

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS**

INFLUÊNCIAS DO SETOR TURÍSTICO EM UMA ECONOMIA

LEONARDO HOLST BARBOSA

Porto Alegre, novembro de 2010

LEONARDO HOLST BARBOSA

INFLUÊNCIAS DO SETOR TURÍSTICO EM UMA ECONOMIA

Monografia apresentada ao Departamento de Ciências Econômicas da UFRGS, como requisito parcial para obtenção do grau Bacharel em Ciências Econômicas.

Orientador: Professor Doutor Antônio Ernani Martins Lima

Porto Alegre, novembro de 2010

LEONARDO HOLST BARBOSA

INFLUÊNCIAS DO SETOR TURÍSTICO EM UMA ECONOMIA

Monografia apresentada ao Departamento de Ciências Econômicas da UFRGS, como requisito parcial para obtenção do grau Bacharel em Ciências Econômicas.

Orientador: Professor Doutor Antônio Ernani Martins Lima

Aprovada em: Porto Alegre, _____ de _____ de 2010.

Prof. Doutor Antônio Ernani Martins Lima – orientador
Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS

Prof. Doutor Sabino da Silva Pôrto Júnior
Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS

Prof. Maria Alice Oliveira da Cunha Lahorgue
Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS

RESUMO

O presente trabalho busca contribuir com as discussões referentes à influência do turismo em uma economia. Para efetuar este estudo, foram utilizadas teorias, dados e estatísticas de fontes como livros, pesquisas, publicações e artigos. Apresenta-se, de início, uma introdução ao turismo como atividade econômica, bem como seu contexto histórico e sua segmentação. São destacadas as abordagens econômicas do turismo como atividade produtiva e apontado os aspectos micro e macroeconômicos desta atividade. Por fim, alguns dados e estatísticas do setor turístico em nível mundial concluem este estudo.

ABSTRACT

The following paper seeks to contribute with discussions about the influence of tourism on an economy. To perform this study, theories, data and statistics from sources such as books, research, publications and articles were used as reference. It presents at first an introduction to tourism as an economic activity, as well as its historical context and segmentation. Then, the economic approaches of tourism as a productive activity are highlighted, and the micro and macroeconomics aspects applied to tourism are described. Finally, some data and statistics from the tourism sector worldwide conclude this study.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Receitas Internacionais do Turismo.....	45
Tabela 2 - Chegadas Internacionais de Turistas Segundo Países de Destino em Milhões de turistas.....	46
Tabela 3 - Dispêndio com o Turismo Internacional por Países – US\$ Bilhões.....	46
Tabela 4 - Receitas Internacional por Países – US\$ Bilhões.....	47
Tabela 5 - Dispêndio com o Turismo Internacional por Países – US\$ Bilhões e variação.....	48

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Demanda preço elástica.....	29
Gráfico 2 - Demanda preço inelástica.....	29
Gráfico 3 - Demanda preço unitária.....	30
Gráfico 4 - Demanda preço infinitamente elástica.....	31
Gráfico 5 - Demanda preço completamente inelástica.....	31
Gráfico 6 – Elasticidade-preço da demanda turística.....	32
Gráfico 7 – Curva renda-consumo.....	33

LISTA DE SIGLAS

BACEN	Banco Central do Brasil
CST	Conta Satélite do Turismo
EMBRATUR	Empresa Brasileira de Turismo
FMI	Fundo Monetário Internacional
IBGE	Instituto de Geografia e Estatística
ONU	Organização das Nações Unidas
UNWTO/OMT	Organização Mundial do Turismo

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	10
2 A ORIGEM DO FENÔMENO TURISMO.....	12
2.1 Surgimento do turismo.....	14
2.2 Estrutura do setor.....	15
2.3 Classificações do turismo quanto atividade econômica.....	16
2.4 Produto turístico.....	18
3 O SETOR TURÍSTICO NA ECONOMIA.....	20
3.1 Enfoques econômicos do turismo.....	20
3.1.1 Enfoque de demanda e macroeconômico.....	21
3.1.2 Enfoque de oferta e microeconômico	23
3.2 Influências Microeconômicas.....	26
3.2.1 Demanda turística.....	26
3.2.2 Elasticidade da demanda turística.....	27
3.2.2.1 Elasticidade preço da demanda.....	28
3.2.2.2 Elasticidade renda da demanda	32
3.2.3 Oferta Turística.....	34
3.2.3.1 Elasticidade da oferta turística.....	35
3.3 Influências Macroeconômicas.....	36
3.3.1 Influência sobre renda e produto.....	36
3.3.2 Influência sobre emprego.....	37
3.3.3 Turismo e Balanço de Pagamentos.....	38
3.3.4 Conta Satélite do Turismo.....	41
4 PANORAMA DO TURISMO MUNDIAL.....	43

4.1 Crescimento mundial e turismo.....	43
4.2 Estatísticas e dados gerais.....	44
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	50
6 REFERÊNCIAS.....	53
7 ANEXOS.....	56

1 INTRODUÇÃO

O turismo vem ganhando significativa importância ao longo dos últimos anos em distintas áreas de estudos, como marketing, administração, contabilidade, economia, entre outras. Por isso, o trabalho poderá servir também como base para futuros estudos na área, que começam a ganhar importância no Brasil. Além disso, o assunto foge do que é amplamente estudado nos cursos de graduação e em outros. O trabalho pretende que mais pessoas se interessem pelo tema e passem a pesquisá-lo, contribuindo para o seu desenvolvimento e estudo a nível Brasil.

O objetivo central, específico, do trabalho é apontar como e de que maneira o setor turístico influencia uma economia. Além de fazer um panorama sobre sua origem e estrutura, o trabalho apresentará os pontos influenciados por esse setor e trará alguns dados que mostram essa importância do turismo como atividade econômica.

Logo, além da importância prática, o assunto é relevante já que estimula o seu próprio desenvolvimento, com mais estudantes, pesquisadores, professores e outros tratando dele. Um setor cujas perspectivas de crescimento durante os próximos anos sejam excelentes deve ser tratado com significativa importância, tanto na área teórica, com a criação de instrumentos e modelos de mensuração, por exemplo, como na prática, por empresas envolvidas direta e indiretamente com esta atividade.

Esta monografia consiste, primeiramente, em uma apresentação do turismo como atividade econômica, ressaltando sua origem histórica e seu surgimento. Ressaltam-se os pontos de sua estrutura básica e sua inserção no contexto econômico. Além disso, há uma definição do que se entende por produto turístico.

Em seguida, analisa-se em cima de qual ótica econômica esta atividade deve ser vista, destacando as visões de demanda e macroeconômica e de oferta e microeconômica. Tratam-se sobre os elementos que compõem e influenciam a demanda e a oferta turística, os conceitos de elasticidade aplicados ao turismo, o modo como a atividade se relaciona com componentes macroeconômicos e uma breve seção sobre mensuração do turismo.

Por fim, explicitam-se dados para mostrar o quanto o turismo envolve e gera de benefícios para as sociedades como um todo, ressaltando os resultados dos últimos anos do fluxo turístico, além de destacar a relação entre crescimento econômico e crescimento do turismo.

2 A ORIGEM DO FENÔMENO TURISMO

O turismo é uma atividade fundamentalmente econômica, tanto nos aspectos microeconômicos como macroeconômicos, que estabelece algumas relações de financiamento, produção, comercialização e consumo de produtos e serviços turísticos, por meio de empresas do setor – hotéis, agências de viagens, transportes, etc. - assim como contribui de forma importante, às vezes decisiva, com os parâmetros macroeconômicos das sociedades econômicas, como Produto Interno Bruto (PIB), o Balanço de Pagamentos, o emprego, etc.”. MONTEJANO, 2001, p.8

A citação de Montejano demonstra a grande importância que o turismo tem para uma determinada região. Percebe-se que esta atividade econômica pode beneficiar e trazer grandes vantagens socioeconômicas para cidades, estados e até países.

Quando se fala em turismo, entretanto, pensamos diretamente em viagens. Todos nós temos uma idéia do que é o turismo. Não existe, entretanto, uma definição precisa e de aceitação geral desta atividade, nem uma conclusão de tudo que ela envolve. Mas, o que é realmente o turismo? Existe uma definição precisa? Onde esta atividade está inserida economicamente?

O presente capítulo aborda os conceitos de turismo e traz um breve relato sobre sua história e suas origens do turismo. Mostra de que maneira o turismo pode ser classificado e como ele se insere em um contexto econômico. Por fim, traz uma discussão, aprofundada no capítulo 2, sobre o que seria um produto turístico.

Uma das mais completas definições do turismo foi a elaborada por Wahab (p.26,1991):

Turismo é uma atividade humana intencional que serve como meio de comunicação e como elo da interação entre povos, tanto dentro de um mesmo país como fora dos limites geográficos dos países. Envolve o deslocamento temporário de pessoas para outra região, país ou continente, visando a satisfação de necessidades outras que não o exercício de uma função remunerada. Para o país receptor, o turismo é uma indústria cujos produtos são consumidos no local, formando exportações invisíveis. Os benefícios originários dessa atividade podem ser verificados na vida econômica política, cultural e psicossociológica da comunidade”.

Cabe analisar alguns pontos dessa definição segundo o autor. O turismo é, então, uma atividade humana intencional, ou seja, criado pela sociedade, e com algum intuito, ou objetivo. Não é uma atividade que ocorre por acaso. Tal deslocamento de pessoas por um determinado período para uma determinada localidade tem como objetivo satisfazer as necessidades dos viajantes. Estas necessidades, porém, não devem estar associadas a atividades que possam gerar renda no local de destino, uma vez que se vinculam a atividades de lazer.

Para a Organização Mundial do Turismo, ou simplesmente OMT, agência especializada da Organização das Nações Unidas (ONU) e uma das principais organizações do turismo no mundo, o turismo *“compreende as atividades de pessoas que viajam ou permanecem em lugares fora do seu ambiente habitual, não por mais de um ano consecutivo, para lazer, negócios e outros fins”*.

Ainda segundo a OMT, todo tipo de viajante pode ser definido como um visitante. A diferença está no fato de que turista é aquele visitante que pernoita no seu local de destino.

Fica claro com essas observações então, que é necessário haver um deslocamento de pessoas, que se ausentam de seu local de habitual residência, e usufruem de diversos serviços no local visitado. Essas pessoas não podem ir com o intuito de exercer algum tipo de função remunerada, pois nesse caso a atividade deixaria de ser turística. Cabe ressaltar a diferença entre o turismo de negócios e o fato de um turista não poder exercer atividade remunerada. O turismo de negócios compreende aqueles turistas que se destinam a um determinado local com a finalidade de desenvolver atividades de mercado ligadas ao seu trabalho em seu local de origem, e não pessoas que vão para certa região e passam a desenvolver lá algum tipo de atividade que gera renda para si no local visitado. Funcionários de empresas de um país que se deslocam para outra região para estabelecer acordos, conhecer mercados, comprar produtos, por exemplo, enquadram-se no conceito de turismo de negócios. Já pessoas que passam a receber algum tipo de renda em um local que não o de sua habitual residência, não são enquadradas como turistas.

