

Impactos do Turismo sobre o Emprego na Região Metropolitana de Vitória-ES: uma aplicação de coeficientes de demanda¹

Tourism Impacts on Employment in the Metropolitan Region of Vitória-ES: an application of coefficients demand

Los Impactos del Turismo sobre el Empleo en el Región Metropolitana de Vitória-ES: una aplicación de coeficientes de demanda

Eduardo Reis Araujo²

Leandro de Souza Lino³

Paulo Henrique Assis Feitosa⁴

Resumo

Este artigo tem como objetivo avaliar os impactos sobre o mercado de trabalho, em doze atividades turísticas em seis municípios da Região Metropolitana da Grande Vitória-ES, a partir da estimação de coeficientes de demanda. A metodologia usada sugere o uso de indicadores do mercado de trabalho como um meio para avaliar estes impactos a partir da combinação de dados primários originais e estatísticas oficiais. Suas principais contribuições para o estágio atual das pesquisas acadêmicas são a proposta de delimitação de oferta turística compatível com a definição da Organização Mundial do Turismo e o próprio ineditismo da pesquisa de campo para estimação da participação do consumo turístico em relação ao total da oferta turística no âmbito municipal.

Palavras-chave: Economia do Turismo; Espírito Santo; Coeficiente de Demanda

Abstract

This article aims to evaluate the impacts on the labor market, generated by twelve tourist activities in six municipalities in the Metropolitan Region of Vitória-ES, from the estimation of coefficients demand. The methodology suggests the use of labor market indicators as a means to evaluate these impacts from the combination of original primary data and official statistics. The main contributions to the current state of academic research are the proposed

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

² Mestrado e Graduação em Economia pela Universidade Federal do Espírito Santo. Consultor da Secretaria de Estado da Fazenda do Espírito Santo. Brasil. E-mail: bigreis@gmail.com

³ Professor da Unicape/Faesa. Mestrado em Economia Aplicada pela Universidade de São Paulo. Graduação em Economia pela Universidade Federal do Espírito Santo. Brasil. E-mail: lsilino@gmail.com

⁴ Doutorando em Economia pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Mestrado e Graduação em Economia pela Universidade Federal do Espírito Santo. Brasil. E-mail: paulohenriquefeitosa@gmail.com

delimitation of tourism supply compatible with the definition of the World Tourism Organization and the own unpublished fieldwork to estimate the share of tourism consumption in relation to the total of tourism at the local level.

Keywords: *Economics of Tourism; Espírito Santo; Coefficients demand.*

Resumen

Este artículo tiene como objetivo evaluar los impactos en el mercado de trabajo generados por las doce actividades turísticas en seis municipios de la Región Metropolitana de Vitória-ES, a partir de la estimación de coeficientes de demanda. La metodología sugiere el uso de indicadores del mercado de trabajo como medio para evaluar estos impactos de la combinación de los datos primarios originales y de estadísticas oficiales. Sus principales contribuciones al estado actual de la investigación académica son la propuesta de delimitación de oferta turística compatible con la definición de la Organización Mundial del Turismo y la propia característica inédita de la investigación de campo para la estimación de la participación del consumo turístico en relación al total de la oferta turística en el ámbito municipal.

Palabras clave: *Economía del Turismo; Espírito Santo; Coeficiente de Demanda*

1. Introdução

Um importante esforço vem sendo realizado no sentido de produzir, analisar e disseminar dados e informações econômicas do turismo no Brasil no período recente. Esse empenho é fundamental para qualquer forma de planejamento mais sistemático do desenvolvimento desta atividade e requer informações atualizadas, em séries de tempo contínuas e com possibilidades de comparações internacionais. Dentre os principais desafios impostos, destacam-se os problemas tradicionais da própria definição de turismo e a escassez de dados para avaliação do desempenho do turismo em níveis subnacionais. A proposta deste trabalho representa uma importante iniciativa nesse sentido.

Considerando estes desafios, corroboramos com uma relevante literatura que demonstra que o uso de indicadores do mercado de trabalho é uma alternativa viável para mensurar os impactos econômicos gerados pelo turismo, tendo em vista a escassez de informações estatísticas e as limitações de metodologias macroeconômicas para se avaliar o desempenho da atividade em âmbito subnacional. Existem evidências de que entre os insumos de produção do serviço turístico o trabalho humano possui maior peso se comparado com outras atividades econômicas (TAKASAGO et al., 2011). Também existe um crescente interesse de instituições governamentais por utilizar indicadores do mercado de trabalho como parâmetros de

referência para medir o desempenho do turismo (OMT, 2010).

Dentre os estudos que utilizam o mercado de trabalho como uma *proxy* da atividade econômica no turismo, o principal problema metodológico está em medir os postos de trabalho deste setor como “empregos das indústrias turísticas” e não dos “empregos gerados pelas indústrias turísticas”, o que leva a problemas de superestimação decorrente da não exclusão da parcela do consumo destinada aos não visitantes. Segundo a Organização Mundial do Turismo, a dificuldade dos pesquisadores em incorporar informações da demanda no cálculo das estatísticas é justamente um dos aspectos que ainda requer o desenvolvimento de pesquisas.

Diante deste desafio, a compatibilização das informações da demanda com os da oferta turística, é em última instância o que permite capturar efeito do turismo e o caminho a ser perseguido por este trabalho. Em outros termos, sem depurar a parcela de participação do consumo dos turistas no total das vendas dos estabelecimentos da indústria turística e sem deduzir o percentual do consumo devido aos não visitantes, é praticamente impossível de se fazer inferências precisas sobre o impacto da atividade turística.

No caso brasileiro, a principal iniciativa em busca de uma metodologia para mitigação dos problemas da superestimação do mercado de trabalho deve-se ao estudo do IPEA (2006) que sugere a construção de um coeficiente de atendimento turístico ou coeficiente de demanda, como forma de identificar o percentual da produção do estabelecimento que é decorrente da atividade de consumo aos visitantes. Tendo com ponto de partida essa iniciativa e se somando a ela, o presente trabalho busca a combinação de dados primários originais resultantes de uma pesquisa campo e dados secundários de estatísticas oficiais com o objetivo de mensurar os impactos econômicos gerados por doze atividades turísticas em seis municípios da Região Metropolitana da Grande Vitória-ES, a partir da estimação de coeficientes de demanda.

Este artigo está estruturado em seis seções, além dessa introdução. A segunda seção discute os aspectos teóricos e conceituais da economia do turismo. A metodologia utilizada para estimar os coeficientes é apresentada na terceira seção. A quarta seção descreve os dados analisados neste artigo. Os resultados da estimação dos coeficientes de demanda são apresentados no capítulo cinco e a última seção apresenta as considerações finais.

