

DESENVOLVIMENTO REGIONAL ATRAVÉS DO TURISMO: GERAÇÃO DE EMPREGO E RENDA*

TOURISM REGIONAL DEVELOPMENT: GENERATION OF EMPLOYMENT AND INCOME

Camila Fagundes¹
Mary Sandra Guerra Ashton²

RESUMO

O presente estudo é parte da pesquisa em andamento intitulada A Contribuição do Turismo para o Desenvolvimento Regional: uma análise do Vale do Rio dos Sinos, com apoio do CNPQ, a qual está sendo realizada junto ao grupo de Desenvolvimento Regional na Feevale/RS. Este trabalho propõe uma análise a partir do município de Novo Hamburgo, no Rio Grande do Sul, com o objetivo de investigar a possível geração de emprego e renda através da atividade turística. O método utilizado foi o exploratório por meio de revisão bibliográfica e pesquisa de campo no município em questão. Os resultados preliminares atingidos até o momento foram significantes, demonstrando que o turismo pode gerar desenvolvimento.

Palavras-chave: Turismo. Desenvolvimento Regional. Geração de Emprego. Inovação.

ABSTRACT

This paper is part of the in-process research called "The Contribution of Tourism for the Regional Development: an analysis of Rio dos Sinos Valley", which is being carried out by the group of "Regional Development" at Feevale/RS, with CNPQ's support. It suggests an analysis starting from the city of Novo Hamburgo, in Rio Grande do Sul state, aiming to investigate possible job and income generation through tourist activity. The used method was the exploratory one through bibliographical revision and field research in the city above mentioned. The preliminary results reached so far were significant, which shows tourism can generate development.

Keywords: Tourism. Regional Development. Job Generation. Innovation.

*Artigo apresentado no Semintur Jr: Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul realizado nos dias 9 e 10 de julho de 2010 na Universidade de Caxias do Sul/RS.

¹ Acadêmica do Curso de Turismo da Universidade Feevale e Bolsista de Iniciação Científica. E-mail: camilafagundes@feevale.br.

² Doutora em Comunicação Social pela PUCRS. Professora titular, atua na pesquisa, no ensino e na extensão na Universidade Feevale. E-mail: marysga@feevale.br.

INTRODUÇÃO

O turismo está em pauta nas principais discussões que giram em torno dos caminhos tomados pela sociedade atualmente. Registra-se o crescimento do número de viajantes por todos os lugares do mundo e dos benefícios econômicos e sociais gerados por essa movimentação de pessoas. A disponibilidade de novas rotas aéreas, facilidades na compra de passagens, informações sobre os destinos disponíveis no mercado, as diversas propostas de entretenimento, entre outros, estão entre os responsáveis pelo aumento do número de deslocamentos motivados por lazer e turismo. Economistas, políticos e gestores dos setores vinculados ao turismo dedicam-se a direcionar seu foco de atuação e investimento em áreas que têm ligação com a atividade turística.

Assim, o turismo consolida-se como atividade geradora de emprego, renda e desenvolvimento econômico, principalmente, em países que apostaram nesse ramo de atividade e realizaram investimentos de todas as ordens – capacitações profissionais, revitalizações tanto de áreas públicas quanto privadas, além da oferta de novos serviços e produtos turísticos direcionados a todas as faixas etárias e para todos os gostos da população.

Desse modo, a temática do presente artigo gira em torno das questões que envolvem a empregabilidade e a geração de renda do setor de turismo no município de Novo Hamburgo, no Rio grande do Sul, com o objetivo de investigar a geração de emprego e renda nas empresas do ramo situadas em Novo Hamburgo. O método utilizado é o de pesquisa exploratória descritiva, por meio de revisão bibliográfica, para o aprofundamento teórico acerca das categorias adotadas e de análise dos dados resultantes das entrevistas realizadas com os gerentes e proprietários de empresas ligadas ao setor turístico em nível municipal. Os dados aqui apresentados ainda são preliminares e fazem parte do projeto de pesquisa em andamento intitulado A Contribuição do Turismo para o Desenvolvimento Regional: uma análise do Vale do Rio dos Sinos, com apoio do CNPq.