2.1 Surgimento do fenômeno turismo

Segundo diversos autores estudiosos do tema, o turismo desponta como um fenômeno a partir do final da Segunda Guerra Mundial. Com crescimento econômico mundial acentuado, aumento do nível de emprego e inovações no setor de transportes, foi possível a massificação do turismo.

Entretanto, cabe ressaltar, conforme Lage e Milone (2009), que a história do turismo foi marcada por dois acontecimentos importantes: a Revolução Industrial e conseqüente transformação econômica e social ocorrida no período e o surgimento de uma nova classe média, esta com novas perspectivas de consumo e tempo livre para lazer.

Ainda segundo a mesma autora, o início do turismo pode ser definido quando da organização dos primeiros produtos turísticos por Thomas Cook, Henry Wells, George Pulmann, entre outros. Thomas Cook, em 1841, teve a idéia de fretar um trem para transportar cerca de 570 pessoas, de Leicester a Loughborough, onde participariam de um congresso, percorrendo 22 milhas. Além disso, Cook criou o Handbook of the Trip, considerado o primeiro guia de viagem, organizou a primeira volta ao mundo, elaborou, em 1851, um voucher (cupom da reserva de um hotel). Em relação à hospedagem, destaca-se Ceaser Hitz, fundador dos conceitos de hotelaria, que começou a preocupar-se com questões como tempo de permanência dos hóspedes, qualidade dos serviços, satisfação dos hóspedes, no final do século XIX. No século XX, revoluções nos meios de transporte, primeiramente com o automóvel e depois com o avião, viabilizaram a expansão do turismo.

Em 1974, foi criada oficialmente a Organização Mundial do Turismo (OMT). Sua origem é do ano de 1924, quando foi criada a União Internacional de Organizações Oficiais para a Propaganda Turística. Seguindo uma resolução da Assembléia Geral das Nações Unidas, foi transformada em um órgão intergovernamental em 1974. Em 2003, tornou-se uma agência especializada das Nações Unidas, que tem por objetivo servir de fonte de dados estatísticos e relatórios com projeções do mercado turístico no mundo e também no Brasil.

Essa massificação do turismo, que se vê a partir do final de Segunda Guerra Mundial, e acentuando-se cada vez mais atualmente, foi possível graças a uma revolução nos meios de transporte e na comunicação, industrialização, disponibilidade de renda e estabilidade política mundial. Regiões puderam, devido exatamente a esta estabilidade política, receber e atrair turistas. Estes, que aumentam em número devido à consolidação da classe média, com visível crescimento da renda, podem, com o desenvolvimento do transporte e da comunicação, se deslocar mais facilmente para lugares mais distantes, com redução de custos e maior conforto e comodidade. Ainda contribuindo para o aumento crescente do turismo, estão fatores psicológicos e sociológicos, já que com um maior conhecimento e acesso a informações, há um despertar de interesse em conhecer novas culturas e outros povos e civilizações.

2.2 Estrutura do setor

Na maioria das regiões, podemos dividir o setor turismo de algumas maneiras. É discutível o nível em que essas divisões representam empresas turísticas de fato, conforme veremos no capítulo 2. É certo, entretanto, que mesmo elas sendo direta ou indiretamente contribuidoras para o fenômeno do turismo, elas o tornam viável como atividade.

Podemos segmentar as empresas do setor da seguinte maneira, por conjunto de empresas, conforme proposto por Montejano (2001, p.123):

- Empresas de mediação e comercialização de produtos turísticos: aqui se encontram as operadoras de turismo e as agências de viagens. Ambas são responsáveis pela elaboração dos pacotes e sua comercialização, e de certa maneira, congregam e inter-relacionam todas as outras empresas envolvidas no setor.
- Empresas de hospedagem: englobam as empresas hoteleiras e extra-hoteleiras, como hotéis, apart-hotéis, resorts, albergues, campings e outras forma de

hospedagem, que satisfazem a necessidade do turista em se alojar quando fora de sua residência habitual.

- Empresas de Transporte: inclui as companhias aéreas, marítimas, fluviais, ferroviárias e as empresas de aluguel de veículos, que possibilitam o deslocamento das pessoas para seu local de destino.
- Empresas de restauração: restaurantes, bares, cafeterias, etc, que no local sendo visitado, saciam a demanda do turista de alimentação e consumo fisiológicos.
- Podemos citar agências de informações turísticas privadas, empresas de organização de congressos, eventos e seminários, empresas de computação de reservas e venda dos serviços turísticos, empresas de entretenimento, como discotecas, parques temáticos, instalações esportivas, culturais ou recreativas.

Através dessa classificação, é possível ver com maior clareza os diferentes tipos de empresas envolvidas no turismo. Todas elas são necessárias para satisfazer todas as necessidades de um turista. Este usa grande parte delas no seu local de destino. Apenas as operadoras e agências de viagens trazem, efetivamente, retorno para o local habitual do turista. As outras empresas encontram-se no local de destino, e mesmo seus serviços sendo pré-contratados quando possível, como reservas de hotéis, o uso desse serviço se dá na região receptora.

O turismo pode ser definido também a partir do ponto de saída do turista, conforme a OMT:

- Turismo receptivo: quando não-residentes são recebidos por um país de destino, do ponto de vista desse destino. Ou seja, quando empresas receptoras do Brasil, recebem, por exemplo, turistas argentinos.
- Turismo emissivo: quando residentes viajam a outro país, do ponto de vista do país de origem. Ou seja, quando brasileiros viajam para a Argentina.

- Turismo doméstico ou interno: quando residentes de dado país viajam dentro dos limites do mesmo. Ou seja, quando brasileiros viajam internamente dentro do Brasil.

2.3 Classificação do Turismo quanto atividade econômica

Basicamente, podemos classificar as atividades econômicas em três grandes setores:

- O setor primário, ligado à agropecuária e ao extrativismo e demais atividades ligadas à obtenção de recursos naturais.
- O setor secundário, de manufatura, produção de bens de consumo e máquinas industriais;
- O setor terciário que provê serviços e comércio, ou simplesmente setor de serviços.

Dentro dessa classificação, proposta por Colin Clark, em 1940, o turismo se encaixaria melhor em qual setor?

Segundo Boullon (2002), o turismo não pertence ao setor primário. O turismo não se caracteriza por extrair nem produzir atrativos naturais, como a mineração ou agricultura. O turismo apenas utiliza esses recursos. Também não é um resultado da construção porque esta produz obras físicas como estradas, pontes, represas, casas, aeroportos, hospitais, etc., os quais prestam diversos serviços.

O autor ressalta que não existe, tampouco, uma indústria do turismo. Indústria é uma atividade de transformação que emprega numerosos recursos, alguns dos quais podem ser matéria-prima e, outros, produtos industriais intermediários. Em geral, é o produto final que serve para qualificar os diferentes tipos de indústria.

Se o turismo fosse uma indústria, deveriam existir, mas não existem, fábricas de turismo ou processos industriais cujo produto final ou intermediário fosse o turismo. Em troca, podem citar-se numerosos produtos industriais que são

utilizados pelos turistas, [...] que] se originam em diferentes ramos da indústria, [...] e não em uma especial chamada indústria do turismo.

O turismo é uma forma de consumir, algo assim como um canal para o qual conflue uma demanda especial de muitos tipos de bens e serviços elaborados por outros setores, mais o consumo de alguns serviços especialmente desenhados para satisfazer necessidades próprias dos viajantes. Portanto, o turismo pertence ao setor terciário, e não ao secundário, como deveria ser para que se pudesse catalogá-lo como pertencente à indústria, [...] (BOULLÓN, 1997, p. 26-29).

A partir dessa visão de Boullon, e que veremos no capítulo 2 ser uma visão macroeconômica e de demanda do turismo, não há, então, um setor propriamente turístico. Fica difícil, nesse caso, mensurar a produção turística, pois ela envolve praticamente todos os setores econômicos, abrangendo grande parte de serviços e bens, das mais distintas empresas.

Essas afirmações demonstram que o turismo é uma forma de consumo, onde há uma demanda especial de vários bens e serviços de diferentes naturezas, elaborados por outros setores econômicos, para satisfazer a necessidade dos turistas.

Logo, de maneira geral, por constituir-se em uma reunião de prestações de serviços, o turismo se encaixa melhor no setor terciário da economia.

2.4 Produto Turístico

Outro ponto importante que deve ser ressaltado é o que se entende por produto turístico. Na verdade, isso dependerá da ótica pela qual o setor é analisado, que será visto posteriormente no capítulo 2.

De uma maneira geral, o turismo envolve diversos fatores: econômicos, sociais, culturais, ambientais, entre outros. Por isso, é de entendimento geral que o turismo tem um caráter multidisciplinar.

Quando um turista decide realizar uma viagem, essa decisão influencia uma série de serviços: a compra das passagens ou meio de transporte que este utilizará, a reserva de um hotel, o gasto com entretenimento e alimentação. Ou seja, envolve uma

séria de produtos e serviços que tornam possível essa viagem. É fato que o gasto do turista repercute em diversas áreas e setores da economia, daí também seu caráter multidisciplinar.

Uma das definições de produto turístico é essa que engloba diversas atividades: o produto turístico é tudo aquilo que envolve a oferta e conseqüente demanda turística. Tratar o turismo, no geral, como um produto nessa visão, significa classificar todas as empresas envolvidas, desde as agências ou operadoras de viagens do país residente do turista, como a companhia de transporte e os hotéis e restaurantes na região de destino como empresas turísticas. Isso causa uma dificuldade em mensurar o valor econômico exato do turismo, pois praticamente qualquer atividade pode ser considerada como atividade turística.

Outra visão de produto, que veremos na ótica de oferta e microeconômica do turismo no capítulo 2, é a de que o produto turístico em si é o plano de viagem de ida e volta, ou seja, aquele comercializados pelas operadoras e agências de viagens, adquirido no país residente, e delimitado. A partir desse entendimento, as outras empresas – hotéis, transporte, etc-, são empresas coadjuvantes na atividade turística, servindo como prestadores de serviços, mas não sendo empresas turísticas de fato.

Essa discussão do produto já entra também na ótica pela qual o turismo deve ser analisado, que será tratado agora no capítulo 2.

Foi discutido, até então, o conceito geral de turismo, enfatizando sempre o movimento de pessoas que se ausentam de seu local habitual de residência, visando à satisfação de determinadas necessidades específicas. Houve uma massificação do turismo nos últimos 50 anos, devido à evolução nos meios de transporte e comunicação, estabilidade mundial, crescimento da renda da classe média, entre outros fatores. O turismo como atividade econômica está inserido no setor terciário da economia, e ele pode ser classificado de diversas maneiras: de acordo com as empresas que o compõem, de acordo com o local emissor ou receptor de turismo, entre outras abordagens não destacadas. Por fim, houve uma breve discussão do que se entende por produto turístico, que será ampliada no capítulo a seguir.

