

FACULDADE LATINO-AMERICANA DE CIÊNCIAS SOCIAIS
FUNDAÇÃO PERSEU ABRAMO

LEANDRO CARVALHO LIMA

EMPREGOS NA ATIVIDADE TURÍSTICA NO ESTADO DE MATO GROSSO: uma
análise de 2012 a 2018

BELO HORIZONTE

2021

Leandro Carvalho Lima

EMPREGOS NA ATIVIDADE TURÍSTICA NO
ESTADO DE MATO GROSSO: uma análise de 2012 a
2018

Dissertação apresentada ao curso Maestría Estado, Gobierno y Políticas Públicas da Faculdade Latino-Americana de Ciências Sociais e Fundação Perseu Abramo, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Magíster em Estado, Gobierno y Políticas Públicas.

Orientadora: Profa. Ma. Maria Júlia Gomes Andrade

BELO HORIZONTE

2021

Ficha Catalográfica

LIMA. Leandro Carvalho.

EMPREGOS NA ATIVIDADE TURÍSTICA NO ESTADO DE MATO GROSSO: uma análise de 2012 a 2018. Leandro Carvalho Lima.

Belo Horizonte: FLACSO/FPA, 2021.

136 f.:il

Dissertação (Magíster en Estado, Gobierno y Políticas Públicas), Faculdade Latino-Americana de Ciências Sociais, Fundação Perseu Abramo, Maestría Estado, Gobierno y Políticas Públicas, 2021.

Orientadora: Profa. Ma. Maria Júlia Gomes Andrade

Leandro Carvalho Lima

EMPREGOS NA ATIVIDADE TURÍSTICA NO ESTADO DE MATO GROSSO: uma análise de 2012 a 2018

Dissertação apresentada ao curso Maestría Estado, Gobierno y Políticas Públicas, Faculdade Latino-Americana de Ciências Sociais, Fundação Perseu Abramo, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Magíster em Estado, Gobierno y Políticas Públicas.

Aprovada em: 01/06/2021

Profa. Ma. Maria Júlia Gomes Andrade
Orientadora FLACSO Brasil / FPA

Prof. Dr. Alexandre Lalau Guerra (Titular)
FLACSO Brasil / FPA

Prof. Dr. Sidcley D'Sordi Alves Alegrini da Silva (Titular)
Universidade do Estado do Rio Grande do Norte

Profa. Dra. Luciana Pinheiro Viegas (Suplente)
Universidade do Estado de Mato Grosso

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho a minha esposa Euranete e aos meus filhos Livia e João Paulo que estão sempre comigo nessa jornada diária; aos meus pais professor Juracy (em memória) e professora Maria de Jesus, fonte de inspiração, dedicação e luta pelas causas sociais e amor pela família. “Somos gratos por tudo!”

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus pelo dom da vida, pela saúde, força e perseverança que recebo todos os dias.

A toda minha família que no dia a dia me incentiva, encoraja e contribui para a realização desse trabalho, especialmente minha esposa Euranete, meus filhos Livia e João Paulo, minha mãe dona Maria de Jesus, e meus irmãos Alessandra e Fernando.

Aos professores do curso pelo compartilhamento e aprendizagem que pude ter em nossos encontros presenciais e virtuais, especialmente as que tiveram nos acompanhando integralmente: Maria Júlia Gomes Andrade, Cecília Ribeiro, Andreia Azevedo e Júlia Tibiriçá; e aos coordenadores do curso: William Nozaki e Marcelo Manzano.

Agradecimento especial a minha orientadora Maria Júlia Gomes Andrade, que me escolheu como orientando, e com sua paciência e capacidade me auxiliou na concretização desse trabalho.

Aos professores da banca examinadora, Alexandre Guerra, Sidcley Alegriani e Luciana Viegas, que aceitaram contribuir com suas experiências para este trabalho.

Aos colegas e companheiros de diversos estados de nosso país, onde dividimos momentos de aprendizagem, confraternização e amizade durante o curso, que levarei para a vida toda.

Aos colegas e amigos da Secretaria Adjunta de Turismo que me ajudaram emprestando livros, e na troca de ideias e dúvidas que iam surgindo no decorrer da escrita; em especial Diego Augusto, pela parceria e amizade que criamos no desempenho de nossas funções; e Luciana Viegas, sempre colaborando em minha vida acadêmica.

Aos professores Paula Regina, minha prima/comadre; e meu amigo Maurício Guedes, pelo apoio e revisão em alguns trabalhos.

Aos companheiros da Escola Sindical 7 de Outubro que sempre nos acolheram da melhor forma possível, num espaço de interação solidária, de luta de classes e confraternização.

A Fundação Perseu Abramo e a FLACSO, pela iniciativa desse curso de excelência que proporcionou a todos os companheiros.

Agradeço a todos os colegas e amigos, que direta ou indiretamente contribuíram para a realização deste trabalho, obrigado!

“Só aquele que se coloca pura e simplesmente ao serviço de sua causa possui, no mundo da ciência, ‘personalidade’” (WEBER, 1999)

RESUMO

O turismo é um dos setores mais dinâmicos e integradores para a economia dos destinos que o têm como essencial. O crescimento da renda dos trabalhadores, no período de 2002 a 2014, proporcionou uma maior demanda pelas viagens e o aquecimento do setor. Consequentemente, a demanda por mão de obra nas Atividades Características do Turismo (ACTs) também aumentaram. Desse modo, esta pesquisa tem como eixo norteador responder a problemática: de que forma a participação da atividade turística no desenvolvimento dos empregos acontece num contexto de priorização econômica, e estrutural, do agronegócio em detrimento aos demais setores da economia no estado de Mato Grosso? Para isso, traçou-se como objetivo central analisar o desenvolvimento dos empregos na atividade turística no estado de Mato Grosso, no período de 2012 a 2018. A importância desse trabalho está em contextualizar e analisar os resultados das ocupações formais do turismo, juntamente com o estudo das políticas públicas direcionadas ao setor no período. A dificuldade encontrada nesta temática tratou da impossibilidade de poder confrontar os dados levantados com as ocupações informais, pela ausência sistematizada deste segmento. A estratégia metodológica utilizada predominantemente foi a abordagem quantitativa, que compreende a análise de dados significativos de uma população e com mínima interferência do pesquisador na coleta. Por consequência, a pesquisa terá como base o Sistema Integrado de Informações sobre o Mercado de Trabalho no Setor Turismo (SIMT). Trata-se de uma plataforma do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) que apresenta estimativas da caracterização da ocupação formal e informal do turismo nas ACTs. Este trabalho contará ainda com apoio secundário de metodologia qualitativa, que se baseou em documentos oficiais da Secretaria Adjunta de Turismo de Mato Grosso; no sistema de planejamento/orçamento do Estado; e legislações correlatas ao tema. Os principais resultados demonstraram que o turismo necessita de uma política pública efetiva, pois o desempenho dos empregos no setor foi melhor avaliado nos períodos de maior investimento público. A pesquisa também evidencia que existe uma relação positiva entre qualificação e rendimento nas ocupações, visto que os maiores salários estão concentrados nas ocupações de maior escolaridade. Esta dissertação buscou demonstrar como os investimentos públicos podem contribuir com o desenvolvimento do turismo nos municípios, ocasionando uma maior geração de empregos formais e, consequentemente, uma melhor distribuição de renda.

Palavras-chave: Atividades Características do Turismo; Empregos no Turismo; Políticas Públicas; Agronegócio; Estado de Mato Grosso.

ABSTRACT

Tourism is one of the most dynamic and integrating sectors for the economy of destinations that have this activity as essential. The growth in workers' income, from 2002 to 2014, provided a demand growth for travel and the promotion of the sector. Consequently, the demand for labor in Characteristic (specific) Tourism Activities (ACTs) has also increased. Thereby, this research has as its guiding principle to answer the problem: how does the participation of tourist activity in the development of jobs take place in a context of economic and structural prioritization of agribusiness to the detriment of the other sectors of the economy in the state of Mato Grosso? To this end, the main objective was to analyze the development of jobs in tourism in the state of Mato Grosso, from 2012 to 2018. The importance of this work is to contextualize and analyze the results of formal occupations in tourism, together with the study of public policies directed to the sector in the period. The difficulty found in this theme treated with the impossibility of being able to confront the data collected with informal occupations, due to the systematic absence of this segment. The methodological strategy predominantly used was the quantitative approach, which comprises the analysis of significant data from a population and with minimal interference from the researcher in the collection. Consequently, the research will be based on the Integrated Labor Market Information System in the Tourism Sector (SIMT). It is a platform of the Institute for Applied Economic Research (IPEA) that presents estimates of the characterization of formal and informal occupation of tourism in ACTs. This work will also have secondary support of qualitative methodology, what if based on official documents from the Mato Grosso Deputy Tourism Secretariat; in the State planning / budgeting system; and legislation related to the theme. The main results showed that tourism needs an effective public policy, as the performance of jobs in the sector was better evaluated in periods of greater public investment. The research also shows that there is a positive relationship between qualification and income in occupations, since the highest salaries are concentrated in the occupations with the highest level of education. This dissertation sought to demonstrate how public investments can contribute to the development of tourism in the municipalities (cities), causing an increase in generation of formal jobs and, consequently, a better income distribution.

Key-words: Activities Characteristic of Tourism; Tourism jobs; Public policy; Agribusiness; State of Mato Grosso.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Sistema Turístico.....	24
Figura 2: Mapa dos Polos Turísticos	68
Figura 3: Mapa do Turismo em Mato Grosso – 2019/2021	75

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Categorias de Avaliação — CNAE x Turismo.	55
Quadro 2: Região Turística Pantanal Mato-Grossense x Categoria	70
Quadro 3: Região Turística das Nascentes x Categoria	71
Quadro 4: Região Turística Amazônia Mato-Grossense x Categoria	71
Quadro 5: Região Turística Domo de Araguaína x Categoria	71
Quadro 6: Região Turística Metropolitana x Categoria	72
Quadro 7: Região Turística Circuito das Águas x Categoria	72
Quadro 8: Região Turística Portal da Amazônia x Categoria	72
Quadro 9: Região Turística Portal do Agronegócio x Categoria	73
Quadro 10: Região Turística Portal do Araguaia x Categoria.....	73
Quadro 11: Região Turística Rota dos Ipês e das Águas x Categoria.....	73
Quadro 12: Região Turística Vale do Cabaçal x Categoria.....	74
Quadro 13: Região Turística Vale do Juruena x Categoria	74
Quadro 14: Região Turística Vale do São Lourenço x Categoria	74
Quadro 15: Região Turística Norte Araguaia x Categoria	75

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Orçamentos para o Turismo em MT.....	64
Tabela 2: Orçamentos para o Turismo em MT.....	65
Tabela 3: Coeficientes por ACT x Mês – Região Centro-Oeste	93
Tabela 4: Média do número de ocupações na economia – Brasil	94
Tabela 5: Média do número de ocupações na economia – Mato Grosso	95
Tabela 6: Número de ocupações nas ACTs com coeficiente	98
Tabela 7: Quantidade de estabelecimentos por ACTs.....	101
Tabela 8: Quantidade de estabelecimentos por número de empregados	103
Tabela 9: Tamanho dos estabelecimentos por ocupações	104
Tabela 10: Ocupação por gênero	108
Tabela 11: Faixa etária por ACT	109
Tabela 12: Escolaridade por ACT	111
Tabela 13: Tempo no emprego por ACT.....	114
Tabela 14: Horas trabalhadas por ACT	116
Tabela 15: Remuneração média por tamanho do estabelecimento e ACT – R\$.....	118

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Fluxo de passageiros do aeroporto de Várzea Grande	81
Gráfico 2: Fluxo de passageiros do aeroporto de Sinop.....	81
Gráfico 3: Fluxo de passageiros do aeroporto de Alta Floresta	82
Gráfico 4: Fluxo de passageiros do aeroporto de Rondonópolis.....	82
Gráfico 5: Dados de cadastros no Sistema Cadastur	84
Gráfico 6: Valor Bruto da Produção Agropecuária de MT	87
Gráfico 7: Distribuição dos empregos formais nas ACTs em Mato Grosso – 2012 a 2018	96
Gráfico 8: Distribuição dos estabelecimentos das ACTs em Mato Grosso – 2012 a 2018.....	99
Gráfico 9: Estabelecimentos por número de empregados nas ACTs – 2012 a 2018.....	102
Gráfico 10: Estabelecimentos por população dos municípios – 2012 a 2018.....	105
Gráfico 11: Ocupação média por gênero – 2012 a 2018	106
Gráfico 12: Faixa etária por ACT	110
Gráfico 13: Tempo no emprego por faixa – 2012 a 2018	112
Gráfico 14: Horas trabalhadas por faixa – 2012 a 2018	115
Gráfico 15: Remuneração em salário mínimo – 2012 a 2018	117

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

- ABAV – Associação Brasileira das Agências de Viagens
- ABEOC – Associação Brasileira de Empresas de Eventos
- ABIH – Associação Brasileira da Indústria de Hotéis
- ABRASEL – Associação Brasileira de Bares e Restaurantes
- ACTs – Atividades Características do Turismo
- ANA – Agência Nacional de Águas
- BID – Banco Interamericano de Desenvolvimento
- BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
- CADASTUR – Sistema de Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos
- CEDTUR – Conselho Estadual de Turismo
- CLT – Consolidação das Leis do Trabalho
- CNAE – Classificação Nacional de Atividades Econômicas
- COMTUR – Conselho Municipal de Turismo
- EMBRATUR – Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo
- FECOMÉRCIO – Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de Mato Grosso
- FEX – Auxílio Financeiro para Fomento das Exportações
- FIPLAN – Sistema Integrado de Planejamento, Contabilidade e Finanças do Estado de Mato Grosso
- FUNGETUR – Fundo Geral do Turismo
- FUNTUR – Fundo Estadual de Desenvolvimento do Turismo
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
- ICMBio – Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade
- ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadoria e Serviços
- IDHM – Índice de Desenvolvimento Humano Municipal
- IGR – Instância de Governança Regional
- IMEA – Instituto Mato-grossense de Economia Agropecuária
- IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica e Aplicada
- ISSQN – Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza

IUCN – *International Union for Conservation of Nature*

MT – Mato Grosso

MTur – Ministério do Turismo

OMT – Organização Mundial do Turismo

ONG – Organização Não Governamental

ONU – Organização das Nações Unidas

PAGE - *Partnership for Action on Green Economy*

PIB – Produto Interno Bruto

PNAD - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios

PNT – Plano Nacional de Turismo

PNMT – Plano Nacional de Municipalização do Turismo

PRODESTUR – Programa de Desenvolvimento Sustentável do Turismo em Mato Grosso

PRT – Programa de Regionalização do Turismo

PTA – Plano de Trabalho Anual

RAIS – Relação Anual de Informações Sociais

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequenas Empresas

SEDEC – Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico

SEDTUR – Secretaria de Estado de Desenvolvimento do Turismo

SEMA – Secretaria de Estado de Meio Ambiente

SENAC – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial

SESATA – Sindicato das Empresas Auxiliares de Transporte Aéreo de Mato Grosso

SIMT – Sistema Integrado de Informações sobre o Mercado de Trabalho no Setor de Turismo

SINDEVENTOS – Sindicatos de Empresas de Eventos e Afins de Mato Grosso

SINGTUR – Sindicato dos Guias de Turismo de Mato Grosso

SISTUR – Sistema de Turismo

SHRBS – Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares do Estado de Mato Grosso

UC – Unidade de Conservação

UNESCO – Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura

VBP – Valor Bruto da Produção

WTTC – *World Travel & Tourism Concil*

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	14
CAPÍTULO 1. TURISMO, POLÍTICAS PÚBLICAS E INDICADORES	20
1.1. As Definições de Turismo	20
1.2. O Sistema Turístico	23
1.2.1. O Produto Turístico.....	25
1.2.2. A Demanda e a Oferta Turística.....	26
1.2.4. A Superestrutura.....	29
1.2.5. A Infraestrutura	30
1.3. A Segmentação no Turismo.....	31
1.3.1. Turismo Cultural	33
1.3.2. Ecoturismo	35
1.3.3. Turismo de Pesca	37
1.3.4. Turismo Rural	38
1.3.5. Turismo de Negócios e Eventos.....	39
1.3.6. Turismo de Sol e Praia	40
1.4. O Turismo e a Sustentabilidade	41
1.5. As Políticas Públicas e o Turismo	43
1.6. O Planejamento Turístico	46
1.7. A Economia do Turismo e o Mercado de Trabalho.....	49
1.8. Os Indicadores no Turismo.....	54
CAPÍTULO 2. O ESTADO DE MATO GROSSO E A ATIVIDADE TURÍSTICA.....	58
2.1. O Estado de Mato Grosso	58
2.2. A Atividade Turística em Mato Grosso.....	60
2.2.1. Caracterização da Superestrutura.....	60
2.2.2. Orçamento Público Estadual para o Turismo.....	64
2.2.3. Planejamento e Promoção para os Destinos Turísticos.....	68
2.2.4. Dados e Informações do Turismo	79
2.3. O Agronegócio.....	86
CAPÍTULO 3: CARACTERIZAÇÃO DOS EMPREGOS NAS ATIVIDADES	
CARACTERÍSTICAS DO TURISMO EM MATO GROSSO	91
3.1 A Sistematização dos Dados de Empregos no Turismo	91
3.2 As Ocupações no Mercado de Trabalho e as ACTs	94
3.3 As Ocupações Formais nas ACTs	96
3.4 Os estabelecimentos nas ACTs.....	99
3.5 Caracterização dos Estabelecimentos nas ACTs	101
3.6 Caracterização da Mão de Obra nas ACTs	105
CONSIDERAÇÕES FINAIS	123
REFERÊNCIAS	129

INTRODUÇÃO

O turismo possui uma estrutura sistêmica que envolve uma gama de atividades, cujo valor é atribuído ao seu poder de dinamização sócio-econômica-cultural nos destinos que o tem como substancial. Essas características estão dispostas na efetivação do produto turístico, que requer uma série de ações para sua completa execução e que passam por atividades de agenciamento, transporte, hospedagem, guiamento, alimentação, e outras necessárias ao bem-estar e lazer do turista durante seu deslocamento e estada.

Essa ampla rede de atividades e setores relacionados ao turismo conduz para uma maior distribuição de renda local e também proporciona a inclusão das mais variadas camadas sociais no seu mercado de trabalho.

As ocupações no turismo seguem as inclinações do restante das atividades econômicas, mas com algumas especificidades, tais como a alta sazonalidade que eleva o número de postos temporários, esporádicos, de meio expediente, além da informalidade.

Uma outra característica latente das ocupações é em relação a qualificação da mão de obra. Observa-se que há uma grande quantidade de postos disponíveis em atividades operacionais e de baixa remuneração. Esses empregos estão relacionados, em sua maioria, aos serviços de atendimento, garçom, serviços gerais, ajudantes de cozinha, e outros que se utilizam da baixa qualificação e da alta rotatividade.

Dessa forma, a análise do desenvolvimento dos empregos na atividade turística se faz necessária para compreender como é a participação e o perfil desses trabalhadores que movimentam inúmeros segmentos. Essa análise ainda busca verificar os estímulos, evolução e a conjuntura das ocupações, que dada a complexidade e extensão da cadeia produtiva, ainda é timidamente compreendida, mesmo sendo de suma importância para economia brasileira.

A interação exigida pelo turismo é evidenciada pelo pesquisador Trigo (2003, p. 200), que considera “o turismo é um dos componentes do setor terciário (predominante nas sociedades pós-industriais), e interage com os setores de entretenimento, brinquedos e cultura como mercadoria lucrativa, complementando as inúmeras possibilidades de lazer”. A partir disto, o setor demanda mão de obra qualificada e capacitada, num mercado que, ultimamente, vem sofrendo um processo de precarização dos empregos pela terceirização intensiva.

A contribuição e importância de um setor para a economia local está baseada na geração de emprego e distribuição de renda proporcionada à população, e dentro desse contexto têm-se os empregos formais e os informais.

A análise deste trabalho se dará sobre os empregos formais porque existe uma sistematização de dados dessas ocupações feita pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) por meio do Sistema Integrado de Informações sobre o Mercado de Trabalho no Setor de Turismo (SIMT). Trata-se de uma plataforma que apresenta estimativas da caracterização da ocupação formal e informal do turismo nas ACTs, tais como meios de hospedagem, agências de turismo, serviços de transportes, alimentação, cultura e lazer.

O estudo das ocupações informais é de suma importância para compreensão e análise do mercado de trabalho no turismo. Para tanto, faz-se necessária uma política nacional mais rigorosa na sistematização de dados do setor, com uma metodologia que inclua os empregos informais em nível estadual, visto que a disposição atual retrata os dados somente por regiões do país.

Desse modo, o estado de Mato Grosso dispõe de um potencial turístico relevante, pois conta com três biomas de reconhecimento internacional em seu território: a Amazônia com sua função ambiental de equilíbrio dos ecossistemas; o Cerrado que abriga unidades de conservação e dispõe de importantes atrativos (cachoeiras, cavernas, trilhas, vales, paredões, etc.); e o Pantanal, que detém os títulos de Reserva da Biosfera e Patrimônio Natural da Humanidade pela Unesco e é considerada a maior planície alagável do planeta.

Apesar de todo esse potencial há uma carência de estudos primários sobre a demanda e oferta turística, e também das ocupações do setor. Diante desta constatação, entende-se como primordial a análise e contextualização dos empregos formais nesta pesquisa, juntamente com a investigação das políticas públicas que são responsáveis pelo fomento da atividade.

Observa-se que há um ambiente de priorização econômica e estrutural ao agronegócio em detrimento aos outros setores econômicos do estado de Mato Grosso. As isenções fiscais, tributárias e recursos para financiamento concedidos ao setor primário são bastantes volumosos em comparação aos demais, mesmo com o incremento recente de créditos financeiros destinados aos empresários do turismo.

Assim, percebe-se que o agronegócio possui características distintas da atividade turística, especialmente na questão dos avanços tecnológicos em máquinas e equipamentos modernos que o tornaram pouco intensivo na utilização de mão de obra direta. Além disso, a atividade primária ocupa grandes extensões de terras que alteram significativamente a paisagem dos destinos com a monocultura, transformando este setor em um grande gerador de passivo ambiental. O fator concentração de renda também se destaca nesta conjuntura.

Dentro do contexto de empregos no turismo, e sua importância como política pública, essa pesquisa é baseada nos anseios de conhecimento sobre o perfil dos ocupados e dos estabelecimentos das Atividades Características do Turismo (ACTs), como também sua relação com os investimentos públicos no setor.

Eu trabalho como analista de desenvolvimento econômico e social, perfil turismólogo, no órgão oficial responsável pelo turismo no Estado de Mato Grosso, desde 2014. A partir de 2015 com a reformulação do órgão, criou-se a Coordenadoria de Pesquisa e Planejamento do Turismo vinculada à Secretaria Adjunta de Turismo, na qual passei a atuar na organização, produção e disseminação da maioria dos dados e informações que abrange a atividade turística e serviram como base para esta pesquisa.

Essa trajetória profissional iniciou-se por entender que seria um dos setores que mais demandam de técnicos para desenvolver projetos e ações que contribuam efetivamente para a organização e fomento do setor. A opção em trabalhar com pesquisa e planejamento do turismo foi essencial e está relacionada diretamente a temática dessa dissertação.

A escolha do tema “o desenvolvimento dos empregos na atividade turística no estado de Mato Grosso, verificando os estímulos, a evolução e sua conjuntura no período de 2012 a 2018”, se deu, primeiramente, pelo fato de não haver outras pesquisas em nível de mestrado que tratam desse assunto. Além disso, acredito ser fundamental uma análise sobre as ocupações nas ACTs; sobre os dados da atividade turística disponibilizados pelo Observatório do Desenvolvimento de Mato Grosso; e de orçamento do órgão de turismo do Estado.

Já o eixo norteador da pesquisa é caracterizado no problema: de que forma a participação da atividade turística no desenvolvimento dos empregos acontece num contexto de priorização econômica, e estrutural, do agronegócio em detrimento aos demais setores da economia no estado de Mato Grosso?