1 TURISMO: DESLOCAMENTOS QUE GERAM MILHÕES

Considerada uma das atividades mais importantes e de maior expansão, o Turismo vem se consolidando a cada dia que passa por trazer uma série de benefícios socioeconômicos aos residentes do local de destino e até da região (DIAS; AGUIAR, 2002).

A atividade turística vem superando setores como o da indústria e o da agricultura. Esse fato se deve, principalmente, pelo efeito multiplicador do turismo, além de possuir, entre suas características, fundamentais, a necessidade de agregar diversas áreas para o seu desenvolvimento. Assim, o turismo depende e compõe-se de vários elementos, como equipamentos, serviços, infraestrutura, atrativos aos quais se relaciona. Portanto, diversas áreas estão intrinsecamente associadas ao turismo, como é o caso da rede hoteleira, do setor de alimentação, como bares, restaurantes e similares, lojas e comércio em geral, agências de viagens e transportes, entretenimento e atrativos dos mais variados, entre outros (OLIVEIRA, 2007).

Países que buscam, de alguma forma, se desenvolver economicamente estão apostando no turismo como alternativa de investimento, pois a atividade pode ser capaz de contribuir para a melhoria da qualidade de vida da comunidade autóctone, principalmente, por meio da geração de emprego e renda, que tem seu reflexo no bem-estar da sociedade e, assim, contribuindo para o desenvolvimento socioeconômico de cidades e regiões (FILHO, 2002).

Tomando-se como exemplo o ano de 2008, observa-se que essa atividade foi responsável por 921,8 milhões de turistas circulando pelo mundo, gerando uma receita cambial de 944,400 milhões de dólares. O Brasil também assiste ao crescimento dessa atividade - dados do Banco Central divulgados pelo Ministério do Turismo comprovam isso. Apenas no mês de fevereiro deste ano de 2010, foi registrada a entrada de US\$ 511 milhões de dólares no país, trazidos por turistas estrangeiros, correspondendo a um aumento de 18%, se comparados ao mesmo mês do ano anterior, a melhor marca histórica desde o início do Banco Central em 1947.

2 O TURISMO COMO FENÔMENO ECONÔMICO: GERAÇÃO DE EMPREGO E RENDA

O turismo é uma atividade econômica marcante e vem se tornando um referencial para diversos países. No Brasil, destaca-se que, após a implantação do Plano Real, o país cresceu socioeconomicamente, de forma que a população passou a entender o poder de compra da moeda e a buscar alternativas mais dinâmicas para a geração de renda. Atualmente, viajar tornou-se uma opção da população economicamente ativa e bem-informada devido a vários fatores, entre eles, pode-se citar: a entrada de novos mercados, a ampliação do tempo livre, as melhorias nos meios de comunicação e, principalmente, nos meios de transporte,

fazendo com que as pessoas aproveitem mais seu tempo investindo em viagens, tanto as motivadas por negócios quanto as que têm a motivação no lazer.

Respondendo por aproximadamente 10% do PIB mundial, representando investimentos de capital superiores a US\$ 776 milhões em novas instalações e equipamentos. A OMT, por sua vez, prevê um crescimento no setor de 4% a 5% por ano, podendo atingir a meta de 6,7% no ano de 2020, enquanto se estima para a economia mundial, em seu todo, um crescimento inferior a 3% (OLIVEIRA, 2007, p. 194).

A partir do século XX, o turismo passou a ocupar um espaço diferenciado no mercado mundial, fazendo com que diversos países apostassem suas reservas nele como diferencial econômico. Mas foi especificamente na década de 1950 que ele evoluiu “projetando-se como um dos mais importantes setores econômicos do mundo” (OLIVEIRA, 2007, p. 193). O turismo mereceu destaque econômico, passando a atingir grande parte da população mundial e gerando uma série de ganhos a diversos setores.

Uma explicação para este crescimento é que o turismo é uma atividade econômica de múltiplos componentes, na qual muitas partes estão intrinsecamente associadas a outros setores econômicos: aviação, transporte rodoviário, marítimo e fluvial, lojas de *souvenirs*, stands de concessionárias, restaurantes [...]. (OLIVEIRA, 2007, p. 194).