3 O SETOR TURÍSTICO NA ECONOMIA

Não é difícil perceber, já com o que foi demonstrado até o momento, a relevância do turismo como uma atividade econômica.

O turismo por envolver diversos setores, empresas e atividades, gera debates e discussões quanto a sua forma de mensuração. A presente seção do trabalho aborda as duas principais óticas pelas quais podemos observar o turismo como atividade econômica. Logo após, o capítulo ressalta os pontos microeconômicos do turismo, a construção da demanda e oferta turística, bem como os conceitos de elasticidade aplicados ao turismo. Por fim, aí destacando os pontos macroeconômicos, há um relato sobre a influência do turismo na renda e emprego de uma economia e a relação do turismo com o balanço de pagamentos e com a Conta Satélite do Turismo.

3.1 Enfoques econômicos do turismo

O turismo pode ser abordado através de alguns enfoques específicos. Diferentes óticas e visões do que se define como produto e atividade turística e como medir o efeito dessa atividade são questões discutidas por diferentes economistas e estudiosos do assunto.

Existem duas grandes óticas pela qual podemos analisar o turismo. Ele pode ser visto tanto pelo enfoque macroeconômico como pelo enfoque microeconômico, este proposto por alguns autores específicos como um modelo alternativo em relação ao tradicional. Um enfoque macroeconômico vê o sistema como um todo, analisa e mensura grandes agregados. Um enfoque microeconômico, por sua vez, foca o comportamento de unidades específicas e individuais, tanto de consumidores como de produtores.

3.1.1 Enfoque de demanda e macroeconômico

Esse enfoque do turismo é o mais conhecido e é o enfoque pela qual a OMT analisa o turismo.

Segundo o *mainstream* da economia clássica ou tradicional do turismo, o mesmo é visto através de uma ótica de demanda e macroeconômica. O turismo é um conjunto de diversas atividades produtivas, com predominância do setor terciário, de serviços, que possui uma interdependência estrutural com as demais atividades de uma economia. O turismo envolve diversos setores da economia, pelo fato de o consumo deste demandar diferentes produtos: hospedagem, envolvendo daí a indústria de construção e transformação; bebidas e alimentação, envolvendo agricultura e indústria alimentícia; aos transportes, envolvendo a indústria de transformações e de consumo energético; aquisição de produtos locais, envolvendo artesanato, indústria do vestuário, entre outras. Isso demonstra esse elevado grau de interdependência das atividades turísticas.

Essa visão de demanda trata o turismo como um todo. Todo o processo turístico e tudo que ele envolve e demanda faz parte do conglomerado de atividades turísticas. Por isso, o turismo é um fenômeno, conforme Salto (1998, p.194-195), “*essencialmente de demanda, pois não existem empresas turísticas por natureza, mas sim produtos que se convertem em turísticos por seu destino final*”.

Por essa ótica do turismo, torna-se difícil mensurar seu exato efeito na renda proveniente e gerado por essa atividade. É preciso uma sistematização clara para avaliar tal impacto. Contudo, pelo fato da dificuldade em estipular tais limites da atividade turística, não se chega precisamente a um número específico do impacto do turismo na renda nacional.

A OMT criou a Conta Satélite do Turismo (discutida no próximo capítulo), para mensurar o nível geral da atividade econômica e emprego influenciado pelo turismo. A essas dificuldades metodológicas, deve-se acrescentar o fato de que até o presente, as experiências nacionais em quantificar o turismo desde um ponto de vista da demanda

são muito mais escassas. É difícil, portanto, identificar de forma precisa os critérios que possam ser utilizados de forma universal (ONU, et. al., 2001, p.39).

Logo, essa visão macroeconômica do turismo mostra o setor como um todo, envolvendo diversas áreas econômicas, e justamente por isso, discute-se as dificuldades encontradas para medir a atividade turística nessa ótica.

3.1.2 Enfoque microeconômico e de oferta

O estudo do turismo com enfoque na oferta e microeconômico muda a percepção do turismo como sendo um fenômeno essencialmente de demanda, onde não existem empresas turísticas de fato, apenas produtos que são potencialmente turísticos. Essa nova visão entende que existem sim empresas e produtos turísticos, e analisa o turismo microeconomicamente e pela ótica da oferta.

Muñoz de Escalona é um economista espanhol que se dedica ao estudo do turismo como atividade econômica. O autor propõe um novo enfoque para analisar o turismo.

Segundo Escalona, as atividades econômicas são divididas em produtivas e ou finalistas. As primeiras seriam as atividades que originam novos bens e serviços, ou seja, geram novas utilidades, a partir do processamento e transformação de novos recursos. As segundas, por sua vez, seriam distribuidoras e/ou usuárias dessas utilidades geradas pelas atividades finalistas, satisfazendo diretamente as necessidades dos consumidores. Atividades produtoras são realizadas pelos produtores, enquanto as finalistas são realizadas pelos consumidores.

O autor relata que para a economia clássica do turismo, este não é uma atividade produtiva, mas sim uma reunião de diferentes atividades produtivas. Pelo fato dessa visão ser focada no ponto de vista do consumidor, que demandará os bens e serviços de diferentes áreas, o enfoque clássico é um enfoque de demanda, localizado, sociológico, multisetorial e agregado. Escalona percebe bem a visão do turismo de acordo com o proposto pela economia tradicional do turismo.

O autor critica essa visão, pois ela faz “qualquer empresa e qualquer setor serem potencialmente turísticos, o que equivale negar a existência do produto turístico como tal”. (Muñoz de Escalona, 1991, p. 214). Ou seja, diversos produtos e serviços podem satisfazer a demanda de um turista e tornar-se, então, um produto turístico. Por isso, Escalona propôs um novo modelo de entendimento do turismo como atividade econômica, onde há uma diferenciação entre um consumidor turístico em relação a outro qualquer. Para o autor, há que se fazer referência a um plano de viagem ou deslocamento de ida e volta. Nesse caso, sob um enfoque da oferta, esse programa de viagem seria o produto turístico, e dessa maneira, a demanda turística seria formada semelhante à demanda de qualquer outro produto ou serviço.

Escalona propõe, assim, um novo modelo, com um enfoque diferente para analisar o turismo como atividade econômica, focado na oferta e tendo um caráter microeconômico, de natureza empresarial e unisetorial.

Nessa concepção unisetorial da produção turística, o produto turístico seria esse plano de viagem de ida e volta e as empresas que produzem esses planos formariam o setor turístico. Essas empresas ofereceriam no mercado esses produtos com especificações quanto à qualidade, quantidade, preço e forma de pagamento. No caso, seriam os operadores turísticos. O setor se completa com as empresas que produzem insumos e serviços necessários para produzir o turismo, essa chamadas de indústrias auxiliares da indústria turística.

Nessa visão do autor, as operadoras de turismo são as figuras centrais. Além disso, se assemelha à análise microeconômica de qualquer outra atividade econômica, permitindo situar as empresas produtoras de serviços, facilitadores e incentivadoras como abastecedoras de serviços intermediários ou semi elaborados, e as operadoras de turismo como produtoras de bens aptos para o consumo final.

Jean Ávila propõe o mesmo modelo que Escalona e faz alguns adendos interessantes, que sugerem também esse modelo microeconômico com enfoque na oferta para análise do turismo.

Para Ávila, o enfoque pela demanda, por ser global e agregado, considera a produção turística como toda aquela utilizada pelo turista no país de destino, distorcendo o que realmente seria o produto turístico.

Se pretendermos analisar o turismo como atividade econômica, temos que mudar o enfoque de demanda pelo alternativo de oferta e temos de buscar um produto que, diferenciando-se dos demais, seja de uso exclusivo dos turistas e uma empresa que elabore ou fabrique exclusivamente este produto. Se efetivamente não existe uma produção exclusiva para turistas e um consumo exclusivo por parte dos turistas, não existe turismo como realidade econômica e, conseqüentemente, não existe setor turístico, nem empresas turísticas nem produtos turísticos. (JEAN ÁVILA, 1999, P. 20)

Essa citação de Ávila demonstra de forma clara a visão que se deve ter do turismo como atividade econômica. O enfoque tradicional considera as diferentes empresas envolvidas no turismo como sendo parte desse “setor”. Os serviços dessas empresas, contudo, são prestados não somente a turistas, como residentes. Para o autor, esses serviços são simplesmente serviços de alojamento, de alimentação, de transporte, mas não serviços propriamente turísticos. Tais serviços não são de uso exclusivo dos turistas, não se criaram com o turismo, ou seja, são anteriores ao mesmo, não se fabricam com técnicas específicas e não são produzidos por empresas com estruturas e organizações diferentes às das demais empresas. Por tais motivos, eles não devem ser considerados como serviços turísticos.

Indo além da definição do turismo de Escalona, Ávila define o turismo como “*todo o processo de elaboração e consumo de planos programados de viagem de ida e volta independente das motivações, distância e duração*”. (JEAN ÁVILA. 1999, p.251).

Para melhor visualização dos conceitos que a atividade envolve, Ávila propôs a seguinte tabela:

Unidades	Conceito econômico com enfoque de oferta	Classes / categorias
-----------------	---	-----------------------------

Turismo	A produção, comercialização, aquisição e consumo de todo plano programado de deslocamento de ida e volta, com o objetivo de desfrutar dos bens que se encontram fora do lugar habitual de residência das pessoas.	Interior, internacional, à oferta, à demanda, individual, coletivo, popular, de luxo, etc.
Turismo desde um novo enfoque sociológico	Conjunto de relações e fenômenos que se originam como consequência da produção, aquisição e consumo dos produtos turísticos ou planos de viagens de ida e volta.	Relações simples e complexas.
Turista	Toda pessoa que adquira para seu posterior consumo um plano programado de deslocamento de ida e volta com a finalidade última de desfrutar dos bens materiais e / ou não materiais situados fora de sua residência habitual.	Turistas potenciais, turistas atuais ou efetivos, individuais, coletivos, auto-consumidores, compradores comuns, etc.
Produto turístico	Cada unidade de produção de um plano programado de deslocamento de ida e volta.	Simple ou complexo em função das prestações que aporte.
Empresa turística	Toda empresa produtora e comercializadora de um plano programado de deslocamento de ida e volta.	Operadores turísticos, agências de viagens, instituições diversas.
Empresas fornecedoras	Todas aquelas que intervêm na elaboração de um produto turístico ou plano programado de deslocamento de ida e volta aportando os inputs do mesmo.	Hotéis, pensões, restaurantes, empresas de transporte, museus, empresas de esporte, animação, etc.

Fonte: adaptado de SILVA, J.A.S.; O Turismo como Atividade Econômica: enfoque de demanda x enfoque de oferta.

A tabela acima esquematiza a visão do turismo tratada por esse enfoque microeconômico e de oferta. Logo, para o autor as empresas turísticas são também os operadores de turismo. Estas empresas são as que criam tais planos de viagem. Esse

produto turístico é consumido ou adquirido no lugar de residência habitual do então turista, e não em seu lugar de destino.

