

DESENVOLVIMENTO REGIONAL ATRAVÉS DO TURISMO: GERAÇÃO DE EMPREGO E RENDA

Camila Fagundes¹
Mary Sandra Guerra Ashton²
Universidade Feevale

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

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

1. INTRODUÇÃO

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

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

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

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

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

2. TURISMO: DESLOCAMENTOS QUE GERAM MILHÕES

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

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

Países que buscam de alguma forma se desenvolver economicamente, estão apostando no turismo como alternativa de investimento, pois a atividade pode ser capaz de

contribuir para a melhoria da qualidade de vida da comunidade autóctone, principalmente, por meio da geração de emprego e renda que tem seu reflexo no bem estar da sociedade, e assim contribuindo para desenvolvimento socioeconômico de cidades e regiões (FILHO, 2002).

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

3. O TURISMO COMO FENÔMENO ECONÔMICO: GERAÇÃO DE EMPREGO E RENDA

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

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

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

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

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

Desse modo, surge o termo inovação como símbolo de competitividade empresarial. Para Pimenta (2006, p. 114), “as inovações dão origem a uma nova geração de produtos e serviços, substituindo os produtos e serviços convencionais”. Assim, gerando a necessidade de uma adaptação imediata de dois lados: do consumidor e do produtor. Porém, esse processo deve se desenvolver mantendo um equilíbrio entre ambos, na prática o consumidor é mais rápido nas suas exigências e necessidades geradas pela sociedade contemporânea do que as empresas. Essas são mais lentas e demoradas neste tipo de adaptação por exigir um dinamismo tanto na sua estrutura física quanto nos recursos humanos que passam demandar novas atitudes e novos comportamentos e, assim a necessidade de capacitações.

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

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

iniciais de 2010, registrando um crescimento de 35,08% em relação ao ano anterior (www.ministeriodoturismo.com.br).

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

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

Nesse contexto, a população empregada passa a consumir mais produtos que antes não teria acesso. “Todo aumento de demanda corresponde a um aumento de produção, assim qualquer aumento de produção corresponderá proporcionalmente um aumento no nível de emprego” (NAJBERG; IKEDA, p. 5, 1999). Forma-se desse modo, um ciclo de desenvolvimento por meio da geração de empregos. O turismo, por sua vez, tem a capacidade de gerar empregos diretos e indiretos por estar relacionado a vários setores produtivos, além disso, está diretamente vinculada a uma rede denominada cadeia produtiva do turismo.

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

4. METODOLOGIA

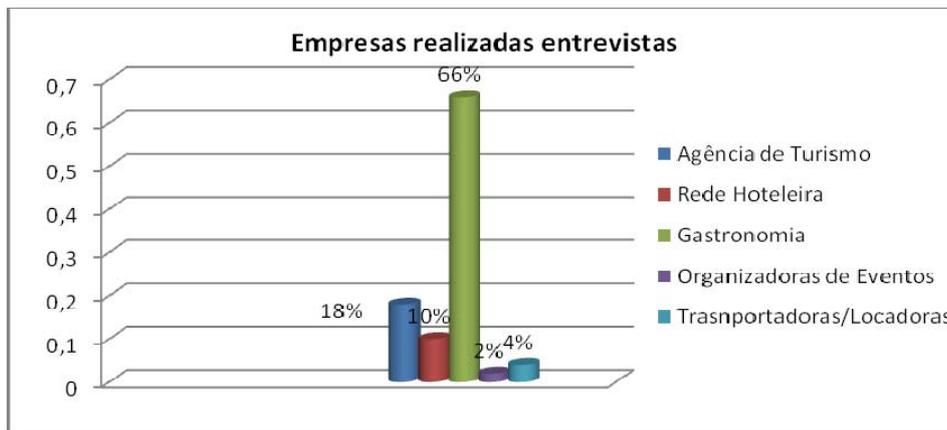
Neste artigo utilizou-se o método de pesquisa exploratório descritivo por meio de revisão bibliográfica para a sustentação teórica e pesquisa de campo para o levantamento de dados obtidos através de entrevistas realizadas com gerentes de hotéis, restaurantes, agências de turismo, transportadoras turísticas e organizadoras de eventos localizadas em Novo Hamburgo, como forma de atingir os objetivos propostos para esse trabalho. Assim, realizou-

se um estudo no qual buscou-se obter informações referentes ao nível de empregabilidade nas empresas ligadas ao setor de turismo.

