

O IMPACTO DO TURISMO NO DESENVOLVIMENTO REGIONAL.

Carine Leal Fraga Paiva¹, Friedhilde Maria Kustner Manolescu²

¹Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento do Vale do Paraíba, Av. Shishima Hifumi, 2911
12244-000 – Bairro Urbanova -São José dos Campos – SP, carine_fraga@terra.com.br

² Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento do Vale do Paraíba, Av. Shishima Hifumi, 2911
12244-000 – Bairro Urbanova -São José dos Campos – SP,frida@univap.br

Resumo: O turismo constitui uma das indústrias que mais contribui para a geração de empregos e renda de uma economia. Este resultado se dá através do efeito multiplicador Keynesiano, que ativa todos os setores da economia, aqueles diretamente relacionados ao aspecto da viagem a trabalho ou a lazer como : transportes, hospedagens, alimentação, entretenimento, e indiretamente relacionados com o deslocamento, tais como : televisores, roupas de cama, materiais de higienização, comunicação, energia, manutenção, etc. O adequado planejamento econômico do turismo exige conhecer detalhadamente os impactos econômicos sociais e ambientais gerados por sua atividade. Esta indústria pode contribuir para o desenvolvimento regional, envolvendo desta maneira a comunidade local no planejamento permanente da ocupação do espaço e na distribuição dos frutos do processo do crescimento, contribuindo para o desenvolvimento regional mais homogêneo do país.

Palavras-chave: Turismo, multiplicador de renda e emprego, desenvolvimento regional

Área do Conhecimento: VI Ciências Sociais Aplicadas

Introdução

O turismo constitui um dos principais geradores de emprego e renda de uma economia. Segundo Beni (2005) este setor é responsável por mais de três trilhões e quatrocentos milhões de dólares na economia e gera duzentos e sessenta milhões de empregos no mundo. Porém, no Brasil este setor ainda não está devidamente desenvolvido, necessitando, portanto, mais investimento, afim de contribuir para multiplicação de renda e absorção de emprego.

Casemiro Filho (2002) defende o investimento no turismo pois acredita que, com cada milhão a mais de investimento, o país triplica o número de empregados pois o turismo é composto de diversos setores, os quais possibilitam absorção de mão de obra menos qualificada, contribuindo, desta maneira, para melhor distribuição de renda, minimizando, assim, as disparidades regionais.

A autora Becker (2001), escreve que o turismo é o grande marco do século, para acelerar o desenvolvimento regional. O planejamento deste setor em cada região de acordo com as suas vantagens comparativas e adequado marketing estimula a oferta e a demanda de serviços locais criando emprego, renda, fomentando desta forma a economia regional e seu desenvolvimento.

Ela descreve que com a ajuda de geógrafos, biólogos, economista, arquitetos, engenheiros, é possível readequar determinada região e fazer com que esta se torne forte em algum dos segmentos, como lazer, cultura, negócios, religiosidade etc.

Saab (2003) afirma que no Brasil o turismo não gera mais renda e não cresce como setor por haver defasagem na sua estrutura, pois são poucos os hotéis de luxo, os meios de transportes e a infraestrutura são inadequados, o que faz com que a economia não se desenvolva como deveria.

Materiais e Métodos:

O presente artigo é de natureza descritiva, fundamentando-se em uma vasta revisão bibliográfica sobre o assunto, fazendo-se uso de dados coletados em livros, revistas, sites e periódicos relacionados ao tema.

Segundo Munhoz (1989) os estudos descritivos “transmitem uma constatação, enriquecida muitas vezes com cruzamento de informações, de modo a que se possa visualizar um campo mais amplo de observação”.

Resultados:

O efeito multiplicador

Assis (2007) lembra que do ponto de vista do efeito multiplicador keynesiano, investir em gente é tão bom quanto investir em obras. O salário do trabalhador vira demanda efetiva do empresário, a demanda requer mais investimento, o investimento gera emprego, o emprego gera mais demanda efetiva, e assim por diante, num círculo virtuoso keynesiano. Obviamente, o investimento em infraestrutura, e especialmente em logística e energia, tem também um tremendo efeito multiplicador,

pois implica em ampliar diretamente emprego e renda em larga escala no país.