Esse enfoque alternativo do turismo ressalta o fato que a teoria clássica com enfoque na demanda considera qualquer bem ou serviço consumido pelo turista como um produto turístico e, portanto, deve-se cuidar para não haver uma duplicidade na hora de mensurar a participação do turismo no PIB de um país ou o que seria o consumo turístico. Nesse último caso, os gastos totais dos turistas incluem bens que se contabilizam em outros setores econômicos, sendo, dessa forma, contabilizados em duplicidade. Além disso, há uma superdimensão da atividade turística, bem como de seus efeitos econômicos. Nessa visão, o turismo não constitui um setor homogêneo e fica difícil delimitá-lo de modo preciso.

3.2 Influências microeconômicas

Seguindo uma abordagem microeconômica, podemos elencar diversos elementos da teoria microeconômica na atividade turística.

3.2.1 Demanda turística:

A demanda por um bem ou serviço pode ser definida como a quantidade desse bem ou serviço que pessoas estão dispostas a adquirir em um determinado período a um determinado preço. No turismo, os turistas são os demandantes: são eles que necessitam de pacotes de viagens, de hotéis, de transporte, de alimentação, etc.

A demanda turística é influenciada por diversos fatores:

- **Preço dos produtos turísticos:** é inversamente proporcional ao preço dos produtos. Quanto maior o preço menor será a quantidade demandada e vice-versa.

- Preço de outros bens e serviços: o aumento ou redução no preço de outros bens e serviços influencia a demanda turística na medida em que essa alteração pode fazer o turista optar ou não por realizar uma viagem ou alocar seus recursos nesses outros bens ou serviços.
- Nível de renda dos turistas: diretamente proporcional, já que quanto maior a renda, maior tende a ser a demanda por produtos turísticos.
- Preferência dos turistas: elementos psicológicos em relação a vontade ou não de viajar influenciam a demanda turística.

Considerando estes os fatores que exercem influência sobre a demanda turística, podemos escrever matematicamente a função de demanda turística, conforme Lage e Milone (2009):

$$DT_t = f(PT_t, PC_t, R_t, G_t)$$

Onde:

DT_t = demanda por produtos turísticos

PT_t = preço dos produtos turísticos

PC_t = preço de outros bens e serviços

R_t = nível de renda dos turistas

G_t = gosto ou preferência dos turistas

É claro que condições sociopolíticas estáveis das regiões a serem visitadas também exercem influência na demanda turística. Além disso, ela não distribui-se uniformemente ao longo do ano, devido à existência de fatores sazonais, como períodos de alta ou baixa temporada, períodos institucionalizados, como feriados, festividades, férias escolares e pela própria condição climática em determinada época do ano.

3.2.2 Elasticidade da demanda turística:

O estudo da elasticidade de um bem ou serviço mede a variação percentual deste dada uma variação em outro fator de influência, normalmente o preço deste bem ou serviço ou a renda de seus possíveis consumidores. Ou seja, é uma forma de mensurar quanto uma determinada variável pode ser afetada pela variação de outra.

A elasticidade da demanda turística é variação percentual da demanda por produtos turísticos em relação a mudanças de preços destes produtos ou renda dos consumidores.

3.2.2.2.1 Elasticidade preço da demanda

Mede a variação percentual da quantidade demandada de produtos turísticos dada uma variação percentual no preço destes produtos.

É expressa matematicamente pela seguinte fórmula, segundo Fernandes e Coelho (2002):

$$EpD = \frac{\Delta Q/Q}{\Delta P/P} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q}$$

Onde:

EpD = elasticidade preço da demanda

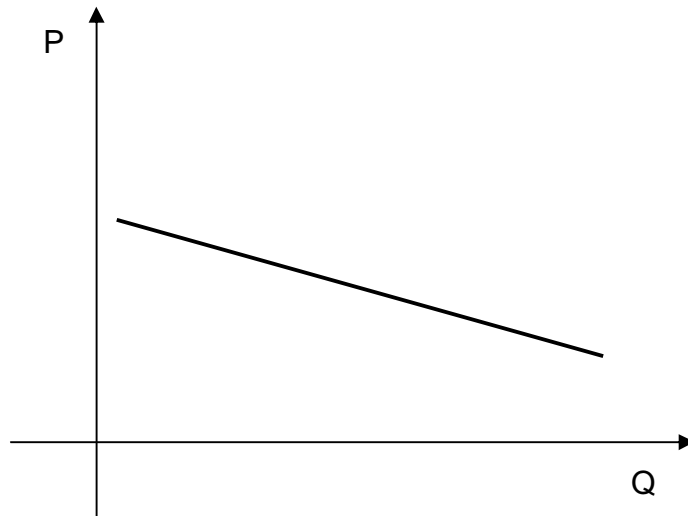
Q = quantidade de produtos turísticos

P = preço dos produtos turísticos

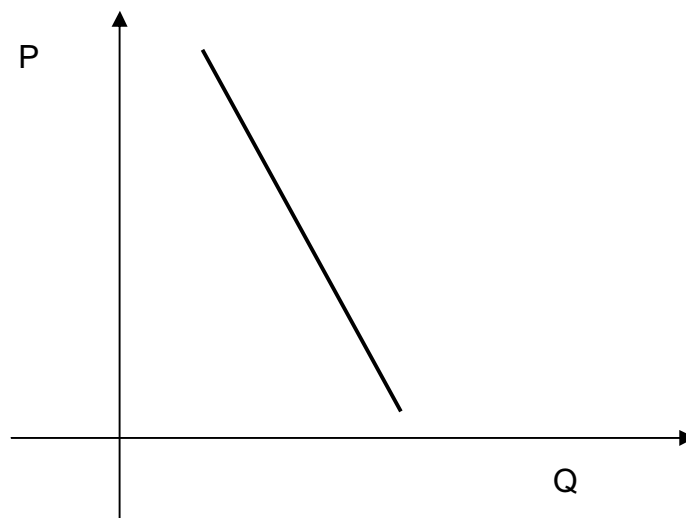
Existem três casos específicos de elasticidade preço da demanda: elástica, unitária e inelástica.

Demanda preço-elástica é aquela onde o percentual de variação da quantidade demandada é maior que o percentual de variação do preço. Por isso,

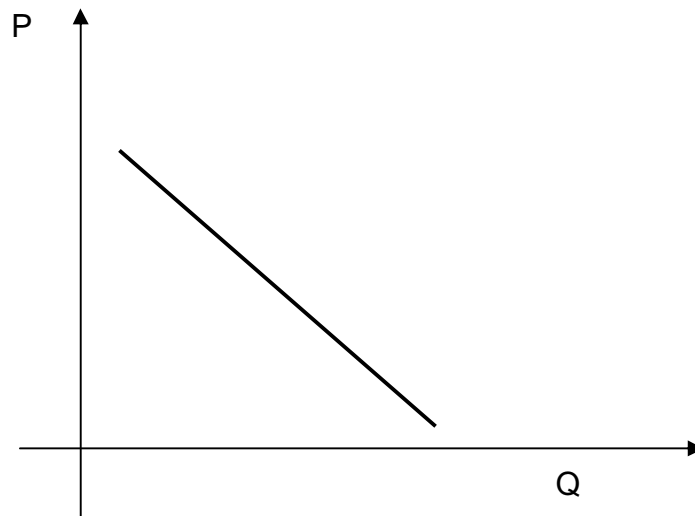
o valor (absoluto) da E_p é maior que 1. Graficamente, de acordo com Fernandes e Coelho (2002) temos:



Já em uma demanda preço inelástica a E_p menor que 1 e maior que zero. O percentual de variação da quantidade demanda, nesse caso, é menor que o percentual de variação do preço.



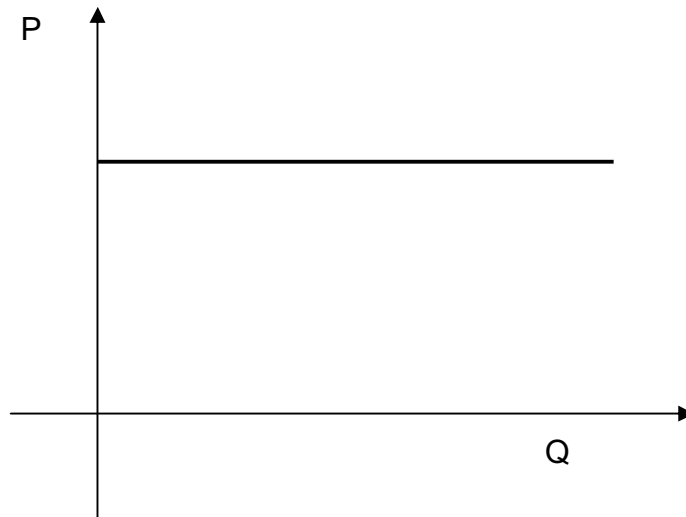
A demanda preço unitária é quando o percentual de variação da quantidade demanda é exatamente igual ao percentual de variação do preço. Logo, $E_p = 1$. A variação da demanda por produtos, nesse caso, responde da mesma maneira que a variação em seus preços.



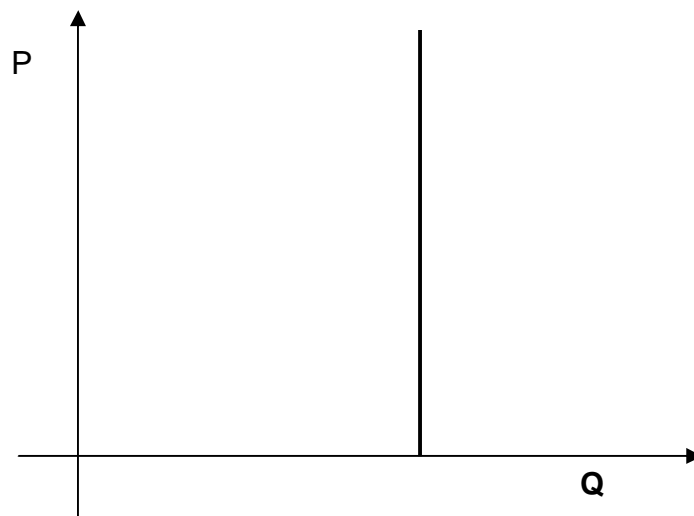
Existem dois casos específicos de elasticidade preço da demanda: demanda infinitamente elástica e demanda completamente inelástica. A primeira é quando E_p tende ao infinito. Ou seja, uma pequena mudança no preço leva a uma enorme variação na quantidade. Já a segunda é quando E_p tende a zero, pois a quantidade demandada não se altera em relação ao preço.

