

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS-CCJE
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA
CURSO DE ECONOMIA**

KELY CRISTINA MENDES DA SILVA

**A IMPORTÂNCIA DO TURISMO PARA O
DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO DO
ESTADO DO ESPÍRITO SANTO**

**VITÓRIA
2004**

KELY CRISTINA MENDES DA SILVA

**A IMPORTÂNCIA DO TURISMO PARA O
DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO DO
ESTADO DO ESPÍRITO SANTO**

Monografia apresentada ao Curso de Economia, do Departamento de Economia, da Universidade Federal do Espírito Santo-UFES, como requisito parcial a conclusão do curso.

Orientador: Prof.º Carlos Alberto Dias.

VITÓRIA
2004

KELY CRISTINA MENDES DA SILVA

**A IMPORTÂNCIA DO TURISMO PARA O
DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO DO
ESTADO DO ESPÍRITO SANTO**

Monografia apresentada ao Curso de Economia, do Departamento de Ciências Contábeis, da Universidade Federal do Espírito Santo-UFES, como requisito parcial a conclusão do curso.

BANCA EXAMINADORA

Aprovada em ____ de _____ de ____

Prof. ° Carlos Alberto Dias
Orientador

Prof.º

Prof.º

Dedico esta monografia a meus pais, Getúlio e Tereza, pelo apoio nos momentos difíceis nesta nova jornada que se inicia.

Agradeço a meus colegas de turma, funcionários da UFES em especial ao Prof.º Carlos Alberto Dias, pela orientação e conhecimentos passados no decorrer deste curso.

*“O Caminho mais curto que leva a si mesmo
faz uma volta ao redor da Terra.”*

Hermann Graf-Keyserling

RESUMO

O turismo é uma atividade marcante nas sociedades pós-industriais, um fenômeno econômico, político, social e cultural dos mais significativos que se originou e se desenvolveu com o capitalismo. Ele tem representado nas últimas décadas como uma das mais promissoras atividades econômicas mundiais, geradora de postos de trabalho e de divisas. O turismo gera atividades indiretas que atingem os mais variados setores da economia, desde a indústria até a agricultura, no entanto estão localizadas no setor terciário. Ao Analisar o turismo sob os aspectos econômico e social, é possível avaliar a sua capacidade de gerar empregos, distribuir renda, captar divisas e proporcionar a melhoria da qualidade de vida das comunidades. Assim, o turismo é visto como parte constitutiva de um processo de desenvolvimento sustentável. O Estado do Espírito Santo, possui dois grandes meios turísticos: a região de montanha e o litoral, separados por poucos quilômetros um do outro. Convivem harmoniosamente belíssimas paisagens, formada por exuberante fauna e flora, construções tipicamente européias de incalculável valor histórico, onde desponta o Agroturismo, junto a praia ensolaradas, com uma encantadora culinária, capitaneada pela moqueca pela famosa capixaba. Este extraordinário potencial turístico, poderá a ser tornar num futuro próximo, como a alavanca econômica capixaba, responsável por substancial parcela da geração de empregos e entrada de divisas. Necessitando, contudo, de vultosos investimentos em infra-estrutura, que da mesma forma será de benefício da população capixaba. O objetivo desta monografia é avaliar o impacto que o turismo proporciona na economia capixaba e as perspectivas futuras de seu aproveitamento, através da parceria entre entidades estatais e privadas.

LISTA DE ABREVIATURAS

BANDES – Banco de Desenvolvimento Econômico e Social do Espírito Santo

EMBRATUR – Empresa Brasileira de Turismo

EMCATUR – Empresa Capixaba de Turismo

FIPE – Faculdade Instituto de Pesquisas Econômicas

GESTUR – Gestão Espírito Santo do Turismo

INFRAERO – Empresa Brasileira de Infra-estrutura Aeroportuária

OMT – Organização Mundial do Turismo

ONU – Organização das Nações Unidas

PIB – Produto Interno Bruto

PNMT – Programa Nacional de Municipalização do Turismo

PPP – Parceria Público-Privada

PRODETUR – Programa de Desenvolvimento do Turismo

SEDETUR – Secretaria de Estadual de Desenvolvimento Econômico e Turístico

SEICT – Secretaria de Estado da Indústria e do Comércio, Ciência e Tecnologia

USP – Universidade de São Paulo

WTTC – World Travel Tourism Council

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	09
2 O TURISMO.....	11
2.1 ATIVIDADE TURÍSTICA.....	13
2.2 BREVE HISTÓRICO DO TURISMO.....	14
2.2.1 O turismo no Brasil.....	17
2.3 SEGMENTAÇÃO OU TIPOS DE TURISMO.....	18
2.4 SISTEMA TURÍSTICO.....	20
2.4.1 Demanda Turística.....	20
2.4.2 Produto Turístico.....	21
2.4.3 Oferta turística.....	24
2.4.3.1 Oferta turística natural.....	24
2.4.3.2 Oferta turística artificial	25
2.5 O TURISMO E SEU ESPAÇO.....	27
2.5.1 Zona Turística.....	27
2.5.2 Área Turística.....	27
2.5.3 Centro Turístico.....	28
2.5.4 Complexo Turístico.....	28
2.5.5 Unidade Turística.....	29
2.5.6 Núcleos turísticos.....	32
2.5.7 Corredores turísticos.....	
3 ASPECTOS ECONÔMICOS DO TURISMO.....	31
3.1 A ATIVIDADE TURÍSTICA E SUA RELAÇÃO COM A MACROECONOMIA.....	33
3.2 A RELAÇÃO ENTRE TURISMO E EMPREGO: O EFEITO MULTIPLICADOR.....	35
3.3 O TURISMO E O BALANÇO DE PAGAMENTOS.....	38
3.4 RECEITAS PÚBLICAS GERADAS NO TURISMO.....	39
3.5 PLANEJAMENTO ECONÔMICO DO TURISMO.....	40
4 O TURISMO NO ESPÍRITO SANTO.....	44
4.1 ASPECTOS GERAIS.....	44
4.1.1 História Capixaba.....	44
4.1.2 Atrativos turísticos capixabas.....	45
4.2 HISTÓRICO DO TURISMO NO ESPÍRITO SANTO.....	46
4.3 A DIMENSÃO ECONÔMICA DO TURISMO NO ESPÍRITO SANTO.....	47
4.3.1 Os empregos viabilizados pela atividade turística capixaba.....	49
4.3.2 A participação do turismo no Produto Interno Bruto (PIB) capixaba	51
4.3.3 A segmentação do turismo capixaba.....	52
4.3.4 Crescimento da rede de hospedagem.....	54
4.3.6 Ampliação do Aeroporto de Vitória.....	55
5 CONCLUSÃO.....	56
6 REFERÊNCIAS.....	58

1 INTRODUÇÃO

O turismo é uma atividade marcante e relevante nas sociedades pós-industriais, um fenômeno econômico, político, social e cultural dos mais expressivos que se originou e se desenvolveu com o capitalismo. Nas últimas décadas, as atividades turísticas tem adquirido maior relevância entre as atividades econômicas desenvolvidas no mundo.

Evidências apontando o turismo como grande gerador de riquezas e empregos, envolvendo as mais diferentes profissões num mundo de recursos naturais escassos e com alta taxa de desemprego, é natural que muitos países, principalmente aqueles em desenvolvimento, o vejam como fonte de divisas prioritárias no direcionamento dos investimentos e na saída econômica nacional.

A sua importância vem sendo reconhecida tanto pelos países desenvolvidos como pelos que ainda estão em via de desenvolvimento. Estes últimos apostam que o incremento da atividade pode alçá-los ao primeiro mundo, em conseqüências das vantagens econômicas que lhes são atribuídas, notadamente quanto à geração de empregos e à captação de divisas.

De fato, o turismo tem estimulado emprego e o investimento e tem modificado o uso da terra e a estrutura econômica das áreas destino, ao mesmo tempo em que a nível global, efetua uma contribuição positiva para a balança de pagamentos dos países. Além disso, o turismo gera atividades indiretas que atingem os mais variados setores da economia, desde a indústria até a agricultura, no entanto estão localizadas no setor terciário

Em relação ao turismo o Espírito Santo é um espetáculo de cores e formas que somente um lugar especial pode apresentar. Conhecer cada uma das regiões capixabas é descobrir maravilhas da natureza. A harmonia entre mar e montanha proporciona cenários que fascinam por suas belezas ao mesmo tempo tão diferentes e tão próximas.

O Espírito Santo possui um belíssimo e ensolarado litoral, com uma promissora estrutura hoteleiras e de serviços, mas para quem prefere as montanhas e o frio, oferece sua região serrana. Lá, a poucos quilômetros do calor das praias, há

idades com chalés e outras construções tipicamente européias, com ruas estreitas calçadas com pedra. Seus habitantes são, na maioria, descendentes de italianos e alemães. Quando entramos na região serrana do Espírito Santo, a impressão que dá, é que estamos em outro país, pode-se sentir o frio e as influências européias. Nas fazendas e sítios desta região desenvolve-se também o Agroturismo, que tem atraído significativos contingentes turísticos, transformando numa nova opção para o desenvolvimento de um turismo sustentável em terras capixabas, proporcionando a disseminação da educação ambiental e a preservação dos ecossistemas da região.

Este extraordinário potencial turístico pode ser realmente aproveitado, como de fato já acontece, representando uma das mais importantes atividades econômicas do Espírito Santo, podendo nos próximos anos alcançar níveis ainda maiores, em virtude dos substanciais investimentos realizado pela iniciativa privada e poder público, no sentido de ampliar a rede de transportes, hospedagem e serviços turísticos, de modo a proporcionar um maior conforto e opções de lazer ao turista nacional e estrangeiro.

O objetivo desta monografia, é demonstrar a importância econômica do turismo para o Estado do Espírito Santo, influenciando na criação de empregos, no incremento da arrecadação de tributos e na dinamização de outras atividades, como o comércio e serviços, ligados intimamente as atividades turísticas.

2 O TURISMO

A mais antiga das definições conceituais aproveitadas sobre o turismo data de 1910 e tem sua autoria atribuída ao economista austríaco Herman von Schullard, citado por Andrade (1995, p. 32-33) que compreende o turismo como "[...] a soma das operações, especialmente as de natureza econômica, diretamente relacionadas com a entrada, a permanência e o deslocamento de estrangeiros para dentro e para fora de um país, cidade ou região."

Seguindo a mesma linha de Von Shullard, Picard (citado por ANDRADE, 1995, p. 33) afirmou que:

[...] a função do turismo é a importação de divisas pelos países. Seu impacto reside no fato de que as despesas de turismo podem fazer para os diferentes setores da economia e, em particular, para os proprietários e gerentes de hotéis.

Para a Organização Mundial do Turismo-OMT (apud IGNARRA, 2001, p.23): "define turismo como deslocamento para fora do local de residência por período superior a 24 horas e inferior a 60 dias motivado por razões não-econômicas"

Depois desses conceitos, muitos outros surgiram com a evolução do turismo, mas o mais completo e o que melhor explica suas finalidades, a diversidade de sua natureza e considerações a respeito do receptivo é o de Marhiot (apud JACHINOSKI, 1975, p.4) que conceitua o turismo como:

[...] o conjunto de princípios que regulam as viagens de prazer ou de utilidade, tanto no que diz respeito à ação pessoal dos viajantes ou turistas como no que se refere à ação daqueles que se ocupam em recebê-los e facilitam seus deslocamentos.

Para o turismo, também há conceitos estruturais, nos quais ele não passa de um produto composto ou uma combinação de bens e serviços, cuja funcionalidade depende de conhecimentos operacionais e de dedicações para atendimento dos requisitos da oferta e das exigências da demanda.

Andrade (1995, p.38) define ainda o turismo de forma estrutural como sendo:

[...] o complexo de atividades e serviços relacionados aos deslocamentos, transportes, alojamentos, alimentação, circulação de produtos turísticos, atividades relacionadas aos movimentos culturais, visitas, lazer e entretenimento.

Para melhor compreensão do turismo, cita-se a conceito mais importante do setor que é o da OMT (apud LICKORISH e JENKINS, 2000, p. 53), o turismo abrange:

as atividades de pessoas que viajam e permanecem em locais fora de seu ambiente usual, por não mais de um ano consecutivo, para fins de lazer, negócios e outros.

O uso desse amplo conceito possibilita a identificação do turismo entre os países, bem como do turismo dentro de um país. O “turismo” se refere a todas as atividades de visitantes incluindo “turistas” (visitantes que passam a noite no local) e “visitantes de um dia”.

Wahab (1991) destaca, ainda, três elementos básicos na anatomia do fenômeno turístico: o homem (elemento humano como autor do ato de turismo), o espaço (elemento físico, coberto pelo próprio ato) e o tempo (elemento temporal que é consumido pela própria viagem e pela estada no local de destino). Estes são os elementos representativos das condições de existência do fenômeno.

Na abordagem de Castelli (1990) a compreensão do fenômeno turístico deve necessariamente passar por uma análise sobre o significado das viagens no decorrer da história, que sempre foram movidas por interesses econômicos, políticos e militares. Entretanto, ao longo da história, registram-se também aquelas viagens movidas por outros interesses tais como: curiosidade, saúde, cultura, religião, descanso, etc.

