bilhões de dólares, superior em 19,83% à do ano de 2004 (US\$ 3,22 bilhões), atingindo a marca de 34 meses consecutivos de crescimento, desde março de 2003.

Gráfico 26.3: Receita cambial turística (em milhões de US\$) – Brasil (1995-2005)



Fonte: BRASIL. Ministério do Turismo (2006).

O **Gráfico 26.4** apresenta a evolução observada quanto ao ingresso de turistas no país no período entre 1970 e 1998, que passou de 249,9 mil visitantes para 4,82 milhões. Um grande crescimento, que demonstra a expansão do setor, confirmada na década de 1990.



Fonte: BRASIL. Ministério do Turismo (2006).

A **Tabela 26.2**, a seguir, complementa o **Gráfico 26.4**, tendo em vista que a mesma mostra o crescimento da entrada de turistas no Brasil entre 1996 e 2005. Nela, nota-se uma significativa evolução no período, passando de 2,7 milhões de turistas para 5,4 milhões, crescimento da ordem de 103%.

Tabela 26.2: Entrada de turistas no Brasil (1996-2005)

1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005(*)
2.665.508	2.849.750	4.818.084	5.107.169	5.313.463	4.772.575	3.784.898	4.132.847	4.793.703	5.400.000

Fonte: DPF e Embratur. (*) Resultado estimado.

Fonte: BRASIL. Ministério do Turismo (2006).

Na **Tabela 26.3** a seguir, podemos observar outro indicador do setor, referente aos fluxos de turistas estrangeiros no país nos anos de 2005 e 2006. No *ranking* dos dezesseis principais países emissores de turistas para o Brasil, encontrava-se em primeiro lugar a Argentina, com quase um milhão de pessoas, e 18,52% do total de turistas estrangeiros recebidos no país. Ela é seguida dos Estados Unidos da América, de Portugal e da Itália.

Tabela 26.3: Principais emissores de turistas para o Brasil – 2005/2006

Principais países de destino	2005			2006		
	Número de turistas	%	Ranking	Número de turistas	%	Ranking
Argentina	992.299	18,52	1°	921.061	18,35	1°
Estados Unidos da América	793.559	14,81	2°	721.633	14,38	2°
Portugal	357.640	6,67	3°	312.521	6,23	3°
Itália	303.878	5,67	6°	291.898	5,82	4°
Uruguai	341.647	6,38	4°	290.240	5,78	5°
Alemanha	308.598	5,76	5°	277.182	5,52	6°
França	252.099	4,70	7°	275.913	5,50	7°
Espanha	172.979	3,23	9°	211.741	4,22	8°
Paraguai	249.030	4,65	8°	198.958	3,96	9°
Inglaterra	169.514	3,16	11°	169.627	3,38	10°
Chile	169.953	3,17	10°	148.327	2,96	11°

Holanda	109.708	2,05	12°	86.122	1,72	12°
Suíça	89.789	1,68	13°	84.816	1,69	13°
Japão	68.066	1,27	16°	74.638	1,49	14°
México	73.118	1,36	15°	70.862	1,41	15°
Canadá	75.100	1,40	14°	62.603	1,25	16°
Outros	831.193	15,51	-	820.849	16,35	-
Total	5.358.170 turistas			5.018.991 turistas		

Fonte: Embratur (2005).

No que se refere às principais cidades visitadas pelos turistas estrangeiros no Brasil, destacamos na **Tabela 26.4** a evolução no período de 1994 a 2003. A cidade do Rio de Janeiro ocupa o primeiro lugar, seguida de São Paulo e Salvador. Essas três cidades recebem mais de 70% do valor dos turistas que vêm ao país.