Graficamente, temos:

Demanda infinitamente elástica:



Demanda completamente inelástica:

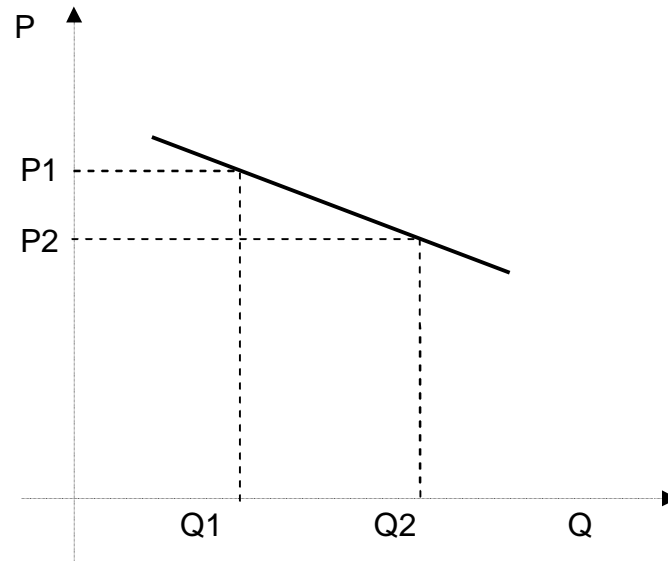


No caso do turismo, a variação da quantidade de produtos turísticos tende a ser maior que a variação de seus preços, conforme observado por Fernandes e Coelho

(2002). Ou seja, diminuindo-se o preço do produto turístico, a quantidade do mesmo tende a aumentar mais que a variação dos preços e vice-versa.

Portanto, o turismo tem uma elasticidade preço da demanda elástica.

Graficamente,



Vemos, através do gráfico que uma diminuição do preço de P1 para P2 acarreta uma mudança proporcionalmente maior na quantidade, de Q1 para Q2. Percebemos que quando o preço de um pacote turístico, ou de um hotel, por exemplo, diminui o aumento da procura por tal serviço aumenta proporcionalmente mais e vice-versa.

3.2.2.2 Elasticidade renda da demanda

Mede a variação percentual da quantidade demandada de produtos turísticos dada uma variação percentual na renda dos consumidores.

É descrita pela seguinte fórmula, segundo Fernandes e Coelho (2002):

$$E_{rD} = \frac{\Delta Q/Q}{\Delta R/R} = \frac{\Delta Q}{\Delta R} \cdot \frac{R}{Q}$$

Onde:

ErD = elasticidade renda da demanda

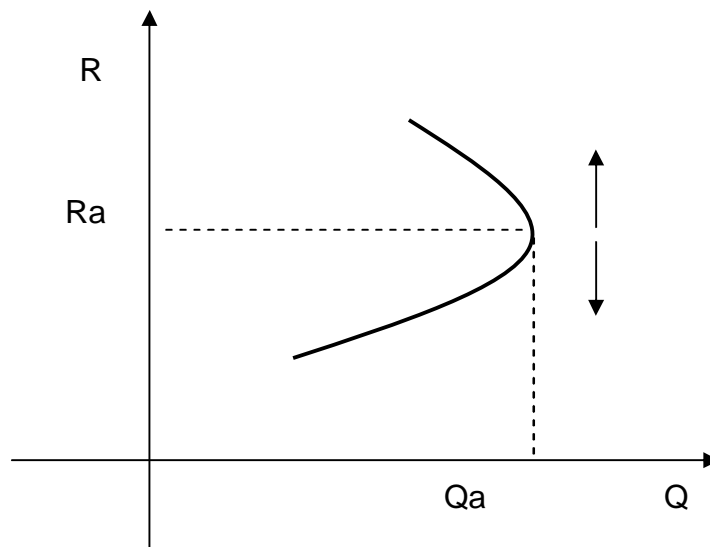
Q = quantidade de produtos turísticos

P = preço dos produtos turísticos

De uma maneira geral, os bens são classificados da seguinte maneira:

- $0 < Er \leq 1$, os bens são normais necessários.
- $Er > 1$, os bens são normais superiores, ou de luxo.
- $Er < 0$, os bens são inferiores.

Graficamente, temos:



Este gráfico, adaptado de Fernandes e Coelho (2002) mostra uma curva de renda consumo. Um bem inferior é aquele que se localiza à esquerda de Qa e acima de Ra . Seu consumo diminui quando há um aumento na renda. Um bem normal, por sua vez, é aquele que se localiza a esquerda de Qa e abaixo de Ra . À medida que a renda do consumidor aumenta, o consumo dos bens normais cresce também.

O turismo, de uma maneira geral, é um bem normal, portanto sua E_r é maior do que zero. Pode ou não ser considerado um bem superior. É importante ressaltar que o nível de renda do consumidor tem grande influência nesses casos. Avalia-se, subjetivamente, se um bem pode ser normal ou superior para um determinado consumidor de acordo com seu nível de renda.

Existem aqueles que viajam todo o ano, e aqueles que eventualmente realizam viagens. Para esses que viajam rotineiramente e que dispõem de um nível de renda elevado, o turismo é um bem normal necessário. Logo, uma elevação em seus níveis de renda não altera tanto seu consumo, por já ser algo habitual.

Para muitos, entretanto, o turismo é um bem normal superior, ou de luxo. Dessa maneira, variações na renda dos consumidores tendem a acarretar variações proporcionalmente maiores nas quantidades consumidas. Quando a renda aumenta para esse grupo de pessoas, há um aumento maior no consumo de produtos turísticos. Já quando a renda diminui, há uma diminuição maior no consumo desse tipo de produto.

3.2.3 Oferta turística

A oferta por um bem ou serviço pode ser definida como a quantidade desse bem ou serviços que as empresas estão dispostas a oferecer a um dado preço em um determinado período de tempo. No turismo, as empresas turísticas – aí compreendendo agências de viagens, companhia de transporte, meios de hospedagem, etc - são os ofertantes. É possível dizer ainda que os atrativos naturais, tanto elementos da natureza e clima como elementos culturais, históricos e religiosos, também representam a oferta turística.

A oferta turística é influenciada por diversos fatores:

- Preço dos produtos turísticos: é diretamente proporcional ao preço dos produtos. Quanto maior o preço maior será a quantidade que os produtores ofertarão.

- Preço de outros bens e serviços: tem uma relação inversamente proporcional a oferta, pois quando os preços de outros bens e serviços sobem e os preços de produtos turísticos permanecem constantes, por exemplo, torna-se menos interessante ao produtor turístico ofertá-los no mercado.
- Preço dos fatores de produção: estes influenciam o valor do custo final dos produtos turísticos, diminuindo ou aumentando o lucro dos produtores *ceteris paribus*. Por isso, aumentando-se o preço destes, diminui a oferta turística e vice-versa. O preço dos fatores de produção e a oferta de produtos turísticos têm uma relação inversamente proporcional.
- Nível de avanço tecnológico: quanto maior o avanço tecnológico, maior será o aproveitamento dos recursos disponíveis e, portanto, maior será a oferta turística.

Matematicamente, podemos representá-la da seguinte maneira, de acordo com Lage e Milone (2009):

$$O_t = f (P_{Tt}, P_{Ot}, P_{FPt}, T_t)$$

Onde:

O_t = oferta por produtos turísticos

P_{Tt} = preço dos produtos turísticos

P_{Ot} = preço de outros bens e serviços

P_{FPt} = preço dos fatores utilizados na produção dos produtos turísticos

T_t = nível de tecnologia

3.2.3.1 Elasticidade preço da oferta

A elasticidade- preço da oferta mede a variação percentual de um bem relação a variações percentuais em seus preços.

Pode ser descrita através da seguinte fórmula, de acordo com Fernandes e Coelho (2002):

$$EpO = \frac{\Delta Q/Q}{\Delta P/P} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q}$$

Onde:

EpO = elasticidade preço da oferta

Q = quantidade de produtos turísticos

P = preço dos produtos turísticos

A elasticidade preço da oferta normalmente é positiva, pois um preço mais alto incentiva produtores a ofertarem mais produtos e aumentar a produção.

A elasticidade de oferta turística mede a variação da quantidade de produtos turísticos ofertados em relação à variação em seus preços.

3.3 Influências macroeconômicas

Em uma visão global, agregada, o turismo influencia diversos setores da economia. Todos eles estão de alguma maneira, interligados e se inter-relacionam.

Todos os gastos de consumo do turismo de uma região têm efeito sobre toda a economia desse lugar. O que se defende na visão tradicional do turismo como atividade econômica, evidencia esse caráter multidisciplinar do turismo, que envolve diversas áreas da economia. Ou seja, o turismo influencia diversos aspectos macroeconômicos de uma região.

3.3.1 Influência sobre a renda e produto

Tomando como posição o lado do país receptor de turistas, este tem sua renda aumentada via entrada de divisas. Os gastos dos turistas nas regiões em que visitam

representam entradas de recursos na economia dessas áreas. Quando um turista adquire um pacote de viagem, ou simplesmente decide viajar para um determinado local, essa decisão envolve uma série de gastos que o turista terá e que repercutirão na região de destino. O turista se torna um consumidor de produtos e serviços no local visitado, deixando divisas em suas transações neste local (exportação turística).

Cabe ressaltar o que Lage (2009) comenta sobre a razão de reflexão do turismo. Esta calcula a razão entre a quantidade de divisas gastas em importação para apoio ao turismo e as divisas que entram via gastos turísticos (exportação turística). Ou seja, ela representa quanto é necessário importar para satisfazer as necessidades do turista do montante de dinheiro recebido pelas exportações turísticas. O autor cita como exemplo o Caribe, onde essa razão é de 70%: são necessários 0,7 dólares de cada 1 dólar recebido pelas exportações de turismo para pagar as importações exigidas pelos turistas. De cada um dólar gasto por um turista no caribe, 0,7 dólares saíam da renda proveniente do turismo para importar os recursos demandados pelos turistas. Isso demonstra que nem sempre é conveniente investir exclusivamente no turismo como fonte de entrada de recursos estrangeiros, pois existem casos onde há uma grande dependência de produtos e serviços importados, que o setor interno não consegue suprir.

O gasto do turista também representa uma redistribuição de renda e riqueza. O dinheiro obtido no seu local de origem entra no local de destino, provocando essa transferência de renda. Cabe ressaltar que esse dinheiro, que vai, por exemplo, para os hotéis, serve para pagar o salário dos funcionários de tal lugar, que por sua vez efetuam gastos internos em seus países. Aí surge o conceito de efeito multiplicador da renda aplicado ao turismo, onde o dinheiro que o turista gasta repercute em diversas áreas econômicas.

3.3.2 Influência sobre emprego

Pelo fato de o turismo envolver diversas áreas da economia, ele representa um setor que gera muitos empregos. Estima-se, conforme Lage e Milone (2009), que um de

cada quinze trabalhadores trabalha em setores ligados a atividade turística, representando cerca de 250 milhões de pessoas a nível mundial.

O emprego gerado por essa atividade, entretanto, não exige mão de obra qualificada. É importante ressaltar que a análise de empregos ligados ao setor turístico envolve além das agências e operadoras de viagens, todos os postos de trabalho em empresas hoteleiras, de transportes, os restaurantes e outros.