O desdobramento ainda contou com uma orientação prévia realizada por um professor da FLACSO durante as aulas presenciais, que sugeriu a comparação dos dados com outro estado com características similares da região, e naquele momento foi escolhido o Mato Grosso do Sul. Todavia, diante da quantidade de dados disponíveis de MT que mereciam uma análise detalhada e da demora no retorno dos dados de orçamento de Mato Grosso do Sul, alterou-se os objetivos deste trabalho, focando novamente a ideia inicial de estudo somente sobre Mato Grosso.

Logo, o objetivo geral da pesquisa é analisar o desenvolvimento dos empregos na atividade turística no estado de Mato Grosso, no período de 2012 a 2018. Os objetivos

específicos são: contextualizar os empregos das ACTs em Mato Grosso, no referido período; realizar um estudo sobre as políticas públicas em Mato Grosso em relação a atividade turística; e analisar os resultados dos empregos nas ACTs em Mato Grosso.

Como hipótese para este trabalho, presume-se que os investimentos públicos contribuem para o desenvolvimento do turismo, refletindo na geração de empregos, mesmo com uma priorização daqueles ao setor do agronegócio no estado. Para a verificação dessa hipótese há uma análise dos orçamentos e investimentos públicos e como podem afetar a geração de empregos formais nas ACTs.

Em relação aos aspectos metodológicos, a pesquisa será do tipo descritiva, que tem como função descrever características de determinados fenômenos ou o estabelecimento de relações entre variáveis (GIL, 2002, p. 42).

A abordagem será predominantemente de natureza quantitativa, que compreende a análise de dados representativos de uma população estudada. A coleta desses dados é por instrumentos padronizados e neutros, o que dificulta a interferência do pesquisador (FONSECA apud BRAGA, 2015, p. 31).

Todavia, este trabalho contará ainda com apoio secundário de metodologia qualitativa, com análise em documentos, legislações e arquivos do órgão oficial de turismo de Mato Grosso, essenciais para compreensão da estrutura pública responsável pelo fomento da atividade turística.

A pesquisa qualitativa possui características que facilitam o estudo de fenômenos relativos às ciências humanas e sociais aplicadas, pois é necessário que o pesquisador tenha convívio e contato direto com o ambiente no qual o fenômeno está inserido, o que faz esse tipo de pesquisa ser conhecida também como naturalística (MARTINS; THEÓPHILO, 2007, p. 136).

Como primeiro passo deste trabalho, foi realizada revisão bibliográfica entre os meses de março e julho de 2020, com fichamentos de conteúdo e, de agosto de 2020 a fevereiro de 2021 me dediquei a redação e análise dos dados.

De acordo com Marconi e Lakatos (2003, p. 183) a pesquisa bibliográfica compreende toda bibliografia que se tornou pública em relação ao tema investigado, sejam publicações avulsas, revistas, livros, jornais, teses, artigos, monografias, etc., com o propósito do pesquisador conhecer o que foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto.

O processo documental se baseou em documentos oficiais da Secretaria Adjunta de Turismo de Mato Grosso; no sistema de planejamento/orçamento (FIPLAN) do Estado; e

legislações correlatas ao tema. A finalidade é analisar os dados sobre os orçamentos, investimentos e planejamento para o setor, subsidiando o estudo das políticas públicas direcionadas a seu desenvolvimento.

Gil (2002, p. 46) destaca que “a pesquisa documental apresenta uma série de vantagens. Primeiramente há que se considerar que os documentos constituem fonte rica e estável de dados [...], outra vantagem da pesquisa documental está em seu custo”, cuja o autor considera ser mais econômica que os demais tipos de pesquisa.

Esta dissertação é dividida em três capítulos e Considerações Finais. No primeiro capítulo será abordado os conceitos e definições que compreendem o turismo e sua relação com esta pesquisa, abrangendo a sustentabilidade, o planejamento, a economia, o mercado de trabalho, os indicadores da atividade turística e as políticas públicas que impactam o setor.

Para a compreensão dos conceitos da atividade, baseou-se em obras de autores como Beni, Boullón, Lohmann, Panosso Netto, Trigo, Boiteux, Werner, Pinheiro, Novaes, Cyrillo, Tomasulo, Saravia, entre outros. A abordagem dos autores contribuiu para definição dos conceitos estruturais, variáveis, segmentos, bases do sistema turístico e sua relação com o tema, importantes para a compreensão do fenômeno turístico.

O segundo capítulo descreve as características do estado de Mato Grosso com foco em indicadores socioeconômicos, dados e informações da atividade turística. Neste capítulo é feito ainda uma análise dos orçamentos do órgão oficial de turismo, dos investimentos, dos dados e informações turísticas e o planejamento do setor, além da caracterização do agronegócio.

No terceiro capítulo é realizado a contextualização dos empregos formais das ACTs, com objetivo de analisar as características dos estabelecimentos e o perfil dos empregados, realizando cruzamentos de parte dos dados apresentados em gráficos e tabelas, para melhor compreensão do perfil desses trabalhadores e o grau de desenvolvimento dos estabelecimentos.

A última parte corresponde às Considerações Finais, na qual apresento os argumentos elucidados com a pesquisa. Dispõe-se também sobre as limitações encontradas durante o seu desenvolvimento; se os objetivos propostos pelo pesquisador foram atingidos; e contribuições sobre proposição e execução de políticas públicas direcionados ao turismo em Mato Grosso.

Por fim, entende-se que este trabalho será relevante para as futuras pesquisas sobre turismo em Mato Grosso, cuja análise das políticas públicas e sua relação com a geração de empregos se faz necessária para compreensão do fenômeno turístico. Complementarmente, a pesquisa indica que o turismo contribui para uma maior distribuição de renda, significativos

avanços para conservação ambiental dos destinos receptores e a inclusão social das populações locais.

CAPÍTULO 1. TURISMO, POLÍTICAS PÚBLICAS E INDICADORES

Neste capítulo serão abordados os conceitos e definições que envolvem o fenômeno turístico e sua relação com a pesquisa proposta, abrangendo a sustentabilidade, o planejamento, a economia, o mercado de trabalho e os indicadores do turismo, no intuito de compreender os impactos das políticas públicas para o setor.

Por isso, faz-se necessário a compreensão de conceitos estruturais, variáveis, segmentos e as bases do turismo como sistema, capazes de direcionar a pesquisa e contribuir para as proposições finais desse trabalho, como serão descritos a seguir.

1.1. As Definições de Turismo

As primeiras definições sobre turismo e seus elementos datam da década de 1930, com organizações governamentais e empresas do setor que vinham tentando controlar o tamanho e as características do mercado turístico. Assim, precisavam de definições de turista para que pudessem reunir estatísticas comparáveis. Em 1937, a primeira das definições de turista, adotada pela Comissão de Estatística da Liga das Nações, referia-se ao turista internacional como “a pessoa que visita um país que não seja o de sua residência por um período de, pelo menos, vinte quatro horas”, sendo esta a base para as demais definições posteriores (BENI, 2000, pp. 33-34).

Para Lohmann e Panosso Netto (2012, p. 92) o termo turismo passou por uma evolução durante todo o século XX que atualmente é presente no cotidiano de grande parte da população mundial. O turismo tornou-se um fenômeno sociocultural que compreende as atividades de transporte, de estada, de hospedagem, de alimentação, como também as motivações, a hospitalidade e os impactos nos setores econômicos, culturais, sociais e ambientais ligados direto e indiretamente pelo deslocamento de pessoas no mundo.

Os autores destacam que o termo turismo está relacionado com os termos hospitalidade, recreação, entretenimento, lazer, mobilidade, deslocamento; contudo é o termo “viagem” que está mais próximo, o que causa até definições não muito claras de ambos, tendo, inclusive, conceitos diferentes em diversas partes do globo (LOHMANN; PANOSSO NETTO, 2012, p. 92).

Desse modo, a atividade turística possui diversas definições, dada a complexidade das relações entre os elementos que a constituem. Porém, não existe definição correta ou incorreta, todas tem seu fundamento, já que é um fenômeno grande e complexo que envolve diversas

variáveis, segmentações e setores da atividade social humana. O que deve-se observar é quais são os princípios norteadores acerca do seu conceito (BENI, 2000, p. 35-37).

Beni (2000, p. 35) ainda evidencia que o turismo é um elaborado e complexo processo de decisão sobre o que visitar, onde, como e a que preço. Trata-se de um sistema com diversos fatores de realização pessoal e social, envolvendo aspectos motivacionais, econômicos, culturais, ecológicos e científicos que contribuem na escolha dos destinos, na permanência, nos meios de transportes e alojamentos. O consumo dessa interação é feito por meio de roteiros interativos espontâneos ou coordenados, compreendendo a compra de bens e serviços da oferta específica ou comum dos equipamentos ou atrações dos mercados receptivos.

As observações anteriores englobam aspectos que descrevem o turismo uma atividade multidisciplinar, associando as motivações e sonhos dos turistas aos serviços prestados pela comunidade receptora, que agrega a cultura local e dinamiza a economia das regiões onde se desenvolve.

Contudo, Panosso Netto (2005, p. 43) evidencia que “não se pode pensar o turismo apenas como atividade econômica ou social. Sua explicação deve abarcar todas as multidimensões”. Dessa forma, deve-se compreender e analisar os estudos e posicionamentos acerca do tema, lembrando que o turismo é um ramo das ciências sociais aplicadas e, será tratado nesse trabalho como um fenômeno com diversas variáveis que se completam.

Isto posto, a Organização Mundial do Turismo (OMT) e a Comissão de Estatística das Nações Unidas elencaram alguns elementos numa definição de turismo que está relacionada às atividades em viagens ou estadas fora do seu lugar habitual, que pessoas desenvolvem como lazer, negócios ou outros objetivos, com duração não superior a um ano consecutivo. A viagem já seria algo mais ampla do que o turismo, dado que toda forma de turismo está relacionada a uma viagem, mas nem toda viagem possa ser um deslocamento turístico (LOHMANN; PANOSSO NETTO, 2012, pp. 92-93).

Em se tratando de turismo e lazer, têm-se duas áreas amplas e complexas, o que dificulta separá-las, nos níveis econômico, operacional e administrativo. O turismo está inserido em um universo de diversão e prazer maior que o universo do lazer, já que o turismo compreende um conjunto variado de atividades, o que faz afirmar que toda atividade turística é lazer, mas nem todo lazer é turismo (TRIGO, 1998, pp. 15-16).

De acordo com o pesquisador Frank M. Go:

O turismo pode ser definido como o movimento de indivíduos e grupos de uma localização geográfica para outra por prazer e/ou por negócios, sempre em caráter

temporário; o atendimento das necessidades dos viajantes, seja em trânsito ou no destino; e os impactos econômico, sociocultural e ecológico que tanto os turistas como o setor turístico provocam nas áreas de destino [...] (apud TRIGO, 1998, p. 16).

Para McIntosh, o turismo é definido como “a ciência, a arte e a atividade de atrair e transportar visitantes, alojá-los e cortesmente satisfazer suas necessidades e desejos” enquanto Jafari compreende que “é o estudo do homem longe de seu local de residência, da indústria que satisfaz suas necessidades, e dos impactos que ambos, ele e a indústria, geram sobre os ambientes físico, econômico e sociocultural da área receptora” (apud BOITEUX; WERNER, 2009, p. 4).

Boullón afirma que:

O turismo não nasceu de uma teoria, mas de uma realidade que surgiu espontaneamente, e foi-se configurando sob o impacto de descobertas em outros campos, como, entre outras coisas, o progresso da navegação e a invenção da ferrovia, do automóvel e do avião. Ou seja, não se desenvolveu graças à análise de dados empíricos que tenham, por exemplo, inter-relacionado o fenômeno da utilização prática do motor de explosão interna e a energia do vapor, com a criação de linhas de transporte, ou o progresso da classe média com o avanço dos sistemas de comunicação, a fim de antecipar o fenômeno do turismo e propor alternativas para controlar sua evolução (2002, p. 20).

O autor cita que para a elaboração de uma teoria científica, é necessário, primeiramente, que haja uma série de hipóteses, que constituem o ponto inicial das cadeias dedutivas, cujos últimos elos devem passar pela prova da experiência. Após a conclusão de uma série de hipóteses, suficientemente comprovadas, tem-se a possibilidade de enunciar que esse conjunto de ideias, podem constituir os princípios de uma determinada disciplina do saber (BOULLÓN, 2002, p. 20).

Apesar das variáveis e métodos de análise do turismo serem emprestadas de outras ciências já consolidadas, seu objeto de estudo é próprio. Há uma busca por variáveis explicativas e métodos de análise que a torna interdisciplinar, algo que permite aplicações interativas e funcionais na observação, descoberta e interpretação singulares do fenômeno turístico (BENI, 2000, p. 42).

O indivíduo necessita de três elementos essenciais para que a atividade turística aconteça: tempo livre, vontade pessoal e sobretudo, dinheiro. Além disso, o lazer nem sempre será desfrutado através das viagens, já que os interesses individuais são distintos (BOITEUX; WERNER, 2009, pp. 4-5).

Panosso Netto (2011) expõe algumas visões históricas equivocadas sobre a análise do turismo. Uma delas refere-se à dualidade que havia entre as correntes teóricas do fim do século XIX e início do XX, quando os estudos realizavam-se tomando como base a Economia ou a Sociologia. Atualmente, o turismo é percebido como um fenômeno que vai além da vertente econômica, envolvendo também meio ambiente, sociedade, cultura, tecnologia, saúde, ou seja, as diversas facetas do ser humano (apud GOMÉZ; PERÉZ, 2016, p. 179).

Esse conjunto de características que o fenômeno turismo está envolto, demonstra sua singularidade e complexa compreensão, pois abrange uma variada estrutura sistêmica de setores e atividades, sejam econômicas, ambientais, sociais e culturais. Com isso, a atuação humana e suas motivações, além da percepção dos governos em torná-lo atividade prioritária, devem ser o ponto médio para o seu desenvolvimento sustentável.

1.2. O Sistema Turístico

O sistema turístico é uma trama de relações geradas pela criação e incorporação cada vez maior de serviços destinados a satisfazer e aumentar o conforto dos turistas e a multiplicar suas oportunidades de lazer. Desse modo, esse conjunto de relações formam um Sistema (BOULLÓN, 2002, p. 37).

A Teoria Geral de Sistemas define que cada variável, em um sistema específico, relaciona-se com todas as outras variáveis desse sistema e com as de outros sistemas que com ele realizam operações de troca e de interação (BENI, 2000, p. 44).

Para o autor “o turismo, na linguagem da Teoria Geral de Sistemas, deve ser considerado um *sistema aberto* que, conforme definido na estrutura dos sistemas, permite a identificação de suas características básicas, que se tornam os elementos do sistema”, do qual Beni o classificou como Sistema de Turismo (SISTUR), com a finalidade de compreender a estrutura e as diversas relações que compõem a atividade turística (BENI, 2000, p. 44).

Conseqüentemente, o fenômeno turístico e suas relações com outros elementos e campos de atuação em áreas já consolidados, necessita se embasar em pesquisas e estudos que o favoreça como teoria e prática de uma atividade multidisciplinar, baseada nos princípios da sustentabilidade, já que envolve a atuação do ser humano com o social, o ambiental e o econômico.

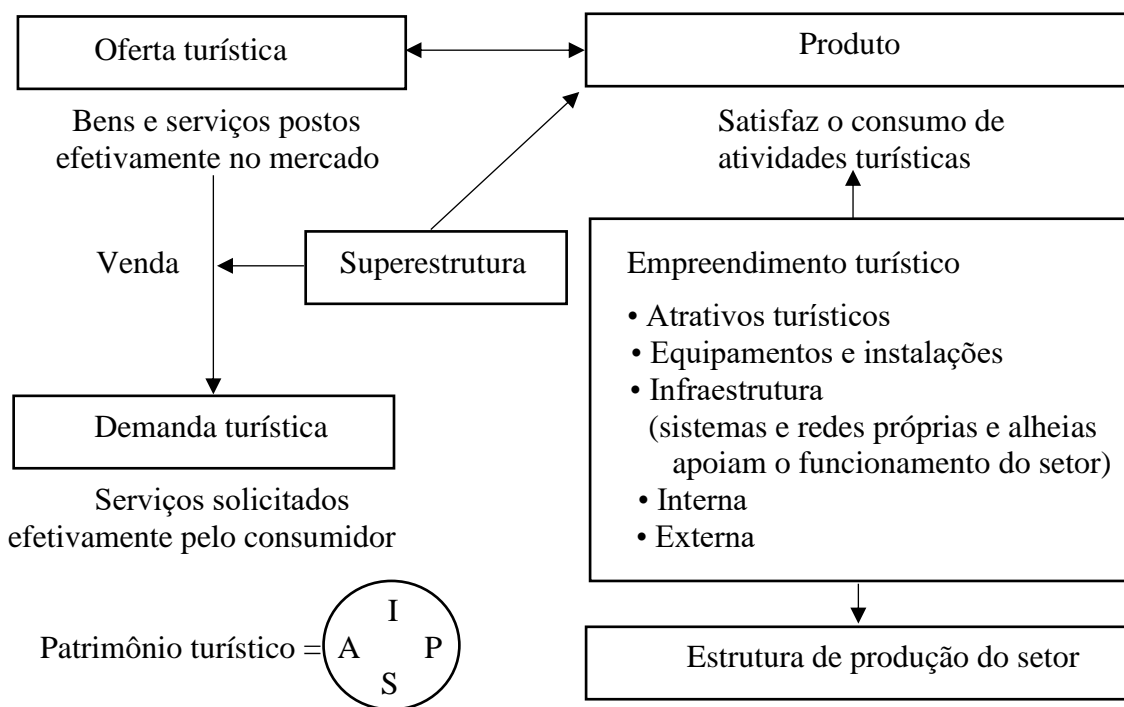
Dentre as diversas análises sobre os estudos de turismo, como as de Cuervo (1967), Getz (1986), Christofolletti (1979) e Leiper (1979), Lohmann e Panosso Netto (2012, p. 27) consideram que a teoria geral de sistemas é a teoria mais utilizada nos estudos turísticos no

mundo, e a maioria dos autores internacionais baseia-se nela para empreender suas pesquisas sobre a atividade turística.

Boullón (2002, pp. 37-38) destaca que não existe uma única explicação do sistema turístico, mesmo havendo somente um sistema, este possui várias facetas. O estudo de cada uma das facetas deu origem a diferentes modelos analíticos, como os modelos “oferta-demanda”, o “antropológico social” e o que é conhecido como “turismo industrial”.

O modelo oferta-demanda foca seu interesse no funcionamento do chamado turismo comercial. O antropológico social ocupa-se das manifestações do ócio e do tempo livre nas diferentes sociedades, como também a análise das condutas individuais e coletivas. Já o turismo industrial ocupa-se da produção em massa, a comercialização e o lucro (IBIDEM, 2002, p. 38).

Figura 1: Sistema Turístico



Fonte: Boullón (2002, p. 38)

No modelo descrito na Figura 1 estão representadas as partes integrantes do sistema turístico estabelecido como *oferta-demanda*, cuja o autor ainda evidencia suas relações essenciais. O ponto de partida do funcionamento do sistema é com a oferta de bens e serviços para a demanda turística, por meio do processo de venda do produto turístico, que, com a infraestrutura, formam a estrutura de produção do setor. A superestrutura tem a função de

controlar e regular a eficiência do sistema, fiscalizando seu funcionamento e a inter-relação entre as partes (BOULLÓN, 2002, pp. 38-39), que para melhor entendimento, serão descritos os principais elementos que o compõem.

1.2.1. O Produto Turístico

Um produto turístico é o composto de atrativos turísticos adicionado com infraestrutura, serviços e equipamentos, comercializados de maneira ordenada, com a finalidade de satisfazer as necessidades e os desejos do turista (BARBOSA, 2011, p. 27).

Para Beni (2000, p. 172), “o produto turístico é um conjunto composto de bens e serviços produzidos em diversas unidades econômicas, que sofre uma agregação no mercado ao serem postos em destaque os atrativos turísticos”.

Boullón (2002, pp. 45-46) evidencia uma característica do produto turístico com a oferta, já que “[...] do ponto de vista econômico, a oferta turística não pode ser outra coisa senão um bem ou um serviço, traduzir esse conceito leva-nos a deduzir que o produto turístico é formado pelos mesmos bens e serviços que fazem parte da oferta”.

Segundo Boiteux e Werner (2009, pp.5-7) ele é caracterizado por algumas particularidades que o distingue dos demais produtos. Dentre elas, os autores ressaltam que:

- a. **Ele é sazonal.** A sazonalidade é a distribuição dos fluxos turísticos no decorrer do ano, descritas como baixa e alta estação. Esses dois momentos de ocupação do destino podem ser influenciados por fatores climáticos, férias ou feriados, e induzem os preços dos produtos e serviços, já que a elevação de valores na alta estação tem como propósito compensar o período da baixa estação;
- b. **Ele é extremamente perecível.** O fato de não poder ser estocado pois tem que ser consumido na data programada, e se não for, representa um prejuízo ao prestador de serviço turístico;
- c. **A sua comercialização se dá de forma integrada.** A comercialização do produto turístico se dá de maneira conjunta, já que os atrativos estão ligados aos serviços de hospedagem, alimentação, transporte, entre outros;
- d. **O produto turístico é estático.** Assim, o consumidor tem que se deslocar até o mesmo para utilizar a prestação de serviço;

- e. **A sua materialização se dá pela prestação de serviço.** Essa característica revela a diferenciação dos produtos turísticos pelo atendimento pessoal que o visitante recebe.

Assim, quando o turista compra os serviços turísticos para resolver suas necessidades elementares de dormir, comer e deslocar-se, sua verdadeira motivação é a de realizar outras atividades. Consequentemente, a interpretação tradicional do produto é necessária adicionar outra, já que para o consumidor/turista o produto turístico é aquele que lhe permite passear, visitar os atrativos, fazer esportes e divertir-se (BOULLÓN, 2002, p. 46).

1.2.2. A Demanda e a Oferta Turística

A demanda turística pode ser medida pelo total de pessoas que participam da atividade turística de determinado destino, quantificado com o número de chegadas ou saídas de turistas, valor em dinheiro gasto ou outros dados estatísticos (LOHMANN; PANOSSO NETTO, 2012, p. 243).

Para Beni (2000, p. 209) “[...] a demanda em Turismo é uma compósita de bens e serviços, e não demanda de simples elementos ou de serviços específicos isoladamente considerados; em suma, são demandados bens e serviços que se complementam entre si”.

O autor ainda destaca que:

A heterogeneidade é portanto a característica principal da demanda turística. Acrescentem-se as motivações de viagens que estão longe de ser sempre idênticas. A estratificação estrutural da demanda não segue um modelo sistemático, baseado por exemplo em variáveis de ordem socioeconômica, geográfica, de comportamento ou outra. Todos esses fatores, no entanto, servem para segmentação do mercado turístico, pois do contrário nada prova que representem os indicadores reais da demanda turística, capazes de orientar uma política de turismo apropriada para cada destinação (BENI, 2000, p. 210).

A demanda turística permite não só entender o gasto diário ou total dos turistas em determinado destino, como também a subdivisão em cada um de seus componentes (hospedagem, alimentação, transportes internos, diversões, guiamento e compras), e caso queira aprofundar mais, pode-se realizar a operação para um ou todos os componentes, o que permite saber, por exemplo, o percentual de gasto com alimentação nos hotéis, em restaurantes da cidade ou do entorno do destino (BOULLÓN, 2002, p. 40).