Tabela 26.4: Principais cidades visitadas pelo turista estrangeiro 1994/2003

Cidades	(Em %)									
	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Rio de Janeiro	39,50	41,80	30,50	37,40	30,20	32,50	34,10	26,80	38,58	36,90
São Paulo	21,30	19,90	22,40	23,50	18,40	13,70	19,70	17,00	20,84	18,53
Salvador	9,30	8,80	7,70	12,20	10,90	12,70	13,50	11,10	12,76	15,76
Fortaleza	2,30	4,10	3,20	3,40	4,60	4,70	5,39	5,61	7,16	8,50
Recife	4,80	5,70	4,70	5,70	7,20	6,40	5,80	7,30	8,24	7,51
Foz do Iguaçu	12,70	16,00	16,60	11,80	8,90	11,80	12,90	11,50	9,28	7,40
Búzios	3,50	3,40	2,70	2,80	5,40	4,56	4,00	3,87	3,56	6,00
Porto Alegre	7,80	9,70	10,10	7,90	7,90	6,01	5,90	7,10	7,93	5,87
Florianópolis	15,30	11,40	17,00	13,90	14,00	17,70	16,70	15,80	6,42	5,28
Belo Horizonte	2,60	2,80	1,70	3,00	-	2,35	6,60	4,90	3,70	5,10
Balneário de Camboriú	6,60	6,20	5,40	3,70	5,10	4,90	6,60	4,90	4,90	3,37

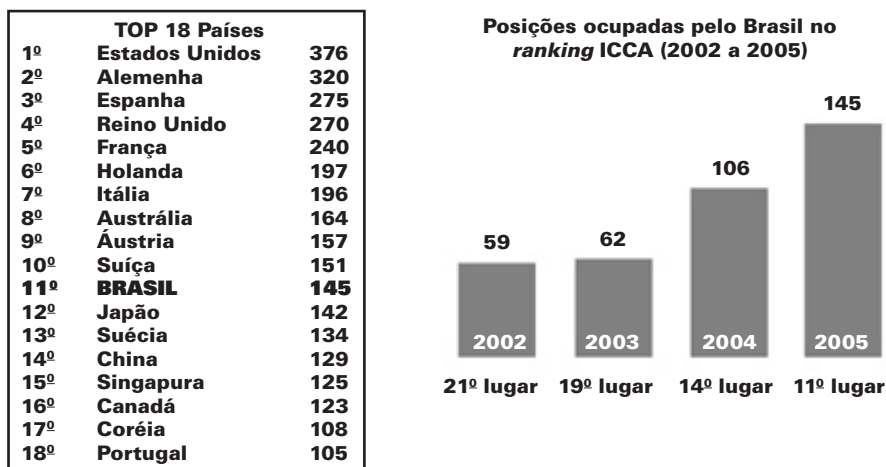
Fonte: EMBRATUR

Fonte: BRASIL. Ministério do Turismo (2006).

De acordo com a classificação do International Congress & Convention Association – ICCA –, para o ano de 2005, o Brasil passou a ocupar a 11ª posição no *ranking* dos países que mais realizam eventos internacionais em todo o mundo. Isso pode ser visto no **Gráfico 26.5**.

Em 2002, o país ocupava a 21ª posição nesse *ranking*. A cidade do Rio de Janeiro ocupa a primeira posição nas Américas, em realização de eventos internacionais, com 39 eventos, o que a coloca na 29ª posição no mundo.

Gráfico 26.5: Posições ocupadas pelo Brasil no *ranking* ICCA – 2005



Fonte: BRASIL. Ministério do Turismo (2006).

A **Tabela 26.5**, a seguir, mostra o crescimento dos dados na locação de automóveis no Brasil, no período de 1998 e 2003. Ocorreu um aumento em todos os dados analisados: faturamento das empresas, frota, usuários e geração de empregos, demonstrando o significativo crescimento no setor.

Tabela 26.5: Evolução dos dados das locadoras de automóveis – Brasil (1998/2003)

Anos	Faturamento (em R\$ bilhões)	Frota do setor	Usuários (em milhões)	Geração de empregos (diretos e indiretos)
1998	1,34	112.000	5,10	118.000
1999	1,39	116.000	5,50	122.000
2000	1,62	133.000	6,20	136.000
2001	1,89	155.000	7,10	144.000
2002	2,26	178.000	8,30	165.000
2003	2,35	181.900	8,70	185.000

Fonte: Associação Brasileira de Locadoras de Automóveis – ABLA

Fonte: Embratur (2005).