3.3.3 Turismo e balanço de pagamentos

O Balanço de Pagamentos é o registro de todas as transações realizadas por residentes de um país com o resto do mundo, durante certo intervalo de tempo. Ele se divide em dois grandes grupos: Balança de Transações Correntes e Balança de Capitais. O primeiro deles reúne todas as entradas e saídas de dinheiro devido ao comércio de bens e serviços, além de pagamento de transferências. Já o segundo, registra as transações financeiras em suas mais diversas formas.

Conforme o BACEN, a estrutura do Balanço de Pagamentos é da seguinte maneira:

TRANSAÇÕES CORRENTES

Balança comercial (FOB)

Serviços e Rendas

Transferências unilaterais correntes

CONTA CAPITAL E FINANCEIRA

Conta Capital

Conta Financeira

ERROS E OMISSÕES

RESULTADO DO BALANÇO

Logo, o resultado do Balanço de Pagamentos é a soma do saldo da conta Capital e Financeira, acrescidos de eventuais erros e omissões mais o saldo da Conta em Transações Correntes.

Dentro da Conta em Transações Correntes está a conta Serviços e Rendas. Esta agrega as transações com intangíveis de modo geral. Dentro desta, mais especificamente na parte de Serviços, encontra-se as receitas e despesas decorrentes do turismo e viagens internacionais, conforme abaixo:

Serviços e Rendas

Serviços

Transportes

Viagens internacionais

Receita

Fins educacionais, culturais ou esportivos

Funcionários de governo

Negócios

Por motivos de saúde

Turismo

Cartões de crédito

Despesa

Fins educacionais, culturais ou esportivos

Funcionários de governo

Negócios

Por motivos de saúde

Turismo

Cartões de crédito

Seguros

Serviços financeiros

Computação e informação

Royalties e licenças

Aluguel de equipamentos

Governamentais
Comunicações
Construção
Relativos ao comércio
Empresariais, profissionais e técnicos
Pessoais, culturais e recreação
Serviços diversos

Rendas...

Essa conta tem o mesmo sistema da Balança Comercial e é de extrema importância para o equilíbrio do Balanço de Pagamentos. Quando muitos turistas saem de seu país residente e muitos turistas estrangeiros entram, por exemplo, há uma saída de divisas maior que a entrada, em moeda estrangeira. Logo, essa conta fica deficitária, ou seja, há um déficit em transações envolvendo turismo e viagens internacionais.

A conta viagens internacionais, conforme visto, subdivide-se em diversos itens:

- Fins educacionais, culturais ou esportivos
- Funcionários de governo
- Negócios
- Por motivos de saúde
- Turismo
- Cartões de crédito

Cada uma dessas contas tem um lançamento de crédito e um lançamento de débito. No anexo A, encontra-se um resumo da tabela na última década. No Brasil, essa conta tem a característica de ser deficitária, indicando que no país se gasta mais dinheiro em viagens internacionais do que se recebe, excluindo-se o período de 2002 e 2003. Quando se analisa períodos anteriores, contudo, a conta viagens internacionais já vinha sendo deficitária.

A tabela no anexo B permite também a observação das variações cambiais em receitas e despesas provenientes da atividade turística.

Nota-se que há um crescimento das receitas que o Brasil gera com a atividade turística, mas da mesma maneira há um aumento nas despesas, visto a solidificação de uma classe média que está consumindo mais, e entre esse consumo encontram-se produtos turísticos. Por isso, o saldo da conta viagens internacionais ainda é deficitário no país.

3.3.4 Conta Satélite do Turismo

O estudo da atividade turística ainda é marcado por divergências quanto a sua mensuração e forma de análise, conforme já visto no capítulo anterior. Justamente este fato é um dos grandes problemas em relação ao estudo da atividade turística: a mensuração de seu real efeito e impacto em uma economia. A contribuição do turismo para a formação do PIB, para o fechamento de um Balanço de Pagamentos, o número de empregos gerados pela atividade turística, os efeitos multiplicadores do turismo, enfim, são questões de difícil abordagem tanto pela falta de modelos de mensuração como pela falta de dados.

Na tentativa de organizar um esquema para resolver essa questão, a Organização Mundial do Turismo (OMT) e a Comissão de Estatística da Organização das Nações Unidas (ONU) desenvolveram e elaboraram a Conta Satélite do Turismo. A CST é um instrumento que tem por objetivo mensurar o montante efetivo de renda gerada pela atividade turística, seja em nível nacional ou regional. A CST identifica, no conjunto das atividades econômicas dos países, aquelas que sofrem os efeitos mais diretos do movimento turístico nacional e internacional. Claro, que conforme vimos, ela trata o turismo através do enfoque macroeconômico, pela ótica da demanda.

No Brasil, a implementação da CST foi iniciada por meio do Acordo de Cooperação com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em parceria com a EMBRATUR. Ainda em um estágio embrionário, a CST brasileira precisa de

dados mais concretos e precisos para fornecer parâmetros e indicadores consistentes sobre o mercado turístico no Brasil. É necessário tempo para implementar a CST no Brasil, devido à sua complexidade e o fato de que envolve vários órgãos e exige tempo para sua formulação.

Claro, que no geral, a CST tem se mostrado uma confiável fonte de dados sobre o turismo, principalmente em países com métodos de pesquisa mais desenvolvidos e com a expansão do turismo e crescimento do interesse de pesquisadores sobre a atividade turística, sua formulação tende a adaptar-se e tornar-se mais eficiente, reunindo, assim, dados e estatísticas completos da atividade turística em uma economia.

Esta seção do trabalho expôs as duas óticas mais relevantes pela qual o turismo pode ser analisado: a de demanda e macroeconômica e a de oferta e microeconômica. A primeira dela é a mais aceita entre os teóricos e trata o turismo como um todo. Todo o processo é analisado conjuntamente e todos os serviços e produtos utilizados pelos turistas, como hospedagem, alimentação, etc., são considerados produtos turísticos. Já a segunda visão é defendida por certos autores, que delimitam exatamente o que é um produto turístico e trata a atividade com uma visão de oferta e microeconômica, onde os operadores turísticos disponibilizam no mercado planos programados de viagens de ida e volta, que são os produtos turísticos. As áreas de hospedagem e alimentação, nesse caso, são facilitadoras e fornecedoras para o turismo, mas não são considerados produtos turísticos. Foi visto também quais os fatores que influenciam a demanda e a oferta turística, destacando o preço dos produtos turísticos, os preços de outros produtos, os preços dos insumos, a preferência dos consumidores e demais aspectos que definem a curva de demanda e oferta turística. A análise da elasticidade da demanda mostrou que o turismo é um bem normal, podendo ou não ser necessário ou de luxo, dependendo da renda do consumidor, e que o turismo tem uma elasticidade preço da demanda elástica: variações no preço dos produtos tendem a causar variações maiores nas quantidades demandadas. Ainda, analisou-se a relação do turismo com aspectos macroeconômicos, destacando o produto, a renda e o emprego. Por fim, foram feitos comentários a respeito da conta viagens internacionais e um breve relato da proposta da CST no Brasil.

4 – PANORAMA DO TURISMO MUNDIAL

Com tudo o que foi apontado até então, nota-se a relevância que o turismo tem a nível mundial, global, e também localmente em países e comunidades. Sua enorme influência em diversos setores e áreas da economia torna esta uma das atividades mais importantes no contexto mundial nos dias de hoje.

Tendo como referência os Boletins de Desempenho Econômico, dados da *UNWTO Tourism Highlights*, do Ministério do Turismo do Brasil, entre outros, o presente capítulo tem por objetivo explicitar dados atuais referentes aos movimentos do turismo a nível mundial e Brasil.

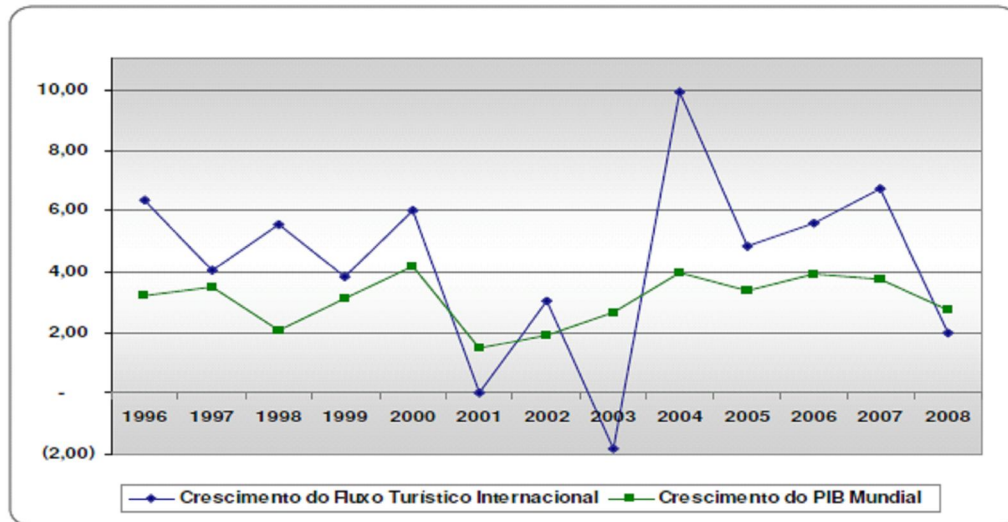
4.1 Crescimento econômico e Turismo

A expansão ou retração da atividade turística está ligada ao crescimento econômico de uma dada região, ou mundialmente. Todo o mundo, ou um país específico, tende a expandir a atividade turística quando a economia desta localidade se encontra saudável e em crescimento. Quando há crises ou recessos econômicos, normalmente o turismo sofre junto às conseqüências.

Pelo fato de fatores como renda, estabilidade - não apenas política, mas econômica também -, preço dos produtos turísticos, etc, influenciarem o movimento do turismo, verifica-se uma correlação entre crescimento econômico e expansão do turismo.

A seção 4.2 mostrará dados que relatam a retração da atividade turística na recente crise enfrentada pelos países. Fica evidente a influência dessa em todo o setor turístico. Não apenas nessa crise especificamente, mas em outros períodos, já era possível observar esse comportamento. O gráfico a seguir ilustra esse fato:

Gráfico 2 - Taxa de Crescimento do Turismo Mundial e da Economia Mundial - 1996 – 2008



Fonte: Organização Mundial do Turismo – OMT – e Fundo Monetário Internacional FMI - Variação percentual

De acordo com o gráfico 2 do estudo Estatísticas e Indicadores - Turismo Mundial, do Ministério do Turismo, é possível notar um certo grau de correlação positiva entre crescimento econômico e crescimento do fluxo internacional do turismo. Quando há expansão no crescimento econômico, o fluxo turístico internacional tende a expandir-se também. A publicação ressalta - o que é mais um indicativo que comprova o fato de o turismo ser majoritariamente um bem de luxo - a maior volatilidade das taxas de crescimento do fluxo internacional turístico em relação ao crescimento econômico. Logo, variações na renda geram variações proporcionalmente maiores no crescimento do turismo.