2. Economia do Turismo: aspectos teóricos e conceituais

A atividade turística é um fenômeno que está associado ao movimento de pessoas a destinos localizados fora do “entorno habitual”⁵ e que é responsável por gerar implicações de caráter social, cultural e econômico na sociedade. Em geral, define-se o “turismo” como sendo uma categoria de “viagem”, enquanto “visitante” é uma expressão utilizada para fazer menção à subcategoria de “viajante” que realiza viagens turísticas. Um esquema ilustrativo da abordagem deste artigo para essas diferenças é apresentado na Figura 1.

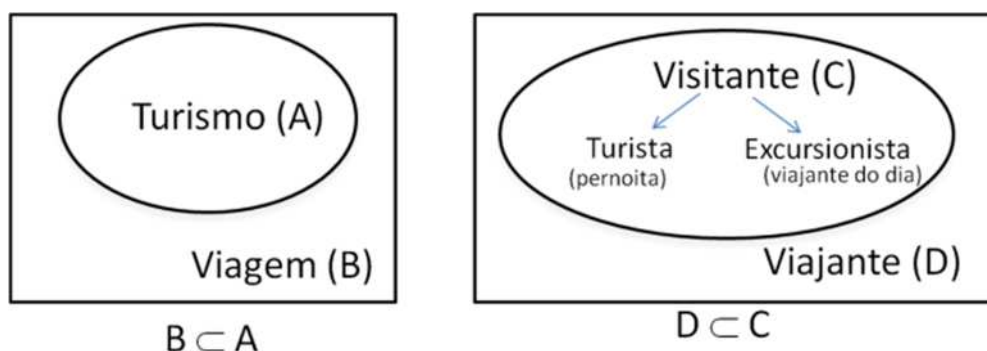


Figura 1: Esquema ilustrativo de definição de turismo e visitante.

Fonte: elaboração própria.

O termo “visitante” faz referência não apenas aos turistas que são visitantes que pernoitam mas também aos excursionistas que são visitantes do dia. Incluem-se aqui os viajantes que realizam viagens por um período de tempo inferior a um ano, e por qualquer finalidade (lazer, negócios, educação, visita familiar, saúde ou outros motivos pessoais) desde que não seja a de ser empregado de algum estabelecimento situado no destino.

Do ponto de vista econômico, o turismo se define fundamentalmente pela demanda, ou seja, pela atividade de consumo realizada pelos visitantes (OMT, 2010)⁶. Alguns pesquisadores afirmam que não existem empresas que sejam turísticas por natureza, mas sim um conjunto de

⁵ O “entorno habitual” é uma expressão utilizada pela Organização Mundial do Turismo (OMT) para dizer que a atividade turística inclui os casos de viagens que integram o cotidiano das pessoas. Embora a literatura não estabeleça um limite geográfico de distância, fica evidente a preocupação da OMT em excluir os deslocamentos que fazem parte da rotina diária, como por exemplo, ir ao trabalho ou à escola.

⁶ O documento intitulado “Recomendaciones para elaboración de estadísticas turísticas 2008”, elaborado pela Organização Mundial do Turismo, em parceria com o Departamento de Estatística das Nações Unidas, foi a principal fonte de referência utilizada deste trabalho, dado o interesse da pesquisa em uniformizar conceitos, definições, classificações e indicadores compatíveis com os marcos conceituais das Contas Satélites de Turismo.

produtos que se convertem em turísticos conforme a destinação do seu consumo final (GODED SALTO, 1998; SILVA, 2007).

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

Ainda com respeito às definições, o “gasto turístico receptivo” corresponde à soma de valores pagos pelos visitantes para a aquisição de bens e serviços de consumo, como o transporte, o alojamento, alimentos e bebidas, objetos de valor, todo tipo de comida seja preparada ou não, todos os objetos manufaturados que sejam de produção local ou importada, todos os tipos de serviços de pessoas para o uso do próprio visitante ou para presentear terceiros, adquiridos durante o tempo de permanência no município destino, estando inclusas as somas pagas ou reembolsadas por terceiros, como é o caso de viagens de negócios quando as despesas de hospedagens são pagas por empresas.

A expressão “Produtos Característicos do Turismo” refere-se ao conjunto de produtos que possuem maior representatividade no orçamento de “gastos turísticos” dos visitantes, e por outro lado, também apresentam um consumo significativamente reduzido em caso de ausência de visitantes (OMT, 2010).

O termo “consumo turístico” é um conceito empregado neste trabalho para restringir o objeto de estudo apenas aos casos de gastos turísticos com bens de consumo finais, ou seja, aqueles que os visitantes fazem diretamente com os estabelecimentos (OMT, 2010). Por isso, excluem-se deste estudo os gastos feitos com bens de investimentos, serviços de publicidade, consultoria e outros tipos de serviços de apoio, investigados em metodologias que utilizam as Contas Satélites do Turismo⁷.

⁷ A Conta Satélite de Turismo é o marco conceitual para uma conciliação global dos dados turísticos da oferta e da demanda e possui um âmbito mais amplo da demanda turística que não inclui apenas o consumo turístico, mas também o consumo coletivo do turismo e a formação de capital fixo.

A “oferta turística” define-se por um conjunto de Atividades Características do Turismo (ACT), responsáveis por ofertar os produtos característicos do turismo, aqui também denominadas “indústrias turísticas”. Em tese, nesta categoria de estabelecimentos, estão apenas aqueles que possuem alta dependência do consumo feito por visitantes e que deixariam de existir em casos de ausência desses viajantes.

A delimitação da “oferta turística” é um aspecto-chave para os estudos de impacto econômico do turismo, em especial no caso brasileiro por não haver um consenso oficial sobre quais as atividades econômicas formam o turismo no Brasil. De maneira geral, a Organização Mundial do Turismo propõe doze categorias de indústrias turísticas, apresentadas na Tabela 1 com seus respectivos produtos característicos de turismo.

Tabela 1. Lista de categorias de produtos de consumo característicos do turismo e de atividades características do turismo (indústrias turísticas)

Produtos Característicos do Turismo	Atividades Características do Turismo (ACT) ou Indústrias Turísticas
1. Serviços de alojamento para visitantes	1. Alojamento para visitantes
2. Serviços de provisão de alimentos e bebidas	2. Atividades de provisão de alimentos e bebidas
3. Serviços de transporte de passageiros ferroviário	3. Transporte ferroviário
4. Serviços de transporte de passageiros rodoviário	4. Transporte rodoviário
5. Serviços de transporte de passageiros aquaviário	5. Transporte aquaviário
6. Serviços de transporte de passageiros aéreo	6. Transporte aéreo
7. Serviços de aluguel de equipamentos de transporte	7. Aluguel de equipamentos de transporte
8. Agências de viagens e outros tipos de serviços de reserva	8. Atividades de agências viagens e outros tipos reservas
9. Serviços culturais	9. Atividades culturais
10. Serviços de esporte e de recreação	10. Atividades esportivas e recreativas
11. Bens característicos do turismo, específicos de cada país	11. Comércio varejista de bens característicos do turismo, específicos de cada país
12. Serviços característicos do turismo, específicos de cada país.	12. Outras atividades características do turismo, específicas de cada país.