Deve-se salientar que o turismo, a partir do século XX, impôs a transformação dos tradicionais padrões de produção e consumo. O dinamismo da sociedade atual exige mudanças de comportamentos na prestação de serviços e na produção dos produtos. O cliente mudou e as empresas prestadoras de serviços, cada vez mais, devem atender as necessidades de um consumidor exigente, bem-informado e seguro das suas opções de consumo. As empresas do setor têm de atender as expectativas desse novo cliente, para não padecerem, para se manterem competitivas num mercado altamente dinâmico, mutante, exigente e competitivo (URRY, 1996).

Desse modo, surge o termo inovação como símbolo de competitividade empresarial. Para Pimenta (2006, p. 114), “as inovações dão origem a uma nova geração de produtos e serviços, substituindo os produtos e serviços convencionais”. Assim, gera-se a necessidade de uma adaptação imediata de dois lados: do consumidor e do produtor. Porém, esse processo deve se desenvolver mantendo um equilíbrio entre ambos, na prática, o consumidor é mais rápido nas suas exigências e necessidades geradas pela sociedade contemporânea do que as empresas. Essas são mais lentas e demoradas nesse tipo de adaptação, por exigir um

dinamismo tanto na sua estrutura física quanto nos recursos humanos, que passam a demandar novas atitudes e novos comportamentos e, assim, a necessidade de capacitações.

Destaca-se que esse processo pode ser oneroso para todo o setor empresarial, que deve se manter em constante atualização de produção e de serviços, e que, sem ele, se perde em competitividade, não se conseguindo atender os desejos e as necessidades dos turistas, que passam a direcionar seu olhar para outros produtos e destinos turísticos disponíveis no mercado (URRY, 1996).

A inovação, nas empresas do setor de turismo, torna-se fundamental elemento de competitividade. O consumidor atual busca o que tem de melhor no mercado, o que cabe no gosto e no orçamento, assim, o setor de viagens se mantém em constante crescimento. Com relação ao mês de fevereiro de 2010, de acordo com dados da Infraero divulgados pelo Ministério do Turismo, foram registrados 619.660 desembarques internacionais em aeroportos do Brasil, o que corresponde a um aumento de 22,06%, se comparados ao mesmo mês do ano de 2009. O mesmo aconteceu com relação aos desembarques nacionais, com uma movimentação de 4,92 milhões de passageiros em aeroportos do Brasil inteiro nos três meses iniciais de 2010, registrando um crescimento de 35,08% em relação ao ano anterior (www.ministeriodoturismo.com.br).

De toda essa movimentação de turistas no mundo, mas, principalmente, com relação ao caso brasileiro, obtém-se como resultado a geração de benefícios para a comunidade local, refletindo no aumento dos empregos e de todo o poder de consumo dessa população empregada. O turismo possui uma grande vocação nesse aspecto, conforme aponta Filho (2002).

Para a quantificação de empregos gerados é admitida a hipótese de que o aumento na demanda final leva ao crescimento da produção na mesma proporção, implicando aumentos de emprego e expansão da renda, o que leva, por sua vez, ao aumento de demanda por bens de consumo por parte das famílias, implicando aumento da produção desses bens, o que resulta em aumento de emprego nesses setores (FILHO, 2002, p. 133).

Nesse contexto, a população empregada passa a consumir mais produtos aos quais, antes, não teria acesso. “Todo aumento de demanda corresponde a um aumento de produção, assim qualquer aumento de produção corresponderá proporcionalmente um aumento no nível de emprego” (NAJBERG; IKEDA, 1999, p. 5). Forma-se, desse modo, um ciclo de desenvolvimento por meio da geração de empregos. O turismo, por sua vez, tem a capacidade

de gerar empregos diretos e indiretos por estar relacionado a vários setores produtivos, além disso, está diretamente vinculado a uma rede denominada cadeia produtiva do turismo.

Lickorish (2000, p. 132) contribui com essa linha de pensamento. Para o autor, “quando um destino é bem sucedido o gasto dos turistas é amplamente difundido gerando um efeito multiplicador econômico”. O reflexo disso é que mais trabalhadores buscarão esse local, precisarão de mais casas para morar, lojas, transportes, serviços etc., provocando a instalação de postos de gasolina, táxis, ampliação do comércio, dos serviços que atendem a população residente e os turistas. Nesse cenário, haverá todo um incremento da economia e das condições de vida nesse local, portanto, aumentando também as atrações nesse destino.