Esses foram alguns exemplos de muitos indicadores do setor de turismo, especificamente para o Brasil. No entanto, os mesmos podem ser utilizados para o mundo, ou mesmo para regiões e cidades.

Ressaltamos ademais que no Brasil não temos evoluções históricas completas, já que muitas cidades não possuem dados e que muitos dados não seguem padrões da OMT. Enfim, muitos problemas precisam ser resolvidos.

Conclusão

Analisado como uma atividade econômica, o turismo é definido a partir da perspectiva de demanda, ou seja, como o resultado econômico do consumo dos visitantes. Assim sendo, não se pode afirmar a existência de um processo de produção comum, que possibilite determinar o turismo como atividade econômica singular, pois ele é caracterizado por uma função de produção própria. A partir desse fato, existem problemas de elaboração de indicadores, como os mencionados nesta aula.

No Brasil, a elaboração de indicadores do setor está a cargo, em sua maioria, de instituições públicas como Embratur, IBGE e IPEA, que seguem as metodologias da OMT. A maioria dos indicadores no país foi sistematicamente elaborada nos últimos anos, portanto algo novo e passível de melhorias.



Atividade Final

Atende aos Objetivos 1 e 2

Leia, a seguir, o tópico do artigo “Fechando no vermelho – déficit externo em 2008 tem pior resultado em 10 anos, mas investimento direto é recorde”, de *O Globo* intitulado “Turistas brasileiros gastaram lá fora US\$ 10,9 bilhões em 2008 – mas desembolsos começaram 2009 em queda devido à crise”. Depois destaque e analise os indicadores que a autora usou para explicar os acontecimentos relativos ao setor de turismo no Brasil no ano passado.

Mesmo com a crise financeira encarecendo o dólar, o turista brasileiro nunca viajou tanto para fora. Segundo o Banco Central (BC), os gastos com viagens intencionais tiveram saldo negativo de US\$ 5,17 bilhões em 2008, recorde histórico. Foram US\$ 5,79 bilhões em receitas, trazidas pelos turistas estrangeiros e gastos de US\$ 10,96 bilhões dos brasileiros no exterior.

Apesar disso, afirmou o chefe do Departamento Econômico do BC, Altamir Lopes, esse cenário deve mudar. Ele acredita até que, em alguns meses deste ano, o país poderá receber mais dólares do que perder neste campo. Ou seja, que haverá mais turistas estrangeiros gastando aqui do que brasileiros lá fora. Isso não ocorre desde março de 2006, quando a conta de viagens ficou positiva em US\$ 39 milhões.

– A crise bate muito forte nos gastos com viagens. Eu não me surpreenderia se houvesse superávit em alguns meses – disse Lopes.

Desde 15 de setembro (de 2008), marco do agravamento da crise, o dólar subiu cerca de 30%. Os custos com viagens para exterior, conseqüentemente, também subiram, espantando boa parte dos turistas brasileiros. Pesa também a desaceleração econômica que deixa o consumidor mais cauteloso (DUARTE, 2009, p.19).

Resumo

Na elaboração dos indicadores do turismo são utilizadas as metodologias da Organização Mundial de Turismo. O Brasil também segue essas metodologias, e as principais instituições envolvidas na elaboração desses indicadores são IBGE, Embratur, IPEA e Ebape/FGV.

Os indicadores são baseados especialmente nas chamadas Atividades Características do Turismo – ACTs –, que incluem as principais atividades em: alojamento, alimentação, transporte, auxiliar de transporte, aluguel de transporte, agência de viagens, lazer e cultura.

Existem vários problemas na elaboração dos indicadores de turismo por ser um setor novo na análise acadêmica e em pesquisas. Os dados dos produtos específicos do turismo não refletem exhaustivamente todos os impactos diretos e indiretos que a atividade turística exerce na economia como um todo.

Observamos ainda alguns exemplos de indicadores do setor para o Brasil, que refletem seu rápido crescimento nos últimos anos. Entre estes destacamos o PIB turístico, fluxo de turistas doméstico e internacional, gastos dos turistas, a receita das empresas, os eventos internacionais, a movimentação nos aeroportos e outros.