Dentro do estudo da demanda turística, Boullón (2002, pp. 40-41) aponta que para compreensão acerca do tema é necessário a análise dos seguintes tipos de demanda: real, turista

real-consumidor potencial, histórica, futura e potencial. Mas também, não se esgotando as possibilidades de análise do fator demanda, faz saber:

- a. **Demanda real.** Esta indica a quantidade de turistas que há em um dado momento em determinado local, e a soma de bens e serviços efetivamente requisitados pelos consumidores nesse local durante sua estada;
- b. **Turista real-consumidor potencial.** Este tipo refere-se aos gastos adicionais que pode realizar a demanda real no período de sua estada, no consumo de bens e serviços que não estão inclusos no pacote da viagem ou que não são obrigatórios de hospedagem para o turista que viaja por sua conta;
- c. **Demanda histórica.** Ela é responsável pelo registro estatístico das demandas reais ocorridas no passado, e a análise de suas alterações e tendências para estimar o ritmo de sua evolução;
- d. **Demanda futura.** É o resultado do cálculo que terá de ser realizado, tomando por base as séries cronológicas da demanda histórica de determinado destino, com finalidade de projetar seu provável crescimento, estagnação ou diminuição no decorrer do período analisado a partir do presente, utilizando cálculos matemáticos;
- e. **Demanda potencial.** É a que se poderia obter a partir de um mercado emissor não conquistado, para outro mercado receptor (um centro ou um conjunto de centros turísticos), e também os incrementos adicionais que se poderia conseguir da demanda futura.

Já os bens e serviços disponibilizados aos consumidores-turistas, por um dado preço em um determinado período de tempo, podem ser caracterizados como oferta turística. Esses bens e serviços, por exemplo, estão as passagens aéreas; os veículos para locações; o artesanato; as refeições; as visitas à museus, parques de diversões, cachoeiras, entre outras de interesse do turista (LOHMANN; PANOSSO NETTO, 2012, p. 375).

Beni destaca em linhas gerais que:

[...] sem levar em consideração os atrativos naturais das regiões que motivam, numa primeira etapa, a criação de fluxos turísticos, pode-se definir a oferta básica como o conjunto de equipamentos, bens e serviços de alojamento, de alimentação, de recreação e lazer, de caráter artístico, cultural, social ou de outros tipos, capaz de atrair e assentar numa determinada região, durante um período determinado de tempo, um público visitante (2000, p. 159).

O autor deixa evidente que os valores que a natureza oferece sem necessidade da interferência do homem (sol, praias, cachoeiras, paisagens) são as fontes de atração que dão base aos deslocamentos de pessoas com finalidades especificamente turísticas (BENI, 2000, p. 159).

Uma característica da oferta turística é que os serviços disponíveis e não utilizados pelos turistas não podem ser acumulados. Pois cada vez que expira o tempo de duração de um serviço (alguns minutos para comer em um café, e um dia ou mais para o aluguel de um automóvel) sua oferta é renovada, e se o serviço não é vendido, é perdido (BOULLÓN, 2002, p. 42).

Nesse sentido, o autor destaca a transitoriedade dos serviços, como também é igualmente transitória a demanda, pois para que um serviço turístico se transforme em oferta turística é fundamental que o consumidor potencial conheça sua existência. Do contrário, esse produto não exerce o requisito de ter entrado no mercado por um período de tempo, que seria representado pelo número diário de vezes que a duração de cada consumo permite renovar a oferta do serviço (BOULLÓN, 2002, p. 42).

Segundo a Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo (EMBRATUR apud LOHMANN; PANOSSO NETTO, 2012, p. 375) a oferta turística está dividida em três categorias:

1. **Atrativos turísticos:** local, objeto ou acontecimento de interesse turístico que motiva o deslocamento de grupos de pessoas para visitação. Esses atrativos podem ser naturais ou histórico-culturais; manifesta es tradicionais e populares; realiza es técnicas e científicas contemporâneas; acontecimentos programados.
2. **Serviços e equipamentos turísticos:**   composto pelas edifica es, instala es e serviços indispensáveis ao desenvolvimento da atividade turística. Engloba os meios de hospedagem, serviços de alimenta o, de entretenimento, de agenciamento, de loca o de veículos e outros serviços turísticos.
3. **Infraestrutura de apoio ao turismo:** envolve todas as obras e instala es da estrutura física, responsáveis pelas condi es para o desenvolvimento de um destino turístico. Composto pelo sistema de transportes, energia elétrica, serviços de abastecimento de água, rede de esgotos, sistema de comunica o, sistema de saúde, segurança, entre outros.

A oferta turística também pode ser descrita em dois grupos, sendo o primeiro constituído pelos atrativos turísticos (naturais e culturais), o que entende-se como a matéria-prima da atividade e que forma a oferta original. Já o segundo grupo da oferta é composto pela oferta turística agregada, vinculada ao conjunto das prestações de serviços pelas empresas do setor, que envolve transportes, alojamentos, lazer e recreação, serviços de agenciamento e organização de viagens, e outros (BENI, 2000, p. 161).

Em síntese, a oferta turística é constituída pelos serviços oferecidos pelas unidades do empreendimento turístico e por outros bens não-turísticos, cuja comercialização se dá em um sistema turístico, porque, em último caso, o que qualifica a classe de um bem é o sistema produtivo e não o tipo do consumidor (BOULLÓN, 2002, p. 44).

1.2.4. A Superestrutura

O subsistema da superestrutura compete a organização tanto pública quanto privada na consonância da produção e a venda de diferentes serviços da atividade turística. A política oficial de turismo e sua ordenação jurídico-administrativa são integrantes do conjunto de medidas de organização e de promoção dos órgãos e instituições oficiais, além das estratégias que interferem na atividade (BENI, 2000, p. 99).

Boullón (2002, p. 61) cita que a existência de uma superestrutura poderosa, e sobretudo eficiente, é fundamental para que o setor turístico renda em relação direta com a importância dos atrativos e do empreendimento que se construiu para explorá-los.

Desse modo, a base do turismo é a prestação de serviços, e a desarticulação e desordem na coordenação da atividade frequentemente diminui o nível de satisfação dos turistas e visitantes, o que ocasiona a depreciação do destino turístico e seu julgamento subjetivo (IBIDEM, p. 61).

O turismo, do ponto de vista econômico, representa uma atividade plurissetorial que demanda coordenação e planejamento para seu desenvolvimento que só podem ser feitas pelo poder público, além da característica de relevante implicação social e cultural, de interesse múltiplo, tanto ao empreendedor, quanto ao Estado, que representa a garantia dos interesses da coletividade (BENI, 2000, p. 100).

Conforme Boullón:

Em sua face operacional, a superestrutura oficial enfrenta grandes dificuldades para cumprir seus objetivos em cada um dos campos de ação que teoricamente devem ficar sob sua responsabilidade. Deixando de lado os já conhecidos problemas de falta de

orçamento, escasso conhecimento técnico das pessoas designadas para ocupar os cargos diretivos e a grande rotatividade do pessoal técnico (todos eles sinais do subdesenvolvimento), outros problemas de fundo dificultam sua ação (2002, p. 63).

Assim, a efetividade de intervenção da superestrutura no desenvolvimento dos produtos e serviços turísticos tem relação com a demanda que os destinos recebem, já que atuar com um planejamento estratégico e sustentável em setores que impactam positivamente os destinos, seja na regulação, promoção ou intervenção pública, é tarefa desse subsistema.

1.2.5. A Infraestrutura

A infraestrutura faz parte do sistema turístico como qualquer outra atividade que necessite de estruturas para seu desenvolvimento. De acordo com Boullón (2002, p. 58), “[...] entende-se por infraestrutura 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”.

No caso do turismo, a infraestrutura de acesso com seus componentes viário e de transportes e a infraestrutura urbana são os elementos que se analisam com maior detalhe, já que são estes que reúnem as condições básicas favoráveis de apoio aos equipamentos e serviços turísticos (BENI, 2000, p. 126).

Lohmann e Panosso Netto (2012, p. 387) “[...] diz-se que a infraestrutura turística é composta pelos equipamentos que o turista usa desde que sai de sua residência, chega ao seu **destino** e retorna” (grifo do autor). Os autores ainda lembram que existem equipamentos que não servem apenas ao turista, mas também aos residentes, daí se divide em infraestrutura básica e infraestrutura turística ou específica (IBIDEM, p. 387).

Desse modo, a infraestrutura geral constitui-se na rede viária e de transportes, no sistema de telecomunicações, de distribuição de energia, de água, captação de esgotos, entre outros, fundamentais não somente para o turismo, mas para toda a população. Quanto à infraestrutura específica, ainda pode ser dividida em duas classes distintas, mas que podem se sobrepor: a primeira está relacionada com a situação do investimento e a segunda, ao turismo como forma particular de atividade econômica, por exemplo, nas vias de acesso a locais essencialmente turísticos (BENI, 2000, p. 126).

Os investimentos em infraestrutura, geralmente, são de responsabilidade do poder público, tal qual, exercem grande influência sobre o desenvolvimento do turismo (GARTNER apud LOHMANN; PANOSSO NETTO, 2012, p. 390).

Todavia, Beni (2000, p. 126) enfatiza que nos últimos anos há uma progressiva escassez de recursos para investimentos em infraestrutura por parte do poder público, e que as parcerias com a iniciativa privada, surgem como opção para o desenvolvimento de destinos com maior vocação para o turismo, e observa-se que vem acontecendo uma tendência dessas parcerias em parques, portos e marinas pelo país.

Esse direcionamento na formação de parcerias entre o poder público e privado está se intensificando na gestão dos parques nacionais, com propostas avançadas de privatização dos serviços de visitação desde 2020.

Os parques fazem parte da política de proteção da biodiversidade no país, mas que sofrem com condições precárias na gestão e fiscalização. Conseqüentemente, as concessões devem estar pautadas em critérios sustentáveis, com envolvimento das comunidades locais e demais esferas do poder público para garantir a equidade nesses modelos, especialmente no cumprimento dos planos de manejo.

1.3. A Segmentação no Turismo

A segmentação no turismo visa a organização da atividade para fins de planejamento, gestão e mercado. Os segmentos turísticos podem ser determinados a partir dos elementos de identidade da oferta, como também aspectos e variáveis da demanda (BRASIL apud BRASIL, 2010a, p. 61).

Ansarah e Panosso Netto (2013, p. 338) descrevem como simples e objetivo fundamental que “a ideia de segmentar o mercado turístico, em qualquer destino, tem o mesmo significado semântico, qual seja: identificar pessoas com afinidades e desejos semelhantes, que estejam dispostas a consumir um mesmo produto”.

Beni (2000, p. 153) acredita que a melhor maneira de estudar e compreender o mercado turístico é por meio da sua segmentação, por ser a técnica estatística que permite decompor a população em grupos homogêneos, como também a política de *marketing* que fraciona o mercado em partes homogêneas, cada um com seus próprios canais de distribuição, motivações distintas e outros aspectos.

O alcance dos potenciais consumidores de serviços turísticos passa por uma estratégia de *marketing* que irá dividir os consumidores em segmentos ou subsegmentos, de acordo com critérios preestabelecidos na busca da otimização dos recursos existentes nas relações entre a demanda e a oferta (LOHMANN; PANOSSO NETTO, 2012, p. 170).

Os autores destacam que a segmentação de mercado é quem vai delinear o público que irá valorizar e aceitar o destino, em consequência, definirá também os futuros esforços de *marketing*, visto que, conhecendo bem o mercado a que se destina, a empresa ou destino terá maior retorno do investimento aplicado em promoção, divulgação e venda do produto (IBIDEM, 2012, p. 170).

Vale lembrar que os profissionais que atuam em turismo, ou mesmo em qualquer outra atividade econômica, não criam os segmentos, apenas identificam e decidem para quais segmentos os esforços de criação e oferta dos produtos serão direcionados. Este entendimento dos segmentos preferenciais possibilita melhor ordenação dos esforços para atração e fidelização dos turistas (BRASIL, 2010a, p. 61).

As diversas vantagens da segmentação estão fundamentadas na economia de escala para as empresas do setor, no aumento da concorrência de mercado, na criação de políticas de preços e de propaganda especializada, e na promoção de maior quantitativo de pesquisas científicas (BENI, 2000, p. 153).

A segmentação do mercado pode variar de acordo com as necessidades das empresas e/ou destinos, além da teorização entre os diversos autores que debatem o tema. Assim, a Organização Mundial do Turismo (OMT) definiu os quatro critérios descritos abaixo; não significa, porém, que estão esgotados demais complementos e outros critérios (apud LOHMANN; PANOSSO NETTO, 2012, p. 171):

1. **Demográficos:** idade dos consumidores, sexo, estilo de vida das famílias e renda;
2. **Geográficos:** nação, estados, regiões e cidades;
3. **Psicológicos:** segundo o comportamento do consumidor – motivos para viajar, características do turista, necessidades e preferências;
4. **Econômicos:** grande consumidor, pequeno consumidor, baixa renda e alta renda.

Segundo Beni (2000, p. 153), “o motivo da viagem, entretanto, é o principal meio disponível para se segmentar o mercado”, uma característica que pode ser identificada nas pesquisas de mercado e ser o diferencial para o planejamento do destino e/ou produto turístico.

As motivações geram ainda outro elemento importante:

É importante considerar que dificilmente todas as pessoas de um grupo terão exatamente o mesmo interesse e demanda para um determinado produto ou

destino, podendo caracterizar um nicho de mercado. Nichos de mercado são “subsegmentos” dentro dos segmentos de demanda. O nicho é um grupo de consumidores caracterizado por ter necessidades ou expectativas específicas, diferente das necessidades do resto do segmento. Por isso, deve-se aprofundar na composição do público-alvo escolhido e em suas expectativas (BRASIL, 2010a, p. 62).

Para o Ministério do Turismo (MTur) “ao adotar a segmentação como estratégia, o planejador deverá entender e organizar os segmentos da oferta, visando atingir a incessante e dinâmica busca de novas experiências dos turistas atuais” (BRASIL, 2010a, p. 74).

Desse entendimento sobre a segmentação no turismo, observa-se que esta ferramenta aplicada no planejamento dos destinos, trará uma melhor compreensão das necessidades do turista como consumidor dos produtos e serviços turísticos, o que contribui no posicionamento destes no mercado. Com isso, será apresentado os principais segmentos do turismo, como forma de elucidar a representatividade deles nos destinos, suas vertentes e bases dentro do setor.

1.3.1. Turismo Cultural

O turismo é um dos fenômenos mais importantes produzidos pelo ser humano no decorrer da história, pois sua função como atividade gera oportunidades de contato entre diferentes povos e culturas. O turismo possibilita também a experiência de diversas situações e facilita a interação por muitos ambientes, permitindo, com isso, a observação de várias paisagens (PINHEIRO, 2013, p. 3).

A autora descreve ainda que, “tais experiências permitem ampliar os horizontes de compreensão do homem, tanto de turistas quanto de moradores dos locais visitados, muitas vezes transformando profundamente suas culturas” (PINHEIRO, 2013, p. 3).

Os recursos turísticos culturais são os produtos diretos das manifestações culturais. Porquanto não existe uma cultura apenas, já que cultura pode ser entendida como conjunto de crenças, valores e técnicas para lidar como o meio ambiente, compartilhado entre os indivíduos e transmitido de geração a geração. Desse modo, os rótulos criados como culturais nacionais (ou de países), nada mais são que coleção de subculturas, e dependendo do grupo que dominar a sociedade, a subcultura dele será a respectiva cultura dominante (BENI, 2000, p. 86).

Nessa perspectiva, o turismo cultural se desdobra em diversos títulos: ecológico, antropológico, religioso, arqueológico, artístico, entre outros. São turismos de moda ou de “avanço humano”, cuja materialização se dá pelas preocupações da sociedade em um dado momento e se caracterizam por necessidades sentidas e determinadas pelas mudanças ou pela

falta dessas, permitindo a interação do homem em novas dimensões e experiências (BENI, 2000, p. 86).

Assim como a natureza, a cultura é um insumo importante na formatação de produtos turísticos, em todas as possíveis segmentações, o que seria um equívoco restringi-la a um segmento específico, já que se perde a oportunidade em termos de ampliação de visitantes e negócios (GASTAL, 2012, p. 86).

Mas há contraposições em alguns aspectos:

O turismo, enquanto negócio, visa à obtenção de lucros; ao mesmo tempo, desenvolvê-lo implica continuar a distribuição injusta da riqueza. Produz contradição ao se propor ao desenvolvimento local, preservar lugares, e proteger as culturas, obtendo, ao contrário, a transformação do espaço em mercadoria, massificação das culturas, atendendo as necessidades dos que vem de fora em detrimento dos que ali habitam (CORIOLANO, 2006, p. 371).

Pensamento similar, Gastal acredita que:

A cultura também apresenta complexidades não só nos estudos e teorizações acadêmicos, mas também nas suas práticas, ambos impregnados de uma herança colonial muitas vezes ainda presente, levando ao consumo e à valorização de bens simbólicos do dominador, em detrimento daqueles produzidos na própria comunidade (2012, p. 235).

O Ministério do Turismo em parceria com o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) definiram o segmento que abrange a cultura e turismo no Brasil como: “turismo cultural compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura” (PINHEIRO, 2013, p. 6).

Dessa forma, a adoção do segmento como prioritário para um destino, atuando em melhorias como infraestrutura, restauração e tombamento de monumentos, conjuntos urbanos, igrejas, museus, sítios arqueológicos, e outros, será uma ação importante na preservação dos elementos da cultura local, não somente utilizados pelo turismo, mas pela população que caracteriza a cultura visitada.

Novos paradigmas culturais, da mesma forma que os avanços tecnológicos, têm servido para melhorar as condições de vida de alguns trabalhadores, humanizando o trabalho, reduzindo o tempo de produção, permitindo que os empregos satisfaçam suas necessidades básicas e, também, usufruam de momentos de lazer (PINHEIRO, 2013, p. 5).

Gómez e Pérez (2016, pp. 179-180) destacam o valor do segmento para a sociedade, pois “[...] o turismo cultural é visto como uma atividade que contribui não apenas para o fortalecimento de seu valor de uso, mas também para a redução das barreiras espaciais, permitindo a aproximação entre os povos”, característica essencial para o desenvolvimento da atividade turística.

1.3.2. Ecoturismo

O ecoturismo teve origem nos anos de 1970 com os passeios espontâneos de viajantes aventureiros em áreas naturais mais remotas ou ainda não alteradas pela ação antrópica. Esse pioneirismo dos “mochileiros” é seguido de uma nova fase, que motivava um contingente significativo de pessoas em busca de experiências singulares, surgindo, em meados da década de 1980, as primeiras operadoras especializadas em pacotes ecológicos no Brasil (PIRES; RAMOS, 2013, p. 322).

As experiências de turismo de natureza aumentaram a sensibilidade pública pela causa ambiental, o que leva o ecoturismo a ser o segmento específico do turismo que tem suas vertentes baseadas com essa causa (PIRES; RAMOS, 2013, p. 323).

De acordo com a organização civil *International Union for Conservation of Nature* (IUCN) dentre os dez países com maior biodiversidade no mundo, sete são latino-americanos e o Brasil aparece no topo dessa lista com mais de 3 mil espécies conhecidas no seu vasto território de belezas naturais (SANTOS, 2016, p. 45).

Os autores Ulate e Cruz enfatizam que:

O ecoturismo é uma prática social que implica um nível de contato das pessoas com o mundo natural, aproximando-se a uma visão biocêntrica, na qual as relações se produzem em um marco de valores relacionados com o respeito à natureza, o que implica a aceitação das regras e o envolvimento do turista com o meio natural e suas características. Nessa prática, o visitante é envolvido espiritualmente pelos elementos naturais e socioculturais locais, ao mesmo tempo que aporta benefícios para a conservação, por meio da investigação, conscientização, interpretação e ingressos que gera no entorno local (ULATE; CRUZ, 2016, p. 194).

A materialização da influência recíproca entre ambientalismo e ecoturismo é verificada em ações e projetos em diversos países do mundo, onde as parcerias entre poder público, instituições diversas e ONGs atuam na materialização das ações e projetos ambientais, e adotam o ecoturismo como alternativa para a proteção de recursos naturais. Esta articulação contribui

na geração de benefícios sociais e econômicos nos destinos e regiões com aptidão para o segmento (PIRES; RAMOS, 2013, p. 323).

Com isso, Ulate e Cruz (2016, pp. 195-196) citam que o ecoturismo pode classificar-se nos seguintes três tipos, segundo a intensidade das atividades, os serviços demandados pelo turista e a incorporação ou não de uma experiência de aprendizagem sobre aspectos da natureza:

- **Ecoturismo forte:** o turista está interessado em um aspecto da natureza e essa é a razão da viagem. Suporta condições rigorosas associadas aos horários, comidas e hospedagens pouco sofisticadas e participa de atividades rigorosas de observação ou investigação.
- **Ecoturismo suave:** o turista é atraído pela natureza, sem um interesse específico. Seu desejo é viajar para observar a vida silvestre, a flora e a cultura. Exige comodidades e bom serviço. Pode participar nas atividades de aprendizagens pouco rigorosas.
- **Ecoturismo de aventura:** o turista tem interesse de estar ao ar livre e praticar algum esporte ou atividade. Pode ou não ser muito exigente com as comodidades e não está interessado em aumentar seu conhecimento sobre o meio natural.

Sabino, Andrade e Bessa (2012, p. 16) destacam que uma característica a ser observada é que “o Ecoturismo Brasileiro é um mercado crescente e seus atores devem ser adequadamente qualificados para atender às demandas e expectativas de uso de um rico patrimônio, ao mesmo tempo encantador e frágil”.

Os autores enfatizam que na promoção do turismo de mínimo impacto, é possível ampliar a percepção que o turista tem do local visitado, o que o leva a aprimorar o seu olhar para os futuros destinos de suas viagens. Assim, com o passar do tempo, o segmento do ecoturismo se fortalece como prática em qualquer ambiente natural, motivando praticantes e prestadores de serviços turísticos a repetirem seus fundamentos (SABINO; ANDRADE; BESSA, 2012, pp. 16-17).

Logo, o segmento tem um impacto positivo em alguns destinos mato-grossenses, especialmente os que possuem em seus territórios importantes unidades de conservação nos biomas Cerrado, Pantanal e Amazônia, cuja poder de atração de visitantes os fazem serem destaques em nível nacional e internacional; e de grande potencialidade para a prática do ecoturismo.

1.3.3. Turismo de Pesca

O turismo de pesca possui uma representatividade importante para alguns municípios de Mato Grosso, especialmente pela diversidade piscosa dos rios que cortam o estado. A quantidade e raridade de espécies encontradas em águas das principais bacias hidrográficas que estão em Mato Grosso, atrai milhares de esportistas e pescadores durante a temporada de pesca.

De acordo com Ministério do Turismo (BRASIL, 2010b, p. 16), o “turismo de pesca compreende as atividades turísticas decorrentes da prática da pesca amadora”. Para a compreensão e esclarecimento sobre o segmento, as atividades turísticas são o conjunto de atividades e serviços realizados em função do turismo, que envolve a oferta de equipamentos, produtos e serviços como operação e agenciamento turístico, hospedagem, transporte, alimentação, eventos, material de pesca e apoio, entre outros. Já a pesca amadora, conforme Lei nº 11.959/2009, é aquela praticada por brasileiro ou estrangeiro, com equipamentos e petrechos previstos em legislação específica, com a finalidade do lazer e/ou desporto.

Silva e Lima (2015, p. 786) apontam que a Política Nacional de Desenvolvimento da Aquicultura e da Pesca (Lei 11.959/2009) faz parte da legislação de “vanguarda ambiental” no país, da qual os praticantes da pesca esportiva são regidos, e alguns deles possuem conscientização e interesse na preservação das espécies mais cobiçadas, o que contribui para fiscalização dos “paraísos ecológicos” da pesca no Brasil.

Segundo Zimmermann, “o ‘turismo de pesca’ vem se destacando como opção de desenvolvimento para determinadas regiões, especialmente pela capacidade de promover a conservação dos recursos naturais nos destinos turísticos” (apud SILVA; LIMA, 2015, p. 786). Assim, os destinos que possuem aptidão para o desenvolvimento do segmento, estruturam-se com equipamentos e serviços personalizados para o atendimento da demanda crescente, dinamizando a economia com geração de emprego e renda, conservação ambiental e valorização da cultura local.

A pesca esportiva no país é praticada, principalmente, em rios como na Amazônia que dispõem grande parte da maior bacia hidrográfica do mundo, e no Pantanal, que faz parte da quarta maior bacia hidrográfica do planeta, a Bacia do Rio da Prata (ALBANO; VASCONCELOS, 2013, p. 78). Estes biomas estão em parte do território mato-grossense, juntamente com o bioma Cerrado, o que o torna o estado uma singularidade em riqueza da biodiversidade no país.