Fonte: OMT, 2010.

Os itens *11. Bens característicos do turismo* e *12. Serviços característicos do turismo* referem-se à possibilidades de produtos ou indústrias que podem ser definidas segundo as especificidades do turismo de cada país. Um exemplo é a atividade de supermercados que poderia ser incluída na categoria 11, caso esse ramo de atividade possua participação relevante dos gastos dos turistas em uma localidade. As indústrias turísticas são classificadas por códigos da *Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU)* e respectivo código de subclasse econômica, segundo a a versão 2.1 da Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) na sua a versão 2.1.

3. Metodologia

Dos diversos métodos aplicados a estimação dos impactos econômicos do turismo, um primeiro grupo de pesquisas refere-se às publicações que utilizam a soma dos postos de trabalho da indústria turística⁸, numa situação de cálculo do total de “Empregos das indústrias turísticas” e não dos “Empregos gerados pelas indústrias turísticas”⁹, evidenciando os problemas de superestimação decorrente da não exclusão da parcela do consumo destinada aos não visitantes (OIT, 2004).

No caso brasileiro, a proposta de solução dos problemas de superestimação do impacto do turismo no mercado de trabalho (IPEA, 2006) propõe estimar o coeficiente de atendimento turístico ou coeficiente de demanda, no intuito de identificar o percentual da produção do estabelecimento que é decorrente da atividade de consumo aos visitantes.

O problema de segregar ou de identificar a contribuição da demanda turística no total da oferta dos estabelecimentos da indústria turística também está presente na metodologia das Contas Satélites do Turismo. Os conceitos de Valor Adicionado Bruto das Indústrias Turísticas (VABIT) e Valor Adicionado Bruto Direto Turístico (VABDT) (OCDE, 2008), por exemplo, diferenciam-se pelo fato de que no primeiro a produção está orientada ou não para visitantes, enquanto o segundo restringe-se apenas aos visitantes.

Na literatura internacional também é possível identificar conceitos semelhantes como “ratio del turismo” ou “tourism ratios”, que faz referência à razão ou parcela turística da produção total da indústria (OIT, 2004). O documento OCDE (2000) contém as orientações para realizar o cálculo das estatísticas de emprego com uso do “Tourism Ratio”. A metodologia da OECD pressupõe o uso da Tabela de Recursos e Usos (TRU) das Contas Nacionais, que é ajustada para segregar a parcela dos produtos característicos do turismo que são consumidos pela demanda turística¹⁰. A diferença metodológica do coeficiente de atendimento turístico

⁸ Por exemplo, os trabalhos da Secretaria de Turismo da Argentina (2007) e Secretaria de Turismo do Governo do Estado de Minas Gerais (2012).

⁹ Note que é sutil a diferença entre os conceitos, pois o total de “Empregos das Indústrias Turísticas” é diferente do total “Empregos Gerados pelo Turismo”. O primeiro indicador é simplesmente uma contagem da quantidade de postos de trabalho das Indústrias turísticas, e que não leva em consideração vínculos gerados exclusivamente em razão do turismo. Já o segundo conceito corresponde a um resultado mais adequado, em nossa opinião, por retratar o quantitativo de postos criados em razão do consumo dos visitantes.

¹⁰ A demanda turística é definida, nesse caso, de forma ampla. É formada pelo somatório do consumo das famílias (ou seja, a aquisição de produtos característico do turismo por visitantes) com o consumo intermediário (aquisição produtos característico do turismo por empresas).

estimado por IPEA (2006) e do *Tourism Ratio* proposto pela OCDE, dá-se essencialmente por dois aspectos-chaves, a fonte de dados e as variáveis utilizadas.

A metodologia do IPEA (2006) é baseada em informações do perfil de clientes das indústrias turísticas, onde há segregação de visitantes e não visitantes. É, portanto, a percepção do representante do estabelecimento, a fonte utilizada para avaliar o percentual de turistas e, por sua vez, a parcela dos empregos que são gerados pelo turismo. A relação de proporcionalidade é direta, por exemplo, se uma indústria turística possui em média 70% de visitantes como clientes, então considera-se que 70% dos vínculos empregatícios desta indústria são gerados pelo turismo.

Já a OCDE utiliza variáveis monetárias da Tabela de Usos e Recursos. Além disso, recorre-se às pesquisas censitárias para saber sobre o tipo de produtos que foram adquiridos pelas pessoas e por empresas no período de um ano (OIT, 2004). De forma simplificada, a parcela de postos de trabalhos gerados pelo turismo é uma proporção direta das vendas que os estabelecimentos realizam para visitantes e as demais indústrias turísticas.

Outro grupo de estudos defende a tese de que a melhor maneira de se analisar o impacto econômico do turismo é pelo uso de matrizes regionais de insumo-produto (WIEN, 1989), onde é possível identificar a geração de valor adicionado, de receitas de impostos e criação de empregos. Sua proposta consiste numa avaliação de efeitos, indiretos e induzidos que o turismo exerce no mercado de trabalho. Dos trabalhos que usam as matrizes de insumo-produto para avaliar o impacto da demanda turística na geração de emprego e renda podemos destacar Cassimiro Filho(2002); Arbache et al.(2008); Takasago et al.(2011) e Takasago e Mollo (2011).

Neste último trabalho, é utilizada a última versão da matriz de insumo-produto brasileira e, com isso, conseguiram realizar um recorte mais preciso das Atividades Características do Turismo (TAKASAGO et al., 2011). Além disso, também se utilizam dos coeficientes de atendimento turístico estimados pelo IPEA para separar a parcela da demanda que atende aos não visitantes, daquela que atende aos visitantes (turistas e excursionistas).

São quatro alternativas metodológicas principais para analisar o impacto do turismo na geração de empregos: 1º) são os estudos de avaliação do total de empregos das indústrias turísticas, que não fazem uso de coeficiente ou outros critérios de ajuste da oferta; 2º) são trabalhos que utilizam as técnicas de estimação dos coeficientes de atendimento turístico, na

forma utilizada pelo IPEA; 3º) são pesquisas que seguem a linha da OECD no uso *Tourism ratios* ou *Ratio del Turismo*; 4º) são publicações que adotam as matrizes de insumo-produto para avaliar impacto direto, indireto e induzido do turismo na criação de empregos.