Já a definição de turista, segundo Ignarra (2001, p.25), citando o conceito adotado pela ONU é:

Toda pessoa, sem distinção de raça, sexo, língua e religião, que ingresse no território de uma localidade diversa daquela em que tem residência habitual e nele permaneça pelo prazo mínimo de 24 horas e máximo de seis meses, no decorrer de um período de 12 meses, com finalidade de

turismo, recreio, esporte, saúde, motivos familiares, estudos, peregrinações religiosas ou negócios, mas sem propósitos de imigração.

2.1 ATIVIDADE TURÍSTICA

Diversas denominações são usadas para caracterizar essa atividade, como, por exemplo, o termo “*Indústria Turística*”, que é utilizado por muitos autores e principalmente nos discursos, livros, manuais e pela mídia. Reforçando o caráter de produção do turismo, como um bem que pode ser produzido em grande escala de forma impessoal.

Segundo Boullón (2002, p. 31) “uma das formas mais difundidas para referir-se ao turismo é aquela que o denomina “indústria sem chaminés”.

A esta definição não se adapta a proposta da *atividade turística*, uma vez que sua matéria-prima na maioria das vezes depende da existência dos recursos naturais, como por exemplo, no caso das praias que devem ser *utilizadas* pela atividade turística e não *transformadas*, o que a médio e longo prazo certamente causará a extinção deste recurso.

Situar a atividade turística no setor produtivo torna-se uma importante base conceitual, uma vez que as grandes preocupações nas discussões sobre o tema, estão diretamente relacionados as questões econômicas.

Entende-se que o turismo é uma atividade situada no setor terciário de produção e tem como principal característica a prestação de serviços e, utiliza-se dos demais setores produtivos que são responsáveis pelo seu funcionamento.¹

Para Boullon (2002, p. 34),

o turismo é uma forma de consumir, algo assim como um canal para o qual conflui uma demanda especial de muitos tipos de bens e serviços elaborados por outros setores, além do consumo de alguns serviços

¹ Segundo LEMOS (1999, p. 22) os setores da economia são: “Setor Primário – que envolve a agricultura, a pecuária, a pesca, a extração de minérios e de vegetais, a horticultura e outros; Setor secundário – que engloba as empresas industriais, por exemplo: máquinas e equipamentos, automóveis, autopeças, plásticos, móveis, construção civil, alimentos industrializados, tecidos e diversos outros; Setor terciário – que envolve atividades de serviços como: educação, transporte, comunicação, saúde, bancos, lazer e entretenimento, serviços de hospedagem, eventos, fornecimento de energia, água, esgoto e outras.”

especialmente desenhados para satisfazer necessidades próprias dos viajantes. Portanto, o turismo pertence ao setor terciário, e não ao secundário, como deveria ser para que pudesse ser catalogado como pertencente à indústria

2.2 BREVE HISTÓRICO DO TURISMO

O fenômeno turístico está ligado intimamente com as viagens, com a visita a um local diverso da residência das pessoas. Assim, o turismo em termos históricos se iniciou quando o homem deixou de ser sedentário e passou a viajar, principalmente motivado pela necessidade de comércio com outros povos.

Atualmente o turismo tem como principal característica ser um fenômeno de massa, que deve ser compreendido a partir da história da humanidade. Essa análise permitirá um melhor embasamento teórico que possibilite repensar qual a melhor forma de desenvolvimento turístico que deve ser incentivado.

O "turismo" como palavra surgiu no século XIX, mas como atividade, certas formas de turismo existem desde as mais remotas civilizações.

Para Andrade (1995), o turismo é um fenômeno social que antecede as viagens que os jovens aristocratas ingleses realizavam, acompanhados de seus competentes e ilustrados preceptores, às principais cidades européias dos séculos XVIII e XIX. O *grand tour*, sob o rótulo de "viagem de estudo", assumia o valor de um diploma, conferindo-lhes *status social*, embora, na realidade, a programação se fundamentasse em grandes passeios de qualidade e com atrativos prazerosos, que denominam de *turísticos*, nomenclatura assumida para expressar a realização de viagem através de regiões e países diversos, ou para significar a realização de "volta ao mundo conhecido" ou possível à sociedade mais evoluída da época.

Ainda segundo o referido autor, os ingleses "nobres" consideravam que somente as pessoas que faziam o *grand tour* através da Europa, detinham cultura. No momento que o roteiro europeu passou a ser familiar a esses "nobres", as atenções passaram a voltar-se aos que chegassem a outros destinos, como às Américas, ao Extremo Oriente, ao Egito, etc.

Trigo (1995) complementa essas informações dizendo que o turismo organizado surgiu como conseqüência do desenvolvimento tecnológico da Revolução Industrial

e da formação de parcelas da burguesia comercial e industrial com tempo, dinheiro e disponibilidade para viajar, em meados do século XIX.

Em 1841 surge o primeiro agente de viagem profissional Thomas Cook, que organizou viagem com 570 pessoas, comprou e revendeu os bilhetes, configurando assim a primeira viagem agenciada. Em 1846, organizou viagem similar a Londres, utilizando de guias de turísticos, caracterizando como o início do turismo coletivo (BARRETO, 1991, p. 53).

No final do século XIX, as tecnologias possibilitaram construções em ferro fundido, estações ferroviárias, grandes edifícios, etc. Dois meios de transportes importantes foram desenvolvidos: os navios de passageiros e os trens. O turismo desse período era caracterizado como residencial: as pessoas ficavam um período ou uma estação do ano em uma segunda residência.

Ainda no século XVIII, na Europa, surgiu um movimento turístico de verão com destino às montanhas, modalidade essa denominada *paisagismo*. Prosperou o desejo de aventura, marcado pelas escaladas esportivas.

O clube britânico de alpinismo foi fundado em 1857, e, em 1863, surgiram os clubes italiano, austríaco e suíço. Na América do Norte surgiu o desejo de se estar próximo à natureza e, em 1872, foi criado o primeiro parque nacional do mundo, o Parque Nacional de Yellowstone, nos Estados Unidos.

Muitos outros acontecimentos importantes ocorreram, mas o turismo na Europa foi interrompido pela Primeira Guerra Mundial e retomado em 1919. O auge do turismo europeu se deu em 1929. Mas a crise, iniciada no mesmo ano, devido à queda da Bolsa de valores de Nova York, refletiu-se em todo o mundo e atingiu a Europa em 1932, causando uma segunda estagnação do turismo.

Verifica-se que antes da II Guerra Mundial (1939- 1945) o turismo foi uma atividade amplamente desenvolvida, não só na Europa como também no continente Americano, porém somente depois da guerra que o turismo transforma-se em um fenômeno de massa e desperta interesse da maioria dos países do mundo. Seu crescimento se dá pela conquista da paz, melhoria dos meios de comunicações, disponibilidade de tempo livre, mudanças tecnológicas, e outras mais que somente são verificadas a partir desse momento (ACERENZA, 1984, p. 58).

A nova ascensão ocorreu no fim da década de 30 e atingiu seu auge em 1937. Mas com a Segunda Guerra Mundial (1939-1945), o turismo ficou paralisado em todo o mundo. Seus efeitos foram tão profundos, que somente em 1949 o turismo renasceu, com características crescentes de "turismo de massa". Esse tipo de turismo teve seu marco inicial quando as tecnologias desenvolvidas na Segunda Guerra, tais como radares e sistemas de navegação aérea e marítima, sonares e novas cartas marítimas e terrestres, telecomunicações, etc. foram aproveitadas para fins pacíficos.

Por fim, as formas e motivações de viagens turísticas encontradas hoje são características do período que tem início após a II Guerra Mundial.

Portanto, o termo *fenômeno turístico* refere-se ao turismo desenvolvido a partir desse período, e tem como característica principal ser um fenômeno de massa decorrente da existência de tempo livre e do desenvolvimento dos meios de comunicação e de transportes.

O crescimento do turismo a partir dessa época teve como causas: a valorização da mentalidade de se ter direito ao lazer e ao turismo; a mudança de hábitos de consumo; introdução de férias pagas aos trabalhadores; e elevação geral do nível de renda. As pessoas conquistam o direito ao tempo livre, e o turismo tornou-se objeto de consumo do ser humano contemporâneo.

No período pós Segunda Guerra a atividade turística evoluiu, como consequência dos fatores relacionados ao poder de compra das pessoas, à produtividade empresarial e ao bem-estar resultante da restauração da paz no mundo.

As décadas de 1960 e 1970 foram marcadas pela massificação turística, quando os vôos charters e os mais variados pacotes turísticos conduziram milhares de pessoas de todas as partes do mundo. Nessa época, as localidades turísticas viveram em expansão sem precedentes. Todos os espaços vazios que ainda existiam nas zonas litorâneas mais acessíveis foram preenchidos. Os vales e montanhas da Europa se urbanizaram para atender à demanda de esportes de inverno (MAGALHÃES, 2002, p.13).

Atualmente, a atividade turística é considerada como uma das mais expressivas na economia mundial. Além de ser considerada a maior prestadora de serviços no mundo, é responsável por receitas importantes a setores da economia e a eles

ligados direta ou indiretamente. O turismo é um grande gerador de empregos, de renda e de divisas, podendo vir a ser a solução para o desenvolvimento econômico-social de uma nação.

A sociedade atual encontra-se no limiar de uma época, na qual a explosão do desenvolvimento tecnológico nas indústrias de ponta, as de automação e informática, provoca um aumento surpreendente do tempo livre da população e uma grande agitação nas pessoas.

E devido às grandes agitações do mundo moderno, Ruschmann (1997) considera o turismo como um intenso consumidor da natureza e pondera, que, nas últimas décadas, sua evolução se deu como resultado da "busca do verde" e da "fuga" dos tumultos da urbanização pelas pessoas que tentam recuperar o equilíbrio psicofísico em contato com a natureza em seu tempo de lazer.

2.2.1 Histórico do turismo no Brasil

No Brasil, a história do turismo começa com o próprio descobrimento. As primeiras expedições marítimas que aqui chegaram com Américo Vespúcio, Gaspar de Lemos e Fernando de Noronha e outros não deixavam de estar fazendo turismo de aventuras.

Para Ignarra (2001) em 1808, D. João VI se instala com sua corte no Rio de Janeiro, acarretando um grande desenvolvimento urbano, crescendo, portanto a demanda por hospedagem na cidade, provocada pela visita de diplomatas e comerciantes, iniciando assim a hotelaria brasileira. Na metade do século XIX, existiam no Rio de Janeiro entre hotéis, hospedarias e restaurantes cerca de 200 estabelecimentos.

Concomitantemente, pela ação do Barão de Mauá, introduziu-se a navegação a vapor e as primeiras linhas férreas, favorecendo os deslocamentos no território.

Para Ignarra (2001, p. 20): “Em 1908 era inaugurado o Hotel Avenida no Rio de Janeiro, com 220 quartos, o maior do Brasil, marcando o início da hotelaria moderna no país.”

No Brasil, em 1922, surgem os primeiros grandes hotéis no Rio de Janeiro e, no ano seguinte, a Sociedade Brasileira de Turismo, que mais tarde tem o nome de *Touring*

Club do Brasil. Alguns anos depois inicia-se o turismo de águas termais no estado de São Paulo, e o turismo cultural no estado do Rio Grande do Sul.

Até 1970, o turismo no Brasil restringia-se praticamente ao Rio de Janeiro e Salvador, que se apoiavam nas belezas naturais e no exotismo. Os demais centros turísticos brasileiros, como as cidades históricas mineiras (Ouro Preto, Congonhas, Mariana, Tiradentes e São João del Rei) ou as estações de água (Caxambu, Lindóia etc.) atraíam apenas o turismo interno. A consciência da necessidade de incentivar e disciplinar o turismo levou em 1967 à criação da Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR)², responsável pelos critérios de classificação da rede hoteleira e pela promoção do turismo brasileiro no exterior. Em nível estadual, o turismo é coordenado pelos órgãos estaduais e municipais.

2.3 SEGMENTAÇÃO OU TIPOS DE TURISMO

Como atividade econômica, o turismo passa por inovações constantes, em relação à competitividade dos mercados e das exigências da demanda. Deste modo as empresas de turismo caminham para a especialização, deixando de ser generalistas, oferecem agora produtos segmentados, para uma demanda específica.

Para Rodrigues (2003, p.1):

A melhor maneira de estudar e planejar o mercado turístico são por meio da sua segmentação, que é a técnica estatística que permite decompor a população em grupos homogêneos, e também a política de marketing que divide o mercado em partes homogêneas, cada uma com seus próprios canais de distribuição, motivações diferentes e outros fatores. Essa segmentação possibilita o conhecimento dos principais destinos geográficos e tipos de transporte, da composição demográfica dos turistas, como faixa etária e ciclo de vida, nível econômico ou de renda, incluindo a elasticidade-preço da oferta e da demanda, e da sua situação social, como escolaridade, ocupação, estado civil e estilo de vida. O motivo da viagem, entretanto, é o principal meio disponível para se segmentar o mercado.

Segundo a SEDETUR (2004) no setor de turismo, a segmentação do mercado usa as seguintes denominações, entre outros:

² A EMBRATUR foi criada através do decreto-lei n.º 55 de 18 de novembro de 1966.