A pesca esportiva é uma atividade permissível de ser praticada pelos indivíduos, sejam eles turistas ou ribeirinhos, desde que se pratique de maneira adequada, não só respeitando o

ordenamento jurídico, mas com adoção de técnicas e procedimentos sustentáveis, ou seja, com mínimo impacto possível ao meio ambiente e as espécies, e no favorecimento socioeconômico das comunidades locais (SILVA; LIMA, 2015, p. 785).

1.3.4. Turismo Rural

O estado de Mato Grosso é um dos maiores produtores de grãos do país, além da criação de gado e produtos derivados do leite, entre outros, que o faz ter uma atividade rural intensa. Essa intensidade contribui efetivamente na produção de alimentos e exportação de *commodities* para países de vários continentes, uma característica das grandes e médias propriedades rurais brasileiras.

De acordo com Lucio ([2009], p. 52) o espaço rural é caracterizado por terras efetivamente cultivadas pela produção agrícola, utilizadas pelo extrativismo vegetal e pelo uso de tecnologias modernas no cultivo da produção agrícola e pecuária.

O Ministério do Turismo, com base em aspectos que se referem ao turismo, ao território, à base econômica, aos recursos naturais e culturais e a sociedade, definiu o segmento de Turismo Rural como “o conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade” (BRASIL, [2004?], p. 11).

Conseqüentemente, algumas atividades são essenciais para o desenvolvimento do segmento, disponíveis na oferta de serviços, equipamentos e produtos de hospedagem; alimentação; recepção à visitação em propriedades rurais; recreação, entretenimento e atividades pedagógicas vinculadas ao contexto rural; como também, outras atividades complementares que possam motivar ou existem em função da atividade turística, praticadas no meio rural (BRASIL, [2004?], p. 12).

Novaes caracteriza o turismo rural da seguinte maneira:

O turismo no espaço rural inclui uma gama de modalidades e, como atividade multidisciplinar, acontece no meio ambiente, fora das áreas urbanizadas. É um agente motivador do trabalho e renda complementar para as famílias residentes no campo. Como forma alternativa de turismo, as propriedades rurais que possuem atividade produtiva podem também oferecer diversos tipos de serviços turísticos: hospedagem, alimentação, trilhas, venda de produtos artesanais locais, além da oportunidade de os visitantes desfrutarem de diferentes ambientes rurais, em contato com a natureza e costumes fora do ambiente urbano (NOVAES, 2000, p. 23).

Segundo Lucio ([2009], p. 33), “o Turismo Rural é uma atividade multidisciplinar, que se realiza no meio ambiente natural, fora de áreas intensamente urbanizadas”. O autor ainda pondera que as empresas turísticas que desenvolvem as atividades são de pequeno porte – tanto em produção e mão de obra – e têm no uso da terra a atividade econômica predominante, caracterizada pela prática de atividades agrícolas e pecuárias.

O crescimento do turismo rural no país tem propiciado a dinamização social e econômica dos territórios rurais, resultando na criação de postos de trabalho, na agregação de valor aos produtos e serviços gerados nas propriedades agrícolas e empreendimentos rurais, e na valorização de manifestações culturais e tradicionais da família do campo (BRASIL, 2008, p. 16).

1.3.5. Turismo de Negócios e Eventos

O turismo de negócios e eventos possui uma característica essencial ao desenvolvimento da economia dos destinos e dos demais segmentos, já que é visível seu poder de mobilização de turistas pelo mundo, com diversos tipos de motivações e quantidade de pessoas que o segmento atrai.

O Ministério do Turismo (BRASIL, 2010c, p. 15) caracteriza turismo de negócios e eventos como “[...] o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social”.

Para um melhor entendimento do conceito, o MTur destaca que os encontros de interesse profissional, associativo e institucional estão ligados aos contatos e relacionamentos profissionais ou de associações e instituições, sob variadas formas, como reuniões, missões, visitas e eventos de diferentes naturezas. Já a natureza das relações dos eventos, destaca que os de caráter comercial, estão associados às transações de compra e venda de produtos e serviços; os promocionais, relacionados à divulgação institucional ou apoio as estratégias de marketing; os técnicos e científicos, compreendem as especialidades, processos, habilidades e domínios de uma prática, arte ou ciência; e os sociais, envolve assuntos da sociedade, comunidade ou agremiação (BRASIL, 2010C, pp. 15-16).

De acordo com a Associação Brasileira de Empresas de Eventos (ABEOC), somente no ano de 2013, o mercado de eventos gerou no país cerca de R\$ 209,2 bilhões em 590 mil eventos nacionais e internacionais realizados, sendo 95% de âmbito nacional. Ao todo, participaram 202,2 milhões de pessoas e foram gerados R\$ 48,7 bilhões em impostos; além de 7,5 milhões

de empregos diretos e indiretos, resultando num total de 4,3% do PIB brasileiro (SEBRAE, 2015, p. 1).

O turismo de negócios e eventos está em crescente expansão e ocasiona impactos em diversas atividades envolvidas, estimulando micro e pequenas empresas, produzindo mais emprego e renda. Assim, há uma movimentação de mais de 50 setores que fazem parte da cadeia produtiva de eventos, como recepção, transporte, hospedagem, limpeza, tradução, entre outros (SEBRAE, 2015, p. 4), o que dinamiza a economia dos destinos que atuam na captação de eventos.

1.3.6. Turismo de Sol e Praia

O segmento de turismo de sol e praia tem diferentes aspectos no Brasil que devem ser evidenciados, já que a sua oferta não se limita somente as praias marítimas nos seus 8.500 km de costa. O país conta também com uma rede hidrográfica de 35.000 km de vias navegáveis e cerca de 9.260 km de margem de reservatórios, em sua maioria provenientes de hidrelétricas e que possuem uma variedade de praias de água doce (BRASIL, 2010d, p. 11).

Segundo o Ministério do Turismo, “Turismo de Sol e Praia constitui-se das atividades turísticas relacionadas à recreação, entretenimento ou descanso em praias, em função da presença conjunta de água, sol e calor” (BRASIL, 2010d, p. 14).

Em Mato Grosso existe uma diversidade de rios que cortam seu território e formam importantes destinos de praias fluviais em certos períodos do ano, geralmente entre os meses de maio a setembro, considerado o período de maior estiagem e formação de imensos bancos de areias.

Com isso, dentre os rios que atravessam o estado pode-se citar o Araguaia e o Teles Pires que proporcionam uma grande quantidade de praias fluviais em seus percursos, além dos lagos de Manso no município de Chapada dos Guimarães e do mais recente em Sinop, oriundos de usinas hidrelétricas.

O lago de Manso, por exemplo, oferece uma estrutura de recreação e lazer para turistas em diversos pontos e conta com equipamentos de hospedagem, incluindo um resort, e também alimentação e lazer no seu entorno.

Dentre as atividades incluídas no Turismo de Sol e Praia, tem-se hospedagem, alimentação, recepção, agenciamento e operações turísticas, transporte e atividades extras relacionadas ao entretenimento e lazer dos turistas nos destinos receptores (BRASIL, 2010d, p. 14). Também, pode-se destacar as atividades recreativas que são procuradas pelos visitantes,

como mergulho, passeios de barco, *jet ski*, caiaque e lancha, além da prática de esportes como vôlei de praia, futevôlei, futebol de areia, entre outros.

As praias de água doce no país, ainda, se configuram como a melhor alternativa de descentralização e diversificação da oferta turística, já que há uma baixa demanda pelas praias costeiras entre os meses de maio a setembro, e os rios e lagos do interior do país ganham espaço como catalizadores de demanda turística (BRASIL, 2010d, p. 16).

1.4. O Turismo e a Sustentabilidade

Os princípios de sustentabilidade, atualmente, estão descritos na maioria das ações de planejamento que envolvam a atividade humana e o meio ambiente que, em linhas gerais, prega o desenvolvimento de atividades econômicas, alinhado com a conservação do meio ambiente e a valorização dos aspectos socioculturais.

O desenvolvimento sustentável nada mais é que conciliar melhoria econômica, garantindo a futuras gerações recursos equivalentes ao que dispomos hoje. Para tal, deve-se prezar pela conservação ambiental e preservação dos patrimônios histórico-culturais, optando por novos padrões e valores de vida menos consumistas (PINHEIRO, 2013, p. 3).

A pesquisadora Mirian Pinheiro destaca que “a atividade turística pautada na sustentabilidade se insere nesse novo paradigma, cuja consciência frente à sua importância ainda não é concebida na atualidade por todos os envolvidos no processo” (PINHEIRO, 2013, pp. 3-4).

Posto isto, o turismo é um dos maiores e mais importantes fenômenos da atualidade, o que o faz carregar consigo uma variedade de impactos, tanto com efeitos positivos, como negativos para a sociedade e o meio ambiente. Dessa maneira, as diretrizes para o desenvolvimento do turismo sustentável e sua gestão são aplicáveis a todos os segmentos e nichos de turismo em qualquer destino (PIRES, 2012, p. 183).

Há o entendimento que o turismo sustentável e, antes dele, todos os paradigmas e conceitos sobre a sustentabilidade são temas que constituem a preocupação evidente do ser humano com a conservação e preservação do meio ambiente. Agregado a isso, a sobrevivência econômica da sociedade e os aspectos socioculturais responsáveis pela interação humana no espaço onde ele se encontra (NOVAES; CYRILLO; TOMASULO, 2013, p. 50).

O turismo desenvolvimento sob bases sustentáveis compreende valorizar a história e a cultura local, ofertando aos turistas e visitantes o patrimônio histórico-cultural que define a

comunidade, cuja estimulo que o turismo produz pela interação entre os envolvidos, os faz reconhecer como atores sociais (PINHEIRO, 2013, p. 4).

Beni (2000, p. 117) defende que a sustentabilidade do turismo assenta-se sobre três pilares principais, que são:

1. Sustentabilidade do ambiente, que assegura a compatibilidade do desenvolvimento com a manutenção dos processos ecológicos essenciais e com a diversidade de recursos biológicos;
2. Sustentabilidade social e cultural, que garante o desenvolvimento, aumenta o controle social sobre os indivíduos e é compatível com a cultura e os valores morais da comunidade por ela afetada, fortalecendo a identidade comunitária;
3. Sustentabilidade econômica, que endossa que o desenvolvimento é economicamente eficaz e que os recursos são geridos de maneira que possam suportar as gerações futuras.

É preciso compreender que o conceito de turismo sustentável deve estar presente em todas as etapas de planejamento da atividade turística. Isso contribui para a garantia e segurança dos componentes dos diferenciais turísticos e no processo racional de exploração dos recursos ambientais naturais, histórico-culturais e temático-artificiais (BENI, 2000, p. 115).

Para isso, algumas ações necessitam serem efetivadas:

Para os recursos naturais, exige-se, no processo de ocupação espacial, a preservação máxima possível de suas características originais. Para os histórico-culturais, requer-se, após o tombamento, o restauro e a conservação de sua integridade patrimonial e cultural. Levando em conta sua reutilização e ressignificação, poderão sofrer alterações estruturais de adaptabilidade e funcionalidade, mantendo obrigatoriamente a arquitetura de época e os elementos culturais na parte construtiva externa. Para os temático-artificiais, flexibiliza-se o tratamento dos temas e o aproveitamento do espaço, com estrita observância da legislação ambiental (BENI, 2000, p. 115).

Contudo, ainda há discussões que apontam para um conceito utópico sobre turismo sustentável, posto que normalmente o modelo desestruturado de desenvolvimento do turismo em uma região, mesmo com exploração mínima dos recursos naturais, remete-se a acreditar somente em ações sustentáveis no turismo, um debate que deve ser aprofundado com maior intensidade.

Em suma, a relação do ser humano com o meio ambiente e sua vida em sociedade requer mudanças urgentes. Os modelos atuais de superprodução e consumo demandam recursos finitos

como a água e as florestas, que estão ficando cada vez mais escassos pelo desenvolvimento vertiginoso de atividades primárias, numa insustentabilidade que pode afetar as gerações futuras.

1.5. As Políticas Públicas e o Turismo

A atividade turística, como qualquer outra, necessita de um suporte ao seu desenvolvimento de forma ordenada e integrada, com o Poder Público assumindo a responsabilidade de normatizar e fiscalizar a atividade, o que contribui para proteção das relações comerciais entre prestador/empresário e turista/consumidor.

O apoio do Estado no fomento e controle da atividade turística se dá pela implementação de políticas públicas, sejam elas no âmbito federal, estadual ou municipal, e devem estar alinhadas por um planejamento turístico integrado, que visa o seu desenvolvimento com a geração de emprego e renda, criação de novas empresas, incremento na arrecadação de impostos e divisas, além de outros benefícios que poderão mudar a realidade local.

Mas o que é uma política pública? O pesquisador Saravia expõe da seguinte maneira:

[...] trata-se de um fluxo de decisões públicas, orientado a manter o equilíbrio social ou a introduzir desequilíbrios destinados a modificar essa realidade. Decisões condicionadas pelo próprio fluxo e pelas reações e modificações que elas provocam no tecido social, bem como pelos valores, ideias e visões dos que adotam ou influem na decisão (SARAVIA, 2006, p. 28).

O autor observa que, numa perspectiva mais operacional, trata-se de um sistema de decisões públicas que se propõe a ações e emissões, preventivas ou corretivas, designadas a manter ou modificar a realidade da vida social, através da definição de objetivos e estratégias de operação e da destinação dos recursos fundamentais para atingir seu propósito primeiro (SARAVIA, 2006, p. 29).

Por política pública, Giovanni destaca que o conceito vai além de simplesmente uma intervenção do Estado numa determinada situação social:

Mais do que isso, pois penso a política pública como uma forma contemporânea de exercício do poder nas sociedades democráticas, resultante de uma complexa entre o Estado e a sociedade, entendida aqui num sentido amplo, que inclui as relações sociais travadas também no campo da economia. Penso, também, que é exatamente nessa interação que se definem as situações sociais consideradas problemáticas, bem como as formas, os conteúdos, os meios, os sentidos e as modalidades de intervenção estatal (GIOVANNI, 2009, p. 2).

Essas ponderações demonstram o quão é fundamental a participação coletiva e de setores estratégicos na proposição, acompanhamento e avaliação das políticas públicas, uma forma de assegurar o interesse comum na atuação do Estado.

Dito isso, a atividade governamental expressa nas políticas públicas está relacionada com a definição de problemas, cuja origem daquela está na percepção dos atores sobre os problemas públicos e nos interesses expostos (CAPELLA, 2018, p. 20).

Capella enfatiza que problemas estão inseridos num processo de escolhas e discussão dos atores no campo público:

Assim, problemas são entendidos como o resultado de um processo de escolhas, ou seja, problemas não são elementos latentes, prestes a serem identificados, diagnosticados ou descobertos. Problemas são escolhas realizadas por grupos sociais em relação às diversas questões que circulam pela arena pública (CAPELLA, 2018, p. 19).

Destaca-se ainda, que o novo papel do governo perante as adversidades da globalização, é baseado em relações multilaterais submetidas ao desempenho econômico e institucional dos países e em padrões tecnológicos de comunicação e informação. Além disso, o papel decisivo da mídia e a crescente participação de setores e grupos de pressão nos processos decisórios, alinhado à uma maior transparência em todas as áreas de ação governamental, tornou-se crucial para esse novo contexto (SARAVIA, 2006, pp. 24-25).

A compreensão sobre como se dá o processo de formulação de políticas públicas, integra-se em dois elementos principais: definição da agenda e definição de alternativas. A definição de agenda envolve o direcionamento da atenção em volta de questões ou problemas específicos. Já a definição de alternativas, segue a exploração e o contorno de um plano possível para a ação (CAPELLA, 2018, p. 9).

A autora pondera também que, “[...] investigar a formulação de políticas consiste em buscar compreender por que alguns assuntos se tornam importantes e acabam concentrando o interesse de vários atores, enquanto outros não” (CAPELLA, 2018, p. 9).

Essa afirmação abre caminho para a compreensão sobre a priorização econômica e estrutural de alguns setores econômicos em detrimento de outros. Existe uma disposição exacerbada de incentivos fiscais e recursos para financiamentos ao setor primário no país, que de algum modo isola os demais no caminho do crescimento.

A partir disso, nota-se que esse sistema de decisões públicas requer uma prioridade em relação ao turismo. O setor exige uma rede de esforços que passam por investimentos em infraestrutura básica e específica; qualificação da mão de obra; estruturação e criação de centros

de pesquisa e monitoramento da atividade; promoção e apoio à comercialização de produtos e destinos turísticos; além de uma rede de suporte e financiamento para os prestadores de serviços estruturarem seus equipamentos.

Assim, é fato que o fenômeno turístico se inclui numa modalidade de intervenção estatal, pois a política pública de turismo, compreende-se o direcionamento dado pelos governos (federal, estadual, municipal ou regional) para o seu desenvolvimento, após consulta aos representantes do setor turístico e da sociedade. Esse direcionamento está expresso no Plano Nacional de Turismo (PNT) e nos demais documentos das esferas governamentais, que devem levar em consideração os princípios de sustentabilidade (LOHMANN; PANOSSO NETTO, 2012, p. 127).

Em pensamento correlato, Boiteux e Werner (2009, p. 19) citam que os princípios de sustentabilidade devem estar dispostos nas diretrizes para criação de uma política de turismo, necessitando sempre contar com a participação efetiva da comunidade e de outros grupos de interesse, uma vez que “o desenvolvimento local é um processo de melhoria da qualidade de vida, através do dinamismo econômico e da exploração das potencialidades locais, que vão permitir competitividade, conservação dos recursos naturais e culturais”.

A importância da atividade turística na economia dos países é resultado do interesse e envolvimento do poder público para o setor, isto é, quanto maior o poder econômico do turismo, maior será a chance de os destinos terem políticas públicas específicas (JENKINS; HENRY apud VILELA, 2018, p. 19).

Outra questão relevante é a compreensão da influência das políticas públicas na competitividade das Micro e Pequenas Empresas (VILELA, 2018, p. 23). É necessário evoluir também no entendimento como o desenvolvimento dos destinos turísticos, e, conseqüentemente, a oferta de subsídios institucionais, contribuirá para o fortalecimento de ordem produtiva desses territórios.

E as intervenções governamentais que deveriam preceder as demais no turismo seriam àquelas relacionadas à infraestrutura, responsável por suportar o recebimento do fluxo turístico. Contudo, essas políticas públicas de outros setores não necessariamente são pensadas em função do turismo, apesar de poderem trazer algum tipo de rebatimento. Fato que evidencia um distanciamento do planejamento público da abordagem sistêmica (VILELA, 2018, p. 26).

Araújo e Taschner (2012, p. 83) mencionam a importância da criação do novo marco regulatório do setor em 2008, a Lei Geral do Turismo de nº 11.771, que substituiu diversos instrumentos legais, numa nova diretriz para facilitar a condução do setor, atribuindo ao

Ministério do Turismo a responsabilidade sobre o planejamento, o fomento, a regulamentação, a coordenação e a fiscalização da atividade turística. Esse dispositivo propaga um sentimento de segurança tributária e jurídica, com compromisso na regulação e estímulos financeiros do governo federal para execução de programas e projetos, essenciais ao desenvolvimento da atividade.

Com isso, é primordial que as políticas públicas no Brasil sejam direcionadas para guiar o planejamento, o crescimento e a gestão de localidades e empreendimentos. Há falta de sintonia entre o poder público e o privado, seja em escala nacional, estadual ou municipal, não pode comprometer o planejamento da atividade (HENZ; LEITE; ANJOS, 2010, p. 3).

Os autores destacam, também, que o desenvolvimento simétrico do turismo é o principal papel da organização pública aplicada ao setor e que a responsabilidade do Estado é assegurar, construir e apoiar a infraestrutura de acesso, como também a infraestrutura urbana, capazes de proporcionar o fomento do setor nos destinos (HENZ; LEITE; ANJOS, 2010, p. 4).

Posto isto, este trabalho procura relacionar o dimensionamento dos investimentos públicos com a geração de emprego para o setor e a distribuição desses empregos nas atividades características do turismo no estado. Além disto, verifica-se também a relação entre o turismo e o agronegócio, este que é responsável por mais de 50% da produção econômica de Mato Grosso.

1.6. O Planejamento Turístico

O planejamento de um destino turístico é o resultado da estruturação da atividade para que possa gerar empregos, renda, consumo e, conseqüentemente, a melhoria da qualidade de vida da população local. Ele ainda, prevê o controle e a organização dos impactos positivos e negativos gerados pelo turismo, e deverá ser, orientado pelos princípios da sustentabilidade, com integração, valorização e preservação dos patrimônios histórico, natural, cultural e social (BOITEUX; WERNER, 2009, p. 14).

O desenvolvimento da atividade turística está relacionado à compreensão por parte de todos os envolvidos, direta ou indiretamente, da diversidade de relações, bem como a concepção de seu desenvolvimento dentro de uma abordagem sistêmica e interdisciplinar, em razão da interdependência e integração entre as diferentes áreas abrangidas pelo setor (NOVAES; CYRILLO; TOMASULO, 2013, p. 46).

As características de interdependência e integração presentes nas atividades ligadas ao fenômeno turístico, direta ou indiretamente, desencadeia alguns conflitos na concepção e

execução de seu planejamento. Indicativo disto é que dados e informações geradas pela iniciativa privada, especialmente sobre oferta e demanda turística, ainda são insuficientemente repassados ao poder público.

No planejamento turístico, a primeira análise a ser feita é de que maneira o turismo irá impactar o espaço geográfico em que for desenvolvido. Assim, seu planejamento e estruturação de forma sustentável é de suma importância e um desafio para os planejadores do setor (NOVAES; CYRILLO; TOMASULO, 2013, p. 48).

Há previsão de que o impacto na atividade turística, amparada na legislação e no planejamento, contribui para seu desenvolvimento de forma organizada, já que favorece a mitigação dos impactos negativos no meio ambiente natural e cultural, relevantes motivadores dos deslocamentos turísticos. Nesta mesma linha de reflexão, o autor Luiz Gonzaga Trigo analisa os impactos potenciais e a importância de planejamento e prevenção dos danos:

Outros pontos importantes relacionados ao desenvolvimento do turismo são a consciência preservacionista e a análise das motivações das viagens. O surgimento da consciência de que a exploração irracional, baseada exclusivamente nas regras de mercado, pode trazer prejuízos irreparáveis a regiões geográficas e a grupos humanos tornou possível a criação de legislações específicas, regulamentações turísticas e serviços de fiscalização em vários países do mundo. Ao lado da repressão institucional, surgiram programas de prevenção e educação para os turistas e os próprios nativos das localidades turísticas, nos quais se aprende que o conservacionismo é necessário para garantir a permanente exploração sustentável do local (TRIGO, 1998, p. 25).

Daí, entende-se que o planejamento deverá se nortear em princípios que favoreçam a interlocução dos atores envolvidos no exercício da atividade, pois conhecem a realidade local, além dos interesses não ocorrerem, somente, por motivações mercadológicas e políticas.

Novaes, Cyrillo e Tomasulo (2013, p. 47) salientam uma importante medida inicial do processo, a iniciativa:

Independentemente do nível de abrangência em que o planejamento turístico ocorra, a tomada de consciência e a sensibilização constituem-se em um dos primeiros passos a serem despertados, pois a integração de ações, o corporativismo, as articulações necessárias para atingir o desenvolvimento dentro dos princípios esperados somente poderão acontecer com base em um processo individual.

Os autores também evidenciam outro passo importante no processo de planejamento, que é o conhecimento das perspectivas da população frente ao desenvolvimento do município onde moram. A análise das possibilidades que a atividade turística poderá trazer a essa

comunidade e a partir disso, a reflexão em conjunto com os moradores sobre as transformações que poderão ocasionar no local (NOVAES; CYRILLO; TOMASULO, 2013, p. 47).

Mas o processo de planejamento turístico, geralmente, se inicia com a atuação do Estado. Deste ponto, a política pública é o instrumento inicial para o desenvolvimento de programas e ações que poderão transformar a realidade socioeconômica de regiões e destinos com aptidão turística.