Como se demonstrou, a aplicação da 1ª alternativa não é preterida neste trabalho por conta da superestimação dos efeitos do turismo na economia. As 3ª e 4ª alternativas, ainda que com importante potencial, ainda não podem ser aplicadas ao caso de estudos municipais, por conta da ausência de matriz de insumo-produto ou TRU para os municípios pesquisados. Portanto, a 2ª alternativa é a que se revela mais adequada para investigação do impacto do turismo nestes municípios e será apresentada na próxima seção.

3.1. Coeficiente de demanda turística

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

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

Onde: v_{s_i} expressa o total do faturamento da indústria turística s demandado exclusivamente por visitantes em i ; c_{s_i} é o faturamento total de s demandado por visitantes como também os não visitantes em i ; s é uma variável qualitativa atribuída às indústrias turísticas, definida no intervalo $\{s \in \mathbb{N} \mid 1 \leq s \leq 10\}$ (ver Tabela 1); i é uma variável qualitativa referente aos meses do ano $\{i \in \mathbb{N} \mid 1 \leq i \leq 12\}$.

A título de ilustração, considere $s = 1, i = 1, c_{s_i} = R\$ 500 \text{ mil}$ e $v_{s_i} = R\$ 250 \text{ mil}$, o que implica em $T_{1_1} = 0,5$. Nesse caso, o coeficiente T_{1_1} indica que os turistas contribuíram com apenas 50% do total das vendas do subsetor de “alojamentos para visitantes” no mês de “janeiro”.

O ideal seria que a estimativa de c_{s_i} fosse obtida a partir do faturamento declarado pelas empresas às Fazendas Municipais ou Estaduais. E, também seria desejável obter as informações de v_{s_i} por meio de registros administrativos ou outros controles que possibilitassem identificar a parcela de vendas destinadas exclusivamente aos visitantes (turistas e não turistas). Mas é custoso e de difícil operacionalização, a execução de um

levantamento do faturamento das empresas, ou mesmo, dos registros administrativos dos estabelecimentos de modo a mensurar o volume de compras realizadas por visitantes.

A alternativa para contornar os problemas de coleta de dados, é o uso de outras variáveis. Por exemplo, pode-se utilizar uma pesquisa de opinião com os estabelecimentos para avaliar a percepção dos empresários sobre o percentual das vendas que é destinado aos visitantes, o que ofereceria para avaliar o comportamento da demanda turística.

Com esse método alternativo, define-se aqui a variável aleatória \hat{T}_{s_i} que será uma estimativa do verdadeiro valor de T_{s_i} , calculada com base no somatório do produto de x_{s_i} por w_{s_i} , estando sujeita ao erro¹¹ ε_{s_i} :

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

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

Para melhor compreensão, considere que $i = 1$, $s = 2$, $n = 3$, e que os $(w_{2_1})_j$ atribuídos a cada um dos j estabelecimentos sejam correspondentes a $\{0,5; 0,2; 0,3 \mid j = 1,2,3\}$ e que os valores $(x_{2_1})_j$ sejam equivalentes à $\{0,9; 0,8; 0,75 \mid j = 1,2,3\}$, então \hat{T}_{2_1} será:

¹¹ O termo de erro $\varepsilon_{s_i} = \hat{T}_{s_i} - T_{s_i}$ está relacionado à chance de se obter valores x_{s_i} distintos de v_{s_i}/c_{s_i} , dado que a pesquisa de opinião fornece apenas uma aproximação da verdadeira participação de visitantes no faturamento das empresas. Por esse motivo, os dados coletados estão sujeitos a um tipo de erro desconhecido. Neste trabalho supõe-se que o informante da pesquisa detém informações corretas, implicando no pressuposto de que $\varepsilon_{s_i} = 0$.

$$\hat{T}_{2_1} = \sum_{j=1}^3 (x_{2_1} \cdot w_{2_1})_j = (0,5 \cdot 0,9) + (0,2 \cdot 0,8) + (0,3 \cdot 0,75) = 0,835$$

Note que o coeficiente \hat{T}_{2_1} é apenas uma dentre outras estimativas para o coeficiente de demanda turística conforme valores $i = \{1,2,3 \dots, 12\}$ e de $s = \{1,2,3 \dots, 10\}$. Por isso, o mais adequado para se fazer referência aos coeficientes de todas as indústriaturísticas da região, ao longo de um ano, é utilizar a matriz de coeficientes turísticos $i \times s$, sendo $i = 12$ linhas e $s = 10$ colunas:

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

Se assumirmos como verdade que existe uma relação de proporcionalidade direta entre o percentual de vendas destinado aos visitantes e o total de postos de trabalhos gerados pela atividade turística, poderemos então produzir inferências sobre o impacto do turismo na geração de empregos tendo por base a matriz \hat{T} . Ou seja, se definirmos a matriz $U = [u_{s_i}]$ como sendo a matriz que fornece a quantidade de vínculos empregatícios, distribuídos por $s = \{1,2,3 \dots, 10\}$ linhas e $i = \{1,2,3 \dots, 12\}$, então o produto $\hat{T} \cdot U$ será o resultado do estoque de empregos gerados pelo turismo em determinado município no período de 12 meses.

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

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

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

Por exemplo, se $s = 2$, $i = 1$, $u_{2_1} = 1500$ e $\hat{T}_{2_1} = 0,835$, então o produto de $\hat{T}_{2_1} u_{2_1} =$

$0,835 \times 1500 \cong 1252$ fornece a estimativa de 1.252 empregos gerados para o subsetor “provisão de alimentos e bebidas” no mês de janeiro. Para se calcular o impacto do turismo na geração de empregos nesta localidade, seria necessário computar as estatísticas para todas as demais indústrias turísticas.

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

4. Descrição dos Dados

A mensuração do impacto da atividade turística na geração de emprego envolve a estimação do produto de matrizes $[\hat{T}_{i_s}][u_{s_i}]$. Nesta seção são discutidos os procedimentos utilizados para a coleta de dados de fontes primárias e secundárias para estimar o produto de matrizes e atender aos propósitos desta pesquisa, que é avaliar o impacto do turismo na economia local.

A coleta de dados primários, provenientes do levantamento de campo, forneceu as observações das variáveis x_{s_i}, w_{s_i} e, por sua vez, permitiu consolidar os resultados da matriz $[\hat{T}_{i_s}]$. Lembre-se que x_{s_i} refere-se à opinião das empresas sobre a parcela de vendas destinadas aos visitantes, enquanto w_{s_i} refere-se ao peso¹² dessas observações no computo final do coeficiente de demanda turística.