- **Turismo da melhor idade (3ª Idade):** Com o aumento da média de vida das pessoas, o turismo destinado as pessoas da 3ª Idade, se transformou em um ótimo investimento. Com mais tempo de vida e através de recursos provenientes de suas aposentadorias, eles podem viajar mais e conhecer novos lugares.
- **Turismo ecológico:** É o turismo destinado a pessoas que desejam ver e conviver mais perto da natureza, fazer trilhas, conhecer cachoeiras e novos lugares, onde a ecologia ainda esta em seu estado natural.
- **Turismo religioso:** É destinado a pessoas que tem uma certa tendência a espiritualidade, fazem parte deste tipo de turismo, religiosos de todas as crenças. Lugares muito visitados são: Vaticano, Israel, Palestina, Aparecida do Norte entre outro.
- **Turismo cultural:** É o turismo destinado a pessoas que se interessam em apreciar manifestações e obras de arte, seja pelo fator estético ou histórico.
- **Turismo de negócios:** É quando pessoas viajam com intuits profissionais, podem ser empresários ou executivos. O turista de negócios viaja para certas destinações para fechar negócios, participarem de negociações, compras e atividades ligadas ao seu trabalho.
- **Turismo de eventos:** Normalmente os turistas de eventos são pessoas que viajam com o intuito de participarem de congresso, convenções e feiras, onde vão buscar novas tecnologias para suas empresas, vivências pessoais e novos processos.

Tanto o Turista de Negócios como o de Eventos tem um poder aquisitivo maior, pois normalmente, quem paga as contas de suas viagens, são as empresas ou instituições que eles representam. Chegam a gastar mais que o dobro de um turista comum. Esses turistas fazem crescer também o número de hotéis e *flats*, destinados a essa clientela, criando comodidades (aparelhos de fax, linhas exclusivas para Internet, mesas de reuniões etc.) que cativam os clientes, os fazendo esticar um pouco mais sua permanência ou os fazendo voltar a esses locais em outras oportunidades.

2.4 SISTEMA TURÍSTICO

2.4.1 Demanda turística

O turismo é um fenômeno da sociedade contemporânea que apresenta elevadas taxas de crescimento. Muitas são as causas deste comportamento, podendo ser o aumento da renda *percapita* (por pessoa) e o desenvolvimento dos transportes.

Segundo Smith (apud RUSCHMANN, 1997, p. 145), “demanda é o rol quantitativo de algum bem ou serviço que será comprado ou consumido a um determinado preço”.

A demanda pode ser medida ou contabilizada pelo total de turistas que entram em um destino turístico, podendo ser um local, região, zona, país, centro ou atrativo turístico. Pode ser verificada por meio de uma análise mais profunda, identificando como se distribuem esses gastos nos destinos turísticos, e os tipos de serviços utilizados.

Boullón (2002, p.40-41) aborda que para realizar um estudo completo sobre a demanda, deve-se analisar os seguintes tipos de demanda: real, turista real - consumidor potencial, histórica, futura e potencial.

a) demanda real – é a quantidade de turistas que existe em um dado momento em um determinado lugar, e a soma de bens e serviços utilizados pelos consumidores neste lugar durante o tempo de sua estadia;

b) turista real – consumidor potencial: se refere aos gastos adicionais que podem realizar a demanda real durante sua estadia, e o consumo de bens e serviços que não estavam previamente programados antes do deslocamento do turista;

c) demanda histórica – que são os registros estatísticos ocorridos no passado;

d) demanda futura – é o resultado de cálculos feitos a partir de fórmulas matemáticas para projetar o perfil da demanda turística durante um período de tempo a partir do presente;

e) demanda potencial – é a possibilidade de obter um segmento de mercado emissor não conquistado.

Analisar a demanda significa conhecer o consumidor do produto turístico, este estudo é utilizado como importante instrumento para o planejamento da atividade turística.

Estas informações são importantes para realizar o dimensionamento dos investimentos que deverão ser realizados, em termos os recursos investidos deverão trazer retorno a comunidade, senão as conseqüências na economia poderão ser devastadoras.

2.4.2 Produto turístico

O produto turístico é formado pelos bens e serviços que servem a atividade turística, em um primeiro momento, o produto turístico é abstrato. Durante o planejamento de uma viagem ou na compra de um pacote turístico, torna-se difícil ver ou tocar o produto desejado. Cria-se desta forma algumas imagens produzidas a partir das informações que são divulgadas principalmente por meio dos materiais publicitários.

O produto turístico somente é consumido a partir do momento em que o turista/visitante chega ao destino e utiliza os serviços oferecidos.

Segundo Boullon (2002, p.46):

[...] à acepção tradicional do produto é preciso somar outra, que, levando em conta o consumidor, estabelece que para ele o produto turístico é aquele que lhe permite passear, visitar os atrativos, fazer esportes e divertir-se.

O produto turístico se constitui em:

a) *Atrativo turístico*: Os atrativos são considerados a “matéria prima” da atividade turística, ou seja, o principal recurso da atividade turística, e pela qual baseia seu planejamento. Podem ser: paisagem natural (praia, montanha, rio, deserto, caverna, parques nacionais, etc.); paisagem construída (cidades, museus, parques temáticos, etc.) e atrativos culturais e históricos (eventos, ruínas e sítios arqueológicos, festas, manifestações populares, etc.) (BOULLON, 2002, p.46).

b) Planta turística, equipamentos e instalações: Os equipamentos incluem todos os estabelecimentos administrados pelo setor público e privado que se dedicam a facilitar os serviços básicos, como por exemplo: alojamento, alimentação, transporte, agências de viagens, informações, etc.

As instalações são todas as construções criadas especialmente para permitir e facilitar a prática de atividades turísticas, como por exemplo: marinas, mirantes teleféricos piscinas, passarelas, pontes, etc. (BOULLON, 2002, p. 42)

c) Infra-estrutura: São os bens e serviços de um país para sustentar as estruturas sociais produtivas, e são formadas por vários subsistemas de serviço de apoio a comunidade, como: saneamento, água, energia, educação, sistema de acesso e de transporte, sistema de comunicações e segurança, e outros.

Para Boullón (2002, p. 58):

Na economia moderna, entende-se por infra-estrutura a disponibilidade de bens e serviços com que conta um país para sustentar suas estruturas sociais e produtivas. Fazem parte da mesma a educação, os serviços de saúde, a moradia, os transportes, as comunicações e a energia. Dado o caráter de apoio à população de um país em seu conjunto, os investimentos em infra-estrutura (telefones, estradas, ferrovias, pontes, moradias, escolas, hospitais, represas, etc) também são chamados de capital social fixo.

Os componentes do produto turístico, do ponto de vista do consumidor, são as atrações do núcleo receptor, as facilidades que são oferecidas ao turista, e as vias e meios de acesso.

[...]uma das funções primordiais da infra-estrutura “rede” é vincular entre si os assentamentos humanos e resolver as necessidades internas, a fim de permitir, nessas duas escalas, a circulação de pessoas, mercadorias, fluídos, energias e notícias (BOULLÓN, 2002, p. 58).

As atrações são elementos do produto turístico, que fazem com que o turista escolha uma destinação, ao invés de outra. Sua importância é fundamental, pois constituem a matéria-prima sobre a qual o núcleo se organiza. Referem-se ao ambiente natural, cultural e também aos eventos do núcleo.

As facilidades são elementos que por si só não geram fluxos turísticos. A falta dela, porém, pode impedir o turista de visitar as atrações. Elas são partes integrantes das atrações, porém, dificilmente são as causas do direcionamento para determinada região; elas são seus complementos. Assim, a falta de facilidades de acomodações constitui um empecilho óbvio para o turismo, enquanto que um hotel, favoravelmente localizado, pode valorizar ao máximo um espaço com recursos paisagísticos consideráveis. Da mesma forma, a existência ou não de áreas de campismo também influi no fluxo turístico para determinada região ou localidade. Como facilidades são consideradas também, por exemplo, a existência de barcos para alugar, pranchas de surf e *windsurf*, roupas e equipamentos de mergulho, em áreas de que permitem esportes deste tipo.

Os Acessos relacionam-se com as vias e os meios de transportes disponíveis, para que os turistas possam se locomover até a destinação escolhida. São integrantes da infra-estrutura do núcleo receptor e, na opção por determinado local, juntamente com os custos e o tempo disponível do turista, influem na sua decisão. As distâncias muito longas elevam o custo total da viagem, que somente poderá representar uma parcela menor à medida que o tempo de permanência no local for maior, ou seja, uma permanência maior de tempo dilui os custos do transporte.

Cada destinação tem um ou vários produtos para oferecer aos turistas. O Brasil oferece, em toda sua costa, o sol e o mar, além das cidades históricas e as industrializadas. Na região Norte apresenta a selva inexplorada, cortada pelo Rio Amazonas, e, na região Centro-Oeste, o Pantanal, com fauna e flora exuberantes. Em cada uma das destinações (país, região, local) o turista escolhe o que pretende ver, as atividades e os serviços de que se utilizará durante sua estada.

Os componentes do produto turístico devem ser desenvolvidos adequadamente, a fim de atrair os turistas de mercados, potenciais específicos e criar uma imagem positiva da destinação. Este desenvolvimento somente acontece após o estudo do mercado real e potencial e a definição acurada do potencial turístico de um local, região ou país.

2.4.3 Oferta turística

Segundo Ignarra (2001) a oferta turística é formada por um conjunto de elementos que conformam o produto turístico. São elementos que isoladamente possuem pouco interesse turístico (ou nenhum). No entanto, se agrupados, podem compor o que se denomina “produto turístico”.

Para Boullon (2002, p. 44):

oferta turística é constituída pelos serviços fornecidos pelos elementos do empreendimento turístico e por alguns bens não-turísticos, que são comercializados mediante um sistema turístico, porque, em última instância, o que qualifica a classe de um bem é o sistema produtivo e não o tipo do consumidor.

Considerando a natureza e a estrutura da oferta turística, Andrade (1995) apresenta algumas características dela: a) Não são estocáveis; b) Seus recursos são estáveis e consumidos no receptivo onde são produzidos e comercializados; c) Os recursos são estáticos: não podem ser transportados em seu todo ou em partes significativas, sem que se altere o conjunto; d) Os recursos são imóveis: são os turistas que se deslocam para usufruí-los; e) A oferta é rígida e inadaptável, não possuindo flexibilidade suficiente para outra utilização, sem correr riscos de descaracterização; f) Ela é dependente da concorrência de mercado e da vontade do cliente, que considera o turismo como supérfluo e dispensável; g) O sucesso cultural e comercial depende da qualidade e do grau de união e de colaboração de uma série de fatores relacionados à oferta e ao funcionamento dos bens e serviços, a sua qualificação e a seus preços.

2.4.3.1 Oferta turística natural

A matéria-prima da oferta natural são os recursos para cuja criação não houve interferência humana, nem concurso desta para capacitação e configuração deles. O

potencial natural é o fator principal para que uma localidade seja considerada possuidora de vocação turística.

Esse potencial natural caracteriza-se pela posse de pelo menos alguns dos seguintes elementos da natureza: Clima (temperatura, chuvas, umidade, ventos, sol, etc.); Configuração geográfica e paisagens (montanhas, grutas, rios, rochedos, etc.); Elementos silvestres e da saúde; Fauna e flora.

2.4.3.2 Oferta turística artificial

Segundo Andrade (1995, p.106), a oferta artificial também pode ser chamada de recurso artificial e por recursos artificiais entendem-se:

[...] o conjunto de adaptações de recursos naturais, de obras criadas pelo homem, de serviços e de atitudes que colaboram com a natureza, imitando-a - de alguma forma - ou agindo de modo a complementá-la ou mesmo subsidiá-la, através de esforços com a finalidade de melhorar a produtividade de seus recursos e de aproveitar melhor as alternativas de sua capacidade.

A oferta artificial é um fenômeno amplo, substituível, mutável, deteriorável e diversificado, conforme as culturas, necessidades e conveniências, envolvendo bens de natureza turística e não-turística.

Segundo Andrade (1995), ela se divide em cinco categorias: 1) Bens históricos, culturais e religiosos; 2) Vias de acesso e meios de transporte; 3) Modo de vida e comportamento; 4) Superestruturas indispensáveis - teatro, boates, cinemas, butiques, etc.; 5) Bens e serviços de infra-estrutura, que se dividem em:

a) Infra-estrutura geral ou básica – conjunto de obras e instalações de estrutura física de base que criam condições para o desenvolvimento de uma unidade turística, como geração e fornecimento de água, luz, combustíveis, serviços de esgoto, telecomunicações, transportes, etc.

b) Infra-estrutura turística – conjunto de obras e de instalações de estrutura física e de serviços urbanos básicos que dão suporte ao desenvolvimento do turismo em determinada área, tais como:

- Instalações de hospedagem: hotéis, motéis, albergues, hospedarias, pousadas, etc. montados e mobiliados com o mínimo de equipamentos exigidos para a classificação oficial pelos órgãos classificadores.
- Instalações de recepção: de atendimento, orientação e acompanhamento dos turistas; são dispositivos suficientes e destinados à organização de deslocamentos no próprio receptivo e a às informações e promoções que esclareçam e orientem os turistas e visitantes, a fim de que possam optar por bens e serviços com a segurança que pretendem, sem serem induzidos.
- Organização para recreação, entretenimento e esportes: de fundamental importância para a distribuição racional do tempo do turista, segundo suas preferências pessoais.

Portanto, é necessário analisar a oferta natural e a artificial separadamente segundo critérios próprios.

O turismo em cidades está relacionado a uma combinação de elementos primários (principais) e secundários. Os elementos primários, isto é, aqueles que constituem as atrações essenciais, têm por sua vez, dois componentes: “local de atividade” e “cenário de lazer”.