O autor Mario Beni expõe como parte do modelo de atuação estatal no turismo é conduzido:

O Estado tem no controle do Turismo uma de suas atribuições e para ele dirige sua atenção setorial, traduzida na política traçada para atender aos requisitos de seu crescimento, através de planejamento particularizado que se acaba mesclando, pelas próprias características, no processo global de planejamento nacional, sua ação é exercida, em primeiro lugar, pela política e, numa etapa seguinte, sequencial e concomitante, pelos programas constantes de planejamento (BENI, 2000, p. 109).

Entendimento similar, Barbosa (2012, p. 131) cita que o turismo é uma atividade socioeconômica cultural e desenvolve-se a partir de novos parâmetros, estes empregados na nova dinâmica social que transformou a atuação e o papel do Estado, das empresas e da sociedade civil, responsável pelas mudanças nas relações e performances desses três setores.

Dessa forma, as décadas de 1950 e 60 foram o início do planejamento governamental em muitos países, já que estes institucionalizaram órgãos – comissões, ministérios, corporações – destinados a elaborar arrojados planos de desenvolvimento, dos quais, muitos bem-sucedidos. Na América Latina, foi um período de grande crescimento econômico, orientado, financiado e realizado pelo Estado (SARAVIA, 2006, p. 25).

As transformações do cenário internacional exigiram o emprego de formas mais flexíveis de planejamento e administração. Dentre as novidades, a implementação de técnicas do planejamento estratégico no setor privado, ou seja, um tipo de planejamento que considera as variáveis externas à organização, em muitos casos, não controláveis pelos gestores (SARAVIA, 2006, p. 25).

Já no sentido mais restrito de execução do planejamento:

O exercício do poder compartilhado pode se dar tanto no lócus municipal quanto regional ou estadual, pelos fóruns, conselhos, comissões, comitês e outros. Em termos regionais, temos, recentemente, o conceito de governança como forma de desenvolver a participação e o engajamento da sociedade nos processos decisórios acerca do turismo regional (BARBOSA, 2012, p. 131).

A governança regional tornou-se uma realidade benéfica aos municípios brasileiros, visto que promove a discussão de forma regionalizada, proporcionando o debate até mesmo com municípios de pouca aptidão ao turismo, mas que podem participar do seu desenvolvimento, além da integração entre os atores locais, poder público, iniciativa privada e o terceiro setor.

O antigo modelo de desenvolvimento turístico baseado no Plano Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT) que vigorou até o ano de 2002, inclinava-se para a estruturação com foco no município. Sabe-se que o turismo tem como base o território municipal, todavia, sua sistematização requer esforços maiores que ultrapassam esses limites, tanto em nível público, privado e institucional, que o agora Programa de Regionalização do Turismo¹ (PRT) evidencia em seu desenvolvimento para o planejamento da atividade.

1.7. A Economia do Turismo e o Mercado de Trabalho

A base da economia brasileira está centrada na exportação de *commodities* para diversas partes do mundo, destacando-se a China, os Estados Unidos e o continente europeu como os maiores consumidores dos produtos brasileiros. Essa produção contribui para equilíbrio da balança comercial do país, além de reter os esforços e investimentos econômicos governamentais.

Ainda assim, a economia do turismo no Brasil é responsável diretamente por 3,7% do PIB nacional e 3% do total de empregos no país, conforme dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Além disso, no turismo internacional, o país saiu da casa dos 4,1 milhões de chegada de turistas internacionais em 2003, para mais de 6 milhões no ano, de 2014 até 2019 (FGV, 2020, p. 8).

Contudo, há um potencial de crescimento desses números se o turismo tiver o mesmo empenho dedicado as atividades do setor primário. Os investimentos públicos em infraestrutura, desregulamentação, subsídios e recursos para financiamento empresarial, tem o poder de movimentar o turismo rumo ao desenvolvimento.

Em nível global, os relatórios de impactos econômicos da *World Travel & Tourism Concil* (WTTC) indicam que no ano de 2019 o impacto direto, indireto e induzido dos setores² de viagens e turismo representou US\$ 8,9 trilhões para o PIB mundial, com 10,3% de

¹ Sobre o PRT, será dado um enfoque mais amplo no próximo capítulo.

² O tipo de impacto a que se refere esses dados (direto, indireto e induzido), estão explicitados no quadro 1 do próximo item desse capítulo.

participação para o setor no PIB; um crescimento de 3,5%, superando o crescimento da economia global que foi de 2,5%; e 330 milhões de empregos, ou seja, 1 em cada 10 empregos no mundo vem do setor de viagens e turismo (WTTC, 2020).

Logo, os números gerais dispostos anteriormente, devem ser particularizados para se entender o funcionamento e dimensão da cadeia produtiva do setor. Assim, o IBGE considera um grupo de prestadores de serviços turísticos como Atividades Características do Turismo (ACT), de acordo com a produção principal de bens e serviços definidos como característicos do turismo. Essas características do turismo, são aquelas que, na ausência de turistas, teria sua atividade comercial produtiva reduzida (FGV, 2020, p. 8).

O grupo que o IBGE considera como atividades principais relacionadas ao turismo, tiveram um PIB de aproximadamente R\$ 270,8 bilhões em 2019 no Brasil, para o consolidado das atividades. Assim, as atividades e o percentual de sua participação relativa setorial são (FVG, 2020, pp. 8-9):

- a) Alojamento (7,14%);
- b) Alimentação (37,45%);
- c) Transporte Terrestre (17,37%);
- d) Transporte Aéreo (4,78%);
- e) Outros transportes e serviços auxiliares dos transportes³ (9,93%);
- f) Atividades de agências e organizadores de viagens (2,73);
- g) Aluguel de transportes (2,67%);
- h) Atividades recreativas, culturais e desportivas (17,93%).

A diversidade de atividades que o turismo engloba o transforma num setor com alto poder de movimentação econômica, exigindo qualificação em diversas atividades, conforme descrito no parágrafo anterior.

O setor turístico abarca uma diversidade de atividades - alojamento, alimentação, transportes (aéreos, terrestres e marítimos), auxiliares de transportes, agenciamento, cultura, lazer, recreação etc. - resultando em muitas famílias que trabalham e tiram seu sustento desta atividade. Desta forma, o mercado de trabalho turístico envolve

³ As atividades de transporte local, transporte de carga e auxiliar de transportes foram excluídos das ACTs investigadas pelo SIMT, pois a segunda pesquisa de campo do IPEA realizada em 2009 sofreu alguns ajustes e considerou estas atividades com baixa ou nenhuma relação no atendimento turístico (SAWKOSKI, 2013, pp. 11-12).

desde as profissões que exigem mais qualificação, alta tecnologia, grande preparo nas áreas administrativas, como gerentes, até as que requerem menor nível de qualificação, como, por exemplo, auxiliares de cozinha, mensageiros de hotel, camareiras, commis, passando por uma enorme quantidade de ocupações que exigem qualificação de nível médio, de acordo com os diversos segmentos que compõem sua cadeia produtiva (RUECKERT, 2014, p. 93).

A autora citada acima destaca a complexidade em analisar o turismo de forma isolada, já que seus encadeamentos são observados nos vários campos de atuação, como por exemplo, o impacto econômico nas questões relativas do trabalho, que em diversos casos apresentam características temporárias e de *free lancer*, uma indicação que outro setor estaria envolvido no processo. Entretanto, o caráter competitivo é característico como em qualquer outro setor, o que se torna essencial a compreensão dos principais indicadores do mercado (RUECKERT, 2014, p. 94).

Dessa forma, o turismo no Brasil tem potencial de geração de remuneração maior que alguns setores da indústria, como a extrativa mineral e os serviços industriais de utilidade pública, tais como serviços de limpeza urbana, eletricidade e água. O setor é também praticamente equivalente ao da construção civil, cuja a taxa de ocupação de pessoas no turismo se aproxima daquela, reconhecida como portadora de potencial positivo de emprego. Entre as atividades turísticas, o setor recreativo e cultural⁴ tem capacidade geradora de empregos mais de duas vezes maior do que da média da economia do país (TAKASAGO et al, 2010, pp. 449-450).

Igualmente, diversos estudos apontam a concentração de trabalhadores pobres no setor informal, grande parte dos quais aparece como trabalhadores autônomos, evidenciando a relevância do turismo no combate e diminuição da pobreza, especialmente pela diversificação de atividades em sua cadeia produtiva (TAKASAGO et al, 2010, p. 455).

Mas é fundamental que o setor desenvolva programas de formação de mão de obra especializada, já que tem:

[...] passado por constantes etapas de profissionalização em virtude da nova conjuntura internacional e do crescente grau de exigência dos seus clientes na maior parte do mundo desenvolvido. Atualmente, é inconcebível alguém fazer um planejamento em lazer e turismo e não pensar na formação da mão-de-obra especializada que vai trabalhar na área. Os investimentos são muito elevados, os riscos são consideráveis e, por ser um setor de serviços, o atendimento pessoal é fundamental (TRIGO, 1998, p. 17).

⁴ Setor relacionado as atividades de produção musical, teatral, eventos esportivos, parques de diversão e temáticos, parques nacionais, entre outros.

Para o autor, a emergência do setor de serviços na economia mundial, como força hegemônica e inovadora, é bastante recente. Dessa forma, a atividade turística é ainda mais nova como setor significativo na economia, especialmente em países em desenvolvimento como o Brasil (TRIGO, 1998, p. 19).

[...] verifica-se um mercado com acentuada oscilação na geração de empregos, tanto diretos, quanto indiretos e temporários, bem como, bastante variável, dado o curto período da temporada turística (em destinos litorâneos) – dezembro, janeiro e fevereiro. A sazonalidade, bem como a informalidade do emprego em turismo, constitui um grande problema, principalmente para o Governo, responsável pelas políticas do turismo. Desse modo é bom lembrarmos que o mercado informal faz parte desse novo momento vivenciado pelo capital, que se expressa através da flexibilização do trabalho em escala global. Assim, cabe-nos questionar de que modo o turismo se insere no mundo do trabalho, tendo em vista que conceitos como ócio, lazer e tempo livre estão presentes nas relações de produção e nos conflitos sociais (RUECKERT, 2014, p. 93).

Se a informalidade é um dos grandes problemas do turismo, que sofre com políticas públicas de baixa qualidade e pouco direcionadas a mão de obra informal, o Estado precisa rever o direcionamento de programas e ações específicas para que alcance esse público.

Os países com dimensões territoriais extensas e disparidades regionais acentuadas, estatísticas em nível nacional e até regional se tornam complexas para identificação de áreas onde o turismo é mais relevante e caracterizar adequadamente os profissionais do setor (SAKOWSKI, 2015, p. 15), mas é obrigação de serem dimensionadas de forma adequada e confiável, seja pelo poder público ou demais setores que tenham relação com o turismo.

Portanto, considerando as diversas atividades do setor de turismo nos destinos brasileiros, é fato que o impacto da crise provocada pela COVID-19 apresentará variações distintas, mas com uma intensidade relativa bem maior para o setor que o restante da economia. Logo, medir o impacto econômico e social do setor é essencial para que se possa planejar a retomada com propostas efetivas de recuperação e desenvolvimento (FVG, 2020, p. 9).

De acordo com Wien apud Takasago et al (2010, p. 432), a melhor forma de analisar o impacto econômico da atividade turística é usando matrizes regionais de insumo-produto, que possibilitam o detalhamento da relação de interdependência das atividades produtivas do setor, contribuindo para o cálculo dos efeitos do turismo na geração do valor adicionado⁵, de receitas de impostos e na criação de empregos.

Takasago et al (2010, p. 437) evidencia que os atrativos de cultura e lazer, instrumentos de grande motivação da atividade turística, tem papel crucial a geração de emprego, renda e

⁵ Valor adicionado visa mensurar a riqueza gerada pelo setor.

valor adicionado, disseminando benefícios por diferentes setores e atividades, indicando que o impacto sobre a economia como um todo pode ser bem maior, mesmo com uma participação percentual menor que as demais atividades, de apenas 2,3% do total.

Mas, o que se espera de uma atividade econômica é o crescimento e desenvolvimento do conjunto de setores ligados a ela, seja por parte da iniciativa privada ou pelo governo, como descreve Beni (2000, p. 23):

No Turismo, pode-se imaginar, *a priori*, que tanto a área estatal como a empresarial têm como objetivo real o lucro. O Estado espera da atividade turística o superávit no balanço de pagamentos na conta específica, em razão de ingresso de divisas, e as empresas que atuam no setor igualmente dimensionam a prestação de seus serviços em razão da lucratividade dos investimentos necessários.

E toda a estrutura de atividades e segmentos que o turismo movimenta, necessita estar alinhada como um setor de importância socioeconômica para um país ou um destino, já que sua dinamização lhe permite uma relevância maior.

Essa importância está associada ao maior tempo livre das pessoas e outros aspectos evidenciados por Trigo:

Mas o turismo deixou de ser um campo isolado no setor de serviços das sociedades pós-industriais. Participando do campo maior do lazer, o turismo interliga-se com a imensa variedade de opções destinadas ao tempo livre e aos aspectos culturais, educacionais, da mídia e dos esportes. Cada um desses segmentos é por sua vez constituído por uma imensa teia de possibilidades e uma rede própria de investimentos (TRIGO, 1998, p. 18).

Beni (2000, p. 23) ainda ressalta que há um porém quando se analisam as partes do sistema, já que o rendimento global está na razão direta da capacidade de controle de seus componentes e atividades, e nem a todo momento esse rendimento está associado ao lucro. Como exemplos têm-se o investimento social do Estado não só na infraestrutura de apoio a atividade, mas igualmente na implantação de programas de turismo social para as camadas de classes menos favorecidas economicamente, que serão atendidos sem objetivo de lucro e retorno dos investimentos.

O papel social que o Estado exerce nas sociedades é de vital importância, visto que a qualidade de vida está relacionada também ao tempo livre e ao exercício do lazer que as pessoas possam ter, e a atividade turística se insere nesse contexto.

Dentre as definições de turismo, Palomo apud Beni (2000, p. 33) define o turismo como uma atividade econômica pelos seguintes elementos:

- a. A propensão a viajar é um ato humano;
- b. A recreação é uma atividade desenvolvida por indivíduos, isolada ou grupalmente;
- c. Os elementos são atos que compreendem gastos e receitas;
- d. O consumo de bens e serviços turísticos pode enquadrar-se em mais de uma atividade econômica;
- e. A geração de riqueza por meio de um processo produtivo é clara e tipicamente uma atividade econômica.

Assim, deve-se considerar um desafio a congregação de ações para um único objetivo com suas múltiplas facetas, o desenvolvimento do turismo com interesses distintos no caminho ao exercício da atividade turística, que mobiliza uma cadeia produtiva dinâmica e com alto poder de distribuição de renda e movimentação econômica nos destinos.

1.8. Os Indicadores no Turismo

A abordagem da temática turismo e a geração de emprego se faz necessário não somente como indicador capaz de mensurar e dimensionar o potencial do setor para o desenvolvimento socioeconômico dos municípios, mas também pela carência de estudos e pesquisas sistemáticas que a atividade turística sofre em nosso país.

O turismo possui particularidades essencialmente complexas no que diz respeito a geração de dados e informações. Existe uma quantidade de setores da economia envolvidos com o turismo, setores estes responsáveis pela geração dos dados e informações, mas que ainda bloqueiam ou dificultam sua disponibilização.

Uma outra característica na geração de informações do setor, é o baixo investimento público para tal fim. O Ministério do Turismo criou no ano de 2015, o documento Diretrizes Nacionais para Qualificação em Turismo, no qual cita “[...] o estímulo à criação da Rede Nacional de Observatórios de Turismo; a implementação do Plano Estratégico de Estatísticas [...]” (BRASIL, 2015, p. 10), sendo que a Rede Brasileira de Observatórios de Turismo foi criada, mas por iniciativa dos observatórios e com poucos estímulos financeiros para atuarem com pesquisas nos Estados. O Plano Estratégico de Estatísticas não foi executado na sua integralidade.

Os indicadores de potencial gerador de emprego e renda são importantes na definição de políticas públicas prioritárias, uma vez que com a escassez de recursos para investimentos e fomento do setor, se estes forem pulverizados os resultados para as medidas de estímulo

implementadas pelos governos podem ser comprometidos. Isto é particularmente grave para a identificação de atividades que gerem não apenas emprego, mas renda e valor adicionado, caso de atividades recreativas e culturais (TAKASAGO et al, 2010, pp. 452-453).

Para compreensão dessa complexa rede de setores que tem relação direta ou indireta com o turismo, Aldrigui (2018, n.p.) estabeleceu os setores que tenham relação com o dinheiro gasto por um turista ao longo do processo de viagem (decisão, compra, viagem, retorno ao lar) e definiu cinco categorias que tenham relação com a entrada de turistas em um destino:

Quadro 1: Categorias de Avaliação — CNAE x Turismo.

ED	Atividade com dedicação praticamente exclusiva ao turismo/turista
CD	Atividade dedicada ao residente no local, porém utilizada pelo turismo/turista
IE	Atividade que fornece bens e/ou serviços às empresas que atendem o turista
AI	Atividade totalmente independente do setor de turismo, mas que é aquecida com o aumento da demanda
SC	Atividade econômica sem relação clara com o turismo

Fonte: ALDRIGUI, 2018.

A partir disso, a autora destaca que o levantamento com base na Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAEs) do IBGE, com a distribuição das 1329 atividades econômicas na planilha CNAE – Subclasses⁶ 2.2, tem-se 21 atividades relacionadas ao turismo (ED), diretamente, somadas a 191 compartilhadas (CD), 142 indiretas (IE) e, em situações de mercado aquecido, 217 também se beneficiarão (AI), totalizando 571 setores com envolvimento com o turismo (ALDRIGUI, 2018, n.p.), o que demonstra uma participação de mais de 42% nas atividades econômicas dispostas na Subclasses 2.2.

O fator participação na economia, seja direta, indireta, compartilhada ou em situações de mercado aquecido, tem papel substancial para o desenvolvimento socioeconômico dos destinos, já que quase metade das atividades econômicas classificadas pelo IBGE sofrem impactos e estão relacionadas ao turismo.

⁶ CNAE – Subclasses é uma divisão que leva em consideração as necessidades da administração pública na identificação mais particularizada da atividade econômica, contribuindo para a padronização em nível nacional (IBGE, 2019).

Essa relação com os demais setores da economia é constatada por dados de instituições públicas, conforme descreve a pesquisadora Sonia Maria Kohler Dias:

Torna-se um tanto difícil separar algum setor da economia das atividades turísticas. Há possibilidade de todos os setores estarem vinculados ao turismo de alguma maneira, em atividades como alojamento e alimentação, educação, transporte e armazenagem, comércio varejista e outras atividades conexas. No caso do comércio varejista, dados do IBGE de 2008 apontam que, nos últimos dois anos, o melhor desempenho tem ocorrido em períodos de veraneio: janeiro, fevereiro e março (DIAS, 2013, p. 134).

As afirmações corroboram para uma necessidade de se obter uma representação da mão de obra total ocupada no setor, no intuito de nortear os programas de qualificação ocupacional em nível nacional, regional e local, incluindo uma parcela significativa de trabalhadores informais que, em suma, representam a maior fatia da mão de obra ocupada no turismo. Para isso, é necessário o avanço nos estudos de correspondência geográfica-setorial entre a PNAD e a RAIS, objetivando o cálculo de relações anuais entre o emprego formal e a totalidade das ocupações da atividade turística, de acordo com grupos demográfico-ocupacionais que possa levar à preparação das estimativas desejadas (IPEA, 2004, p. 26).

No concernente aos indicadores contínuos sobre o mercado de trabalho, embora mostrando até agora avanços menos significativos, também tem dado sinais positivos, particularmente, no que diz respeito à leitura e avaliação detalhada dos dados das muitas fontes secundárias de cobertura nacional existentes no país, notadamente a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) e a Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) (IPEA, 2004, p. 5).

Atualmente, o que se espera com a sistematização de dados confiáveis sobre a atividade turística, é sua preponderância como política pública para o desenvolvimento dos destinos, pensado como atividade sistêmica desde a implantação de infraestrutura, até a concepção e promoção dos produtos turísticos para o mercado.

Entretanto, todos os indicadores sobre o impacto do Turismo são reconhecidamente difíceis de serem produzidos, em virtude da própria definição do Turismo e do caráter multisetorial das atividades nele consideradas e pela inexistência de uma rama econômica (sic) onde essa diversidade de atividades possa ser facilmente reconhecida e agrupada para viabilizar essas quantificações (IPEA, 2004, p. 5).

Considera-se uma tarefa mais árdua quando as unidades econômicas envolvidas em atividades consideradas turísticas, em muitos casos, produzem bens e serviços utilizados por visitantes e moradores indistintamente, sem que haja levantamentos sistematizados e confiáveis

para dimensionar essas distinções, já que essa ocorrência apresenta também variações cíclicas e sazonais no tempo (IBIDEM, 2004, p. 5)

Ainda assim, dentre os fatores perceptíveis ligados ao aquecimento do mercado, a volatilidade do dólar oficial está entre os indicadores econômicos que afetam diretamente o fluxo turístico de determinada região. Quando há depreciação da moeda no país de origem, ou no destino turístico possivelmente escolhido pelos visitantes, podem ser verificadas novas opções, mediante a motivação pessoal por destinos similares (DIAS, 2013, p. 131).

Para a autora Sonia Maria Kohler Dias, o destino Brasil com suas riquezas naturais litorâneas e do interior do país continuam sendo especialmente atrativas, influenciando valores do saldo da conta turismo na balança de pagamentos do Brasil, cuja esse resultado depende do número de turistas, de seus gastos e do período de estada em determinado destino (IBIDEM, 2013, p. 131).

Consequentemente, a percepção de que o setor de turismo pode proporcionar uma melhor distribuição econômica, geração de emprego e renda, criação de novos negócios, aumento na arrecadação de divisas e melhorias em infraestrutura, aliado ao desenvolvimento sustentável dos destinos, deve ser base para qualquer política governamental que tenha a atividade como elementar.

Assim, no próximo capítulo será apresentada uma caracterização de Mato Grosso e também aspectos relativos ao desenvolvimento do turismo no estado. A base de informações que será desenvolvida auxiliará na compreensão desta realidade específica e nas discussões acerca do tema desse trabalho.

CAPÍTULO 2. O ESTADO DE MATO GROSSO E A ATIVIDADE TURÍSTICA

O atual capítulo tem como objetivo descrever as características de Mato Grosso, com foco em dados e indicadores socioeconômicos, relacionando com os números sobre a atividade turística, assim como sua ligação com o agronegócio. Este é entendido como o mais importante setor econômico, não só em nível estadual, mas também como principal exportador de produtos primários do país.

Desse modo, faz-se necessário a descrição e análise das informações sobre o turismo no Estado, listando os programas, ações e atividades desenvolvidas pela administração pública. Também serão apresentados os orçamentos da pasta Estadual responsável pelo turismo, e como os investimentos podem contribuir com a geração de emprego nas Atividades Características do Turismo (ACTs), núcleo analítico deste trabalho.

2.1. O Estado de Mato Grosso

O estado de Mato Grosso está localizado na região Centro-Oeste do país, com uma área de mais de 903 mil km² e uma população estimada (2019) de 3.484.466 habitantes. Dentre estes, 81% estão localizados em zona urbana e 19% na zona rural, o que corresponde a uma densidade demográfica de 3,36 hab/km², sendo o terceiro maior território e o 17º mais populoso do país (IBGE CIDADES, 2020).

Na década de 1970, o estado foi dividido pela Lei Complementar nº 31, de 11 de outubro de 1977, desmembrando parte do território para a criação do estado de Mato Grosso do Sul. Atualmente Mato Grosso possui 141 municípios.

A renda *per capita* por domicílio é de R\$ 1.403,00 e o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) é de 0,725, que deixa o estado na 11ª posição em relação as demais unidades federativas. Em comparação com as demais unidades da região Centro-Oeste, MT fica na última colocação, atrás de Mato Grosso do Sul (0,729), Goiás (0,735) e Distrito Federal (0,824), esta última que ocupa o primeiro no ranking nacional (IBGE CIDADES, 2020).