Para Canziani (2006) é, indiscutível o turismo como gerador de emprego e renda para a população brasileira. O autor acredita que o investimento político e econômico nesta indústria muito contribuirá para a diminuição do grande problema social, o desemprego, que gera miséria e subnutrição do povo. O país tem um excedente de mão-obra desempregada independente da qualificação profissional que necessita de trabalho. O setor de turismo absorve trabalhadores de vários perfis, níveis de conhecimento e de especialização, dada a multiplicidade de ocupações necessárias para a sua operacionalidade..

Segundo Barbosa (1998), analisando o turismo no aspecto econômico, temos a atividade turística importante, não somente pelo aspecto de viajar a trabalho ou a lazer, mas, sim, pelas conseqüências não-intencionadas deste ato.

Para Cooper (2001) os valores dos gastos efetuados pelos turistas representam somente parte dos impactos econômicos gerados. Para analisar profundamente, é necessário observar outros aspectos, como:

- Efeito direto: entrada de dinheiro através de investimentos, gerando impacto imediato no setor;
- Efeitos indiretos e induzidos: necessidade de fornecedores de segmentos variados.
- “Vazamento” : gastos locais, como a compra de produtos importados para suprir a necessidade dos turistas;
- Deslocamento de mão-de-obra e custos de oportunidade, como tornar-se atraente para empregados de outros setores se sentirem seduzidos a trabalhar com o turismo.

O efeito multiplicador é citado freqüentemente como forma de capturar efeitos secundários do gasto turístico e prova do grande alcance dos seus benefícios em diferentes setores da economia.

Desenvolvimento Regional

Segundo Lima & Oliveira (2003) quando se pensa em desenvolvimento regional deve-se, antes de mais nada, envolver a comunidade local no planejamento permanente da ocupação do espaço e na distribuição dos frutos do processo de crescimento. Caso não exista uma aproximação da população entre suas vontades e as vontades de políticas governamentais, torna-se notória a ocupação irregular das áreas, ou seja, é possível observar o desenvolvimento irregular da região. Se a população esta envolvida como um todo no projeto, acreditará que a urbanização trará felicidade para todos. Este é um exemplo claro da cidade de Pirenópolis - GO, onde moradores saem de suas casas para a construção de bares e lojas

que atendem aos turistas, e acreditam estarem participando do desenvolvimento da cidade e criando novas oportunidades de empregos.

Para Kotler (1994), a indústria do turismo é, sem sombra de dúvidas, o setor da economia que melhor conduz uma região, ou país ao desenvolvimento, pois seu sistema de intercâmbio social, cultural e a distribuição de renda que decorre de gastos dos turistas em diversas áreas da economia somados ao seu elevado multiplicador de renda é o elemento marcante desta atividade.

Segundo Cooper (1993) o desenvolvimento do turismo não atingirá seu ponto ótimo caso seja deixado inteiramente nas mãos do setor público ou do privado, já que o setor público teoricamente voltará seus objetivos para maximizar os benefícios sociais e o setor privado maximizará os lucros.

Externalidades

Polèse (1998) escreve sobre as externalidades e explica que o conceito está diretamente vinculado à noção de espaço geográfico. Existem, em qualquer local, externalidades positivas e externalidades negativas.

Quando a externalidade é positiva tem-se uma fonte de economia externa, também chamada de efeito de transbordo ou efeito de vizinhança (*neighbourhood*). Quando a externalidade é negativa tem-se uma fonte de deseconomia externa, normalmente relacionada a aspectos ambientais – engarrafamentos, poluição, etc.

O setor de turismo apresenta externalidades positivas e também negativas, ambas devem ser levadas em consideração no planejamento.

Planejamento Regional e Urbano

Segundo Ansarah (2001), o planejamento "consiste em um conjunto de atividades que envolvem a intenção de estabelecer condições favoráveis para alcançar objetivos propostos. Ele tem como objetivo o aprisionamento de facilidades e serviços para que uma comunidade atenda seus desejos e necessidades".

Para Agnes (2003), a criação de áreas de proteção ambiental e demais áreas naturais protegidas servem como um dos pontos principais dos elementos de estratégia para a conservação da natureza, tendo como principal objetivo a preservação de espaços com atributos ecológicos importantes e educação dos agentes sobre a importância do meio em que vivemos.

Alguns autores, falam sobre a importância do Marketing, para que tais regiões se desenvolvam. Para Rein (2005) atrair investimento para região torna-se um grande desafio, pois hoje, as

indústrias estão cada vez mais seletivas com o local de suas instalações, Por este motivo, diversos profissionais e empresas trabalham para fazer com que regiões tornem-se atrativas para tais investimentos.