4.1. Pesquisa de Campo

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

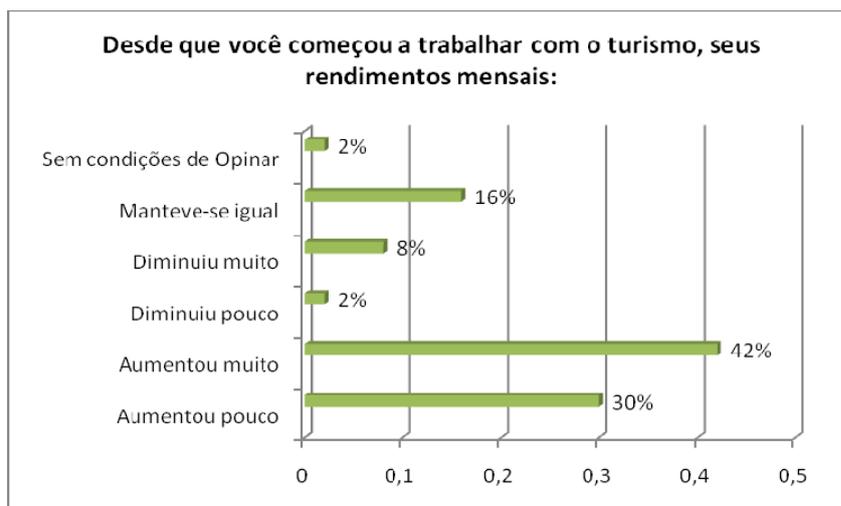
Gráfico 1



Base: 50 entrevistados
Fonte: Pesquisa do autor

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

Gráfico 2



Base: 50 entrevistados
Fonte: Pesquisa do autor

Conforme o Gráfico 2, 42% responderam que seus rendimentos mensais aumentaram muito desde que iniciaram o trabalho com turismo. Atualmente a economia do turismo no Brasil vem crescendo, de acordo com dados divulgados pela World Travel & Tourism Council³ no dia 11 de março de 2010, após terem realizado um estudo com 181 países. O Brasil se encontra na décima posição em se tratando do PIB do turismo. Em relação à geração de empregos diretos e indiretos se encontra na sétima posição mundial. Quanto aos investimentos realizados na atividade turística com rapidez de crescimento o país ocupa o quinto lugar (WT&TC, 2010).

Pode-se confirmar esses dados através da Anac (Agência Nacional de Aviação Civil) em março de 2010, onde foram divulgados dados com o aumento da procura pelo mercado doméstico de 32% e 10,8% no mercado internacional, comparados com o mesmo mês do ano de 2009. Resultando em 35% de aumento no tráfego apenas nos primeiros três meses do ano. Esses dados demonstram que houve uma movimentação maior de turistas dentro do próprio país, no caso o Brasil, causando um aumento na demanda por serviços e equipamentos turísticos.

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

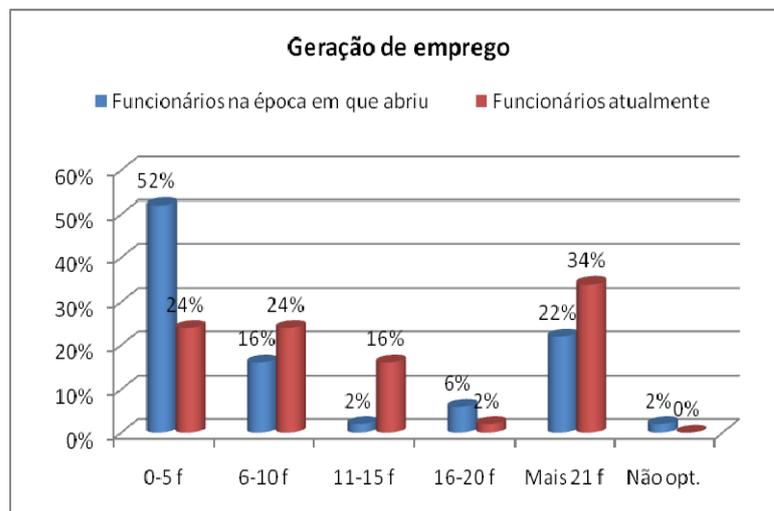
³ WT&TC: Uma organização internacional que tem por objetivo a promoção de viagens e turismo mundial.

fusões e franquias dominam o mercado ampliando o tamanho de muitas dessas empresas turísticas.