Já se argumentou sobre a dificuldade de coleta das informações de x_{s_i} . Aqui ainda é preciso esclarecer que, na tentativa de compatibilizar a metodologia desta pesquisa com o que foi utilizado pelo IPEA (2006), optou-se por interrogar o entrevistado acerca do percentual de visitantes que frequentaram o estabelecimento. Ou seja, ao invés de questionar sobre o percentual de vendas destinadas aos turistas, optou-se por indagar sobre o percentual de atendimento.

¹² Os estabelecimentos de maior porte (com maior quantidade de empregados) são aqueles de w_{s_i} mais elevados, que resulta em maior influência das respectivas observações x_{s_i} no cômputo final do coeficiente de atendimento turístico da Indústria.

Com essa opção metodológica de investigar o tipo de atendimento, subentende-se que está implícita a hipótese de equivalência do *ticket* médio das vendas entre visitantes e não visitantes. Em outros termos, o trabalho possui uma suposição de que turistas e não turistas possuem o mesmo padrão de consumo.

A seleção do respondente é também um dos critérios que contribuem para minimização do erro e que, com isso, possa assumir $\varepsilon_{s_i} = 0$. Nesse sentido, é importante esclarecer que as entrevistas de campo foram direcionadas ao representante do estabelecimento que detivesse maior conhecimento sobre atividade comercial, e do tipo de clientes que são atendidos (ou seja, se são turistas ou não turistas).

O processo de amostragem também é de fundamental importância para o resultado das inferências. No caso em questão, adotou-se uma amostragem estratificada *equiproporcional*¹³, sendo utilizado o tipo de atividade econômica e a localização do estabelecimento como fatores de *estratificação*¹⁴ adotados. O sorteio aleatório das firmas possibilitou que a amostra selecionada conservasse as características da população. A identificação e a contagem da população só foram possíveis por conta de informações cadastrais levantadas, provenientes de três tipos de bancos de dados, além das próprias observações de campo sobre a existência do respectivo estabelecimento.

Em geral, as diferenças cadastrais são atribuídas a dois fatores: 1º) apesar do esforço de sincronização de cadastros dos fiscos, persiste a não-sincronização de dados entre as Fazendas Estadual e Federal, com casos de inscrições que são baixadas ou suspensas pelo Estado continuarem em situação ativa na Fazenda Nacional; 2º) há grande número de estabelecimentos de natureza jurídica Micro Empreendedor Individual (MEI) que embora cadastrados na Fazenda Nacional, não possuem obrigatoriedade legal de prestar declarações acessórias ou ter registros na Fazenda Estadual ou Ministério do Trabalho Emprego.

A Tabela 3 ilustra a diferença nos Bancos de Dados do Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas, no Sistema de Informações Tributárias da Fazenda Estadual e no Ministério do Trabalho e Emprego.

¹³ É a forma de amostragem estratificada mais simples, na qual um estrato que corresponde 20% da população, por exemplo, também representará 20% da amostra.

¹⁴ O fator de estratificação é uma variável utilizada para dividir a população em estratos.

Tabela 2. Comparativo da quantidade de estabelecimentos da indústria turística por fonte de dados

Município	Fazenda Nacional	Fazenda Estadual	Ministério do Trabalho e Emprego
Vila Velha	4.284	1.532	1.147
Guarapari	1.921	732	612
Fundão	230	68	65
Serra	3.268	1.145	815
Cariacica	2.078	586	430
Viana	335	89	70
Total	2.019	4.152	3.139

Fonte: CNPJ, Secretaria da Fazenda do ES e Ministério do Trabalho e Emprego (2011).

Após proceder a ajustes chegou-se a uma população de **3.139** estabelecimentos integrantes da indústria turística do município pesquisado, conforme dados do Ministério do Trabalho e Emprego. Porém, destaca-se que tal universo variou conforme a fonte de dados. E utilizando este universo, com uma margem de erro de 5% em todas as atividades da indústria turística, a amostra foi estimada em **1.322** estabelecimentos distribuídos conforme a Tabela 4.

Tabela 3. Distribuição da amostra da pesquisa de campo

Subsetores	Vila Velha	Guarapari	Fundão e Serra	Cariacica e Viana	Total
1. Alojamento para visitantes	29	47	34	6	116
2. Atividades de provisão de alimentos e bebidas	275	175	244	84	778
3. Transporte de passageiros ferroviário	1	0	0	0	1
4. Transporte de passageiros rodoviários	16	14	30	45	105
5. Transporte de passageiros aquaviário	0	1	0	0	1
6. Transporte aéreo de passageiros	1	0	0	0	1
7. Aluguel de equipamentos de transporte	10	2	11	20	43
8. Agências de viagens e outros tipos de reservas	25	3	6	11	45
9. Atividades culturais	4	3	9	33	49
10. Atividades esportivas e recreativas	10	10	14	42	76
11. Comércio varejista de bens caract.do turismo	26	50	23	34	133
Total de estabelecimentos	371	305	371	275	1.322

Fonte: elaboração própria. Nota: A seleção dos municípios da região metropolitana e sua divisão por áreas segue a proposta da instituição que financiou esta pesquisa e a regionalização do turismo no Espírito Santo.

Por fim, para a elaboração da matriz de empregos $[u_{s_i}]$ foram utilizados os Microdados da RAIS dos anos de 2010, 2011 e 2012. Os dados desse banco de dados foram ajustados com a finalidade de incluir os proprietários dos estabelecimentos que trabalham nessas empresas sem carteira assinada, em jornada superior à 6 horas/dia.

5. Os Coeficientes de Demanda Turística

Esta seção apresenta os resultados dos coeficientes de demanda turística e uma avaliação dos impactos econômicos diretos gerados pela atividade turística, estimada por meio da combinação de informações da pesquisa de campo e da RAIS, conforme metodologia apresentada anteriormente.

5.1. Estimativa dos coeficientes

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

Para obtenção das estimativas, a pesquisa de campo foi realizada com uma amostra de 1.322 estabelecimentos distribuídos em doze atividades e localizados nos seis municípios da Região Metropolitana da Grande Vitória, a partir de um universo populacional constituído por 3.139 empresas¹⁵. O questionário procurou levantar dados sobre o percentual de atendimento aos visitantes em estabelecimentos cuja atividade econômica principal estivesse enquadrada na relação de subclasses da CNAE 2.1.

Após conferência das informações coletadas em campo, foi então possível calcular o coeficiente de demanda turística, com base na média¹⁶ de opiniões dos representantes dos estabelecimentos, sendo a quantidade de empregados de cada empresa o critério de ponderação utilizado.