Esses profissionais sabem como as empresas normalmente tomam a decisão de investir em determinada região. Estas, analisam diversos aspectos, que são chamados de ' fatores de atração' , que são estudados em duas categorias:

- Concretos: são fatores que podem ser mensurados através de dados, como por exemplo :estabilidade econômica, produção, infra-estrutura, logística, incentivos governamentais, etc.

- Abstratos: são fatores abstratos do local, mais difíceis de serem quantificados, como por exemplo, qualidade de vida, cultura, estilo de gestão, empreendedorismo, etc.

Uma região precisa atrair atividades econômicas, pertinentes a seus objetivos de desenvolvimento , criando estratégias de marketing agressivas, para atrair investimentos como é o caso da cidade de Itajubá, que tem como pretensão tornar-se uma comunidade voltada para educação e cultural que se utiliza de ciência e tecnologia como diferencial.

Essa cidade possui em seu planejamento metas ousadas, como foi a de, em 2002, zerar seu índice de analfabetismo. Com base em tornar-se uma referênci turística de tecnologia, criou uma incubadora tecnológica . Esse planejamento bem delineado, fez com a cidade fosse o maior IDH do estado de Minas Gerais no ano de 1996, além de alojar 5 vezes mais o número de pesquisadores referente a média nacional por cidade.

Para Arantes (2000),as tendências atuais do planejamento urbano e, particularmente, do inspirado no planejamento estratégico, enfatizam a cultura como emblema, utilizando este como rótulo para obtenção de adesões unânimes, que possuem por trás interesses e finalidades efetivamente estratégicas. Na verdade, essa ênfase na perspectiva cultural por parte do planejamento territorial é chamada de Cultural Turn.

Discussão

Padovani(2006) , escreve sobre a atualidade do turismo e o conjunto de atividades relacionadas a esta área é um dos principais negócios do mundo e tem sido uma das atividades que mais tem se desenvolvido na última década.

O faturamento do turismo nesse período coloca o setor ao lado da indústria petrolífera, da indústria automobilística, da indústria de armamentos e dos serviços financeiros, incluindo uma gama variada das de outras atividades.

O autor reforça, sobre a importância de se analisar a indústria do turismo não apenas sob o

foco voltado para a geração de empregos, ou de uma nova possibilidade econômica regional. Estes pensamentos são os reais vilões de alguns países, pois geram a impossibilidade de maior exploração de seu potencial, como é o caso do Brasil.

Não podemos esquecer que do ponto de vista social, o Brasil, sofre com diversos problemas, como a exploração do trabalho infantil e a má utilização do trabalho temporário. Além disso, não podemos esquecer do turismo sexual, muito utilizado no país, com exploração da prostituição muitas vezes de adolescentes e crianças.

No anuário do turismo publicado pela revista Exame em abril de 2007, tem-se a informação que o turismo é o setor que mais cresce no mundo, e que em 2020 será responsável por 2 trilhões de dólares do faturamento mundial.

Em 2006, obteve-se um marco em viagens internacionais. O ato de ir a outro país com intuito turístico foi realizado 842 milhões de vezes ao redor do mundo, isso significa que que cada um de oito habitantes do mundo viajou para outro país.

Estas visitas, foram responsáveis por 710 bilhões de dólares deixados nos países visitados, uma média de 845 dólares por pessoa.

Este setor é importante, pois sozinho é responsável por 6% das vendas de bens e serviços no mundo, e este número tende a crescer, segundo dados da OMT, pois o número de turistas deve aumentar 4,1% nos próximos anos. Estes turistas devem deixar nos locais visitados uma média de 2 trilhões de dólares por ano em suas viagens, o que faz com que o turismo não seja apenas imprtante para economia, mas sim, o setor de maior magnitude do planeta.

O setor do turismo, possui vantagens que o tornam com grande potencial, pois uma de suas principais características é o engajamento do setor privado, já que esse é o dominante na área. Essas empresas são líderes no quesito contratação de ,mão-de – obra em um curto espaço de tempo. Diversos estudos, demonstram que nenhum outro setor é capaz de gerar colocações tão rapidamente quanto a indústria do turismo

Paiva(2004), escreve sobre o Artigo 180 da Constituição Federal que diz: “ A União, o Distrito Federal, os Estados e os Municípios, deverão incentivar e promover o turismo, como fator de desenvolvimento social e econômico”, porém,a autora nos fala do não desdobramento desse contexto nas reais necessidades locais, pois a infra-estrutura do país é muito pequena frente a necessidades dos profissionais e pelo mercado turístico. Além disso, a Constituição, não indica de que maneira esses incentivos poderão ser utilizados, prova disso, é que o turismo não esta como prioridade do país.