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

Isso pode ser observado através do gráfico 3, onde os proprietários das empresas respondentes informaram que o quadro de colaboradores era de 0 a 5 funcionários por ocasião da inauguração, representando 52% da totalidade.

Gráfico 3



Base: 50 entrevistados
Fonte: Pesquisa do autor

Conforme os entrevistados, o gráfico 3 demonstra que a maioria das empresas, 52% possuíam de 0 a 5 funcionários por ocasião de sua inauguração. Atualmente já é aceitável conforme a ilustração, que grande parte delas têm um quadro de colaboradores maior, correspondendo a mais de 21 funcionários.

Acredita-se então que a atividade turística pode estar em desenvolvimento, portanto acaba refletindo na melhoria dos equipamentos e serviços de uma localidade. Conforme dados o IBGE, nos últimos anos atividades características de turismo geraram em torno de 8 milhões de empregos, responsáveis por R\$ 134, 9 bilhões de bens e serviços consumidos na economia do país.

De acordo com o portal G1⁴ em reportagem divulgada em dezenove de março de dois mil e oito, afirma-se que o setor que mais gera empregos é o de serviço de alimentação, correspondendo por cerca de 3 milhões.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O turismo tem sido foco de estudos atualmente devido ao seu efeito multiplicador econômico, refletindo em diversas áreas, como na hotelaria, restaurantes, agências, transportes, entre outras em crescimento. Acredita-se que o setor poderá atingir níveis mais altos de expansão e crescimento a partir da sensibilização geral do setor civil e público/privado de que o turismo pode ser considerado como excelente alternativa na geração de emprego e renda em nível municipal e regional, contribuindo para o desenvolvimento social e econômico. Para isso deve haver um trabalho conjunto entre os citados e o envolvimento da sociedade, ocorrendo uma mobilização coletiva na produção de um legado, pelo seu comportamento e pelas suas ações. Através dessa compreensão o turismo poderá ser capaz de contribuir para a redução da pobreza das localidades, para o bem-estar das pessoas, para a melhoria da qualidade de vida da população local entre outros.

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

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

Foi possível observar que as empresas ligadas ao turismo em Novo Hamburgo, demonstraram um aumento no número de oferta de empregos. Se a atividade está em

⁴ G1: Portal de notícias da rede globo.

constante crescimento, cada vez mais ela irá impactar o setor econômico, gerando emprego a fim de sustentar o aumento da demanda provocada pelo turismo, consequentemente gerando renda.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGÊNCIA NACIONAL DE AVIAÇÃO CIVIL, ANAC: Dispões de informações em: <http://www.anac.gov.br/> - Acessado em 15/04/2010.

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

BITARELLO, Jucelaine. FERRAZ, Renata Bastos Dellaméa. **Cartilhas de finanças públicas municipais.** Novo Hamburgo: RS, Feevale, 2006.

DIAS, Reynaldo; AGUIAR, Marina. **Fundamentos do Turismo.** São Paulo, SP: Alínea, 2002.

FERNANDES, Ivan Pereira; COELHO, Márcio Ferreira. **Economia do turismo: teoria e prática.** Rio de Janeiro: RJ, Campus, 2002.

FILHO, Francisco Casimiro. **Contribuição do turismo a economia brasileira.** Piracicaba: SP. 2002.

PORTAL G1: Dispões de informações em: www.g1.globo.com.br – acessado em 15/04/2010.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, IBGE: Dispõe de informações em: <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1> - acessado em 16/12/2009.

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

NADJBERG, Sheila; ILKEDA, Marcelo. **Modelo de geração de emprego: metodologia e resultados.** Rio de Janeiro, outubro, 1999.

NOVO HAMBURGO: Dispõe de informações a cerca desse município em: <http://www.novohamburgo.rs.gov.br> - acessado em 16/12/2009.

OLIVEIRA, Elton Silva. **Impactos socioambientais e econômicos do turismo e as suas repercussões no desenvolvimento local: o caso do Município de Itacaré – Bahia.** Revista Internacional de Desenvolvimento Local. Vol. 8, N. 2, p. 193-202, Set. 2007.

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

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

WORLD TRAVEL AND TOURISM COUNCIL, WT&TC, 2010. Disponíveis de informações em: <http://aquarela2020.wordpress.com/> - acessado em 16/04/2010.