3 METODOLOGIA

Neste artigo, utilizou-se o método de pesquisa exploratório descritivo, por meio de revisão bibliográfica, para a sustentação teórica, e pesquisa de campo para o levantamento de dados obtidos através de entrevistas realizadas com gerentes de hotéis, restaurantes, agências de turismo, transportadoras turísticas e organizadoras de eventos localizadas em Novo Hamburgo, como forma de atingir os objetivos propostos para esse trabalho. Assim, realizou-se um estudo no qual se buscou obter informações referentes ao nível de empregabilidade nas empresas ligadas ao setor de turismo.

3.1 PESQUISA DE CAMPO

A pesquisa de campo foi realizada entre os meses de março e abril de 2010, na qual se buscou verificar se houve geração de emprego e, conseqüentemente, de renda nas empresas ligadas ao setor turístico no município em questão. Considerando-se a análise dos questionários aplicados aos gerentes dos principais serviços e equipamentos turísticos do município de Novo Hamburgo, apresentam-se, a seguir, os dados preliminares alcançados.

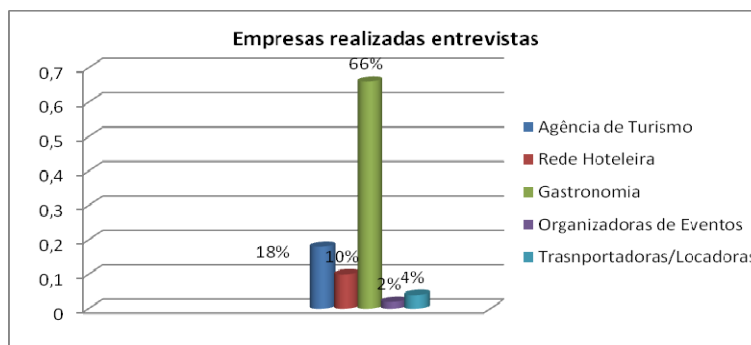


Gráfico 1 – Empresas realizadas entrevistas

Fonte: Pesquisa das autoras

Base: 50 entrevistados

De acordo com o gráfico 1, pode-se observar que, para os entrevistados, a gastronomia foi o segmento do mercado de turismo mais significativo em termos quantitativos, representando 66% dos indivíduos questionados para a pesquisa. Isso pode ser explicado pelo fato de existir bem mais estabelecimentos pertencentes a esse nicho de mercado no município do que se comparado com os outros.

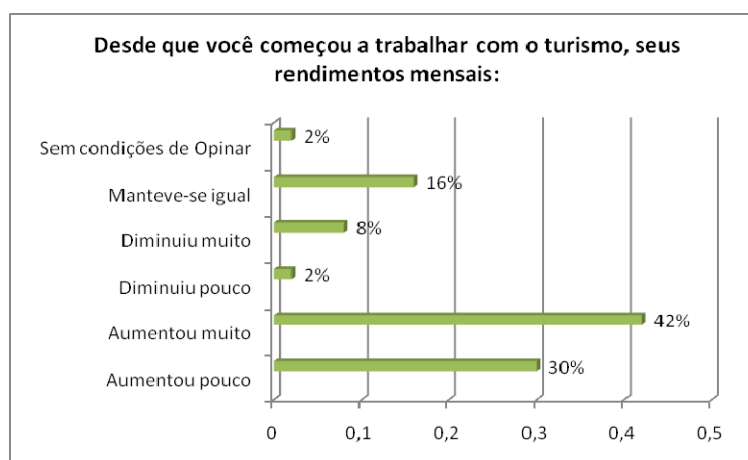


Gráfico 2 – Desde que você começou a trabalhar com o turismo, seus rendimentos mensais...

Fonte: Pesquisa das autoras

Base: 50 entrevistados

Conforme o Gráfico 2, 42% responderam que seus rendimentos mensais aumentaram muito desde que iniciaram o trabalho com turismo. Atualmente, a economia do turismo no Brasil vem crescendo, de acordo com dados divulgados pela World Travel & Tourism Council³ no dia 11 de março de 2010, após ter sido realizado um estudo com 181 países. O Brasil encontra-se na décima posição em se tratando do PIB do turismo. Em relação à geração

³ WT&TC: uma organização internacional que tem por objetivo a promoção de viagens e do turismo mundial.

de empregos diretos e indiretos, encontra-se na sétima posição mundial. Quanto aos investimentos realizados na atividade turística com rapidez de crescimento, o país ocupa o quinto lugar (WT&TC, 2010).