A capital é Cuiabá, que possui uma população estimada (2019) de 612.547 habitantes, em mais de 3,2 mil km² e um PIB *per capita* (2017) de R\$ 39.485,65. É banhada pelo rio de mesmo nome, da qual o divide com o município de Várzea Grande, o segundo mais populoso do estado, com uma estimativa (2019) de mais de 284 mil habitantes e um PIB *per capita* (2017) de R\$ 28.803,94 (IBGE CIDADES, 2020).

A economia é baseada, principalmente, no setor agropecuário, liderando a produção de grãos e carnes no país, produtos estes que na sua grande maioria são exportados para diversas nações e blocos econômicos do mundo. Entre os principais destinos dessas exportações estão China, Estados Unidos, União Europeia e o vizinho Argentina, maiores importadores das *commodities* brasileiras, que torna o estado de MT um dos primeiros no ranking de exportações do Brasil.

Entre os grãos produzidos, a soja lidera com 31,6 milhões, o milho com 26,1 milhões e o algodão com 3,2 milhões de toneladas, numa área plantada de mais de 14,5 milhões de hectares somente para estes produtos. O ano de referência desses dados é 2018 (IBGE, 2020). Conseqüentemente, o agronegócio responde por mais de 50% do PIB estadual (IMEA, 2020).

Os números cada vez maiores que o agronegócio produz demonstra a dependência econômica que o estado possui com este setor. A baixa diversificação e intensidade na geração de empregos diretos, reflexos dos avanços tecnológicos e informatização do processo produtivo, com máquinas e equipamentos modernos e cada vez menos necessitando de trabalhadores, são traços visíveis desse sistema produtivo.

Por certo, uma atividade que responde por mais da metade do PIB estadual e exporta a maioria de sua produção, está sujeita as instabilidades ocasionadas pelo mercado mundial. As variações cambiais podem contribuir ou afetar drasticamente a compra de equipamentos e insumos ou diretamente as exportações. Além do que, as guerras comerciais entre países, resultado do protecionismo e do nacionalismo presente nas atuais relações, estão se tornando cada vez mais inflexíveis.

Em consequência, os investimentos adequados em políticas públicas para outros setores, especialmente os que possui potencial para diversificação, e poder de geração de emprego e renda como o turismo, ficam em segundo plano ou não são compreendidos como atividade socioeconômica com alto poder de transformação local.

Com isso, as peculiaridades que definem o turismo como atividade expressiva para o desenvolvimento econômico, estão embasadas na dinamização e abrangência que os setores envolvidos na prestação de serviços se utilizam de mão de obra diversa e especializada.

Mas as características geográficas de Mato Grosso o favorecem como propulsor não somente de atividades agropecuárias, mas também particularmente do turismo. O território de MT é coberto pelos biomas Amazônia (54,1%), Cerrado (40,06%) e Pantanal (5,45%, este considerado Patrimônio Natural da Humanidade e Reserva da Biosfera pela UNESCO) (SEMA, 2015). A rica biodiversidade de espécies da fauna e da flora brasileira, a cultura dos povos

indígenas e comunidades tradicionais, além de rios, cachoeiras, grutas, cavernas e formações rochosas de alto poder de demanda turística, devem ser melhor aproveitadas.

2.2. A Atividade Turística em Mato Grosso

Este item como objetivo descrever aspectos da estrutura pública do turismo em Mato Grosso. Para isso, será caracterizado o órgão responsável pela atividade, detalhando os orçamentos, programas, projetos, dados e informações produzidas e desenvolvidos sobre o turismo, entre 2012 e 2018.

2.2.1. Caracterização da Superestrutura

A atividade turística em Mato Grosso é atribuição da Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico (SEDEC), através da Secretaria Adjunta de Turismo. Anteriormente a esta data existia a Secretaria de Estado de Desenvolvimento do Turismo (SEDTUR), que foi extinta em 2015.

O órgão oficial de turismo é regido pela Lei nº 10.183, de 18 de novembro de 2014, que dispõe sobre a Política Estadual de Turismo, e tem como missão transformar o estado em destino turístico diferenciado e competitivo, para os mercados nacional e internacional. Também compõe a missão estabelecer as principais atividades na promoção do desenvolvimento econômico, social, cultural e ambiental sustentável.

Atualmente, a estrutura da Secretaria Adjunta de Turismo é composta pelo Gabinete do Secretário Adjunto, por duas superintendências e quatro coordenadorias, com um total de 30 servidores, a saber: Superintendência de Política do Turismo que agrega a Coordenadoria de Pesquisa e Planejamento do Turismo e a Coordenadoria de Promoção e Apoio à Comercialização; e Superintendência de Estrutura do Turismo, com a Coordenadoria de Infraestrutura Turística e a Coordenadoria de Estruturação e Qualificação do Turismo.

Eu trabalho como Analista de Desenvolvimento Econômico e Social, perfil Turismólogo, na Coordenadoria de Pesquisa e Planejamento do Turismo desde de 2015, e atuo na geração de grande parte dos dados e informações do setor turístico no estado⁷, dispostos no portal do Observatório do Desenvolvimento da SEDEC. Atuei também no Sistema de Cadastro

⁷ Importante me apresentar na dissertação porque é minha função a coleta, organização e análise de grande parte dos dados e informações do turismo na Secretaria Adjunta de Turismo do Estado.

de Prestadores de Serviços Turísticos (CADASTUR), de 2014 a 2015, contribuindo para o planejamento e gestão pública do turismo em Mato Grosso.

Dessa forma, a atividade é orientada pela execução da Política Estadual de Turismo, que dispõe em seu art. 3º os seguintes princípios a serem seguidos, destaque-se: sustentabilidade, competitividade, inovação, integração e descentralização. Possui também, quatro eixos estruturantes (fortalecimento institucional; infraestrutura; produto turístico; e promoção, divulgação e apoio à comercialização), desmembrados em diretrizes que norteiam a execução e coordenação de ações do Órgão para o desenvolvimento da atividade em nível estadual, regional e municipal (MATO GROSSO, 2014).

A Lei nº 10.183/2014, ainda prevê em seu art. 7º, que a Política Estadual de Turismo seja executada pelo Plano Estratégico do Turismo de Mato Grosso ou instrumento similar, observando os princípios, objetivos e eixos previstos na lei (MATO GROSSO, 2014).

Com isso, foi criado o Plano Estratégico de Competitividade Turística para o Estado de Mato Grosso em parceria firmada com o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), através da Cooperação Técnica BR-T1341, que financiou a consultoria do projeto, iniciado no ano de 2017 e entregue em 2019. O plano foi dividido em quatro produtos: Produto 1: Plano de Trabalho; Produto 2: Análise da Atividade Turística no Estado de Mato Grosso; Produto 3: Diagnóstico do Turismo em Mato Grosso; e Produto 4: Plano de Ação para o Turismo em Mato Grosso.

O Produto 1 é o documento inicial que traz uma apresentação do estado e de como o Plano Estratégico seria desenvolvido. O produto “Análise da Atividade Turística no Estado de Mato Grosso” faz o levantamento baseado nos eixos temáticos (produtos e competitividade dos negócios; infraestrutura turística e acessibilidade; mercado; arranjos institucionais e governança; e gestão ambiental e unidades de conservação). Esse produto ainda tem como foco destinos prioritários, em função de sua atratividade e capacidade de alavancar o turismo na região em que estão situados, identificados e validados no “Plano de Trabalho”. Os municípios são: Alta Floresta, Barra do Garças, Barão de Melgaço, Cáceres, Campo Novo do Parecis, Chapada dos Guimarães, Cuiabá, Jaciara, Juscimeira, Nobres, Poconé, Rosário Oeste, Santo Antônio de Leverger, Várzea Grande e Vila Bela da Santíssima Trindade.

O produto 3, nada mais é que um diagnóstico do turismo, com uma análise *SWOT*⁸ (*strengths, weaknesses, opportunities and threats*) por eixo temático e geral; uma análise de posicionamento de mercado dos destinos turísticos mato-grossenses, com identificação de

⁸ Em português é comumente traduzido como FOFA (Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças).

segmentos prioritários e destinos concorrentes; e uma análise da situação atual do turismo em Mato Grosso e estratégias em cada eixo. Já o produto 4 retrata as necessidades para o desenvolvimento do turismo, alinhadas aos eixos temáticos e divididos em duas linhas: estratégia e ações.

As estratégias apontam observações acerca dos eixos destacados no Plano, com indicações e apontamentos para o seu desenvolvimento. Já as ações, são propostas agrupadas pelos referidos eixos, com 35 ações apresentadas em forma de tabela, contendo: objetivos, justificativa, descrição, abrangência, nível de prioridade, prazo para execução, responsável, parceiros, estimativa preliminar de investimento e beneficiários. O resultado das ações é fruto do levantamento e análise do diagnóstico feito no início do trabalho e que devem ser executados para efetivação do Plano Estratégico no estado.

Desse modo, o Plano possui uma estrutura robusta e grande detalhamento que podem auxiliar a execução da Política Estadual de Turismo, com ações pontuais como as de longo prazo, já que define prioridades em níveis estratégicos para sua efetivação.

Contudo, observa-se uma tendência por parte do governo em apoiar-se, na sua grande maioria, em ações estritamente políticas. Observa-se que algumas obras de infraestrutura básica (asfalto em rodovias, pontes e viadutos), que mesmo sendo essenciais para a expansão da atividade, não foram feitas baseadas em critérios técnicos.

O estado é repleto de Unidades de Conservação (UC) que poderiam ser melhor aproveitadas no uso de atividades ecoturísticas. As características singulares de fauna e flora presentes em MT contribui para atração de visitantes de nichos de mercado como observadores de aves e mamíferos, como por exemplo a onça pintada. A maior parte do perfil desses turistas possui um alto poder aquisitivo e buscam destinos que tenham estrutura apropriada e o mínimo de conforto, o que parte das Unidades e entorno ainda padecem com estruturas pouco adequadas.

Para o financiamento de projetos e atividades turísticas em Mato Grosso, foi criado o Fundo Estadual de Desenvolvimento do Turismo (FUNTUR), pela Lei nº 8.409, de 27 de dezembro de 2005, cabendo ao Conselho Estadual de Turismo (CEDTUR), definir as prioridades de aplicação dos recursos do Fundo (MATO GROSSO, 2005). Dentre os recursos que constituem o fundo, a lei prevê as dotações consignadas no orçamento do Estado; os provenientes das operações de créditos em seu benefício; o retorno das aplicações de empréstimos, financiamentos e outras formas; as taxas, emolumentos e outras formas de

cobrança de prestação de serviços; o percentual de 5% do benefício fiscal efetivamente utilizado; entre outros.

Desde que o FUNTUR foi criado não há um cumprimento das gestões do governo estadual em efetivá-lo como mecanismo de apoio ao desenvolvimento do turismo, já que os recursos não são repassados de forma permanente, conforme prevê a lei e como observa-se nos orçamentos da secretaria. Em relação a este último item, daremos destaque no próximo tópico deste capítulo, com um detalhamento e análise do orçamento público para setor.

O CEDTUR foi disposto pela Lei nº 10.396, de 20 de abril de 2016, como órgão colegiado de caráter consultivo, propositivo, deliberativo e superior de assessoramento à política de desenvolvimento turístico de Mato Grosso, composto por membros e representantes de 26 instituições ligadas a atividade e vinculado a SEDEC.

Além de secretarias de Estado, participam o Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE); o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC); a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de Mato Grosso (FECOMÉRCIO); os sindicatos de empresas de eventos (SINDEVENTOS), de empresas auxiliares de transporte aéreo (SESATA), de Guias de Turismo (SINGTUR), de hotéis, restaurantes, bares e similares (SHRBS); e as associações de agências de viagens (ABAV), da indústria de hotéis (ABIH), de bares e restaurantes (ABRASEL); entre outras (MATO GROSSO, 2016).

O Conselho tem reuniões ordinárias bimestralmente e, extraordinariamente quando convocados pelo Presidente ou por um terço dos membros, como forma de participação das entidades do setor nas proposições, formulação e controle/fiscalização das políticas públicas do setor. Isto demonstra a importância e o fortalecimento da sociedade organizada nas decisões governamentais, conforme prevê a Constituição Federal Brasileira.

Os projetos oriundos do Programa de Desenvolvimento Sustentável do Turismo em Mato Grosso (Prodestur), tiveram a participação popular através de audiências públicas nas câmaras dos municípios com potencial turístico e pelo Fórum Estadual de Turismo, instância anterior ao CEDTUR.

O volume de recursos aportados a partir de 2012 com o Prodestur foi de suma importância para o turismo em MT. Eles foram financiados pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) para obras de infraestrutura turística para a Copa do Mundo de 2014 no valor inicial de R\$ 250 milhões. Ainda assim, estes investimentos mantiveram-se em infraestrutura básica de acesso, como será descrito adiante neste capítulo.

2.2.2. Orçamento Público Estadual para o Turismo

A análise do orçamento das pastas de turismo no Estado será dividida em dois períodos do universo temporal proposto pela pesquisa. O primeiro compreende de 2012 a 2015, período de existência da Secretaria de Estado de Desenvolvimento do Turismo (SEDTUR) e, o segundo serão os anos de 2016 a 2018, já com a atual Secretaria Adjunta de Turismo. Essa divisão dos orçamentos se faz necessária pelo fato da atual pasta ser uma secretaria adjunta, que utiliza a estrutura administrativa da SEDEC, impactando na disposição final do orçamento.

Dessa forma, a análise sobre o orçamento deverá ser feita separando os valores planejados para infraestrutura turística, já que grande parte é proveniente do Prodestur, recursos estes que foram alocados ano a ano no Plano de Trabalho Anual (PTA) das pastas, conforme não iam sendo executados durante o ano previsto.

Tabela 1: Orçamentos para o Turismo em MT

Ano	Pasta	Valor do Orçamento
2012	SEDTUR	R\$ 87.847.187,00
2013	SEDTUR	R\$ 140.872.009,00
2014	SEDTUR	R\$ 129.762.645,00
2015 ⁹	SEDTUR	R\$ 90.915.431,00

Fonte: FIPLAN, 2020.

Em 2012 estavam previstos mais de R\$ 74 milhões para ação de infraestrutura, o que corresponde 85,1% do orçamento da SEDTUR. Mesmo assim, foram orçados R\$ 9,1 milhões (10,4%) para ações de formatação e estruturação de produtos turísticos, planejamento e promoção turística, e R\$ 3,9 milhões (4,5%) com despesas administrativas e salários de servidores.

No ano de 2013, as ações de infraestrutura foram responsáveis por R\$ 129,5 milhões (92%), seguido por ações de planejamento e promoção turística, formatação e estruturação de produtos turísticos com R\$ 7,5 milhões (5,4%). E o restante foi executado com despesas

⁹ A SEDTUR foi extinta no segundo semestre de 2015 e seu orçamento foi utilizado na execução das ações do turismo na SEDEC no referido ano, o que daria duplicidade em considerar o novo orçamento do Programa do Turismo da Secretaria Adjunta de Turismo.

administrativas e salários de servidores, num montante de R\$ 3,7 milhões, o que corresponde a 2,6% do orçamento.

Para os anos de 2014 e 2015 o orçamento da SEDTUR previa R\$ 122 milhões (94%) e R\$ 83,7 milhões (92%) em infraestrutura, respectivamente. Uma observação importante nesses dois anos é que os valores de promoção turística tiveram uma queda acentuada em comparação aos anos anteriores: partindo de R\$ 4,8 milhões em 2013, para R\$ 2,1 milhões em 2014 e R\$ 752 mil em 2015.

Observa-se que grande parte do volume de recursos da pasta estavam atrelados ao Prodestur, que se acumulavam ano a ano no orçamento, já que sua execução total não era efetivada e os restos a pagar eram remanejados nos orçamentos dos anos seguintes. O que não reflete o valor total do Programa, inicialmente previsto em R\$ 250 milhões.

Todavia, os valores para as demais ações, como formatação e estruturação de produtos turísticos, planejamento e promoção turística, ainda tinham valores considerados baixos para execução de políticas públicas de fomento à atividade turística. Levando em consideração as potencialidades que os municípios do estado possuem, principalmente em recursos naturais e deficientes em estruturação, e que poderiam modificar a matriz econômica atual e colocar o turismo como relevante atividade para Mato Grosso, deve-se repensar o direcionamento público.

Tabela 2: Orçamentos para o Turismo em MT

Ano	Pasta	Valor do Orçamento
2016	Adjunta de Turismo	R\$ 113.385.298,76
2017	Adjunta de Turismo	R\$ 108.680.648,14
2018	Adjunta de Turismo	R\$ 36.134.637,98

Fonte: FIPLAN, 2020.

A Tabela 2 mostra que entre os anos de 2016 e 2018 os orçamentos da pasta tiveram reduções em seus valores totais, particularmente pela vinculação dos recursos do Prodestur. Os recursos desse programa fazem o orçamento ter uma dimensão inflada sobre o que o Estado realmente investe no setor. Todavia, nessa tabela não está dimensionado os valores de gasto com pessoal e administrativo, já que o turismo faz parte de uma estrutura que envolve outras quatro secretarias adjuntas.

Desse modo, em 2016 a Secretaria Adjunta de Turismo destinou R\$ 109,29 milhões para a ação de infraestrutura básica e turística (96,5%), como obras de pavimentação, recapeamento e pontes de concreto em rodovias estaduais que dão acesso aos destinos com potencial turístico. Para as ações de promoção do “Destino Mato Grosso”, foram alocados R\$ 1,35 milhão (1,2%) a participação em feiras e eventos nacionais e internacionais, criação de materiais de divulgação e promoção turística e a realização de eventos geradores de fluxo turístico no estado. Já para as ações de planejamento e estruturação da atividade, foram destinados R\$ 2,73 milhões (2,3%) para as atividades de qualificação, estruturação de produtos, planejamento turístico, entre outros.

No ano de 2017, o orçamento seguiu a mesma lógica do ano anterior, com R\$ 103,82 milhões para as ações infraestrutura básica e turística, o que representou 95,6% do total da pasta. A ação de promoção teve recursos na ordem de R\$ 3,18 milhões (2,9%) utilizados em atividades de promoção de destinos e produtos turísticos, com destaque para elaboração do Plano de Marketing Turístico do Polo Pantanal, com recursos do Ministério do Turismo e contrapartida do Estado de R\$ 480 mil.

Ainda foram investidos R\$ 714 mil para a realização da Feira Internacional do Pantanal (FIT Pantanal). Este evento reúne prestadores de serviços turísticos, municípios, jornalistas, atrações culturais, gastronomia, artesanato, entre outros. O objetivo é promover a comercialização de produtos turísticos para operadores de outros estados, além do artesanato e gastronomia local em um espaço cultural.

Já para as ações de estruturação e planejamento, foram designados R\$ 1,66 milhão (1,5%) para atividades de fomento a novos produtos turísticos e estruturação dos demais, formação e qualificação profissional e implantação do Corredor do Ecoturismo nos municípios de Cuiabá, Chapada dos Guimarães, Nobres e Pantanal.

Para o ano de 2018, a Adjunta de Turismo reservou R\$ 12,36 milhões para a ação de promoção do “Destino Mato Grosso” (34,1%) voltados para execução de atividades promocionais, com R\$ 3,07 milhões para FIT Pantanal¹⁰ e ainda R\$ 3,59 milhões em emendas parlamentares para realização de eventos nos municípios mato-grossenses.

Logo, as atividades de planejamento e estruturação da atividade turística tiveram recursos na ordem de R\$ 1,66 milhão (4,6%), e o setor de infraestrutura se destaca com o maior

¹⁰ Apesar da destinação desse recurso a FIT, o Conselho Estadual de Turismo do Estado (CEDTUR), não aprovou a realização do evento em 2018, por entender que seria muito recurso para apenas um único evento e com o Estado em período de crise financeira. Assim, foi realizado uma ação específica da FIT Pantanal na Feira da ABAV em São Paulo, em setembro de 2018.

volume de recursos, com o total de R\$ 22,1 milhões (61,3%) para obras e reformas em diversos municípios de MT no ano de 2018.

Observa-se que os recursos destinados ao turismo em Mato Grosso, em sua grande maioria foram provenientes do Prodestur, com percentuais que ultrapassaram 95% dos valores totais. Os valores que não foram executados durante o período especificado eram remanejados no ano seguinte para continuação das obras dentro do programa, na sua maioria em infraestrutura de acesso.

De fato, o crescimento do turismo depende de investimentos não só em infraestrutura, mas de um equilíbrio entre todas as ações. A qualificação profissional necessita de um volume maior de recursos, já que a informalidade¹¹ ainda é percebida como uma fatia considerável da mão de obra que trabalha no setor. Mesmo não sendo objeto da pesquisa, cuja análise envolveria metodologia diversa da aplicada nesta, compreende-se a necessidade de aprofundamento específico.

Ainda, a estruturação de produtos e serviços turísticos devem estar alinhadas com um sistema de financiamento robusto para os prestadores, como é feito, por exemplo, para o setor do agronegócio, que possui taxas menores e prazos maiores para pagamentos. Se o setor de turismo em MT tivesse benefícios semelhantes contribuiria para a diversificação de produtos turísticos de qualidade, o que não ocorreu efetivamente nos últimos anos.

Dessa forma, a título de comparação, o orçamento da Secretaria Adjunta de Turismo para o ano de 2020 prevê um valor de R\$ 8.121.501,00. Deste volume, R\$ 6,37 milhões (78,4%) é para ações de infraestrutura turística, ligadas ao Prodestur.

Já outros R\$ 1,46 milhões (18%) foram destinados para ações de promoção do turismo. Contudo, desse volume R\$ 1 milhão é proveniente de emendas parlamentares para apoio na realização de eventos turísticos nos municípios. O restante se divide em etapas de promoção dos destinos, participação em feiras e eventos, e desenvolvimento de ferramentas de divulgação.

Por fim, R\$ 290.000,00 (3,6%) são para as ações de qualificação dos destinos turísticos. Essas ações envolvem, também, etapas de estruturação e planejamento da atividade no estado (FIPLAN, 2020), o que não será executado em sua grande maioria, já que a pandemia da Covid-19 impactou o funcionamento do setor em MT, como no país inteiro.

¹¹ Mesmo não possuindo estimativas em nível estadual, o percentual de ocupações informais no setor de turismo na região Centro-Oeste é de 46,2%, conforme dados de 2013 (IPEA, 2015, p. 14).

A maneira mais adequada de verificar se o Governo está elevando ou mantendo os investimentos no turismo é converter seus valores para o ano atual¹². Desse modo, utilizando o Índice Geral de Preços do Mercado (IGP-M) para atualizar os valores do orçamento da Secretaria Adjunta de Turismo, que é todo destinado a investimento, o de 2016 teria um percentual de correção de 63,54% (R\$ 185.438.039,13); 2017 a correção seria de 64,97% (R\$ 179.172.946,70); e 2018 com 50,41% (R\$ 54.352.696,23).

É fato que o Estado tem a função de atuar como indutor do crescimento econômico. Conforme dados do relatório Monitor Fiscal do Fundo Monetário Internacional, um investimento de 1% no PIB das economias avançadas e dos mercados emergentes, pode elevar a confiança na recuperação e reforçar o PIB em 2,7%, o investimento privado em 10% e o emprego em 1,2% se os investimentos forem de alta qualidade, entre outras condicionantes (FMI, 2020).

Dessa forma, a teoria de Keynes sobre o papel intervencionista do Estado com investimentos públicos intensificados no contexto de crise, especialmente no estabelecimento de níveis elevados de emprego, é assertiva. Segundo Jesus (2011, p. 128) “para estabilizar a economia, Keynes propõe o aumento da despesa pública para compensar a menor despesa privada, em face de um menor investimento privado”, causado pelas incertezas futuras que modificam os gastos empresarial, o que torna evidente a atuação do Estado no desenvolvimento de um país.