4.2 Dados e estatísticas a níveis mundiais

É notável o crescimento do turismo nos últimos anos. Possibilitada pelos fatores já abordados no trabalho, o turismo apresentou um crescimento acelerados nas últimas décadas, e gera cada vez mais receitas globalmente. A crise pela qual o mundo passou entre o final de 2008 e 2009, que teve grande influência na economia, também é notada em termos turísticos.

É possível observar na tabela abaixo a evolução das receitas internacionais do turismo, em bilhões de dólares e euros, desde os anos 90. No ano de 1990, o turismo movimentou cerca de 264 bilhões de dólares mundialmente. No ano de 2009, esse valor chegou a 852 bilhões de dólares. As receitas mais que triplicaram em um período de 20 anos.

Tabela 1 - Receitas Internacionais do Turismo – em moeda corrente
International Tourism Receipts (billion)

	1990	1995	2000	2005	2007	2008	2009*
<u>Moeda local</u>							
US\$	264,0	405,0	478,0	679,0	858,0	941,0	852,0
Euro	207,0	310,0	517,0	545,0	626,0	640,0	611,0

Fonte: World Tourism Organization

Os níveis recordes atingidos em 2008 tiveram um decréscimo no em 2009, devido à grave crise financeira que os principais países emissores de turistas e geradores de receitas, além do resto do mundo, enfrentaram principalmente no final de 2008 e agravada em 2009. Com uma retração de crédito, do nível de consumo, de uma insegurança global em relação à crise, o ano de 2009 apresentou um retrocesso em relação aos níveis recordes de 2008. Isso demonstra, conforme já visto que para a maioria das pessoas o turismo é um bem de luxo.

A tabela 2 evidencia este fato também pelo número de chegadas internacionais de turistas. Mundialmente, houve uma redução de 919 para 880 milhões de desembarques internacionais de 2008 para 2009. Os desembarques internacionais de turistas decresceu no período, quando menos pessoas se deslocaram para outros países, seja por fins de lazer ou de negócios.

Tabela 2 - Chegadas Internacionais de Turistas Segundo Países de Destino em Milhões de turistas

Ranking	Discriminação	2006	2007	2008	2009*
	Mundo	846,0	900,0	919,0	880,0
1	França	77,9	80,9	79,2	74,2
2	Estados Unidos	51,0	56,0	57,9	54,9
3	Espanha	58,0	58,7	57,2	52,2
4	China	49,9	54,7	53,0	50,9
5	Itália	41,1	43,7	42,7	43,2
6	Reino Unido	30,7	30,9	30,1	28,0
7	Turquia	18,9	22,2	25,0	25,5
8	Alemanha	23,6	24,4	24,9	24,2
9	Malásia	17,5	21,0	22,1	23,6
10	México	21,4	21,4	22,6	21,5

Fonte: Boletim de Desempenho Econômico do Turismo - Abril 2010

Da mesma forma, houve uma redução do dispêndio com o turismo no período 2008/2009. Os países gastaram menos com o turismo. A Alemanha, que vem sendo o maior país em termos de dispêndio dos turistas nos últimos anos, reduziu esse os gastos em 10,2 bilhões de dólares no período mencionado. Em termos globais, nota-se também essa redução.

Tabela 3 - Dispêndio com o Turismo Internacional por Países – US\$ Bilhões

Ranking	Discriminação	2006	2007	2008	2009*
	Mundo	744,0	859,0	942,0	852,0
1	Alemanha	73,9	83,1	91,0	80,8
2	Estados Unidos	72,1	76,4	79,7	73,1
3	Reino Unido	63,1	71,4	68,5	48,5
4	China	24,3	29,8	36,2	43,7
5	França	31,2	36,7	43,1	38,9
6	Itália	23,1	27,3	30,8	27,8
7	Japão	26,9	26,5	27,9	25,1
8	Canadá	20,6	24,7	26,9	24,3
9	Federação Russa	18,1	21,2	23,8	20,8
10	Holanda	17,0	19,1	21,7	20,7

Fonte: Boletim de Desempenho Econômico do Turismo - Abril 2010

Por fim, as receitas internacionais do turismo tiveram também uma redução no período analisado. Ou seja, nos países receptores de turistas, estes gastaram menos em 2009 do que em 2008, além dos países terem recebido menos turistas.

Tabela 4 - Receitas Internacional por Países – US\$ Bilhões

Ranking	Discriminação	2006	2007	2008	2009*
	Mundo	744,0	859,0	942,0	852,0
1	Estados Unidos	85,8	97,1	110,1	94,2
2	Espanha	51,1	57,6	61,6	53,2
3	França	46,3	54,3	55,6	48,7
4	Itália	38,1	42,7	45,7	40,2
5	China	33,9	37,2	40,8	39,7
6	Alemanha	32,8	36,0	40,0	34,7
7	Reino Unido	34,6	38,6	36,0	30,1
8	Austrália	17,8	22,3	24,8	25,6
9	Turquia	16,9	18,5	22,0	21,3
10	Austria	16,6	18,9	21,8	...

Fonte: Boletim de Desempenho Econômico do Turismo - Abril 2010

Ou seja, verifica-se que tanto os gastos, como receitas e até o número de desembarques internacionais estão relacionados entre si e dependem da atividade econômica global como um todo, variando de acordo com o comportamento da economia mundial. Na recente crise enfrentada pelo mundo nota-se, conforme verificado nas tabelas, uma redução das receitas, despesas e no número de chegadas internacionais.

Interessante notar nas tabelas 2 e 4 os países que mais geram receitas com o turismo e aqueles que mais recebem turistas. Há um revezamento de França, Estados Unidos e Espanha nessas questões. O maior receptor de turistas é a França, com uma vantagem em relação ao segundo colocado, que alterna entre Estados Unidos e Espanha. A França, contudo, não é o maior gerador de receitas. Em primeiro lugar aparece os Estados Unidos, com uma considerável vantagem em relação à Espanha, segundo colocado. A França aparece na terceira posição ao longo dos últimos anos.

Ao analisar os países com maior dispêndio do turismo, a Alemanha é o primeiro colocado. Ela é o país cuja população mais gasta em consumo turístico. Em segundo lugar aparece os Estados Unidos e em terceiro o Reino Unido. Vale ressaltar a rápida

evolução da China, que em apenas três anos passou do sexto para o quarto lugar e vem evoluindo rapidamente. Se for analisado o período 2006-2009, a China é o país entre os 10 onde os gastos mais cresceram. Se a análise for do período 2008/2009, a China é o único dos países em que houve expansão dos gastos. É possível notar ainda, que o Reino Unido decresceu tanto no período de 2006/2009 como no de 2008/2009, neste último tendo o pior resultado entre os 10.

Tabela 5 - Dispendio com o Turismo Internacional por Países – US\$ Bilhões

Ranking	Discriminação	2006	2007	2008	2009*	Variação 2006/2009	Variação 2008/2009
	Mundo	744,0	859,0	942,0	852,0	14,52%	-9,55%
1	Alemanha	73,9	83,1	91,0	80,8	9,34%	-11,21%
2	Estados Unidos	72,1	76,4	79,7	73,1	1,39%	-8,28%
3	Reino Unido	63,1	71,4	68,5	48,5	-23,14%	-29,20%
4	China	24,3	29,8	36,2	43,7	79,84%	20,72%
5	França	31,2	36,7	43,1	38,9	24,68%	-9,74%
6	Itália	23,1	27,3	30,8	27,8	20,35%	-9,74%
7	Japão	26,9	26,5	27,9	25,1	-6,69%	-10,04%
8	Canadá	20,6	24,7	26,9	24,3	17,96%	-9,67%
9	Federação Russa	18,1	21,2	23,8	20,8	14,92%	-12,61%
10	Holanda	17,0	19,1	21,7	20,7	21,76%	-4,61%

Fonte: Boletim de Desempenho Econômico do Turismo - Abril 2010 e elaboração própria

É importante fazer uma observação quanto à importância das taxas cambiais nestas análises. Obviamente o câmbio exerce influência tanto nas decisões econômicas e decisões de consumo como também nos estudos e análises feitas. O dólar experimentou uma desvalorização nos últimos 2 anos em relação a várias outras moedas. Esta análise não leva em conta essa apreciação das outras moedas.

Entretanto, a partir do final de 2009 com o início de uma recuperação dos países, já houve uma melhora no cenário. As previsões para o fechamento deste ano de 2010, segundo a UNWTO, são excelentes. Até agosto de 2010, estima-se que os desembarques internacionais tenham atingido os mesmos níveis durante o mesmo período no ano recorde de 2008.

Apesar dos efeitos da crise financeira de 2009, as estimativas são para uma recuperação total dos níveis recordes de 2008 já em 2010, podendo superar estes

níveis em algumas regiões. Isso demonstra que toda a estrutura do turismo é muito ágil, respondendo rapidamente a questões como crescimento global.

Há indícios, então, da existência de uma correlação da expansão do turismo com o crescimento econômico. Os dados mostrados no capítulo 4, além de reforçarem este fato, pois com a recente crise financeira enfrentada pelos países os resultados de 2009 em relação a 2008 pioraram, também ressaltam a importância do turismo num contexto global.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O turismo iniciou como atividade ainda no século XIX, com as expedições de Thomas Cook e as primeiras noções de questões envolvendo hospedagem e planos de viagem. Foi após a Segunda Guerra Mundial, entretanto, que este fenômeno despontou como importante movimento socioeconômico, gerador de riquezas para as regiões. Cada vez mais o turismo se torna uma atividade mais dinâmica. Atualmente, com toda a evolução dos meios de transporte, nos meios de comunicação, no aumento do poder aquisitivo dos consumidores e de uma estabilidade política mundial, o fluxo turístico mundial cresce rapidamente.

Pelo fato de o turismo exercer um papel muito relevante no contexto mundial atual, ele vem sendo tratado e estudado por diversas áreas. Economicamente, o turismo é uma atividade gerada pela vontade dos consumidores, que demandam produtos e serviços ofertados por produtores. Por se tratar de uma reunião de prestação de serviços, para suprir as necessidades do turista, entende-se que o turismo se encaixa melhor no setor terciário da economia. É importante ressaltar que esse enquadramento no setor terciário, evidencia o enfoque econômico em que ele é mais aceito: macroeconômico e de demanda. Este enfoque, utilizado também pela OMT, ressalta essa característica multidisciplinar do turismo, que envolve diversos setores econômicos. Nessa visão, todos os recursos utilizados pelos turistas são produtos turísticos, incluindo os serviços de hospedagem, alimentação, entre outros. Existe uma outra abordagem que analisa a atividade turística com um enfoque microeconômico e pelo lado da oferta. Nela, há uma delimitação do que seria exatamente um produto turístico e que este é ofertado especificamente por um determinado produtor. Os produtores turísticos seriam as operadoras de turismo, que disponibilizariam no mercado planos programados de viagem de ida e volta, que seriam os produtos turísticos. As outras áreas envolvidas quando um turista realiza uma viagem, seriam apenas fornecedoras para o consumo turístico, não se enquadrando de fato como um produto turístico.