Esses dados podem ser confirmados através da ANAC (Agência Nacional de Aviação Civil), a qual, em março de 2010, divulgou dados com o aumento da procura pelo mercado doméstico em 32% e 10,8% no mercado internacional, comparados com o mesmo mês do ano de 2009, resultando em 35% de aumento no tráfego apenas nos primeiros três meses do ano. Esses dados demonstram que houve uma movimentação maior de turistas dentro do próprio país, no caso o Brasil, causando um aumento na demanda por serviços e equipamentos turísticos.

As características do mercado de turismo vêm se alterando com o passar do tempo. Apesar de ser um mercado relativamente novo, demonstra rápido crescimento, registrando um sensível aumento no número de empresas que atendem ao setor de turismo. Alterações também em relação ao tamanho dessas empresas dedicadas ao setor, que, no passado, eram consideradas pequenas e possuíam poucos colaboradores, sendo que o quadro atual mostra que muitas fusões e franquias dominam o mercado, ampliando o tamanho de muitas dessas empresas turísticas.

De acordo com a Organização Mundial do Turismo, a atividade turística gera 1 em cada 10 empregos no mundo, com perspectiva para atingir, brevemente, a marca de 1 a cada 9. Em outras palavras, cerca 10% da população economicamente ativa do mundo trabalha em atividade ligadas diretamente ou indiretamente ao turismo (FERNANDES; COELHO, 2002, p. 32).

Isso pode ser observado através do gráfico 3, no qual se vê que os proprietários das empresas respondentes informaram que o quadro de colaboradores era de zero a cinco funcionários por ocasião da inauguração, representando 52% da totalidade.

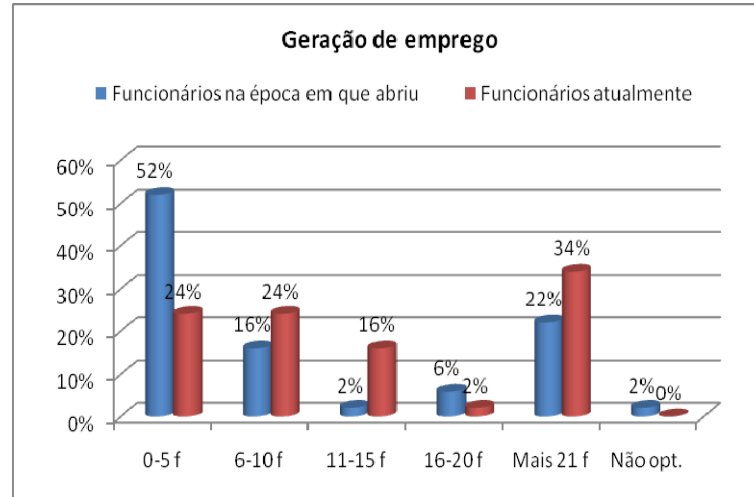


Gráfico 3 – Geração de emprego

Fonte: Pesquisa das autoras

Base: 50 entrevistados

Conforme os entrevistados, o gráfico 3 demonstra que a maioria das empresas, 52%, possuía de zero a cinco funcionários por ocasião de sua inauguração. Atualmente, já é aceitável, conforme a ilustração, que grande parte delas tem um quadro de colaboradores maior, correspondendo a mais de 21 funcionários.

Acredita-se, então, que a atividade turística pode estar em desenvolvimento, portanto, acaba refletindo na melhoria dos equipamentos e serviços de uma localidade. Conforme dados o IBGE, nos últimos anos, atividades características de turismo geraram em torno de oito milhões de empregos, responsáveis por R\$ 134, 9 bilhões de bens e serviços consumidos na economia do país.