O “local de atividade” é composto de atração que caracterizam a maioria das cidades, tais como museus, galerias de arte, locais e construções históricas e teatros, ao passo que o “cenário de lazer” é o contexto físico e sociocultural no qual as atrações são fixadas, ou seja, a estrutura especial global da cidade e seu ambiente. A atração urbana pode, muitas vezes, ter um caráter e uma atmosfera que a tornam mais que uma simples estrutura física. Já os elementos secundários incluem lojas, cafés, restaurantes, bares, hotéis e entretenimento.

2.5 O TURISMO E SEU ESPAÇO

Para Boullón (2002) o espaço turístico é consequência da presença e distribuição territorial dos atrativos turísticos que, não devemos esquecer, são a matéria-prima do turismo. Este elemento do patrimônio turístico, mais o empreendimento e a infraestrutura turísticas, são suficientes para definir o espaço turístico de qualquer país.

2.5.1 Zona Turística

Para Boullón (2002) é a maior unidade de análise e estruturação do universo espacial turístico de um país. Sua superfície é variável, já que depende da extensão total de cada território nacional e da forma de distribuição dos atrativos turísticos, que são os elementos básicos a levar-se em conta em sua delimitação.

Uma zona turística deve contar com um número mínimo de dez atrativos turísticos suficientemente próximos, sem importar a que tipo e a que categoria pertençam. Além destes, para funcionar adequadamente uma zona turística deve contar, em seu território, com equipamentos turísticos e dois ou mais centros turísticos, e estar provida de uma infra-estrutura de transportes e comunicações. Se carece parcial ou totalmente desses últimos requisitos, ela deve ser qualificada como zona potencial.

2.5.2 Área Turística

São as partes em que se pode dividir uma zona turística. Sua superfície é menor que a do todo que as contém; no entanto, como as zonas podem chegar a ter tamanhos diferentes, é possível que uma área da zona maior resulte maior que a outra zona menor (BOULLÓN, 2002).

As áreas turísticas devem ser dotadas de atrativos turísticos contíguos, em número menor que os da zona, e necessitam, de uma infra-estrutura de transporte e comunicação que relacione entre si todos os elementos turísticos que a integram.

2.5.3 Centro Turístico

Segundo Boullón (2002, p. 85), centro turístico:

É todo aglomerado urbano que conta em seu próprio território ou dentro de seu raio de influência com atrativos turísticos de tipo e hierarquia suficientes para motivar uma viagem turística. A fim de permitir uma viagem

de ida e volta no mesmo dia, o raio de influência foi calculado em duas horas de distância-tempo.

Ainda para Boullón (2002) de acordo com a função que desempenham como praças receptoras de turistas, os centros turísticos podem ser de quatro tipos:

- *Centros turísticos de distribuição:* Do aglomerado urbano que lhe serve de base, os turistas visitam os atrativos incluídos em seu raio de influência e retornam para dormir. Nesse caso a totalidade dos equipamentos de alimentação, comércios turísticos, serviços de guias, etc devem estar localizados na cidade;
- *Centro turísticos de estada:* Em centros dessa natureza o turismo começou a desenvolver por meio da exploração de um único atrativo, como ocorre com as praias ou estações de inverno. Os turistas voltam todos os dias ao mesmo atrativo para praticar seu esporte ou suas atividades preferidas.
- *Centros turístico de escala:* Eles coincidem com as conexões das redes de transportes e com as etapas intermediárias dos percursos de longa distância. Dificilmente a estada em um centro de escala se prolonga por mais de uma noite, sobretudo nos situados nas rodovias. É comum que o turista pare para comer, abastecer o tanque, sem chegar a pernoitar.
- *Centros turísticos de excursão:* São os que recebem, por menos de 24 horas, turistas procedentes de outros centros.

2.5.4 Complexo Turístico

Em alguns países surgem agrupamentos maiores (ou iguais, mas de maior hierarquia) que os dos centros e menores que os de uma zona. São conformações pouco freqüentes, pois dependem da existência de um ou mais atrativos da mais alta hierarquia, cuja visitação, associada à de outros que os complementam, supõe uma permanência igual ou superior a três dias.

Para que um complexo turístico funcione adequadamente, requer-se a presença mínima de um centro turístico de distribuição, que deve cumprir com todos os requisitos assinalados em sua definição.

2.5.5 Unidade Turística

São concentrações menores de equipamento que se produzem para explorar intensivamente um ou vários atrativos situados um junto do outro, ou, o que é mais exato, um dentro do outro, como é o caso de uma fonte de águas termais rodeada por uma floresta tropical habitada por aves de aspectos chamativos (BOULLÓN, 2002).

2.5.6 Núcleos turísticos

Referem-se aos agrupamentos com menos de dez atrativos turísticos de qualquer hierarquia e categoria, que estão isolados no território e, portanto, tem um funcionamento turístico rudimentar ou carecem completamente dele, devido, precisamente, a seu grau de incomunicação (BOULLÓN, 2002).

2.5.7 Corredores turísticos

São vias de conexão entre as zonas, as áreas, os complexos, os centros, os atrativos turísticos, os portos de entrada do turismo receptivo e as praças emissoras do turismo interno, funcionando como elemento estruturador do espaço turístico.

3 ASPECTOS ECONÔMICOS DO TURISMO

O turismo como atividade econômica produz inúmeras conseqüências, destacando-se impactos ambientais, econômicos e sociais.

Os impactos do turismo referem-se à gama de modificações ou à seqüência de eventos provocados pelo processo de desenvolvimento turístico nas localidades receptoras. As variáveis que provocam os impactos têm natureza, intensidade, direções e magnitude diversas; porém, os resultados interagem e são geralmente irreversíveis quando ocorrem no meio ambiente natural.(RUSCHMANN, 1997, p.34).

Os impactos têm origem num processo de mudança e que não constituem eventos resultantes de uma causa específica. Eles são conseqüência de um processo de interação entre turistas, comunidade e meios receptores. Às vezes, tipos de turismo parecidos causam diferentes impactos.

Segundo Lemos (1999) o turismo é compreendido cada vez mais como uma atividade econômica no Brasil. No mundo, alguns países, há muito tempo, perceberam o seu potencial como gerador de emprego e de renda. Os dados mais recentes mostram seu extraordinário crescimento e sua tendência incontestável como alternativa de crescimento social na virada do século, ocupando, no presente, uma posição que oscila entre a terceira e a quarta atividade econômica de maior geração de empregos no mundo.

O retorno do crescimento da economia mundial e o acirramento de conflitos étnicos-religiosos tendem a colocar o Brasil na rota do turismo internacional. Isso será possível através de investimentos em infraestrutura local e divulgação nos principais países emissores (SEDETUR, 2004, p. 49).

Conforme dados da Organização Mundial do Turismo (OMT) (apud SEDETUR, 2004, p.20), atualmente a atividades do turismo movimentam cerca de US\$ 3,4 trilhões, correspondendo a 10,9% do PIB mundial e estima-se que, no próximo ano, 204 milhões de empregos serão gerados, correspondendo a 10% dos trabalhadores do planeta.

A indústria de turismo e lazer no Brasil movimentou, no ano de 2.000, cerca de 45 bilhões de dólares, arrecadando 7,8 bilhões de dólares em impostos diretos e indiretos. Atualmente este setor emprega aproximadamente 6 milhões de trabalhadores movimentando, 16 bilhões de reais em salários, sendo considerado um dos maiores geradores de emprego do país (PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA, 2004, p. 2).

Segundo dados da EMBRATUR, o turismo contribuiu em 2001 com 7,54% do PIB brasileiro, o que representa em termos monetários aproximadamente R\$ 90 bilhões (CASIMIRO FILHO apud SEDETUR, 2004, p. 24).

Assiste-se hoje a um grande desenvolvimento do turismo em todo o mundo, envolvendo cifras fabulosas e movimento de pessoas nunca visto no passado, isto indica ser o turismo um dos meios mais eficientes para trazer e resgatar a prosperidade econômica de muitas regiões.

A atividade turística cria oportunidades de emprego nos hotéis e os gastos restantes dos turistas induzem o surgimento de vagas em restaurantes, lojas, agências de viagens, empresas de entretenimento, empresas de transporte e demais estabelecimentos turísticos ou não turísticos que sejam beneficiados pela distribuição desse gasto inicial.

Não se pode negar que a atividade turística movimenta recursos financeiros, emprega mão-de-obra, permite o intercâmbio cultural, promove o embelezamento paisagístico e pode melhorar a qualidade de vida das populações envolvidas. (MAGALHÃES, 2002, p.3).

O melhoramento da infra-estrutura básica existente nas localidades turísticas (redes de abastecimento de água e esgotos, construção de estradas e instalações próprias para o desenvolvimento da atividade turística) gera empregos na área de construção civil, assim como a crescente demanda por alimentos pode levar a um aumento no número de trabalhadores rurais.

Além da grande participação no PIB, o turismo é grande gerador de empregos. Estima-se que no mundo 1 em cada 11 trabalhadores estão empregados no setor de viagens e turismo.

TABELA 1
NÍVEL DE EMPREGO NO MUNDO E NO BRASIL (MILHÕES DE EMPREGOS)

	1990	1992	1995	1996	2006
Mundo	186	192	212	255	385
Brasil	5,7	5,6	6,0	-	-

Fonte: World Travel Tourism Council (WTTC) citado por IGNARRA (2001, p. 100)

O turismo pode influenciar na economia, gerando benefícios e prejuízos, tais como os arrolados no Quadro 1.

BENEFÍCIOS	PREJUÍZOS
<ul style="list-style-type: none"> • Geração de Empregos • Geração de Rendas • Aumento de Divisas em Moeda Estrangeira • Aumento da Arrecadação de Impostos • Criação e Desenvolvimento de Empresas • Descentralização de Riquezas • Diversificação da Economia • Maior Distribuição e Circulação de Renda • Aumento da Renda "Per Capita" • Expansão das Oportunidades Locais • Atração de Investimentos diversificados 	<ul style="list-style-type: none"> • Especulação Imobiliária • Aumento da Economia Informal • Aumento do Custo de Vida • Inflação • Privilégio de Benefícios Econômicos

QUADRO 1 - IMPACTOS ECONÔMICOS DO TURISMO: BENEFÍCIOS E PREJUÍZOS

Fonte: EMBRATUR (1996).

3.1 A ATIVIDADE TURÍSTICA E SUA RELAÇÃO COM A MACROECONOMIA

Entre as nações "emergentes" ou em desenvolvimento, há a noção de que o desenvolvimento econômico e a modernização estão atrelados à transformação de simples economias agropecuárias, em sólidas e sofisticadas economias industrializadas. Contudo, esta profunda alteração exige grandes quantidades de capital e os produtos primários tradicionalmente produzidos não têm sido capazes de suprir essa necessidade de recursos, o turismo passou naturalmente a incorporar as políticas estratégicas de desenvolvimento da maioria dos países, tendo como base de sustentação a sua capacidade de acumular os recursos financeiros para possibilitar o processo de industrialização.

Além da instabilidade característica do mercado de produtos primários, as pautas de exportação dos países subdesenvolvidos são muito pouco diversificadas, os preços praticados são regidos pelo mercado mundial e este modelo primário exportador implica muitas importações de produtos manufaturados. O turismo se constitui em um produto de exportação invisível, não sujeito a tais condições, sendo os preços de suas mercadorias e serviços determinados localmente.

Mathieson & Wall (*apud* SPINOLA, 1996) discordam dessa abordagem, acrescentando que distúrbios políticos, mudança na paridade entre moedas internacionais e fenômenos climatológicos não previsíveis são exemplos de influências externas que, juntamente com a temporalidade da atividade (extremamente dependente dos resultados obtidos nas altas estações), igualmente atribuem ao turismo um alto grau de incerteza quanto ao seu desempenho global.

Variações nas estruturas econômicas das áreas de destino certamente determinam impactos diferenciados, fato que se torna mais visível quando comparadas regiões desenvolvidas e subdesenvolvidas:

os países subdesenvolvidos geralmente têm baixos níveis de renda, que é distribuída desigualmente, altos níveis de desemprego e subemprego, baixos níveis de desenvolvimento industrial impedido pela pequena escala do mercado doméstico, uma marcada dependência da agricultura para obter receitas de exportações e grande parte das indústrias pertencentes ao capital estrangeiro. Tais tendências estão associadas a grandes disparidades regionais..... uma fuga substancial de lucros que saem do país e elevada inflação (...) (MATHIESON & WAL *apud* SPINOLA, 1996, p.71).

A magnitude e a natureza de repercussão econômica do turismo dependem de aspectos como a natureza dos atrativos existentes no local, o volume e a intensidade dos gastos turísticos, o nível de desenvolvimento e a dimensão da base econômica da área destino, o grau com que os gastos turísticos recirculam dentro da economia local.

Quanto maiores forem esses indicadores, mais significativos serão os benefícios experimentados.

Dentre os impactos econômicos atribuídos ao turismo, a sua influência no desempenho do balanço de pagamentos e da atividade empresarial aliada a

incrementos nos níveis de renda e emprego das comunidades, é o mais investigado, tendo sido objeto da maior parte dos estudos realizados visando avaliar os custos e benefícios dessa atividade.

3.2 A RELAÇÃO ENTRE TURISMO E EMPREGO: O EFEITO MULTIPLICADOR

A contribuição do turismo para destinos específicos pode ser indicada pela quantidade de renda gerada para a comunidade a partir dos gastos realizados pelos turistas, que continuam circulando na economia entre os diversos setores de atividade, de acordo com o conceito multiplicador criado por Keynes (1988).