A Tabela 4 reúne os resultados dos coeficientes estimados, revelando o percentual de visitantes em cada indústria. Por exemplo, a atividade de “alojamento para visitantes” é a que concentra maior percentual de visitantes, com 67% se considerarmos todos os municípios¹⁷.

¹⁵ O universo amostral utilizado para o cálculo da amostra baseou-se em informações da RAIS de 2011. Relevante explicitar que a RAIS 2012 só foi publicada em outubro de 2013, período posterior ao planejamento da pesquisa de campo.

¹⁶ Os resultados foram comparados com a estatística de tendência central mediana, indicada para corrigir problemas com valores atípicos (*outliers*), e não demonstrou mudanças significativas em relação ao critério de média ponderada empregado.

¹⁷ É de se esperar que os coeficientes de demanda turística sejam próximos a 100% em atividades de hospedagem. No caso desta pesquisa, para fins de simplificação da pesquisa de campo, o conceito de visitante excluiu todos os viajantes que possuíam vínculos empregatícios. Com isso, no caso da hospedagem em muitos municípios, identificou-se que alguns hotéis hospedavam majoritariamente profissionais não classificados como turistas.

Tabela 4. Coeficiente de demanda turística nos municípios [\hat{T}]

Subsetores	Vila Velha	Guarapari	Fundão e Serra	Cariacica e Viana	Total
1. Alojamento para visitantes	61%	67%	74%	66%	67%
2. Atividades de provisão de alimentos e bebidas	18%	51%	28%	17%	29%
3. Transporte ferroviário	-	-	-	-	-
4. Transporte rodoviário	22%	49%	36%	24%	33%
5. Transporte aquaviário	-	-	-	-	-
6. Transporte aéreo	-	-	-	-	-
7. Aluguel de equipamentos de transporte	7%	80%	21%	29%	34%
8. Agências de viagens e outros tipos de reservas	26%	49%	19%	20%	29%
9. Atividades culturais	40%	80%	9%	35%	41%
10. Atividades esportivas e recreativas	26%	32%	6%	6%	18%
11. Comércio varejista de bens característicos do turismo	22%	51%	18%	20%	28%

Fonte: elaboração própria.

Ainda com relação à Tabela 4, é possível verificar que, por outro lado, a categoria Atividades Esportivas e Recreativas é considerada a indústria com menor parcela de visitantes. A justificativa para esse reduzido percentual de visitantes está relacionada ao fato de haver número elevado de empresas que, embora classificadas como integrantes desta indústria, não ofertam produtos e serviços turísticos. A Tabela 5 mostra uma comparação dos coeficientes de atendimento das indústrias turísticas desta pesquisa com os coeficientes estimados para Sudeste pelo IPEA.

Tabela 5. Comparação do coeficiente de demanda turística municipal com a Região Sudeste (IPEA)

Subsetores	Elaboração própria [\hat{T}]	IPEA (2006)	Diferença
1. Alojamento para visitantes	67%	74%	-7%
2. Atividades de provisão de alimentos e bebidas	29%	29%	0%
3. Transporte ferroviário	-	-	-
4. Transporte rodoviário	33%	2%	31%
5. Transporte aquaviário	-	31%	-
6. Transporte aéreo	-	86%	-
7. Aluguel de equipamentos de transporte	34%	39%	-5%
8. Agências de viagens e outros tipos de reservas	29%	79%	-50%
9. Atividades culturais, esportivas e recreativas	41%	3%	38%
10. Atividades esportivas e recreativas	18%	-	-
11. Comércio varejista de bens característicos do turismo	28%	-	-

Fonte: elaboração própria e IPEA (2013).

Embora haja algumas diferenças metodológicas entre as pesquisas, é possível constatar que prevalece menor percentual de atendimento aos visitantes nas indústrias turísticas capixabas. Essa diferença é mais acentuada no caso da indústria de Agências de Viagens e Outros Tipos de Reservas, que possui 29% de visitantes contra a média de 79% do Sudeste. Esse resultado

sugere que os estabelecimentos localizados nestes municípios realizam atendimentos majoritariamente aos moradores locais, ou seja, relaciona-se com a natureza dos serviços que estas agências oferecem, por serem emissivas e não receptoras.

5.2. Estimativa de empregos e salários gerados pelas atividades turísticas

É possível fazer inferências sobre o impacto ou montante de ocupações geradas pela atividade turística na região, desde que se aceite a hipótese central deste trabalho de que existe uma relação de proporcionalidade direta entre os coeficientes de demanda turística e o total de empregos formais diretos gerados pelo turismo. Sob essas condições, a Tabela 6 apresenta o total de vínculos empregatícios formais por área e subsetor em seis municípios da Região Metropolitana da Grande Vitória.

Tabela 6. Quantidade bruta de vínculos empregatícios formais por área e subsetor [U]

Subsetores	Vila Velha	Guarapari	Fundão e Serra	Cariacica e Viana	Total
1. Alojamento para visitantes	353	555	300	46	1.254
2. Atividades de provisão de alimentos e bebidas	3.914	1.310	2.797	1.403	9.424
3. Transporte ferroviário	-	-	-	-	-
4. Transporte rodoviário	315	119	730	1.362	2.526
5. Transporte aquaviário	-	-	-	-	-
6. Transporte aéreo	-	-	-	-	-
7. Aluguel de equipamentos de transporte	45	15	186	86	332
8. Agências de viagens e outros tipos de reservas	81	25	36	8	150
9. Atividades culturais	38	7	21	5	71
10. Atividades esportivas e recreativas	158	463	105	18	744
11. Comércio varejista de bens característicos do turismo	165	49	94	56	364
(I) Total das atividades do turismo	5.069	2.543	4.269	2.984	14.865
(II) Total de empregos formais nos município	110.393	22.567	132.973	69.716	335.649
% (I) em (II)	4,59%	11,27%	3,21%	4,28%	4,43%

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

Esta tabela nos mostra que se não considerarmos os coeficientes de demanda, os doze setores turísticos impactam a economia da região com a geração de 14.865 empregos formais, sendo a atividades de provisão de alimentos e bebidas o maior empregador e o município de Guarapari o maior percentual de vínculos em relação ao total. Como já discutido esses dados são considerados superestimados por não deduzir o percentual do consumo devido aos não visitantes. Em resposta a esse problema, apresentamos na próxima tabela, o produto $\hat{T}.U$ que sintetiza o impacto do turismo na geração de postos de trabalhos formais diretos em cada município da região. Pelo somatório dessa coluna é possível constatar que o movimento dos

visitantes contribui com 4.382 ocupações formais, o que representa 1,31% do total de empregos que a economia dos municípios detinham em 31 de dezembro de 2012.