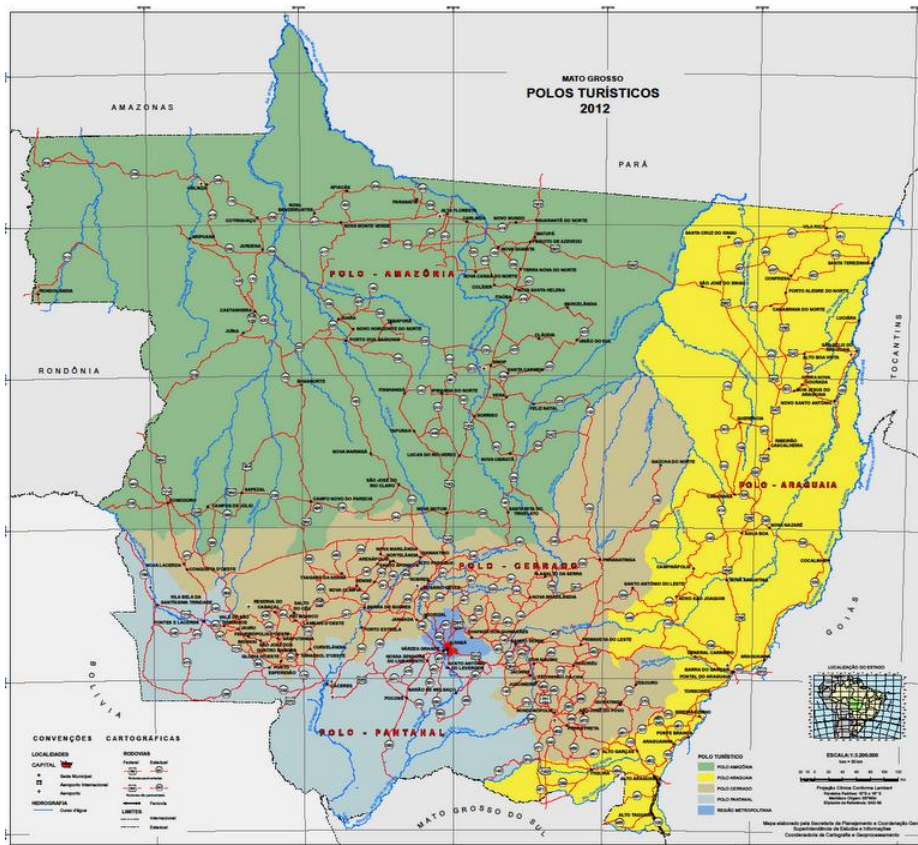
2.2.3. Planejamento e Promoção para os Destinos Turísticos

O estado de Mato Grosso, com sua vasta extensão territorial foi dividido comercialmente como destino turístico em quatro polos, aproveitando a representatividade de cada bioma, Amazônia, Cerrado e Pantanal, e também a região do Araguaia, pela sua característica inerente e de potencial a ser explorada como polo turístico.

Juntamente com esses polos, tem-se a Região Metropolitana, que mesmo fazendo parte de outra divisão, por região turística, é evidenciada comercialmente com os polos, pela sua importância estratégica como centro das discussões, estruturas e equipamentos de apoio turístico, já que é o principal portão de acesso ao estado.

Figura 2: Mapa dos Polos Turísticos

¹² Valores corrigidos pela calculadora do Banco Central do Brasil, utilizando o mês de dezembro do ano de cada orçamento até o mês de junho de 2021 para verificar o percentual e valor corrigido no período.



Fonte: SEDTUR, 2012.

A divisão por região turística faz parte do Programa de Regionalização do Turismo, política do Ministério do Turismo (MTur) instituído pela Portaria nº 105, de 16 de maio de 2003 e lançado em abril de 2004. O Programa resulta num processo de planejamento descentralizado e compartilhado, com objetivo de apoiar a estruturação dos destinos, a gestão e a promoção do turismo no país, com foco na governança e desenvolvimento das regiões turísticas (BRASIL, 2013).

Dentro do Programa de Regionalização tem-se o Mapa do Turismo, que é o instrumento que orienta a atuação do MTur no desenvolvimento das políticas. O Mapa é o recorte territorial que deve ser trabalhado prioritariamente pelo Ministério, a partir de critérios instituídos por portaria para que cada município faça adesão.

Para participar do Programa exige-se que os municípios tenham características similares e aspectos que os identifiquem como região (econômicos, geográficos, culturais, históricos); que sejam limítrofes ou próximos; e a comprovação de existência de uma Instância de Governança Regional (conselho, fórum, associação, comitê) (BRASIL, 2013).

Este instrumento de planejamento mostra-se produtivo para o desenvolvimento do setor, visto que a regionalidade, num país com dimensões continentais como o Brasil, deve ser

reconhecida e aperfeiçoada como base para a atividade, minimizando problemas e buscando soluções práticas aos municípios de cada região turística.

A última atualização do Mapa foi em 2019 e contou com a inclusão de novos critérios estabelecidos pela Portaria do MTur nº 192, de 27 de dezembro de 2018, definindo que o município deveria comprovar a existência de órgão ou entidade responsável pela Pasta de Turismo; dotação orçamentária destinada ao turismo; Termo de Compromisso assinado pelo prefeito e gestor da Pasta no município, aderindo de forma espontânea e formal ao Programa e à Região Turística; juntamente com os novos critérios, tais como Conselho Municipal de Turismo ativo e prestadores de serviços turísticos de atividades obrigatórias com cadastro válido no sistema Cadastur.

Outro instrumento que se deve dar destaque como ferramenta de planejamento para implementação de políticas específicas para o desenvolvimento da atividade no país e faz parte do Programa de Regionalização, é a Categorização dos Municípios. Esta ferramenta busca otimizar a distribuição de recursos, aperfeiçoar a gestão pública e auxiliar os municípios a identificarem seu papel dentro da região turística.

A Categorização foi instituído pela Portaria do MTur nº 144, de 27 de agosto de 2015, baseado numa metodologia que trabalha com dados oficiais existentes e que resultou em quatro variáveis objetivas: número de ocupações formais no setor de hospedagem; número de estabelecimentos formais no setor de hospedagem; estimativa do fluxo turístico doméstico; e estimativa do fluxo turístico internacional.

Com o resultado do cruzamento dessas variáveis, chegou-se a cinco categorias de municípios (A, B, C, D ou E). Os municípios que possuem maior fluxo turístico e maior número de empregos e estabelecimentos no setor de hospedagem são classificados como A. Nesta mesma categoria estão todas as capitais dos estados brasileiros. Os demais municípios são posicionados de acordo com sua participação no setor, sendo a categoria E a menos expressiva.

Dessa forma, na última atualização do Mapa do Turismo, Mato Grosso ficou composto por 85 municípios em 14 regiões turísticas, a saber:

Quadro 2: Região Turística Pantanal Mato-Grossense x Categoria

Município	Categoria
Cáceres	B
Nossa Senhora do Livramento	E

Santo Antônio do Leverger	D
Poconé	B
Barão de Melgaço	C
Vila Bela da Santíssima Trindade	D
Porto Esperidião	D

Fonte: Mapa do Turismo (adaptado pelo autor) (2020).

Quadro 3: Região Turística das Nascentes x Categoria

Município	Categoria
Nova Olímpia	D
Tangará da Serra	B
Sapezal	C
Campo Novo do Parecis	C
Campos de Júlio	C
Barra do Bugres	D

Fonte: Mapa do Turismo (adaptado pelo autor) (2020).

Quadro 4: Região Turística Amazônia Mato-Grossense x Categoria

Município	Categoria
Alta Floresta	C
Nova Bandeirantes	C
Nova Monte Verde	D
Apiacás	D

Fonte: Mapa do Turismo (adaptado pelo autor) (2020).

Quadro 5: Região Turística Domo de Araguainha x Categoria

Município	Categoria
Tesouro	D
Alto Taquari	D
Guiratinga	D
Ponte Branca	D

Torixoréu	D
Alto Araguaia	D
Alto Garças	D

Fonte: Mapa do Turismo (adaptado pelo autor) (2020).

Quadro 6: Região Turística Metropolitana x Categoria

Município	Categoria
Cuiabá	A
Várzea Grande	B

Fonte: Mapa do Turismo (adaptado pelo autor) (2020).

Quadro 7: Região Turística Circuito das Águas x Categoria

Município	Categoria
Diamantino	C
Nova Brasilândia	D
Jangada	D
Rosário Oeste	D
São José do Rio Claro	D
Nobres	C
Nortelândia	D
Chapada dos Guimarães	B
Acorizal	D
Nova Marilândia	D
Arenápolis	D
Denise	D

Fonte: Mapa do Turismo (adaptado pelo autor) (2020).

Quadro 8: Região Turística Portal da Amazônia x Categoria

Município	Categoria
Terra Nova do Norte	D
Novo Mundo	D
Matupá	D

Itaúba	D
Peixoto de Azevedo	C
Colíder	C
Guarantã do Norte	C

Fonte: Mapa do Turismo (adaptado pelo autor) (2020).

Quadro 9: Região Turística Portal do Agronegócio x Categoria

Município	Categoria
Cláudia	D
Lucas do Rio Verde	C
Nova Mutum	C
Nova Ubiratã	D
Sinop	B
Sorriso	B
Tapurah	D
Santa Carmem	D
Porto dos Gaúchos	D
Novo Horizonte do Norte	E

Fonte: Mapa do Turismo (adaptado pelo autor) (2020).

Quadro 10: Região Turística Portal do Araguaia x Categoria

Município	Categoria
Querência	C
Ribeirão Cascalheira	D
Barra do Garças	B
Canarana	C
Campinápolis	D
Cocalinho	D
Nova Xavantina	D

Fonte: Mapa do Turismo (adaptado pelo autor) (2020).

Quadro 11: Região Turística Rota dos Ipês e das Águas x Categoria

Município	Categoria
Itiquira	D
Paranatinga	D
Pedra Preta	D
Primavera do Leste	B
Poxoréu	D

Fonte: Mapa do Turismo (adaptado pelo autor) (2020).

Quadro 12: Região Turística Vale do Cabaçal x Categoria

Município	Categoria
Lambari d'Oeste	D
Mirassol d'Oeste	D
Rio Branco	D
São José dos Quatro Marcos	D
Salto do Céu	D

Fonte: Mapa do Turismo (adaptado pelo autor) (2020).

Quadro 13: Região Turística Vale do Juruena x Categoria

Município	Categoria
Aripuanã	D
Juína	C
Juruena	D

Fonte: Mapa do Turismo (adaptado pelo autor) (2020).

Quadro 14: Região Turística Vale do São Lourenço x Categoria

Município	Categoria
Campo Verde	C
Jaciara	C
São Pedro da Cipa	E
Juscimeira	D

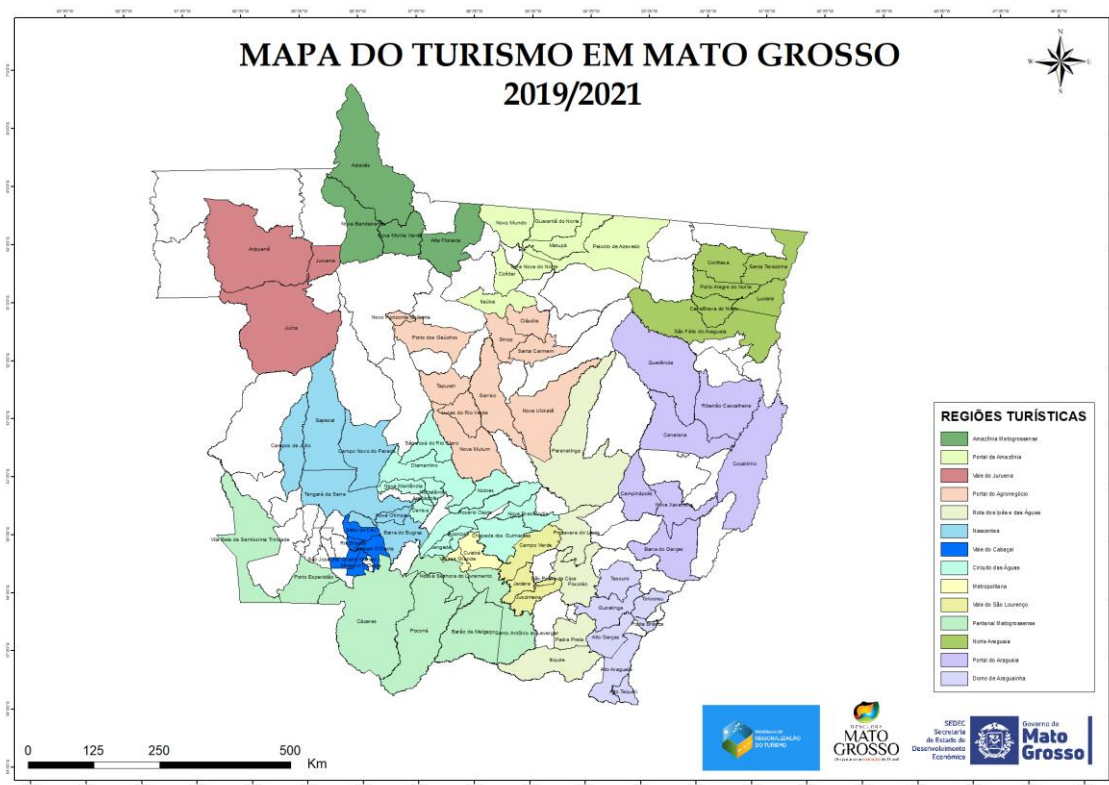
Fonte: Mapa do Turismo (adaptado pelo autor) (2020).

Quadro 15: Região Turística Norte Araguaia x Categoria

Município	Categoria
Confresa	C
São Félix do Araguaia	D
Canabrava do Norte	D
Luciara	E
Santa Terezinha	D
Porto Alegre do Norte	D

Fonte: Mapa do Turismo (adaptado pelo autor) (2020).

A disposição das regiões turísticas e seus municípios, conforme Figura 3, demonstra a relevância do programa como ferramenta de descentralização e gestão do turismo num território vasto como o de Mato Grosso, permitindo a discussão acerca dos problemas e soluções para o desenvolvimento da atividade de forma conjunta e regional.

Figura 3: Mapa do Turismo em Mato Grosso – 2019/2021

Fonte: SEDEC, 2019.

Destarte, o Programa de Regionalização do Turismo prevê ainda a criação de Instâncias de Governança Regional, as chamadas IGR's, que tem como principal função a gestão compartilhada entre poder público, prestadores de serviços turísticos e organizações diversas da atividade na região a qual representa.

A referência das IGR's no planejamento e gestão do turismo regional é corroborada por Barbosa (2012, p. 131), conforme descrito no capítulo 1 deste trabalho. Este modelo contribui para desenvolver a participação e o engajamento da sociedade nos processos decisórios em relação ao turismo regional, o que observa-se como fundamental para o setor não depender, somente, da administração pública.

Em se tratando do modelo adotado pelas regiões turísticas para a gestão das IGR's, conforme orientação do MTur, somente quatro regiões foram formalizadas até ano de 2020 em Mato Grosso, ou seja, estão com Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) e funcionando como associação. As demais estão em formato de fórum, o que não as exime do processo de discussão e gestão descentralizada para a sua região.

A promoção do destino Mato Grosso em feiras e eventos do gênero, destaca-se as participações no país e no exterior, com 03 feiras nacionais ao custo aproximado de R\$ 100.160,00 e 03 feiras internacionais com valor de R\$ 62.991,60. Os eventos nacionais foram a feira da ABAV Expo em São Paulo/SP, MinasTur em Belo Horizonte/MG e FESTURIS em Gramado/RS. As feiras internacionais foram a FIT América Latina em Buenos Aires/Argentina, FITPAR em Assunção/Paraguai e WTM em Londres/Inglaterra, todas em 2015.

No ano de 2016 foram investidos mais de R\$ 530 mil reais, com destaque para os Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro (RJ), no valor de R\$ 365.240,00 e a Expocruz em Santa Cruz de La Sierra (Bolívia), que custou R\$ 39.916,95. Estes gastos se referem às passagens aéreas e diárias de servidores.

Em 2017 foram disponibilizados mais de R\$ 419 mil reais para 12 participações. Os investimentos em eventos internacionais foram de R\$ 203.600,00 em 06 eventos. Destaque para ITB em Berlim (Alemanha), BTL em Lisboa (Portugal) e WTM em Londres (Inglaterra). Para os eventos no Brasil foram 06 participações com valores de R\$ 215.780,00 para as seguintes feiras: WTM Latin América, Feipesca, ABAV Expo e Adventure Sports Fair em São Paulo (SP); BTN em Itajaí (SC) e FESTURIS em Gramado (RS).

No ano seguinte a SEDEC investiu mais de R\$ 420 mil reais, participando de 06 feiras internacionais e 07 nacionais. Estas participações repetiram as do ano de 2017, com o acréscimo

da Avistar em São Paulo (SP), feira especializada na observação de aves. Todas tiveram um custo total de R\$ 237.700,00.

Já em relação aos eventos no exterior, repetiu-se a ida para as principais feiras de 2017, juntamente com a “Meeting Brasil”, que incluiu rodadas de negócios em Santiago (Chile), Montevidéu (Uruguai), Lima (Peru) e Bogotá (Colômbia), com valores de aproximadamente R\$ 185 mil.

As participações em eventos de promoção do destino Mato Grosso são fundamentais para consolidação de segmentos e nichos de mercado turístico que buscam novidades e agentes que operam no estado, que são convidados a participarem das feiras. Mesmo assim, observa-se que os valores investidos são limitados em comparação ao retorno que a promoção dos produtos turísticos locais poderia agregar em novas demandas.

Atualmente existem diversos destinos concorrentes de ecoturismo e pesca esportiva, tanto em nível nacional e internacional. Estes segmentos turísticos são considerados de melhor retorno econômico, visto que são praticados por turistas com um alto poder aquisitivo, e devem ser tratados como prioritários dentro da política pública de MT.

Os custos com *stands* em feiras nacionais pela Secretaria ficaram entre R\$ 20 e R\$ 30 mil reais nos últimos 05 anos, ao passo que outros estados investem mais de R\$ 200 mil em um único evento, com uma estrutura visual de destaque, além de materiais promocionais segmentados, o que contribui na operação dos agentes participantes.

Sobre as poucas feiras internacionais que a SEDEC vem participando é importante dizer que a participação acontece, sempre, em caráter de convidada da Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo (EMBRATUR), e que os custos se expressam nas taxas de participação, despesas de passagens e diárias de servidores.

Observa-se que a intensificação em promoção internacional poderia garantir um melhor retorno nesse tipo de demanda, já que o estado abriga uma das maiores biodiversidades do planeta, mas ainda subaproveitada pelo turismo.

Em se tratando de infraestrutura turística, o planejamento do setor nos últimos anos foi concebido, em sua grande maioria, pelo Prodestur. E que recebeu o aporte de financiamento do BNDES de R\$ 250 milhões, com contrapartida do Estado de R\$ 28 milhões, iniciado em 2012 e atualmente vigente (MATO GROSSO, 2017, p. 62).

Dentre os projetos realizados com esses recursos, destaca-se os centros de eventos de Barra do Garças e Tangará da Serra, ao custo de R\$ 7,9 e 7,7 milhões, respectivamente; a reforma no aeroporto de Rondonópolis, R\$ 22,2 milhões; a recuperação do Terminal de

Turismo e Lazer da Salgadeira e obra da trincheira no cruzamento das rodovias MT-010 e MT-251 em Cuiabá, R\$ 15,3¹³ milhões e R\$ 25,4 milhões, nessa ordem; a substituição de 31 pontes de madeira na Estrada Parque Transpantaneira em Poconé, R\$ 17,9 milhões; a obra do Memorial Rondon em Santo Antônio do Leverger, R\$ 2,9 milhões; a pavimentação da MT-241 em Nobres, R\$ 21,0 milhões; a pavimentação das MT-020 e MT-442 em Chapada dos Guimarães, R\$ 32,6 e R\$ 8,3 milhões, respectivamente, dentre outras obras de recuperação e conservações de rodovias e avenidas de municípios do estado (MATO GROSSO, 2017, p. 63).

É notório que um dos fatores primordiais ao fomento do turismo é o acesso de qualidade aos destinos e atrativos turísticos. Para tanto, essas obras de infraestrutura também podem ser desenvolvidas em programas de outros setores.

O setor do agronegócio demanda bem mais que o turismo de estradas e rodovias, além do maior passivo ambiental que atividade primária produz, seja pelo desmatamento, pelos agrotóxicos usados no plantio, pelos rejeitos dos frigoríficos e abatedouros, pelo escoamento da produção, entre outros, que podem ameaçar e comprometer os potenciais e atrativos turísticos locais.

Dessa forma, sobre a sustentabilidade do turismo destaca-se atualmente o Programa de Empregos Verdes em Mato Grosso (PAGE – *Partnership for Action on Green Economy*), desenvolvido e financiamento pela Organização das Nações Unidas (ONU). O Estado de Mato Grosso aderiu a esse programa em 2016, com a implementação de produtos que pudessem transformar as políticas públicas voltadas ao desenvolvimento dos chamados empregos verdes¹⁴.

O setor foi contemplado com o “Produto de Turismo Sustentável”, uma parceria da SEDEC que envolve a Secretaria Adjunta de Turismo, a ONU Meio Ambiente e o SEBRAE. Esta articulação resultou na criação do Manual de Diretrizes para Normalização e Certificação em Turismo Sustentável, direcionado aos empresários do setor que queiram adotar práticas sustentáveis em seus estabelecimentos, além de orientação a adesão as certificações existentes no mercado.

Outro documento fruto desse trabalho é o Manual de Diretrizes de Incentivos para Políticas Públicas em Turismo Sustentável no Estado de Mato Grosso, direcionado aos municípios e ao próprio Estado. Este manual tem como objetivo construir uma política pública

¹³ O valor inicial desse projeto era de R\$ 6,6 milhões.

¹⁴ Empregos que contribuem de forma efetiva para melhorar e/ou conservar a qualidade do meio ambiente.

efetiva de desenvolvimento do turismo sustentável, com adoção de incentivos na implementação de uma política sustentável.

Para implementação do Manual de Diretrizes para Normalização e Certificação, foi adicionado mais um produto no programa, que já está em fase de execução pelo SEBRAE. Esta nova etapa irá contemplar empresas nos 04 polos turísticos e região metropolitana do estado que desejem aderir as normas, esquemas de certificação e boas práticas de sustentabilidade.

Talvez uma das maiores lições que o setor de turismo, em particular, possa ter encontrado foi durante o período da pandemia da COVID-19. O setor foi um dos mais afetados com a paralização da economia, com um percentual elevado de prestadores de serviços turísticos sem poder desempenhar suas atividades, e que dificilmente poderão retomá-las.

Assim, a partir dessa nova realidade, a adoção de práticas mais rígidas de saúde, higiene e segurança nos ambientes utilizados para atividade, poderá estar alinhada com as condutas sustentáveis, protocolos estes que podem diferenciar e estabelecer a relação entre prestadores e turistas em todo o mundo.

2.2.4. Dados e Informações do Turismo

A Secretaria Adjunta de Turismo, pela Coordenadoria de Pesquisa e Planejamento do Turismo, mapeou 254 atrativos ou potenciais turísticos em Mato Grosso, compreendendo 41 municípios situados nos 04 polos (Amazônia, Cerrado, Pantanal e Araguaia) e na Região Metropolitana. Esses pontos turísticos foram brevemente descritos, avaliados e hierarquizados conforme metodologia do MTur, adaptada da OMT.

A partir daí, foi realizado cruzamentos de dados relativos ao potencial do atrativo; a situação atual de acesso; e a infraestrutura existente. Os resultados tiveram como objetivo auxiliar o estabelecimento de prioridades na execução de políticas públicas para o setor.

Esse levantamento foi iniciado em 2015 e passou por uma reavaliação em 2017, quando foram coletadas as coordenadas geográficas de todos os atrativos ou potenciais, além da inserção de 05 novos pontos: 04 da Região Metropolitana e 01 do Polo Pantanal.