A distinção entre consumo e investimento é fundamental para a análise de Keynes (1988). Sua teoria, assevera que o emprego depende do volume de investimento, ou ainda que o desemprego é o resultado do investimento insuficiente. Desta forma, o emprego ajuda a manter a procura da produção existente de bens de consumo.

Na prática, o efeito multiplicador do Turismo, não passa de uma modificação do multiplicador Keynesiano, apresentado na década de 30. Portanto, não se trata de um efeito exclusivo do turismo, pois se apresenta também em outras atividades que se utilizam da economia.

O efeito multiplicador no turismo é o provocado pelos gastos dos turistas, em bens e serviços consumidos na localidade visitada, aumentando a geração de novos empregos e da renda. Ele pode ser avaliado pelo grau, por meio do qual o dinheiro gasto pelos turistas, permaneça na região, para ser reciclado por meio da economia local (KEYNES, 1988).

Parte do que os turistas pagam em hotéis, restaurantes e lazer, é destinado entre outros gastos, para os salários dos empregados, que por sua vez pagam aluguéis, transporte, educação, compras. Normalmente, esse valor agregado é bem maior que a soma inicialmente gasta pelos turistas.

Tais diferenças levam a destacar que, do ponto de vista econômico, é possível medir o efeito multiplicador turístico de duas maneiras distintas: uma enfocando a venda

dos produtos (o gasto inicial do turista) e a outra a partir da contribuição desses gastos para a receita nacional.

A dimensão do multiplicador turístico variará de país para país e de região para região, segundo a natureza da base econômica existente. O volume de mercadorias e serviços importados para o consumo dos turistas, a inclinação dos residentes a usar mercadorias importadas e sua tendência a poupar têm influência no comportamento do multiplicador. Quanto maior a tendência a importar, maiores os vazamentos ou perdas de capital e menor o efeito multiplicador. Em geral, quanto mais fraca for a base econômica, menos autosuficiente será a região e uma parcela bem maior do gasto turístico se voltar-se-á para outras regiões, o que conduzirá a um multiplicador baixo de renda e emprego.

Os multiplicadores de renda variam, consideravelmente, entre os âmbitos nacional, regional e local. Os multiplicadores nacionais costumam ser mais altos que os calculados para as regiões e municípios devido à base econômica maior e à menor quantidade de indicadores.

Se a atividade turística for sustentada pelo capital externo, na forma de financiamentos originados de organismos internacionais ou de investimentos por parte de empresas multinacionais, por exemplo, a renda da indústria local será transferida para o exterior, sobrando para a comunidade local o montante recolhido através de impostos e salários pagos, o que não tem muita representatividade em termos quantitativos. Se, por outro lado, a atividade turística local for composta, principalmente, por empresas nacionais, a situação se reverte. Mesmo no segundo caso, experiências realizadas no México comprovam que a atividade turística demonstra pouca relevância a nível da economia regional, salvo em relação ao seu caráter de atração migratória, atração de divisas externas e geração de empregos.

A atividade turística cria oportunidades de emprego nos hotéis e os gastos restantes dos turistas induzem o surgimento de vagas em restaurantes, lojas, agências de viagens, empresas de entretenimento, empresas de transporte e demais estabelecimentos turísticos ou não turísticos que sejam beneficiados pela distribuição desse gasto inicial.

Segundo Carvalho (apud SEDETUR, 2004, p. 22):

A atividade turística pode acionar novos processos de produção e amenizar as desigualdades regionais e sociais porque tem a peculiaridade de gerar vagas em áreas com desemprego estrutural, como centros de cidades e áreas rurais.

O melhoramento da infra-estrutura básica existente nas localidades turísticas (redes de abastecimento de água e esgotos, construção de estradas e instalações próprias para o desenvolvimento da atividade turística) gera empregos na área de construção civil, assim como a crescente demanda por alimentos pode levar a um aumento no número de trabalhadores rurais.

Os efeitos multiplicadores verificados para a renda e para o emprego são muito semelhantes, embora não estejam relacionados diretamente. Existe uma relação casual entre a renda gerada pelo turismo e a quantidade de postos de trabalho criados, mas seus efeitos multiplicadores não possuem a mesma dimensão e não agem simultaneamente.

[...]calcula-se que a proporção de empregos diretos e indiretos gerados é de 1/11 e que os gastos com o turismo exerçam um fator multiplicador de 3 a 3,5, significando portanto que, cada 1 real aplicado no turismo, gera 3 a 3,5 reais para economia como um todo (PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA, 2004, p.2).

Três tipos de empregos são gerados pelo turismo: o *emprego direto*, que resulta dos gastos do visitante nas plantas turísticas; o *emprego indireto* que deriva desses gastos iniciais, sendo criado no setor de abastecimento turístico; e o *emprego induzido*, que é o efeito restante do multiplicador de empregos, já que, com os gastos dos residentes em estabelecimentos não ligados ao setor, também serão criadas novas oportunidades de emprego.

A maior parte dos empregos gerados exige pouca qualificação profissional, fato que possibilita a absorção de mão de obra local em regiões subdesenvolvidas. Por outro lado, a remuneração paga é baixa e o caráter sazonal da atividade pode gerar flutuações no nível de empregos entre a alta e a baixa estação.

3.3 O TURISMO E O BALANÇO DE PAGAMENTOS

O Balanço de Pagamento de uma nação nada mais é do que o registro de natureza contábil de todas as transações econômicas realizado por ela e a comunidade internacional em um período de tempo sistemático, normalmente anual.

O deslocamento de um turista para uma destinação estrangeira representa uma exportação para o país receptor, pois observa-se a entrada de divisas (moeda estrangeira forte) na economia em função da venda de produtos e serviços turísticos e não turísticos para o turista. Da mesma forma, o país de origem do turista está realizando uma importação, na medida em que transfere divisas para o estrangeiro. As receitas obtidas como turismo ajudam a equilibrar o balanço de pagamentos.

De acordo com Lage (1991), o balanço de pagamento, de um país, apresenta três tipos de contas: Balança Comercial, Balança de Serviços e Movimento de Capitais.

1.BALANÇA COMERCIAL	2.BALANÇA DE SERVIÇOS	3.TRANSAÇÕES CORRENTES (1 + 2)	4.MOVIMENTO DE CAPITAIS	5.SALDO DO BALANÇO DE PAGAMENTO (3 + 4)
Exportações Importações	Viagens internacionais Fretes Seguros Lucros remetidos ao exterior Juros Serviços diversos (assistência técnica, royalties)		Capital de firmas estrangeiras (multinacionais) Empréstimos externo Amortizações	Superávit / Déficit

QUADRO 2 – ASPECTOS GERAIS DA BALANÇA COMERCIAL/BALANÇA DE SERVIÇOS E MOVIMENTO DE CAPITAIS

Fonte: Lage, 1991.

Os efeitos do turismo no balanço de pagamento podem ser medidos, portanto, pela relação entre a dimensão do fluxo dentro do próprio país e o fluxo turístico de residentes no exterior. Airey *apud* Spinola (1996) dividiu os efeitos do turismo no balanço de pagamento em três categorias: primários, secundários e terciários.

Os efeitos primários são diretos, imediatos e relativamente fáceis de serem medidos. São os gastos dos turistas com alojamento, compras, entretenimento, transportes e

outros serviços que implicam influxos e refluxos de moeda a depender da sua natureza.

Os efeitos secundários não se referem ao gasto turístico original mas aos gastos que são realizados a partir dele pelos hotéis, companhias aéreas, agências de viagens, restaurantes e demais equipamentos na compra de mercadorias necessárias à prestação dos serviços junto aos fornecedores ou no pagamento de salários, comissões e dividendos.

Os fluxos de moeda não originados por gastos turísticos diretos constituem-se em efeitos terciários, que incluem mercadorias importadas por residentes.

Os efeitos de nível secundário e terciário não se registram de forma separada e são de difícil identificação, estando, por este motivo, afastados do movimento do balanço de pagamento.

O impacto do turismo no balanço de pagamento guarda, então, uma relação com a estrutura econômica da área destino e, especificamente, com a tendência que a sua população tem a importar e com a quantidade de mão de obra e investimentos estrangeiros alocados no setor.

3.4 RECEITAS PÚBLICAS GERADAS NO TURISMO

Como o Turismo é uma atividade econômica, ele está sujeito à tributação e por isso contribui para as receitas fiscais do Estado e outras entidades autônomas, como os órgãos locais e regionais de turismo.

TABELA 2
GERAÇÃO DE IMPOSTOS NO MUNDO E NO BRASIL (US\$ BILHÕES)

	1990	1992	1995	1996	2006
Mundo	-	627	-	653	1.300
Brasil	7,14	5,13	7,86	-	-

Fonte: World Travel Tourism Council (WTTC) citado por IGNARRA (2001, p. 100)

O benefício econômico, que resulta das receitas arrecadadas pelo Estado, concentra-se nos impostos que são cobrados diretamente sobre os rendimentos

originados no processo produtivo e no consumo dos turistas, o qual deve-se acrescentar os impostos arrecadados indiretamente de outras atividades cuja produção é determinada pelo turismo em virtude das inter-relações que com ele estabelecem. Mesmo desconhecendo o valor dos impostos, pode-se afirmar que o turismo contribui para as receitas fiscais, transformando-se em uma base estável para o funcionamento do Estado.

Há grandes despesas no Estado com o Turismo, principalmente em infra-estrutura turística, na qual os residentes passam a ser os principais beneficiários. Ou seja, o Turismo suporta as suas próprias necessidades em gastos públicos e ainda contribui para outros fins do Estado.

3.5 PLANEJAMENTO ECONÔMICO DO TURISMO

Num mercado cada vez mais globalizado e altamente competitivo, deixar de planejar torna-se suicídio para as organizações envolvidas no turismo (KOTLER, 1994).

O planejamento estratégico de marketing parte do princípio de que o futuro é bastante incerto. O desafio de uma localidade é planejar-se como um sistema em atividades, que pode assimilar ameaças e adaptar-se rápida e eficientemente a novas oportunidades (KOTLER, 1994).

Supondo identificado o mercado, bem como seu público-alvo, a localidade deve pesquisar onde se encontram os turistas, quais são as suas motivações, anseios e desejos para viagens de lazer, como eles decidem conhecer um local turístico, que atitudes e percepções eles têm desse local, como foram informados desses destinos turísticos, dentre outras coisas (TRIGUEIRO, 2000).

As atividades vinculadas ao desenvolvimento turístico envolvem não apenas os empresários do setor e seu público alvo – o turista - , mas também uma série de outros organismos da sociedade e da economia.

O planejamento é, assim, necessário para ordenar a atuação dos diferentes participantes do processo, definindo suas atribuições, maximizando os efeitos positivos decorrentes da atividade turística e racionalizando os dispêndios com infra-estrutura num cenário de escassez e custo elevado de capital.

No planejamento cabe discutir o papel dos diversos agentes envolvidos, examinando-se o que deve ser responsabilidade do setor público e do privado, objetivando evitar a competição desnecessária, a duplicação de algumas tarefas. Assim sendo, cabe em princípio indagar: qual o papel do estado no processo de desenvolvimento da atividade turística?

o planejamento da atividade turística constitui-se em uma tarefa bastante complexa, pois envolve aspectos relativos à ocupação territorial, à economia, sociologia e cultura dos núcleos receptores (...) o planejamento dos espaços com potencial turístico é tarefa do Estado, que, para desenvolvê-los, vê-se diante de dois objetivos conflitantes. O primeiro, que é o de prover a oportunidade e o acesso a estes locais para maior número de pessoas possível, contrapõe-se ao segundo, relacionado com aquele de proteger e evitar a descaracterização dos locais privilegiados pela natureza e a cultura original da população receptora (RUSCHMANN, 1997,p.64).

A atividade turística está inserida em um universo em que existem outros “centros de decisão, tais como: empresas privadas nacionais e internacionais, partidos políticos e unidades familiares. Cada uma dessas instituições têm os seus interesses específicos e atua de uma forma singular na sociedade.

Para atuar de forma efetiva no atendimento às demandas, Nogueira (1987) propõe que o Estado desempenhe as seguintes funções:

- **Planejadora** – explicitando um plano de atuação que envolva desde o levantamento das potencialidades do local até detalhamento das linhas de ação a serem adotadas;
- **Normativa** – formulando leis e regulamentos específicos para a atividade;
- **Coordenadora** – envolvendo a elaboração e a implantação de políticas públicas para o setor;
- **Financiadora** – suportando o custo dos grandes planos e da necessária infraestrutura básica, podendo, subsidiária ou complementarmente, promover a criação de unidades turísticas pioneiras, visando atrair a iniciativa privada.