Tabela 7. Quantidade estimada de vínculos empregatícios formais por área e subsetor[$\hat{T}. U$]

Subsetores	Vila Velha	Guarapari	Fundão e Serra	Cariacica e Viana	Total
1. Alojamento para visitantes	214	369	222	31	836
2. Atividades de provisão de alimentos e bebidas	706	672	783	242	2403
3. Transporte ferroviário	-	-	-	-	-
4. Transporte rodoviário	69	59	263	323	714
5. Transporte aquaviário	-	-	-	-	-
6. Transporte aéreo	-	-	-	-	-
7. Aluguel de equipamentos de transporte	3	12	39	25	79
8. Agências de viagens e outros tipos de reservas	21	12	7	2	42
9. Atividades culturais	15	6	2	2	25
10. Atividades esportivas e recreativas	41	147	6	1	195
11. Comércio varejista de bens característicos do turismo	36	25	17	11	89
(I) Total das atividades do turismo	1.105	1.302	1.339	636	4.382
(II) Total de empregos formais nos municípios	110.393	22.567	132.973	69.716	335.649
% (I) em (II)	1,00%	5,77%	1,01%	0,91%	1,31%

Fonte: elaboração própria.

A partir destes dados, percebemos entre a atividade de provisão de alimentos e bebidas é o principal empregador entre os subsectores turísticos. Ainda que Serra e Fundão constituam o maior empregador em termos absolutos, no município Guarapari os subsectores turísticos tem a maior parcela de empregos em relação ao total de empregos gerados no município.

A partir de uma perspectiva metodológica, os resultados da estimação do coeficiente de demanda são relevantes não apenas por excluir a parcela dos empregos gerados por não visitantes e garantir, mas principalmente por sustentar um quantitativo realista do impacto da atividade em cada município. Esse maior realismo é verificável na divisão proposta de forma que enquanto o município de Guarapari registra o menor número empregos em termos brutos e absolutos com 2.543 vínculos, quando se aplica os coeficientes de demanda, este município passa a ser o principal empregador em termos relativos ao total de empregos com 5,77%.

O mesmo raciocínio feito até aqui pode ser aplicado na avaliação da massa salarial, que representa uma das mais importantes variáveis econômicas. Isso significa dizer que os impactos do turismo na geração de salários podem ser calculados quando se admite a existência de uma relação direta de proporcionalidade entre a massa salarial e o coeficiente de demanda turística. Apresentamos na Tabela 8 os impactos do turismo na geração bruta de massa salarial mensal.

Tabela 8. Impactos do turismo na geração bruta de massa salarial mensal [r]

Subsetores	Vila Velha	Guarapari	Fundão e Serra	Cariacica e Viana	Total
1. Alojamento para visitantes	307.895	483.739	288.432	37.961	1.118.027
2. Atividades de provisão de alimentos e bebidas	3.369.583	1.033.681	2.375.023	1.121.366	7.899.653
3. Transporte ferroviário	-	-	-	-	0
4. Transporte rodoviário	370.270	136.708	886.137	2.364.444	3.757.559
5. Transporte aquaviário	-	-	-	-	-
6. Transporte aéreo	-	-	-	-	-
7. Aluguel de equipamentos de transporte	59.397	20.047	195.546	104.624	379.614
8. Agências de viagens e outros tipos de reservas	124.790	20.846	45.603	8.886	200.125
9. Atividades culturais	43.204	6.310	21.645	3.721	74.880
10. Atividades esportivas e recreativas	119.698	487.424	87.419	13.459	708.000
11. Comércio varejista de bens característicos do turismo	203.431	2.249.076	150.656	54.421	2.657.584
Massa Salarial (I)	4.598.269	4.437.831	4.050.461	3.708.882	16.795.443
Massa Salarial de todas as atividades (II)	156.439.907	27.649.544	231.093.454	98.473.619	513.656.524
% (I) em (II)	2,94%	16,05%	1,75%	3,77%	3,27%

Fonte: elaboração própria.

Sem considerar os coeficientes de demanda, os doze subsectores turísticos impactam a economia destes municípios com a geração de uma massa salarial de R\$ 16.795 mil mensais, tendo o subsector de Transporte Rodoviário a maior participação neste resultado e os municípios participando neste total com percentuais relativamente próximos, que variam de 22% a 27%.

Como diagnosticado anteriormente, esses dados apresentam igual problema de superestimação dos resultados, o que requer a estimação do produto $\hat{T}.r$ que sintetiza o real impacto do turismo na geração da massa salarial em cada município da região. Pelo somatório dessa coluna é possível constatar que o movimento dos visitantes contribui com R\$ 5.374 mil, o que representa 1,05% de toda massa salarial que a economia destes municípios produz mensalmente.

Tabela 9. Impactos estimados do turismo na geração de massa salarial mensal

Subsetores	Vila Velha	Guarapari	Fundão e Serra	Cariacica e Viana	Total
1. Alojamento para visitantes	186.807	321.979	214.504	25.200	748.490
2. Atividades de provisão de alimentos e bebidas	607.675	530.546	666.415	193.118	1.997.754
3. Transporte ferroviário	-	-	-	-	-
4. Transporte rodoviário	80.708	67.238	321.165	560.841	1.029.952
5. Transporte aquaviário	-	-	-	-	-
6. Transporte aéreo	-	-	-	-	-
7. Aluguel de equipamentos de transporte	4.158	16.014	40.766	30.742	91.680
8. Agências de viagens e outros tipos de reservas	33.044	10.206	8.852	1.804	53.906
9. Atividades culturais	17.282	5.048	1.988	1.316	25.634
10. Atividades esportivas e recreativas	30.934	154.774	5.214	841	191.763
11. Comércio varejista de bens característicos do turismo	43.868	1.153.918	26.451	10.630	1.234.867
Massa Salarial (I)	1.004.475	2.259.724	1.285.354	824.493	5.374.046
Massa Salarial de todas as atividades (II)	156.439.907	27.649.544	231.093.454	98.473.619	513.656.524
% (I) em (II)	0,64%	8,17%	0,56%	0,84%	1,05%

Fonte: elaboração própria.

No caso da estimação da massa salarial, o cálculo do coeficiente de demanda reforça os resultados já encontrados no quantitativo de vínculos empregatícios. Sem eliminar a parcela da massa de salários gerada por não visitantes, o município de Guarapari representa 26% do total da massa salarial destes municípios, percentual que sobe para 42% ao considerar a aplicação dos coeficientes de demanda. Os resultados da aplicação dos coeficientes de demanda nos proporciona uma visão geral mais próxima dos reais impactos gerados pelo turismo não apenas entre municípios e regiões, mas também entre os subsetores estudados, que por sua intensidade de mão de obra e níveis de salários, também são impactados pelo problema de superestimação.