A visão do turismo como atividade econômica mais aceita, conforme dito é a com enfoque de demanda. Construindo a demanda turística, é possível evidenciar os diversos fatores que a influenciam: o preço dos produtos turísticos, o preço dos outros produtos, o nível de renda dos consumidores e a preferência dos mesmos. Na prática, outros pontos também são relevantes na determinação da demanda turística. Os períodos de férias, feriados e festividades, por exemplo, tendem a aumentar a procura por pacotes de viagens. As condições sociopolíticas de uma determinada região também influenciam a procura. Se for analisada o quanto a demanda turística sofre com variações de preços dos produtos, verifica-se que quando há um aumento destes, há uma variação (diminuição, nesse caso) proporcionalmente maior. Isso mostra que a elasticidade preço da demanda turística é elástica, ou seja, variações no preço tendem a provocar variações proporcionalmente maiores na procura dos produtos turísticos. Se for levada em conta a renda do consumidor, na medida em que esta aumenta, a demanda turística tende a aumentar proporcionalmente mais. Logo, o turismo, de uma maneira geral, funciona como um bem normal. Dependendo do nível de renda dos consumidores, ele pode ou não ser considerado um bem de luxo, ou superior. Para níveis elevados de renda, onde os consumidores já têm o hábito de viajar, um aumento na renda não provoca um aumento tão grande. Nesse caso, o turismo é um bem normal necessário. Já quando variações na renda acarretam mudanças proporcionalmente maiores, o bem, nesse caso o turismo, é um produto de luxo.

As vantagens macroeconômicas que o turismo traz para determinada região são muitas. Cabe destacar o papel do turismo como gerador de divisas, através das exportações turísticas, como distribuidor tanto dessas divisas como de riquezas no geral, como gerador de empregos, como parte da composição do Balanço de Pagamentos, entre outras.

Percebe-se também a relação do turismo com o contexto econômico em um dado momento. Os dados de desembarques internacionais, das receitas e das despesas geradas com o turismo de 2009 evidenciam esse fato. A grave crise financeira enfrentada pelos países já a partir do final de 2008 e em 2009 tiveram uma influência muito grande nos movimentos turísticos nesse período, fazendo com que os resultados de 2009 em relação a 2008 tivessem uma significativa diminuição. E não

apenas nessa crise, conforme visto, mas também em outros momentos, observa-se essa correlação do turismo com crescimento econômico. Geralmente há crescimento do turismo quando as economias dos países vão bem e vice-versa. Isso na verdade, seria interessante para outros estudos. Analisar mais profundamente como que se estabelece essa relação entre turismo e crescimento econômico.

De qualquer maneira, o turismo hoje em dia desponta como uma das atividades mais ágeis. Estima-se que já em 2010 o turismo volte a obter os resultados recordes de 2008. Economicamente e socialmente, essa atividade traz diversos benefícios para uma região. Cabe a nós darmos devida atenção ao estudo do turismo, suas conseqüências, formas de mensuração e demais aspectos envolvendo esse fenômeno.

6 REFERÊNCIAS

ARENDIT, E. J. **Introdução à Economia do Turismo**. Campinas - SP. Editora Alínea, 2000. 2ª Edição

BALANÇO DE PAGAMENTOS BRASILEIRO, Banco Central do Brasil. Disponível em: <<http://www.bcb.gov.br/?SERIEBALPAG>>. Acesso em: 16 out. 2010

BEZERRA, M. M. de O. **Turismo e financiamento: O caso brasileiro à luz das experiências internacionais**. São Paulo: Papyrus, 2005.

BOLETIM DE DESEMPENHO ECONÔMICO DO TURISMO. FGV. Ano VII, nº 26. Abril, 2010. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/conjuntura_economica/boletim_desempenho_turismo/>. Acesso em: 23 set. 2010.

BOULLÓN, R. **Planejamento do espaço turístico**. Tradução de Josely Vianna Baptista. São Paulo: EDUSC, 2002. 278p. (Coleção Turis).

Economia do Turismo: Análise das atividades características do turismo. Rio de Janeiro, 2007. Disponível em: <http://200.143.12.93/export/sites/default/dadosefatos/outros_estudos/estudos_ibge/downloads_estudos_pesquisas_IBGE/economia_turismo___dados_de_2003.pdf>. Acesso em: 11 set. 2010.

FERNANDES, I. P.; COELHO, M. F. **Economia do turismo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002.

GOVERNO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL – SECRETARIA DA COORDENAÇÃO E PLANEJAMENTO. PROJETO RS 2010 – COMÉRCIO E TURISMO. 1998.

JAÉN ÁVILA, J. M. Aspectos socioeconómicos y educativos en el turismo. 1999. IN SILVA, J.A.S.; **O Turismo como Atividade Econômica: enfoque de demanda x enfoque de oferta**. TurYDes, vol1, nº1. Outubro, 2007. Disponível em: <<http://www.eumed.net/rev/turydes/01/jass.htm>>. Acesso em: 28 ago. 2010

LAGE, B. H. G.; MILONE, P. C. **Economia do Turismo**. São Paulo: Atlas, 2009. 7 edição

LEMOS, L de. **Turismo: Que negócio é esse?** Uma análise da economia do turismo. São Paulo: Papyrus, 2001.

LEMOS, L. **O Valor Turístico: (Re)Definindo a Economia do Turismo**. USP. Outubro, 2003. Disponível em: <<http://www.revistaturismo.com.br/artigos/valortur.html>>. Acesso em: 22 ago. 2010.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Estatísticas e Indicadores - Turismo Mundial 2009. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/estatisticas_indicadores/downloads_estatisticas/Estatxstica_e_Indicadores_de_turismo_no_Mundo_-_2009_1__3_.pdf>. Acesso em: 11 set. 2010.

MONTEJANO, J.M. **Estrutura do Mercado Turístico**. São Paulo, Roca, 2001.

MUÑOZ DE ESCALONA, F.M. Crítica de la economía turística: enfoque de oferta versus enfoque de demanda. 1991. IN SILVA, J.A.S.; **O Turismo como Atividade Econômica: enfoque de demanda x enfoque de oferta**. TurYDes, vol1, nº1. Outubro, 2007. Disponível em: < <http://www.eumed.net/rev/turydes/01/jass.htm>>. Acesso em: 28 ago. 2010.

PAULANI, L. M.; BRAGA, M. B. **A Nova Contabilidade Social**. São Paulo, Saraiva, 2000.

SALTO, M. El impacto del turismo sobre el desarrollo económico: el caso de Argentina. 1998. IN SILVA, J.A.S.; **O Turismo como Atividade Econômica: enfoque de demanda x enfoque de oferta**. TurYDes, vol1, nº1. Outubro, 2007. Disponível em: < <http://www.eumed.net/rev/turydes/01/jass.htm>>. Acesso em: 28 ago. 2010

SILVA, J.A.S.; **O Turismo como Atividade Econômica: enfoque de demanda x enfoque de oferta**. TurYDes, vol1, nº1. Outubro, 2007. Disponível em: < <http://www.eumed.net/rev/turydes/01/jass.htm>>. Acesso em: 28 ago. 2010

UNWTO FACTS AND FIGURES. UNWTO Tourism Highlights, 2010 Edition. Disponível em: <<http://www.unwto.org/facts/eng/highlights.htm>>. Acesso em: 15 set. 2010.

Wahab, Salah,E.A. Introdução à Administração do Turismo. 1991 IN ARENDIT, E. J. **Introdução à Economia do Turismo**. Campinas - SP. Editora Alínea, 2000. 2ª Edição

**ANEXO A – TABELA REFERENTE À CONTA VIAGENS INTERNACIONAIS DO
BALANÇO DE PAGAMENTOS BRASILEIRO.**

Discriminação	US\$ milhões										Sistema Séries Temporais Nome das séries	
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008		2009
Viagens internacionais	-157	-2084	-1468	-398	218	351	-858	-1448	-3258	-5777	-5594	Viagens internacionais (líquido)
Recetta	128	1910	1731	1898	2479	3222	3861	4316	4853	5785	6305	Viagens internacionais - total (recetta)
Fins educacionais, culturais ou esportivos	2	4	3	7	7	7	7	9	11	11	11	9) Viagens internacionais - fins educacionais, culturais ou esportivos (recetta)
Funcionários de governo	0	1	2	24	24	23	28	20	21	26	26	22) Viagens internacionais - funcionários de governo (recetta)
Negócios	26	30	23	21	22	28	40	43	49	59	47	Viagens internacionais - negócios (recetta)
Por motivos de saúde	6	5	7	11	8	9	18	26	25	36	35	Viagens internacionais - por motivos de saúde (recetta)
Turismo	76	618	631	837	1181	1550	1688	2047	2352	2855	2016	Viagens internacionais - turismo (recetta)
Cartões de crédito	878	1163	1064	998	1238	1605	2111	2170	2495	2799	3175	Viagens internacionais - cartões de crédito (recetta)
Despesa	-3085	-3884	-3189	-2396	-2261	-2871	-4720	-5764	-8211	-10862	-10898	Viagens internacionais - total (despesa)
Fins educacionais, culturais ou esportivos	-37	-77	-72	-63	-68	-75	-93	-118	-107	-142	-49	Viagens internacionais - fins educacionais, culturais ou esportivos (despesa)
Funcionários de governo	-7	-9	-10	-35	-42	-48	-38	-37	-43	-37	-55	Viagens internacionais - funcionários de governo (despesa)
Negócios	-157	-197	-181	-161	-157	-189	-253	-282	-327	-471	-320	Viagens internacionais - negócios (despesa)
Por motivos de saúde	-8	-8	-6	-8	-6	-7	-8	-16	-15	-17	-18	Viagens internacionais - por motivos de saúde (despesa)
Turismo	-986	-1867	-1276	-829	-741	-960	-1333	-2182	-3012	-3902	-3870	Viagens internacionais - turismo (despesa)
Cartões de crédito	-89	-1935	-1651	-1011	-1241	-1632	-2396	-3127	-4701	-6493	-6587	Viagens internacionais - cartões de crédito (despesa)

ANEXO B – VARIAÇÃO DAS RECEITAS E DESPESAS CAMBIAS TURÍSTICAS

Mês	2009		2010		Variação % Receita 2009/2010	Variação % Despesa 2009/2010
	Receita	Despesa	Receita	Despesa		
Jan	495	746	566	1.216	14,22	63,07
Fev	433	553	511	1.002	18	81,11
Mar	494	618	578	1.121	17,07	81,47
Abr	388	770	461	1.229	18,86	59,58
Mai	354	779	408	1.156	15,42	48,31
Jun	403	987	416	1.325	3,29	34,22
Jul	445	1.045	438	1.536	-1,54	47,09
Ago	456	916	489	1.302	7,3	42,18
Set	401	1.053	454	1.580	13,34	50
Out	451	1.236				
Nov	469	983				
Dez	516	1.212				
Total	5.305	10.898	4.321	11.467	12	56

Fonte: Banco Central do Brasil. Em US\$ milhões.