Boullón (2002) vai mais adiante nessa enumeração, determinando onze funções básicas para os órgãos oficiais de turismo:

- **Planejar** – definir as metas de desenvolvimento para o setor e as estratégias, programas e ações que conduzam ao seu cumprimento;
- **Informar** – consiste na publicação e divulgação de dados sobre os atrativos e serviços turísticos. Elaboração de inventários nos quais constem aspectos como os atrativos, equipamentos e infra-estrutura de transportes e comunicação; fornecimento de estatísticas sobre a demanda interna e externa, taxa de ocupação da rede hoteleira e do movimento dos aeroportos, dentre outras, além do atendimento aos turistas;
- **Promover** – compreende a publicidade, as relações públicas institucionais, a organização de eventos visando a comercialização dos produtos turísticos e o apoio a campanhas com o mesmo objetivo realizadas pelo setor privado;
- **Facilitar** – refere-se às disposições, regulamentos, acordos e qualquer outro tipo de medidas dispostas pelos organismos públicos, que tenham por finalidade facilitar os procedimentos necessários ao desenvolvimento da atividade;
- **Fomentar Investimentos** – constituída por estudos técnicos, regulamentos, isenções de impostos, créditos e qualquer outro tipo de disposições similares, elaboradas e estabelecidas pelo setor público para promover a participação dos investimentos privados no desenvolvimento da atividade;
- **Administrar Serviços** – administrar transitoriamente os serviços turísticos de sua jurisdição até haver a sua privatização;
- **Capacitar Pessoal** – refere-se aos programas e ações destinadas a identificar e satisfazer às necessidades de formar, aperfeiçoar e especializar a níveis básico, médio e superior os funcionários e empresários que atuam no setor;
- **Prestar Assistência Técnica** – resolver, através de suas equipes técnicas, problemas que afetem o funcionamento de algum setor da empresa privada ou de alguma parte do espaço turístico;
- **Promover o Lazer** – são os serviços públicos destinados à população local que, em alguns casos, podem ser desfrutados pelos turistas;

- **Controlar a Qualidade dos Serviços** – mediante cadastro contendo todos os prestadores de serviços no setor, vigiar o cumprimento dos regulamentos e dos requisitos básicos de qualidade fixados para cada categoria.
- **Arrecadar** – é o exercício das atribuições do setor público para estabelecer impostos, com o propósito de dotar governo dos recursos econômicos necessários à sua atuação.

A proposta de Boullón (2002) é mais abrangente e paternalista que a de Nogueira (1987).

Certas funções com a prestação de assistência técnica ao setor privado, a administração de serviços turísticos e a capacitação de empresários, não devem ser exercidos pelo Estado. Há um certo consenso (NOGUEIRA,1987) quanto ao aspecto complementar da ação do poder público, atribuindo-se ao capital privado a responsabilidade pela exploração econômica da atividade.

4 O TURISMO NO ESPÍRITO SANTO

4.1 ASPECTOS GERAIS

Com área territorial de 46.407,60 km² e 3.103.685 habitantes, o Espírito Santo é o segundo menor Estado da região Sudeste, formada também por Rio de Janeiro, São Paulo e Minas Gerais. As rodovias federais que cortam o Estado são a BR-101, que liga o ES às regiões Nordeste e Sul, e a BR-262. Em todo o Estado há rodovias estaduais, com 5.712,6 km (3.332,3 deles não pavimentados).

4.1.1 História Capixaba

O Estado do Espírito Santo originou-se da criação de uma capitania doada a Vasco Fernandes Coutinho, fidalgo português que aportou na região a 23 de maio de 1535. Tratava-se de um domingo do Espírito Santo, razão pela qual a capitania recebeu esse nome. Os indígenas que habitavam a região apresentaram muita resistência ao processo colonizatório, recuando para a floresta e iniciando, a partir de então, uma luta de guerrilhas contra os portugueses, que se prolongaria até meados do século seguinte.

Além dos índios, os colonizadores tiveram ainda que enfrentar constantes incursões de piratas franceses, holandeses e ingleses na região. A partir do século XVII, com a criação dos primeiros engenhos de açúcar, o interior do Estado começou a ser povoado, desenvolvendo-se a atividade agrícola e o comércio. No início do século XVIII, porém, a economia local entrou em processo de estagnação e a capitania, até então subordinada à Bahia, foi reintegrada à Coroa.

Em 1810 adquiriu plena autonomia, passando a ser administrada por um Governador. Com a chegada de imigrantes suíços, alemães, holandeses e açorianos, a partir de 1823, a economia da região voltou a crescer. Embora os fazendeiros tenham se arruinado com o fim da escravatura, em 1888, a grande corrente de imigração liderada por italianos, que se manteve de 1892 a 1896, fez

crescer a cultura do café, saneando as finanças do Estado e permitindo o seu desenvolvimento. Essa base agrícola histórica deu origem à denominação "capixaba", dada às pessoas originárias do Estado do Espírito Santo, que, na língua indígena tupi, quer dizer terra boa para a lavoura.

A instalação, nos anos 60 e 70, de grandes projetos industriais voltados para a exportação, como as empresas estatais Companhia Vale do Rio Doce e Companhia Siderúrgica de Tubarão, traz benefícios à economia do Espírito Santo. Ainda assim, o Estado continua a investir na agricultura, o que permite um rápido crescimento econômico.

4.1.2 Atrativos turísticos capixabas

Com um clima tropical, quente e úmido no litoral e temperado na região serrana, o território do Espírito Santo é constituído por dois cenários especiais: a baixada litorânea, com 40% da área total do Estado, e a região serrana, com 60%.

No litoral, as praias e terras insulares e manguezais completam a paisagem. Estão dotadas de infra-estrutura de equipamentos e serviços de alimentação e lazer e permitem a prática de vários esportes.

A mistura de europeus (italianos e alemães), africanos e índios resultou numa mescla cultural sem igual.

Na gastronomia, a moqueca, de influência indígena, a torta capixaba, o muxá e os frutos do mar predominam no litoral. No interior, a comida do fogão a lenha [...] é possível encontrar massas, [...] polenta, tortas, além de vinhos.

Atrativos culturais arquitetônicos também guardam influência da miscigenação étnica do povo capixaba e dos períodos de desenvolvimento do Estado, variando da influência portuguesa, passando principalmente pela italiana e alemã.

O Estado conta também com remanescentes de mata atlântica que abrigam uma grande diversidade de flora e fauna. Algumas áreas que preservam os ecossistemas capixabas são Reserva Biológica de Sooretama, [...] Reserva Biológica Augusto Ruschi, Reserva Biológica de

Comboios [...] Estação Ecológica do Projeto Tamar (SEDETUR, 2004, p.38).

Já existe a Rota do Sol e da Moqueca, que agrupa extraordinários roteiros turísticos pelo litoral sul do Espírito Santo

A *Rota do Mar e das Montanhas* é um consórcio que reúne os municípios de Vitória, Domingos Martins, Venda Nova do Imigrante e Santa Teresa.

O ecoturismo e os locais apropriados para a prática de esportes radicais vêm se tornando cada vez mais o foco das operadoras. Por esse motivo, a Rota aparece como uma importante e diferente opção turística.

4.2 HISTÓRICO DO TURISMO NO ESPÍRITO SANTO

Os deslocamentos turísticos no Espírito Santo tiveram início com os fluxos domésticos e espontâneos destinados aos centros urbanos emergentes no litoral e das pequenas cidades para a capital no restante do ano, nos séculos XVIII, XIX e início do século XX.

Somente em 1947, no governo Carlos Lindenberg inicia-se a relação com o Rio de Janeiro, com a construção de rodovias, atraindo turistas cariocas.

Segundo a SEDETUR (2004) em 1951, no governo de Jones dos Santos Neves, prossegue a expansão rodoviária e o incentivo do turismo em Guarapari, construindo em 1952 a ponte a ligaria Rodovia Vitória-Rio de Janeiro. Ao mesmo tempo o governo assume as obras do famoso Hotel Radium.

Com a criação da EMBRATUR entre 1966-1967 dá-se no Brasil as ações direcionadas ao aproveitamento da oferta turística existente, e acompanhando esta dinâmica da época, cria-se a EMCATUR (Empresa Capixaba de Turismo, realizando estudos e planos de aproveitamento turísticos capixabas, mas restritos ao segmento litorâneo.

Em 1977 a Fundação Jones dos Santos Neves apresenta um estudo denominado "Algumas Prioridades Imediatas para o Desenvolvimento Turístico do Espírito Santo", fazendo com que o turismo capixaba passe a ser bem mais organizado,

chamando a atenção do empresariado local para as potencialidades turísticas capixabas.

Em 1989 as responsabilidades das ações estatais do setor turístico é transferida para a Secretaria de Estado da Indústria e do Comércio, Ciência e Tecnologia (SEICT). Em 1991, o turismo passa a ganhar o status de segmento econômico de importância estratégica para o desenvolvimento do Estado, com a criação da Secretaria de Estado do Desenvolvimento Econômico (SEDES). Ao mesmo tempo SEBRAE-ES incentivava. O BANDES (Banco de Desenvolvimento Econômico e Social do Espírito Santo) realizou um estudo sobre a ocupação hoteleira capixaba, apontando as prioridades de investimentos.

Em 1993 é criada a Câmara Estadual de Turismo e inicia-se o processo de descentralização do turismo, atendendo a uma das macroestratégias governamentais para o setor e em março de 1994, lança em Vitória o Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT).

Em 1998 pe criado do Espírito Santo *Conventions & Visitors Bureau*, destinado a incrementar o turismo de eventos no estado.

Atualmente, a gestão do turismo é de responsabilidade da Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico e Turismo (SEDETUR), iniciando suas atividades num mercado em franca expansão e transformação.

Atualmente já existe em funcionamento uma entidade que congrega empresários do setor – GESTUR-Gestão Espírito Santo do Turismo – com a finalidade de discutir e encaminhar os interesses do setor, constituindo-se na fala oficial de um importante segmento do turismo capixaba.

Com a entrada de grupos econômicos e de redes nacionais e internacionais e a implantação de novos equipamentos de hospedagem, de alimentação, de serviços de transporte e prestação de novos serviços, a administração pública passou a ser demandada mais fortemente para dar suporte a esse processo. E um planejamento é um instrumento importante para a orientação das ações, geração de parcerias e viabilização de projetos que possam garantir um crescimento sustentável e diversificado do turismo capixaba.

4.3 A DIMENSÃO ECONÔMICA DO TURISMO NO ESPÍRITO SANTO

Os efeitos do crescimento do turismo no mundo e no Brasil já estão sendo sentidos no Espírito Santo. O Estado apresentava a 10ª posição no ranking dos estados brasileiros mais visitados em 2001, segundo pesquisa da EMBRATUR, com 4,3% do fluxo total, e as cidades de Vitória e Guarapari entre as mais visitadas na mesma época (SEDETUR, 2004, p. 22).

Numa perspectiva de longo prazo, uma maior inserção do Brasil no mercado internacional também poderá impactar o Espírito Santo de forma positiva. Oportunidades advirão principalmente nos segmentos de eventos e de negócios.

Dentre diversas atividades econômicas para o Espírito Santo, o turismo desponta como uma alternativa viável e importante, principalmente no que tange à geração de emprego e renda, já que o estado reúne atributos necessários ao desenvolvimento de uma eficiente indústria turística.

O turismo deve ser visto, portanto como um instrumento valioso na busca do desenvolvimento econômico local, principalmente quando comparado com outros setores.

Como foi visto, o turismo pode gerar expressivo número de postos de trabalhos, com a necessidade menor de investimentos.

Numa breve leitura do mercado do turismo espírito-santense, identifica-se uma demanda turística com fluxos sazonais originários [...] dos estados de Minas Gerais, Rio de Janeiro, São Paulo, Distrito Federal, sul da Bahia e de viajantes capixabas que viajem internamente. Constitui-se de expressivos contingentes de veranistas [...] (SEDETUR, 2004, p. 42-43).

De qualquer forma o incremento da atividade turística trará benefícios para a população capixaba, envolvendo

a criação/melhoramento da infra-estrutura básica, visando garantir tanto a viabilidade, como a sustentabilidade ao longo dos anos de investimentos na expansão da oferta hoteleira, de área e equipamentos de lazer, além da diversificação de produtos turísticos[...] ênfase na intermodalidade do transporte; na adequação do transporte aéreo; na sinalização turística local e rodoviária e na segurança (SEDETUR, 2004, p.60).

A necessidade de infra-estrutura de apoio ao turismo reforça a necessidade de articulação entre o setor público e o setor privado, através de parcerias, na busca pela viabilização da infra-estrutura necessária aos destinos turísticos do Estado. Portanto, a criação/melhoria da infra-estrutura, o turismo acontece deve ser fruto principalmente de PPP (Parceria público-privada).

Parcela de investimentos na infra-estrutura turística do Estado depende de decisões que estão no âmbito federal. São investimentos em rodovias, ferrovias e aeroporto, além de prover as cidades de sistemas de água, energia, comunicação, transporte, segurança, coleta de lixo e tratamento de esgotos, recuperação e manutenção do patrimônio histórico e paisagístico, ampliação no atendimento médico-hospitalar

Segundo a SEDETUR (2004, p. 60), estão incluídos investimentos em áreas prioritárias para turismo, que poderão incrementar significativamente a economia capixaba como um todo:

- Duplicação da BR-101
- Duplicação da extensão da BR-101 no contorno de Vitória;
- Ampliação do Aeroporto de Vitória
- Recuperação e melhoria da BR-262
- Recuperação e ampliação da Rodovia do Sol, que ligará a capital do Estado ao litoral norte;
- Construção da ferrovia litorânea sul;
- Centro de Eventos.

4.3.1 Os empregos viabilizados pela atividade turística capixaba

A atividade turística possui uma clara vocação para a criação de empregos diretos e indiretos.

Segundo a Rais Caged (apud SEDETUR, 2004, p. 23), o setor turístico do Espírito Santo gerou 23.407 empregos diretos, representando 4,54% da mão-de-obra formal do Estado.