Uma das maneiras de colocar o Brasil dentro do ritmo mundial, é organizar o turismo com visão de singularidade, ou seja, tratar cada região como única, pois em um mundo globalizado a competição entre cidades será igual ou maior do que entre países.

Sendo assim, em 2003 deu-se início à discussão da proposta de criação do Programa de Regionalização, que tem como principal objetivo iniciar um processo de diversificação da oferta turística brasileira, ordenando as regiões em roteiros, a fim de aumentar a competitividade dos produtos turísticos em todos os estados.

Teoricamente, esse processo tem respaldo na teoria dos clusters que nada mais é que a economia de aglomeração aplicada ao turismo, ou seja, procuram-se estruturar atrativos e infraestrutura para oferecer produtos turísticos diferenciados.

Mas para que tais resultados sejam alcançados, é extremamente necessário que o poder público possibilite sua concretização, através de ações estratégicas, como : capacitação de recursos humanos, abertura de linhas de financiamento, melhoria da infra-estrutura turística, revitalização de patrimônios históricos, etc.

4. Conclusão:

Para desenvolver uma região diversas políticas podem ser adotadas e diferentes setores desenvolvidos, mas como foi possível analisar neste trabalho, o turismo é a indústria que mais cresce no mundo, podendo ser desenvolvido em qualquer região, de acordo com as características locais e suas potencialidades.

Depende somente, de um bom planejamento e união das forças interessadas. Com o apoio da comunidade, profissionais especializados e envolvimento governamental é possível transformar uma região em um centro turístico.

No Brasil, o setor ainda esta engatinhando, por diversos problemas : políticas governamentais não são claras, falta de incentivos fiscais e financeiros, planejamentos locais inexistente ou ineficazes, falta de envolvimento dos agentes da região.

Referências :

BENI Mário Carlos, Análise Estrutural do Turismo, São Paulo :Ed. SEBRAE 2005.

CASIMIRO FILHO Francisco, Contribuição do turismo á economia brasileira, Ed. Piracicaba 2002.

BECKER Berta K., Políticas e planejamento do turismo no Brasil,São Paulo, 2001.

SAAB, William George Lopes. Considerações sobre o desenvolvimento do setor de turismo no Brasil. BNDES Setorial, Rio de Janeiro, 2003.

ASSIS J. Carlos, O pleno emprego como alternativa ao liberalismo. Editorias Desemprego.

CANZIANI Alex, A importância do turismo para o Brasil 2006.

BARBOSA, Luiz G. The economics aspects of an ecotourism development at Amazonas State. 1998.

COOPER, C. P. Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management. London: Belhaven, 2001

LIMA & OLIVEIRA. Elementos endógenos do desenvolvimento regional: considerações sobre o papel da sociedade local no processo de desenvolvimento. Revista FAE, Curitiba, v.6, n.2, maio/dez. 2003.

KOTLER, P. Marketing Público - Como atrair investimentos, empresas e turismo para cidades, regiões, estados e países. São Paulo, Makron Books, 1994.

COOPER, R. G. Winning at New Products: Accelerating the Process from Idea to Launch. Second Edition. Reading: Addison-Wesley Publishing, 1993.

POLÈSE, Mario. Economia urbana e regional: lógica espacial das transformações econômicas. Coimbra: APDR, 1998.

ANSARAH, Marília Gomes dos Reis (Org.). Turismo. Como aprender, como ensinar. São Paulo: Editora SENAC, 2001.

REIN Irving, Marketing de lugares, São Paulo : Pearson 2005.

ARANTES, O. Uma estratégia fatal: a cultura nas novas gestões urbanas. In: ARANTES, O.; VAINER, C.; Maricato, E. A cidade do pensamento único: desmanchando consensos. Petrópolis: Vozes, 2000.

PAIVA Silvia Maria Caldeira, Os programas governamentais para o desenvolvimento do turismo, São Paulo, 2004.

Anuário do Turismo, revista Exame, abril, 2007.

PADOVANI Eliane Guerreiro Rossetti, Artigos O Programa de Regionalização do Turismo-RJ, 2006.