De acordo com o portal G1,⁴ em reportagem divulgada em 19 de março de 2008, afirma-se que o setor que mais gera empregos é o de serviço de alimentação, respondendo por cerca de três milhões.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O turismo tem sido foco de estudos atualmente devido ao seu efeito multiplicador econômico, refletindo em diversas áreas, como na hotelaria, em restaurantes, agências, transportes, entre outras em crescimento. Acredita-se que o setor poderá atingir níveis mais altos de expansão e crescimento a partir da sensibilização geral dos setores civil e

⁴ G1: Portal de notícias da Globo.

público/privado acerca de que o turismo pode ser considerado como excelente alternativa na geração de emprego e renda em nível municipal e regional, contribuindo para o desenvolvimento social e econômico. Para isso, deve haver um trabalho conjunto entre os citados e o envolvimento da sociedade, ocorrendo uma mobilização coletiva na produção de um legado, pelo seu comportamento e pelas suas ações. Através dessa compreensão, o turismo poderá ser capaz de contribuir para a redução da pobreza das localidades, para o bem-estar das pessoas, para a melhoria da qualidade de vida da população local, entre outros fatores.

Conforme ressaltado neste artigo, o turismo precisa ser visto com um olhar voltado para a gestão, dinâmico e inovador, pautado pelo desenvolvimento sustentável, envolvendo a adaptação das empresas ao novo perfil de exigência da parte dos consumidores e da parte da produção de produtos e serviços. Isso porque é consenso, entre os autores adotados neste trabalho, que o turismo pode ser considerado como gerador de emprego e renda. Os resultados deste estudo, mesmo que ainda preliminares, apontam para tal.

Conforme observado nas empresas hamburguenses entrevistadas, o turismo figura como mais uma alternativa, contribuindo para enfrentar a crise registrada no setor coureiro-calçadista e responsável por inúmeras demissões. O setor passa a empregar um número maior de moradores do município, contribuindo para o desenvolvimento de Novo Hamburgo. Torna-se importante salientar a aceitação e o comprometimento da comunidade em relação ao desenvolvimento do turismo municipal, além do envolvimento e a participação do poder público em parceria com o setor privado. Foi possível observar que as empresas ligadas ao turismo, em Novo Hamburgo, demonstraram um aumento no número de oferta de empregos.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA NACIONAL DE AVIAÇÃO CIVIL, ANAC. Disponível em: <<http://www.anac.gov.br/>>. Acesso em: 15 abr. 2010.

ALMEIDA, M. G. de. **Desenvolvimento turístico ou desenvolvimento local?** Algumas reflexões. Anais do ENTBL.

BITARELLO, J.; FERRAZ, R. B. D. **Cartilhas de finanças públicas municipais.** Novo Hamburgo: RS, Feevale, 2006.

DIAS, R.; AGUIAR, M. **Fundamentos do Turismo.** São Paulo, SP: Alínea, 2002.

FERNANDES, I. P.; COELHO, M. F. **Economia do turismo: teoria e prática**. Rio de Janeiro: RJ, Campus, 2002.

FILHO, F. C. **Contribuição do turismo a economia brasileira**. Piracicaba: SP, 2002.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, IBGE. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1>>. Acesso em: 16 dez. 2009.

LICKORISH, L. **Introdução ao Turismo**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

NADJBERG, S.; ILKEDA, M. **Modelo de geração de emprego: metodologia e resultados**. Rio de Janeiro: Atlas, 1999.

NOVO HAMBURGO. Disponível em: <<http://www.novohamburgo.rs.gov.br>>. Acesso em: 16 dez. 2009.

OLIVEIRA, E. S. Impactos socioambientais e econômicos do turismo e as suas repercussões no desenvolvimento local: o caso do Município de Itacaré – Bahia. **Revista Internacional de Desenvolvimento Local**, vol. 8, n. 2, p. 193-202, set. 2007.

PIMENTA, M. A. **Gestão de Pessoas em Turismo: sustentabilidade, qualidade e comunicação**. Campinas, SP: Alínea, 2006.

PORTAL G1. Disponível em: <www.g1.globo.com.br>. Acesso em: 15 abr. 2010.

URRY, J. **O Olhar do Turista**. São Paulo, SP: Studio Nobel, SESC, 1996.

WORLD TRAVEL AND TOURISM COUNCIL, WT&TC, 2010. Disponível em: <<http://aquarela2020.wordpress.com/>>. Acesso em: 16 abr. 2010.