TABELA 3
NÚMERO DE ESTABELECIMENTOS E EMPREGADOS POR ATIVIDADE TURÍSTICA NO
ESPIRITO SANTO

	N° Estabelecimentos	N° Empregados
Alojamento	461	3.836
Alimentação	2.177	10.952
Agência de Viagens	145	425
Atividades Recreativas	443	2.993
Aluguel de Automóveis	68	379
Transporte Rodoviário Regular	152	4.736
Transporte Aéreo Regular	5	77
Transporte Aéreo não Regular	3	9
Total	3.454	23.407

Fonte: RAI (apud SEDETUR, 2004, p. 23)

Vale ressaltar que esse número leva apenas em consideração os trabalhadores com carteira assinada. Tendo em vista que na maioria dos setores econômicos do Brasil, o número de trabalhadores empregados que não possuem vínculo empregatício é considerável, podemos inferir que há um número elevado de empregos informais gerados pelo turismo.

TABELA 4
NÚMERO DE EMPREGOS TOTAL E DO SETOR TURÍSTICOS POR ESTADOS

Unidade da Federação	Empregos Turismo	Empregos Total
São Paulo	410.432	8.227.367
Rio de Janeiro	198.663	2.801.370
Minas Gerais	140.176	2.893.726
Rio Grande do Sul	90.502	1.982.425
Paraná	80.059	1.721.656
Bahia	61.614	1.209.567
Santa Catarina	51.495	1.155.712
Pernambuco	37.504	895.415
Goiás	33.897	730.608
Distrito Federal	33.033	781.380
Ceará	28.150	724.954
Espírito Santo	23.407	515.153

Fonte: EMBRATUR e RAIS (apud SEDETUR, 2004, p. 23).

Quando comparado com os outros estados, o Espírito Santo ocupa a 12ª posição em relação ao número absoluto de empregos gerados no turismo. Contudo, somando-se os empregos indiretos, este número, segundo dados do Espírito Santo Conventions & Bureau, chega a 44.134 empregos.

Contudo, quando a comparação dá-se pelo percentual de postos de trabalho do turismo em relação ao total de empregos do Estado, o Espírito Santo passa a ocupar a 8ª posição, tendo 4,54% do total de seus empregos gerados pelas atividades turísticas. Este valor é 0,5 % acima da média nacional, que é de 4,03%.

Um outro elemento interessante é que o impacto do turismo no emprego no Espírito Santo está bem acima de estados com forte tradição no turismo, como Ceará, Rio Grande do Norte, Pernambuco e Santa Catarina, além de estar a menos de 0,1% de estados como Rio Grande do Sul, Goiás e Paraná.

Fazendo uma projeção, utilizando a média de crescimento pelo turismo no período de 1997 a 2001, espera-se que em 2011 as vagas formais gerada pelo turismo cheguem a 42.607.

4.3.2 A participação do turismo no Produto Interno Bruto (PIB) capixaba

Em termos econômicos, o turismo é um elemento importante para a composição da economia capixaba.

O PIB é a somatória de todos os bens e serviços finais produzidos dentro do território nacional, num dado período, sem levar em consideração se os fatores de produção são de propriedade de residentes ou não-residentes.

Agora o PIB do turismo é um pouco mais complicado. Porque os fatores que compõem o consumo turístico são mais difíceis de identificar. Existem fatores abstratos como a beleza dos recursos naturais; a economia informal que não aparecem em nenhum registro; as famílias que viajam com seu próprio carro e se hospedam em casas de amigos e parentes; gastos do turista que não são registrados como farmácia, postos de gasolina, máquina de filmar, fotografias e bens e serviços de outras atividades (agricultura, móveis, bebidas, artesanatos,

construção civil e outros) que são computados nos seus devidos setores e ramos.. com toda dificuldade, o turismo é computado no setor de serviços, da produção nacional de todos os países.

Um estudo da FIPE-USP indicou que a participação do turismo no PIB do Estado em 1998 foi de 6,15%. Em valores daquela época, esta participação representou cerca de R\$ 1,067 bilhão, sendo a sexta maior contribuição do turismo no PIB de um estado do Brasil. Mantendo esta mesma participação do turismo de 1998, porém utilizando o PIB de 2001, esse valor salta para R\$ 1,38 bilhão (SEDETUR, 2004).

TABELA 3
RANKING DO PIB GERADO PELO TURISMO INTERNO NO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO E OUTROS ESTADOS (2002)

ESTADO	RANKING
Ceará	1°
Rio Grande do Norte	2°
Piauí	3°
Para	4°
Paraíba	5°
Espírito Santo	6°
Alagoas	7°
Maranhão	8°

Fonte Espírito Santo Convention & Visitors Bureau/IPES

4.3.3 A segmentação do turismo capixaba

O turismo capixaba está hoje concentrado, principalmente no segmento de mercado do turismo de sol e mar (lazer), com as praia funcionando como o maior atrativo. No entanto, vem crescendo rapidamente o chamado turismo de eventos³ e negócios.

³ O turismo de eventos tem se expandido em todo o Brasil mobilizando uma massa de recursos em torno de R\$ 37 bilhões, segundo dados do I Dimencionamento Econômico da Indústria de Eventos no Brasil, realizada pelo Sebrae Nacional e Federação Brasileira dos Conventions Bureau (apud ESPÍRITO SANTO VISITORS & CONVENTIONS, 2004, p.1).

Os eventos constituem uma das formas mais válidas do dinamizar as estruturas turísticas. Para o turista o uma proposta, um convite de viver o momento em que tudo foi organizado especialmente para ele.

O evento, ao se desenvolver e distribuir os fluxos turísticos, estará cumprindo o papel econômico do turismo, aumentando o número de ocupação nos meios de transporte, diminuindo a ociosidade dos meios de hospedagem, movimentando restaurantes, casas de diversões, favorecendo a distribuição de ronda, oportunizando o efeito multiplicador do turismo.

Em especial na esfera capixaba, o turismo de negócios, e também o de eventos, guardam relação direta com o crescimento dos investimentos nos setores de petróleo e comércio exterior, compreendendo principalmente os grandes empreendimentos em fase de implantação. A consolidação de alguns arranjos produtivos locais, como o de rochas ornamentais, tem colocado o Espírito Santo na rede mundial de eventos.

No Estado os números obtidos no primeiro semestre de 2004 representam um fluxo de recursos da ordem de R\$ 43 milhões correspondentes aos cerca de 45 mil turistas mobilizados por estes eventos, estimando-se a média de 500 pessoas por evento. As estimativas do ano passado situaram-se em receitas de R\$ 39 milhões com a presença de 40.500 turistas (ESPÍRITO SANTO CONVENTIONS & VISITORS BUREAU, 2004a).

Demonstrando a importância do setor de eventos, os tributos gerados somente no ano de 2002 chegaram a R\$ 53.139.516,92 (IPES, 2004, p. 161).

Com relação à renda familiar [...] a categoria turismo de negócios apresenta um valor maior. Na alta temporada, por exemplo, enquanto a renda média do turista de negócios ficou em torno de R\$ 3.250,00, a do turista de passeio/lazer ficou em 2.833,70 (SEDETUR, 2004, p. 26).

Ainda segundo o Espírito Santo Conventions & Visitors Bureau (2004b), a previsão de receita gerada pelos turistas de negócios no mês de agosto de 2004 é de cerca de R\$ 13,7 milhões, considerando que cada pessoa gasta, por dia, uma média de R\$ 320 e a sua permanência é de três dias, em média

Segundo o SEDETUR (2004) analisando o gasto individual por estadia, observa-se que a participação dos turistas de negócio foi superior ao lazer em todas as temporadas do ano, exceto no verão. Já o gasto individual diário do turista de negócios foi bem maior que aos turistas de passeio/lazer. Isso evidencia a importância econômica desse tipo de turista.

Já o turismo rural, em especial na modalidade do agroturismo⁴, vem chamando a atenção não somente dos capixabas, mas nacionalmente. Pequenos arranjos produtivos ligados a atividades rurais estão surgindo e se consolidando no Estado.

4.3.4 Crescimento da rede de hospedagem

No período de 2001 a 2004, o setor de hospedagem da Grande Vitória, estará se expandido com mais de 12 empreendimentos, onde R\$ 156 milhões serão destinados à construção de 1,8 mil unidades habitacionais em Vitória e Vila Velha (PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA, 2003).

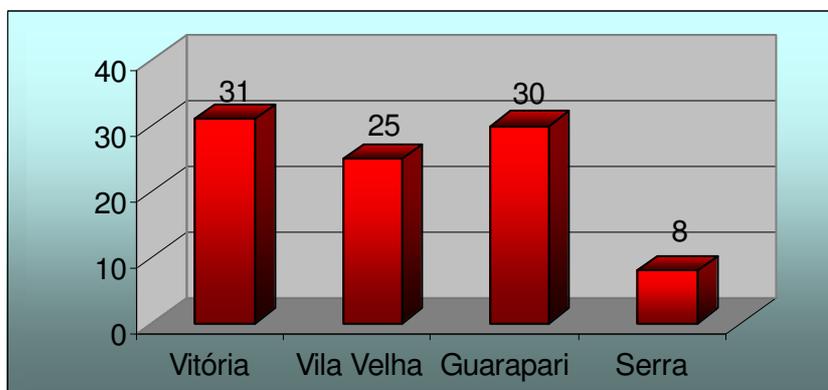


Figura 1 – Número de hotéis na Região metropolitana de Vitória
Fonte: IPES/SEDETUR

⁴ O Agroturismo surgiu no Espírito Santo por volta de 1986, na Fazenda Providência, de propriedade da família Carnielli no município de Venda Nova do Imigrante e expandiu entre 1986 e 1990 por meios de comunicação, despertando nas pessoas o interesse na fabricação dos produtos, na visitação às propriedades, seus afazeres diários e outros atrativos, gerando um fluxo de turistas e o desenvolvimento da atividade agroturística. Pioneiro no Brasil neste bem sucedida atividade, o Espírito Santo integra com o Agroturismo, o potencial turístico da região serrana capixaba às atividades agropecuárias do pequeno produtor rural, como a cultura de frutas, cereais e hortaliças; o cultivo de flores, a fabricação artesanal de doces, geléias, vinhos, licores, queijos, criação de aves, bovinos e suínos.

Os Apart-Hotéis também vêm suprir uma outra necessidade: atender aos executivos que participam de eventos de negócios, que movimentam cifras milionárias em todo o país. Quase 100 mil pessoas estiveram no Espírito Santo em 2001, participando de feiras, congressos e seminários. Em 2002, uma dezena de eventos foram realizados, com quase 40 mil visitantes.

A expansão da rede hoteleira está sendo motivada pelo turismo de negócios na Capital, uma vez que ela reúne características competitivas para atração dessa demanda, como a localização estratégica, atrativos naturais e equipamentos de qualidade. O Convention Bureau, órgão de articulação promocional e institucional, destaca o crescimento desse mercado, anunciando a captação de cerca de 60 eventos nacionais para este ano, trazendo ao Estado mais de 50 mil turistas, que deverão injetar o montante de R\$ 54 milhões na economia (IEL-IDEIES, 2003)

4.3.5 Ampliação do Aeroporto de Vitória

Visando propor uma abordagem mais agressiva em relação a receptividade do turista, o processo de embarque e desembarque pelo Aeroporto de Vitória já foram iniciados em 2003, através de quatro passarelas climatizadas, que integrarão o novo terminal, dentro de um pacote de investimentos de R\$ 150 milhões (PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA, 2003).

O projeto técnico e arquitetônico do novo Aeroporto de Vitória, concluiu-se no final do primeiro semestre de 2002, quando, então, a INFRAERO realizou a licitação das obras. A obra decolando, numa rota sobre o mar da Praia de Camburi, favorecendo aos moradores dos bairros de Jardim da Penha, Mata da Praia, Bairro República e Goiabeiras, que não serão mais incomodados pelos ruídos das turbinas.

O novo terminal de passageiros será erguido junto à Avenida Adalberto Simão Nader e o terminal atual será exclusivo para prestação de serviços, ou seja, atenderá a usuários das empresas de táxi aéreo, de transporte em helicópteros e de cargas.

Com o novo Aeroporto, o comércio instalado em área da INFRAERO vai ter que ser remanejado. São cerca de 30 estabelecimentos que ocupam a área em regime de concessão de uso.

Este espaço será destinado à construção de um hotel e de um centro de convenções.

Com estes investimentos centenas de empregos temporários serão criados, na área da construção civil, além de centenas de outros em caráter permanente, como o comércio e serviços destinados a sustentação da atividade aeroportuária, primordial no atual contexto turístico capixaba, além de permitir um aumento em embarques e desembarques de cargas ligadas ao comércio internacional capixaba.

5 CONCLUSÃO

O turismo é uma atividade que tem uma grande inter-relação com os outros segmentos da economia. Quanto mais diversificada e desenvolvida for a base econômica o turismo trará para a sua atividade empresarial.

Atualmente, valoriza-se muito o turismo como uma das melhores alternativas de desenvolvimento econômico de municípios, estados e nações, enfatizando-se sobretudo a dinamicidade e o potencial de crescimento que o setor apresenta a nível mundial; as vantagens dessa atividade em termos de geração de emprego e renda a um custo relativamente baixo e o fato desta ser uma indústria “sem chaminés”, relativamente pouco poluidora e com potencial para ajudar a preservar o meio-ambiente.

Assim, diversas nações, entre as quais o Brasil em desenvolvimento tem buscado no turismo uma saída para o incremento de suas economias. Para que isto aconteça sem traumas, faz-se necessária uma avaliação dessa estratégia de desenvolvimento abrangendo todos os aspectos e efeitos econômicos do turismo, gerados no seu sentido mais amplo, envolvendo ainda os aspectos culturais, sociais, ambientais e políticos

Por sua oferta de recursos naturais, culturais e humanos, o Espírito Santo vive um momento considerado histórico para o incremento da atividade turística, o que se pode traduzir em grandes investimentos governamentais e privados.