6. Considerações Finais

Este trabalho teve como objetivo avaliar os impactos econômicos gerados por doze atividades turísticas em seis municípios da Região Metropolitana da Grande Vitória-ES tendo como método análise a aplicação de coeficientes de demanda. Para esse objetivo propomos o uso de indicadores estatísticos do mercado de trabalho como uma alternativa para se avaliar o desempenho do turismo nestes municípios, com isso, contribuir para esforço analítico de construção dados e informações que subsidiem o processo de construção e avaliação de políticas públicas voltadas ao desenvolvimento da atividade do turismo.

Como foi discutido, ainda que desejável a utilização de indicadores macroeconômicos para avaliar a dimensão econômica setorial, o problema identificado é que, devido ao nível de agregação das atividades econômicas da Pesquisa de “Contas Regionais do Brasil” do IBGE, é impossível estimar o valor adicionado de indústrias turísticas em nível municipal, que fosse condizente com o marco conceitual de Contas Satélites do Turismo (OMT, 2008).

A solução apresentada seguiu a linha do IPEA (2006) que realiza pesquisa de campo para estimar o coeficiente de demanda turística e, com isso, ajustar as informações do Ministério do Trabalho para o correto dimensionamento do impacto do turismo na geração de empregos e de massa salarial. Assim como proposto neste trabalho, esse ajuste é possível pela exclusão da parcela do consumo dos não visitantes (em geral os moradores do destino e outros tipos de viajantes que não podem ser classificados como turistas), de forma que, os dados da oferta turística reflitam, apenas o comportamento do consumo de visitantes.

Em síntese, os resultados estimados sugerem que a demanda turística é responsável por gerar 4.382 postos de trabalho formais diretos nos municípios, que representam cerca de 1,31% do total dos vínculos empregatícios existentes nessa localidade. Além disso, estima-se que sejam gerados R\$ 5.974 mil em salários nominais por mês, ou seja 1,05% da massa salarial do conjunto de atividades econômicas do total de municípios .

Entre as principais limitações deste estudo está a ausência de informações sobre o mercado de trabalho informal nos municípios capixabas. Esta é também uma sugestão para futuros trabalhos nesta temática. A ausência da quantidade de empresas atuando no mercado informal faz com que se tenha limitações nas análises e avaliações da situação da indústria turística nos municípios estudados.

Para futuras pesquisas relacionadas à oferta turística do ponto de vista econômico, é essencial o aprofundamento na análise sobre o encadeamento produtivo existente entre as diversas indústrias turísticas, mesmo as que estejam indiretamente ligadas ao setor. Entretanto, para que haja uma análise mais detalhada, é importante que seja feita a distinção entre a demanda proporcionada pelo atendimento ao turista, do que é habitualmente consumido por visitantes em geral, conforme metodologia apresentada no presente trabalho. Tal análise possibilitaria um maior entendimento sobre a situação das atividades relacionadas ao turismo nos municípios e favoreceria o desenvolvimento de políticas públicas mais direcionadas ao tema. Além disso, nesta análise futura também poderia ser mais bem explorada, a relação existente entre as empresas dos diferentes tamanhos, sejam os micro empreendedores individuais, e os Micro, Pequenos, Médios e Grandes Empresários, conforme delimitação apresentada na legislação vigente.

Referências

- ARBACHE, J.; TELES, V., CURY, S., SILVA, N. Matriz de Contabilidade Social do Brasil para o Turismo – 2002. In: A. e. al., *A Economia do Turismo no Brasil*. Brasília: SENAC, 2008.
- ÁRIAS, A. R.; BARBOSA, M. C. *Caracterização da Mão de Obra Formal de Trabalho do Setor Turismo - Estimativas Baseadas na RAIS 2004*. Brasília: IPEA, 2008.
- BALAGUER, J.; CANTAVELLA-JORDA, M. *Tourism as a Long-run Economic Growth Factor: The Spanish Case*. *Applied Economics*, 34, 2002, p. 877-884.
- BARRETO, R. G. *Uma avaliação da relação entre informalidade e qualidade dos postos de trabalho*.

Brazilian Journal of Labour Studies, V. II, 2002, p. 152-183.

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

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

GODED SALTO, M. *El impacto del turismo sobre el desarrollo económico: el caso de Argentina*. Tesis (Doctorado em Economía Internacional y Desarrollo). Madrid, Espanha: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Complutense de Madrid, 1998.

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

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

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

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

MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO (MTE). *Relação Anual de Informações Sociais*. Disponível em: <<http://www.mte.gov.br/>>. Acesso em 15 out. 2013.

OH, C. The Contribution of Tourism Development to Economic Growth in the Korean Economy. *Tourism Management*, 26, 2005, p. 39-44.

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

_____. *Introdução as Estatísticas Laborais do Turismo*. Ginebra, 2004.

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

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

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

_____. *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008*. Madrid/Nueva York: Naciones Unidas, 2010.

PERO, V.; URANI, A. *Os trabalhadores formais querem emprego com contrato formal?* Archétypon, Nº 2, 1994, p. 61-84.

PORTAL DO EMPREENDEDOR. *Micro Empreendedor Individual*. Disponível em: <<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/>>. Acesso em 15 out. 2013.

SEBRAE-SC. *Critérios de classificação de empresas: EI - ME - EPP*. Disponível em: <<http://www.sebrae-sc.com.br/leis/default.asp?vcdtexto=4154>>. Acesso em 18 jul. 2013.

SECRETARIA DE ESTADO DA FAZENDA DO ESPÍRITO SANTO (SEFAZ-ES). *Sistema de Informações Tributárias*, 2013.

SECRETARIA DE TURISMO DA ARGENTINA. *El Empleo en las ramas características del turismo en Argentina*. Buenos Aires: Secretaria de Turismo de Argentina, 2007.

SECRETARIA DE TURISMO DE MINAS GERAIS. *Turismo Formal em Minas Gerais 2006-2011*. Governo do Estado de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2012.

SILVA, J. A. *O Turismo como enfoque econômico: enfoque de demanda versus enfoque de oferta*. TURyDES, 2007.

TAKASAGO, M.; GUILHOTO, J.; MOLLO, M.; ANDRADE, J. The potencial to create employment and income from tourism in Brazil. *Munic Personal RePEc Archive*, 2011, p. 1-25.

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

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

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

Recebido em: 11/01/2015 (1ª versão) 05/10/2015 (2ª versão)

Aprovado em: 04/11/2015