Nesse cenário definido por novos fluxos turísticos e com a retomada de crescimento a partir deste ano, o Espírito Santo emerge como um dos destinos com maior vocação para a gestão sustentável daquele segmento da economia que se configura em forte alternativa social e econômica, por suas características de facilitar a geração de empregos e reduzir desigualdades.

Junto a isto o turismo de negócios e a realização de grandes eventos tais como festivais, competições esportivas, congressos, convenções, dentre outros, também tem se difundido, catalisando grande número de turistas.

Podemos concluir que o Turismo está totalmente ligado a economia e em diversas áreas deste setor. Sendo um dos maiores responsáveis pela geração de empregos;

diretos, induzidos ou indiretos, e dando uma contribuição significativa no PIB (Produto Interno Bruto) Nacional.

Para o Espírito Santo, as oportunidades para o desenvolvimento do setor de turismo poderão surgir de um lado pela priorização que está sendo dada em nível nacional e de outro, das transformações porque passará a economia do Estado, principalmente em função de grandes investimentos industriais em perspectiva, contanto, logicamente com seus atrativos naturais, históricos e culturais.

Para a economia capixaba, o turismo já corresponde a cerca de 7% do PIB, com possibilidade de aumentar ainda mais nos próximos anos, em virtude dos investimentos maciços (privados e estatais) realizados em obras de infra-estrutura viária, como a ampliação do Aeroporto de Vitória, que se tornará Internacional, da BR-101, da rede hoteleira e de apoio as atividades turísticas.

São investimentos relativamente baixos, em se comparando com outros segmentos econômicos, como o da indústria, mas que através de efeitos multiplicados garantem a geração de número muito superior de postos de trabalho, assim como toda uma cadeia de suprimentos, produtos e serviços, que a sustenta, movimentando milhões de dólares, compreendendo desde os aviões estacionados nos aeroportos até os restaurantes que preparam refeições para os visitantes, passando pelo artesanato local e hospedagem.

O turismo é capaz, de fato, de trazer grandes benefícios para o Brasil, como foi e tem sido com outras nações, mas somente baseado em um processo lento e planejado. Não se pode esperar que o turismo, como setor da vida social, traga a solução de todos os problemas de emprego do país ou a tão sonhada justiça social.

6 REFERÊNCIAS

- ACERENZA, Miguel A. **Administración del turismo**. México: Editorial Trillas, 1984.
- ALMEIDA, J. A; RIEDL, M. (orgs.). **Turismo Rural: ecologia, lazer e desenvolvimento**. Bauru: EDUSC, 2000.
- ANDRADE, J.V. **Turismo: fundamentos e dimensões**. São Paulo: Ática, 1995.
- BARRETO, Margarida. **Planejamento e Organização em turismo**. Campinas-SP: Papirus, 1991.
- BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo-SP: Ed. SENAC São Paulo, 1998.
- BOULLÓN, Roberto C. **Planejamento do espaço turístico**. Bauru-SP: EDUSP, 2002.
- CAMPAHOLA, C; SILVA, J.G. O agroturismo como nova fonte de renda para o pequeno agricultor brasileiro. In: **Turismo Rural: ecologia, lazer e desenvolvimento**. Bauru: EDUSC, 2000.
- CASTELLI, Geraldo. **Turismo, atividade marcante do século XX**. Caxias do Sul: Educs, 1990.
- CHIAVENATTO, Idalberto. **Administração: teoria, processo e prática**. São Paulo: Markon Books, 1994.
- COBRA, Marcos Henrique Nogueira. **Marketing básico: uma perspectiva brasileira**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 1997.
- COELHO, Flávio A. A Qualidade no Turismo. **Informativo PBQD**. [S.l. : s.n]. p. 4-5. nov. 1994.
- COMISSÃO MUNDIAL DOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO. **Nosso Futuro Comum**. 2.ed. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1991.
- EMPRESA BRASILEIRA DE TURISMO (EMBRATUR). **Turismo sob a ótica dos monitores municipais**. Brasília: EMBRATUR, 1996.

ESPÍRITO SANTO CONVENTIONS & VISITORS BUREAU **Turismo: Um Grande Negócio.** Disponível em: <http://www.conventionbureau-es.com.br/noticias.asp?ido=59>. Acesso em 18 ago. 2004a.

_____. **Turismo de Negócios no ES deve gerar cerca de R\$ 13,7 milhões em agosto.** Disponível em: <http://www.conventionbureau-es.com.br/noticias.asp?ido=98>. Acesso em 18 ago. 2004b.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Minidicionário da língua portuguesa.** 3ª ed., Rio de Janeiro-RJ: Nova Fronteira, 1993.

HUNGER, J. David. **Gestão estratégica: princípios e práticas.** Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso Editores, 2002.

IEL-IDEIES. **Desenvolvimento Econômico Social: Investimentos em turismo.** Disponível em: <http://www.iel-ideies.com.br/artigo-desen-invesemtu03.htm>. Acesso em 25 ago. 2003.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do Turismo.** São Paulo: Pioneira, 2001.

INSTITUTO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO JONES DOS SANTOS NEVES (IPES). **Perfil do Espírito Santo-2001-2002.** Vitória: IPES, 2003.

JACHINOSKI, Ubirajara P. **Turismo: definição e problemas de medidas.** Belo Horizonte: Fatur, 1995.

KEYNES, John. Maynard. **Teoria Geral do Emprego, do Juro e da Moeda.** São Paulo: Nova Cultural, 1988.

KOTLER, Philip. **Marketing.** São Paulo: Atlas, 1996.

LEMOS, Leandro. **Turismo: que negócio é esse?: Uma análise da economia do turismo.** Campinas-SP: Papyrus, 1999 (Coleção Turismo)

LICKORISH, Leonard J. e Jenkins, Carson L. **Introdução ao Turismo.** Rio de Janeiro: Campus, 2000.

MAGALHÃES, Cláudia Freitas. **Diretrizes para o turismo sustentável em municípios.** São Paulo: Roca, 2002.

MELLO, H p. et. al. **O Setor Serviços no Brasil: Uma visão Global.** Rio de Janeiro: IPEA, 1998.

NOGUEIRA, Mário G. O Papel do Turismo no Desenvolvimento Econômico e Social do Brasil, **Revista de Administração Pública**, n 21, p.37-54, abr-jun 1987.

PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA. **Vitória do Futuro: Turismo-Propostas para 2015**. Disponível em: <http://www.vitoria.es.gov.br>. Acesso em 14 ago. 2004.

RIBEIRO, G.L e BARBOS, F.L. A Corrida por Paisagens Autênticas: Turismo, Meio Ambiente e Sustentabilidade no Mundo Contemporâneo. **Viagens a Natureza: turismo, cultura e ambiente**. São Paulo: Papirus, 1997.

RODRIGUES, Santiago Ricardo. **Segmentação do Turismo**. Disponível em: <http://revistaturismo.cidadeinternet.com.br/artigos/segmentacao.html>. Acesso em 20 out. 2003.

RUSCHMANN, Doris. **Turismo e planejamento sustentável: A Proteção do Meio Ambiente**. 3ed. São Paulo: Papirus, 1997.

_____.Planejamento e Organização Territorial do Turismo. **Revista Turismo em Análise**, São Paulo v.1, n.1, p.63-69, mai 1990.

SANTOS, Ezequiel Sampaio et al. **História, Geografia e Organização Social e Política do Município de Domingos Martins**. Vitória: Brasília Editora, 1992.

SECRETARIA DE ESTADO DO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E TURISMO (SEDETUR). **Plano de Desenvolvimento do Turismo no Estado do Espírito Santo (2004-2013)**. Vitória: Governo do Estado do Espírito Santo, 2004.

SEIDE, Frederico Herdmann. **Colonização alemã no Espírito Santo**. Disponível em <http://gazetaonline.globo.com/estacaocapixaba/textos/imigracao/imigracao.html>. Acesso em 18 out. 2003.

SILVA, José Graziano da; VILARINHO, Carlyle; DALE,Paul J. Turismo em áreas rurais: suas possibilidades e limitações no Brasil. In: **Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável**. Santa Maria: UFSM, 1998.

SIMÕES, Roberto Garcia.Grande Vitória dos Serviços. **A Gazeta**, Vitória, 29 abr. 2000.

SPINOLA, Carolina de Andrade. **O turismo e o impacto social**, 1996. 150f. Dissertação (Mestrado em Turismo). Universidade Federal da Bahia, Salvador, 1996.

TRIGO, L.G.G. **Turismo básico**. São Paulo: SENAC, 1995.

TRIGUEIRO, Carlos M. **Marketing & Turismo**, Rio de Janeiro: Qualitymark , 1999.

TYLER, Duncan; GUERRIER, Ibonne; ROBERTSON, Martin. **Gestão de turismo municipal**. Trad. Gleice Regina Guerra. São Paulo: Futura, 2001.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO (UFES). **Normalização e apresentação de trabalhos científicos e acadêmicos**. 6 ed. Vitória: Biblioteca Central da UFES, 2002.

WAHAB, Salah-Eldin Abdel. **Introdução a administração do turismo**: alguns aspectos estruturais e operacionais do turismo internacional – teoria e prática. 3 ed. São Paulo: Pioneira, 1991.

ANEXOS

ANEXO A

PRINCIPAIS ATRATIVOS TURÍSTICOS DO ESPÍRITO SANTO

CENTROS TURÍSTICOS	ATRATIVOS TURÍSTICOS	PAISAGENS	INFRA-ESTRUTURA
VITÓRIA	<ul style="list-style-type: none"> - Shopping Vitória - Praia de Camburi - Praia do Canto - Praça dos Namorados - Palácio Anchieta - Catedral Metropolitana - Parque Moscoso - Parque Pedra da Cebola - Morro da Fonte Grande - Horto Municipal 	<ul style="list-style-type: none"> - Maciço Central de Vitória - Pedra dos Olhos - Ilha do Boi - Ilha do Frade - Praia de Camburi - Enseada do Sua 	Aeroporto de Vitória BR-101
VILA VELHA	<ul style="list-style-type: none"> - Convento da Penha - Praias - Fábrica de Bombons - Reserva de Jacanarema - Barra do Jucu como centro turístico/cultural 	<ul style="list-style-type: none"> - Pedra de Penedo - Convento da Penha - Morro do Moreno - Terceira Ponte - Farol de Santa Luzia - Baías 	<ul style="list-style-type: none"> - Acesso pelas pontes - Av. Carlos Linderberg
SERRA	<ul style="list-style-type: none"> - Praias - Igreja dos Três Mgos - Bandas de Congo - Baía Noroeste 	<ul style="list-style-type: none"> - Mestre Álvaro 	<ul style="list-style-type: none"> - Acesso Br.101 norte - Rodovia do Sol - Rodovia do Contorno
GUARAPARI	<ul style="list-style-type: none"> - Praias - Areias Monazíticas - Hospedagem e Alimentação - Centro de Convenções do Sesc - Parque de Setiba/Três Praias - Parque Temático/Acquamania 	<ul style="list-style-type: none"> - Praias de enseadas 	<ul style="list-style-type: none"> - Acesso 101 sul - Rodovia do Sol - Proximidade 50Km
DOMINGOS MARTINS	<ul style="list-style-type: none"> - Pedra Azul - Atividades Agrícolas - Colonização Teuto-italiana - Cozinha Rural - Clima - Hotéis - Agroturismo - Artesanatos - Passeio Ecológicos - Grupos de Dança 	<ul style="list-style-type: none"> - Pedra Azul - Vales - Pedra do Garrafão - Forno Grande - Caparaó - Cachoeiras - Mata Atlântica - Montanhas 	<ul style="list-style-type: none"> - Acesso Br - 101 e Br - 262
SANTA LEOPOLDINA	<ul style="list-style-type: none"> - Centro Histórico - Arquitetura Colonial Rural - Museu - Colonização: remanescente austríaca, alemã, suíça, portuguesa - Diversidade do clima 	<ul style="list-style-type: none"> - Rio Jucu - Cachoeiras - Mata Atlântica - Montanhas 	<ul style="list-style-type: none"> - Acesso Br.101 Sul - Rodovia
	<ul style="list-style-type: none"> - Museu Mello Leitão - Reserva de Nova 	<ul style="list-style-type: none"> - Vale do Canaã - Cachoeiras 	<ul style="list-style-type: none"> - Acesso Br 101 norte

<p>SANTA TEREZA</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Lombardia - Vale do Canãa - Museu da Cultura Italiana - Gastronomia Italiana - Clima - Parque Hoteleiro - Fragmentos de Mata Atlântica - Encenação da Paixão de Cristo - Arquitetura Colonial - CINDAT - Centro de Controle de Tráfeco Aéreo 	<ul style="list-style-type: none"> - Mata Atlântica - Montanhas 	<ul style="list-style-type: none"> - Rodovia
<p>SANTA MARIA DE JETIBÁ</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Atividades Agrícolas Hortigranjeiras - Arquitetura Pomerana e Alemã - Gastronomia - Folclore- grupos de danças - Represa do Rio Bonito - Fragmentos de Mata Atlântica 	<ul style="list-style-type: none"> - Rio Santa Maria - Vales - Mata Atlântica - Montanhas - Rio Bonito 	<ul style="list-style-type: none"> - Acesso Br-101 - Rodovia

Fonte: Prefeitura Municipal de Vitória (PMV)