A metodologia prevê a avaliação do **Potencial de Atratividade** do elemento conforme as características e peculiaridades, bem como o interesse que este pode despertar nos visitantes. Essa descrição é feita na graduação de 0 a 3, sendo 3 para um alto grau e 0 para nenhum grau de importância do atrativo¹⁵.

¹⁵ Nesse caso, a concepção de atrativo é para descrever o elemento avaliado.

Outro critério utilizado é a classificação de cada atrativo de acordo com escala preestabelecida na metodologia, e que fornece subsídios para a distinção objetiva das características e do grau de importância de cada um, considerando os seguintes itens:

- I. **Grau de uso atual:** permite analisar o atual volume de fluxo turístico efetivo e sua importância para o município;
- II. **Representatividade:** fundamenta-se na singularidade ou raridade do atrativo;
- III. **Apoio local e comunitário:** deve-se analisar o grau de interesse da comunidade local para o desenvolvimento e disponibilidade ao público;
- IV. **Estado de conservação da paisagem circundante:** verificar o estado de conservação da paisagem que circunda o atrativo;
- V. **Infraestrutura:** verificar se existe infraestrutura disponível no atrativo e o seu estado;
- VI. **Acesso:** verificar as vias de acesso existentes e suas condições de uso.

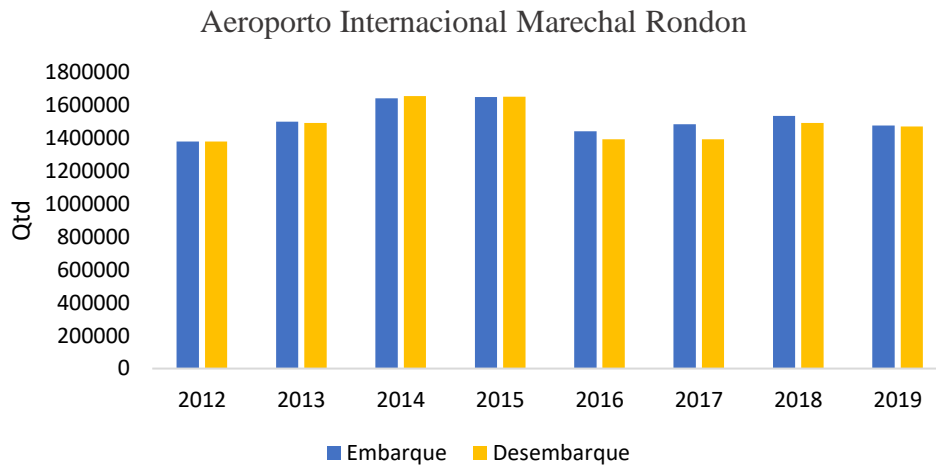
A somatória da pontuação de cada um (a metodologia prevê o máximo de 27 pontos) destaca seu potencial de atratividade diante dos demais. Mesmo que a análise reflita uma situação presente, mas cada item pontuado pode ser analisado dentro do sistema turístico, subsidiando o planejamento público na estruturação dos atrativos/potenciais e o desenvolvimento dos destinos.

Dentre os municípios que tiveram atrativos ou potenciais mapeados, Cuiabá teve o maior número, com 33 ao total. Foi seguido por Chapada dos Guimarães (30), Poconé (17), Nobres (14), Cáceres (10), Campo Novo do Parecis (9) e Barra do Garças e Jaciara (8).

Em relação a pontuação, adotando a métrica comparativa acima de 14 pontos, Chapada dos Guimarães possui 12 atrativos (pontuação entre 14 e 21 pontos), Poconé com 06 atrativos (14 e 18 pontos), Cáceres com 03 atrativos (15 e 18 pontos) e Nobres com 04 atrativos (14 pontos), o que destaca esses municípios entre os principais em representatividade, no período de análise do levantamento.

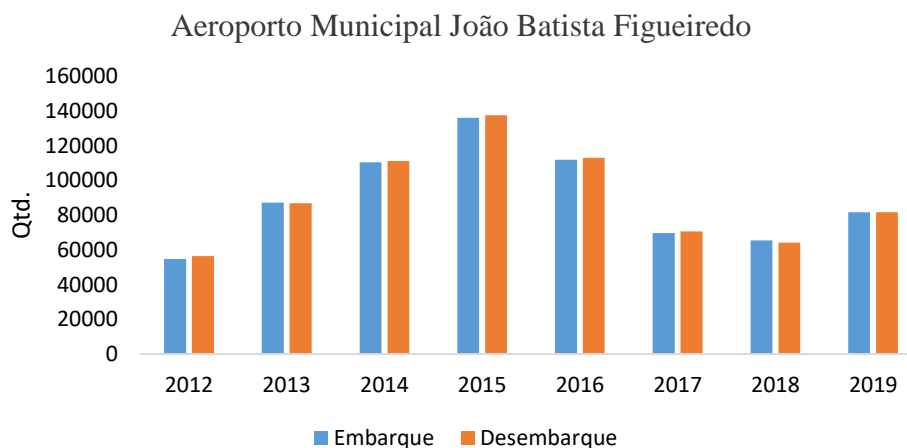
O fluxo de passageiros dos principais aeroportos de MT, o aeroporto Marechal Rondon de Várzea Grande (Região Turística Metropolitana) é o principal portão de entrada aérea e recebe voos de diversas capitais do país. É dele também que parte a maioria dos voos regionais para o interior do estado.

No ano de 2012 saiu da casa de 1,3 milhão de desembarques para mais de 1,6 milhão em 2015, posteriormente com uma queda nos anos seguintes, mas se mantendo na faixa de 1,4 milhão de pessoas, conforme dados do Gráfico 1.

Gráfico 1: Fluxo de passageiros do aeroporto de Várzea Grande

Fonte: Boletins do Turismo em Números MT (Adaptado pelo autor), SEDEC (2020).

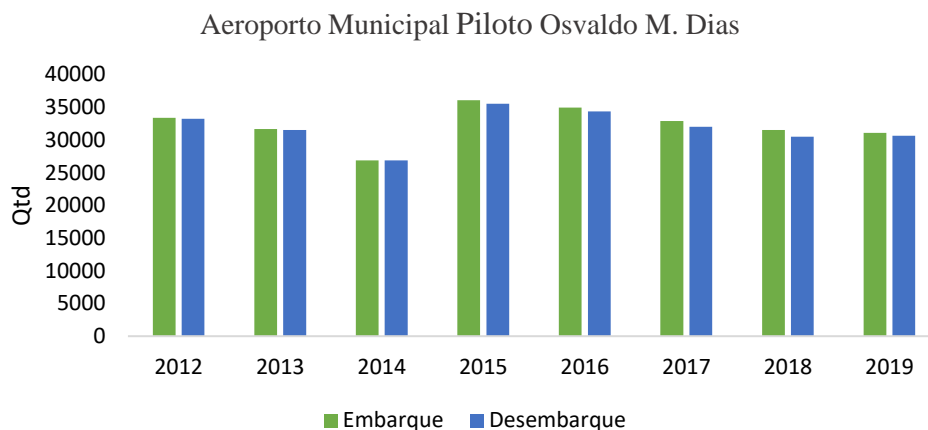
O Gráfico 2 apresenta os dados do aeroporto da cidade de Sinop (Região Turística do Agronegócio), que seguiu uma tendência maior de aumento no fluxo de passageiros, pois saiu dos 56,3 mil passageiros desembarcados em 2012, para mais de 137,4 mil desembarques em 2015. Isto significa uma alta de mais de 144%, mas que seguiu em queda nos demais anos, ficando com 81,7 mil desembarques em 2019.

Gráfico 2: Fluxo de passageiros do aeroporto de Sinop

Fonte: Boletins do Turismo em Números MT (Adaptado pelo autor), SEDEC (2020).

O aeroporto de Alta Floresta (Região Turística Amazônia Mato-Grossense) apresentou uma tendência de queda entre 2012 e 2014, saindo de 33,2 para 26,8 mil passageiros desembarcados, mas com uma alta em 2015 (35,5 mil). Todavia, seguiu a declinação dos demais aeroportos do estado nos seguintes anos e terminou com 30,6 mil desembarques em 2019, como demonstra o Gráfico 3.

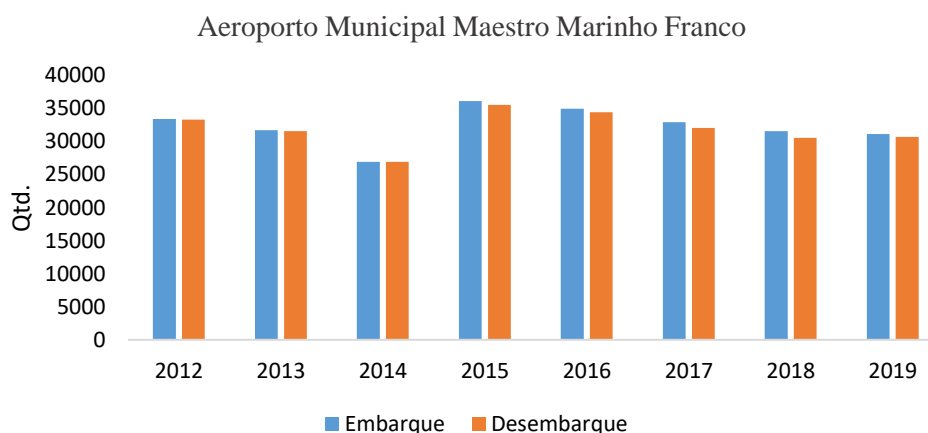
Gráfico 3: Fluxo de passageiros do aeroporto de Alta Floresta



Fonte: Boletins do Turismo em Números MT (Adaptado pelo autor), SEDEC (2020).

Já o aeroporto de Rondonópolis (sem região turística atualmente), seguiu a mesma propensão de fluxo de desembarques de Alta Floresta, um aumento em 2015 (35,5 mil desembarques), mas com um fluxo atual (2019) de 30,6 mil passageiros desembarcados. Um número menor que 2012, que tinha a média de 33,2 mil.

Gráfico 4: Fluxo de passageiros do aeroporto de Rondonópolis



Fonte: Boletins do Turismo em Números MT (Adaptado pelo autor), SEDEC (2020).

A arrecadação de Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISSQN), para as atividades de meios de hospedagem e agências de turismo dos municípios do mapa do turismo em Mato Grosso, foi dimensionada no boletim do “Turismo em Números 2019”, com 24 municípios apresentando seus dados. O resultado foi um valor total gerado em serviços de R\$ 260,4 milhões e R\$ 8,9 milhões de imposto, com destaque para a capital Cuiabá, que sozinha detém quase 70% do valor dos serviços e mais de 73% do imposto arrecadado, ratificando sua importância para o setor.

Outro indicador considerado um termômetro sobre investimentos para o turismo nos destinos é o financiamento das atividades por meio do Fundo Geral do Turismo (Fungetur). Os recursos do fundo são oriundos do Ministério do Turismo para projetos de investimentos em obras civis de construção, reformas e ampliação, ou aquisição de máquinas e equipamentos para modernização dos estabelecimentos, além de capital de giro.

Em 2019 foram financiados R\$ 2,82 milhões em atividades de hospedagem, agências de turismo, transporte, locadoras de veículos e restaurantes e similares, nos municípios de Cuiabá, Nobres e Rondonópolis.

No ano de 2018, os recursos do Fungetur financiaram R\$ 2,4 milhões para diversas atividades nos municípios de Cuiabá, Campo Novo do Parecis, Chapada dos Guimarães, Barão de Melgaço, Sinop e Porto dos Gaúchos, com destaque para atividade de organização de eventos localizada em Sinop, que custou R\$ 930.000,00.

Em 2017 foram financiados mais de R\$ 889 mil para as atividades de hospedagem, transporte e artigos para a pesca esportiva, nos municípios de Alta Floresta e Nobres. Uma das obrigações para as empresas acessarem os recursos do Fundo é estar com cadastro regular no sistema Cadastur, conforme prevê a Lei Geral do Turismo.

Todavia, o volume de recursos destinados ao financiamento do setor não chega nem próximo do que é destinado ao agronegócio, que obteve mais de R\$ 225 bilhões para o Plano Safra 2019/2020. Deste total, R\$ 169,3 bilhões foram destinados para custeio e comercialização e R\$ 53,4 bilhões para investimento (BRASIL, 2019).

Já para o Fungetur, foram aportados R\$ 166,6 milhões em 2019 para financiamento do setor em nível nacional, mesmo com um aumento significativo de 285% em relação a 2018, tinha sido de R\$ 43,2 milhões (BRASIL, 2018). Os valores destinados ao fundo de turismo não são suficientes e não refletem a realidade que o turismo necessita.

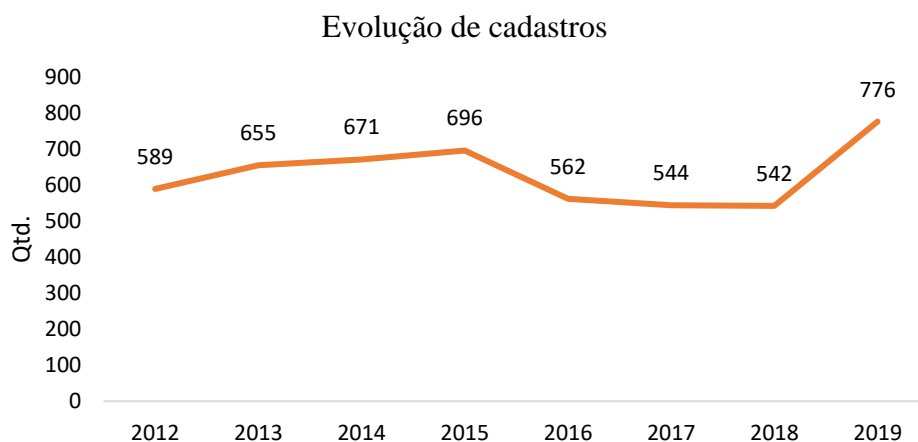
Os números de financiamento dos setores do agronegócio e turismo reforçam a disparidade em investimentos, e a priorização que o primeiro tem na obtenção de recursos públicos. Essa extremidade se acentua a cada ano, até porque a representatividade parlamentar e o lobismo em favor do agro é latente em todas as regiões do país. Tanto os governos estaduais e federal ratificam esse favorecimento, já que o equilíbrio da balança comercial (previsão para 2020 é de 15,2% de aumento em relação a 2019, ou seja, US\$ 55,4 bilhões (BRASIL, 2020)) é peça chave das políticas do poder executivo.

O Sistema Cadastur, que visa promover o ordenamento, a formalização e a legalização dos prestadores de serviços turísticos no Brasil, por meio de cadastro de empresas e profissionais do setor. É executado pelo MTur em parceria com os Órgãos Delegados de Turismo, em Mato Grosso representado pela SEDEC.

Entre os anos de 2012 a 2015 os números de cadastros seguiram uma tendência de aumento, com uma queda entre 2016 e 2018. A partir de 2019 tiveram um acréscimo de 43,1% em comparação a 2018, consequência da implantação do sistema totalmente digital, o que facilitou o processo de efetivação dos cadastros, conforme dados do Gráfico 05.

Dentre as atividades obrigatórias ao cadastro, de acordo com a Lei nº 11.771/2008, acampamento turístico estava com 07 cadastros regulares; agências de turismo, 435; Guias de Turismo, 293 como pessoa física e 07 como Microempreendedor Individual (MEI); meios de hospedagem, 390; organizadoras de eventos, 45; e transportadora turística, 273 cadastros regulares no sistema ao final do ano de 2019.

Gráfico 5: Dados de cadastros no Sistema Cadastur



Fonte: Boletins do Turismo em Números MT (Adaptado pelo autor), SEDEC (2020).

A efetivação de cadastros dentro do Cadastur não só contribui para a legalidade e ordenamento do setor, como é capaz de gerar dados sobre a oferta turística no país, já que sua base é acessada pelos Órgão Delegados. Isto facilita ações em nível local e aproxima o prestador do poder público, uma vez que não é cobrado nenhum valor para a emissão do certificado.

O boletim do “Turismo em Números MT” dos anos de 2018 e 2019 traz também dados de visitação ao Parque Nacional da Chapada dos Guimarães. Em 2018 foram 179.709 visitantes e 183.592 no ano seguinte. O que significou um aumento de 2,16% de um ano para o outro, com destaque para a Cachoeira Véu de Noiva, atrativo localizado próximo à sede do parque e que recebe mais de 60% dos visitantes.

A administração do PARNA da Chapada do Guimarães, feita pelo Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio), realiza o monitoramento do acesso de visitantes ao Parque como forma de controlar a capacidade de carga em cada atrativo e identificar a demanda e o fluxo de turistas durante o ano. Esse monitoramento ainda não é feito em grande parte das unidades de conservação administradas pelo Estado de Mato Grosso, tal qual poderia contribuir em estratégias para definição de políticas específicas para o setor.

Entretanto, têm-se o monitoramento dos visitantes nacionais do segmento de ecoturismo, especificamente o nicho de observação de aves, cuja maioria são provenientes dos estados de: São Paulo (27,62%), Minas Gerais (14,62%), Goiás (11,60%), Distrito Federal (10,50%), Paraná (7,18%), Rio de Janeiro (6,08%) e Mato Grosso do Sul (5,52%).

Entre os destinos mais visitados do estado estão Poconé (20,4%), Barra do Bugres (10,1%), Chapada dos Guimarães (9,5%), Cuiabá (9,1%), Alta Floresta (8,5%), Sinop (5,2%), Barão de Melgaço (3,7%) e Nobres (3,0%). A maioria dos turistas é do sexo masculino (78%) e visitam o estado com maior frequência entre os meses de junho a outubro, com agosto sendo o mês de maior visitação (18%), conforme dados do “Turismo em Números MT” de 2019.

O nicho de observação de aves tem um alto poder demanda dentro do segmento de ecoturismo, já que é uma atividade praticada em diversos países e o público tem um poder aquisitivo elevado, devido aos custos em equipamentos que são utilizados na prática, como câmeras, binóculos, lunetas e gravadores.

O boletim ainda destaca que, o segmento de ecoturismo é considerado o principal entre os destinos de Mato Grosso, com 22,4% de participação; seguido pelo turismo de negócios e eventos (20,0%); turismo de pesca (16,5%); turismo rural (14,1%); e turismo cultural (10,6%). Tais resultados demonstram a importância das unidades de conservação para a sustentabilidade

do setor e atração de turistas, já que os destinos mais visitados possuem importantes UC's em seus territórios.

Vale destacar que na estrutura do poder público estadual não existia dados sistematizados sobre o turismo, e somente após a criação da Coordenadoria de Pesquisa e Planejamento do Turismo, no ano de 2015, iniciou-se o processo de captação, geração e disseminação das informações do setor. Foram realizadas algumas pesquisas primárias em eventos, mas a grande parte são de fontes secundárias.

A partir do ano de 2020 com a implantação do Observatório do Desenvolvimento do Estado na SEDEC, a principal ação em pesquisa sobre o setor será a identificação da demanda turística, informação que se faz necessária para execução das políticas públicas por parte da Secretaria. Esta investigação servirá também como um instrumento estratégico de auxílio aos prestadores de serviços turísticos, o que atualmente é uma das maiores deficiências dentro da administração pública de Mato Grosso.

2.3. O Agronegócio

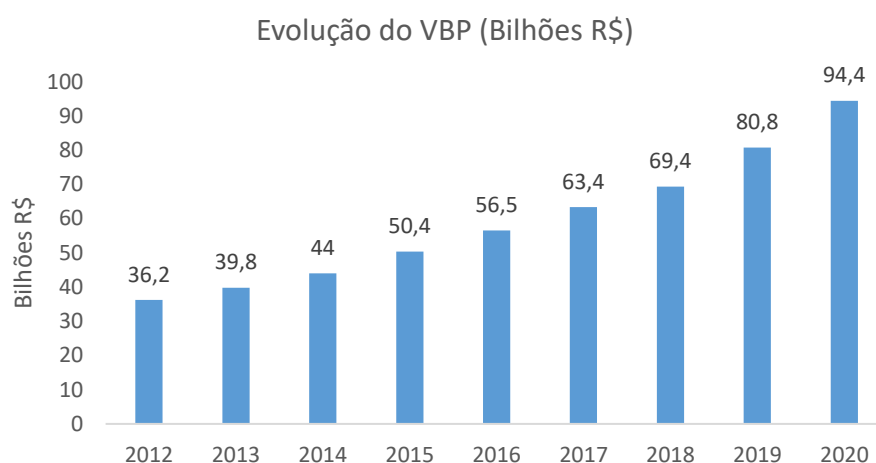
A agropecuária em Mato Grosso está presente na grande maioria de seus 141 municípios, em diferentes níveis de intensidade. O setor passou por uma reorganização de sua cadeia produtiva no início da década de 1990, e com a promulgação da Lei Federal Complementar nº 87, de 13 de setembro de 1996 – a chamada Lei Kandir, que isenta o Imposto sobre Circulação de Mercadoria e Serviços (ICMS) para produtos primários e semielaborados para exportação no país – o estado foi intensificando sua produção ano a ano.

Nas últimas décadas, o agronegócio brasileiro conheceu um desenvolvimento econômico sem precedentes na sua história, sobretudo na produção e produtividade de grãos e na bovinocultura. Esse desenvolvimento contribuiu para a criação de novos municípios, e Mato Grosso se apresenta no cenário nacional como destaque na produção e exportação de produtos primários no país (LUCIO, [2009], p. 83).

De acordo com o Instituto Mato-Grossense de Economia Agropecuária (IMEA, 2020), o Valor Bruto da Produção (VBP) do setor agropecuário do estado, teve uma forte evolução entre 2012 e 2020, saindo de R\$ 36,2 bilhões para mais de R\$ 94 bilhões em 2020¹⁶. Esses valores correspondem a mais de 160% de aumento para o período, conforme dados do gráfico abaixo.

¹⁶ Estimativa referente a junho de 2020.

Gráfico 6: Valor Bruto da Produção Agropecuária de MT



Fonte: IMEA, 2020.

Mas o agronegócio, conceito mais abrangente para definir o setor agrícola, o chamado setor agropecuário de outrora, sofreu diversas mudanças nos últimos anos:

O conceito foi difundido por Harvard e introduzido à realidade brasileira há cerca de 20 anos, envolvendo os elos que vão de bens de capital e insumos, passando pela produção agropecuária e industrial, indo à distribuição, atacado e varejo, incluindo ainda as exportações (ARAÚJO apud NASCIMENTO; FIGUEIREDO; MIRANDA, 2018, p. 905).

De acordo com Azevedo e Pasquis (2007, p. 183) “a industrialização da agricultura a transforma em agribusiness, o rural se moderniza e, junto com esse processo, traz também problemas da civilização industrial para o campo”. Entretanto, entende-se que há uma baixa transformação industrial perante o que se produz no estado e o que se exporta para o resto do mundo.

Todavia, o papel da agricultura evoluiu ao longo do tempo, transformando a percepção sobre o setor, outrora uma visão passiva, para uma abordagem que inclui relações e interações obrigatórias com outros setores. Outra reflexão importante está relacionada ao papel do setor nos estágios mais avançados de desenvolvimento econômico, pois mesmo perdendo participação relativa, continua sendo estratégica a sua contribuição. A colaboração do agronegócio não se limita, somente, à geração de emprego e renda (FIGUEIREDO, 2003, p. 8).

Um dos destaques da posição estratégica do setor no desenvolvimento dos municípios, é que dentre os dez melhores no Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM¹⁷ - 2010), a maioria tem sua base econômica no agronegócio, com exceção de Cuiabá (0.785) em primeiro lugar e tem o setores de comércio e serviços como principais atividades, seguido por Lucas do Rio Verde (0.768), Nova Mutum (0.758), Rondonópolis (0.755), Sinop (0.754), Primavera do Leste (0.752), Campo Verde (0.750), Barra do Garças (0.748), Campos de Júlio (0.744) e Sorriso (0.744) (MATO GROSSO, 2019, p. 52). Todos esses municípios possuem o agronegócio como referência em seus territórios.

O acelerado crescimento do agronegócio caracterizou-se, principalmente, pela adoção de novas tecnologias, na utilização em larga escala de insumos e máquinas industriais modernas e pelas alterações biogenéticas, resultando no extraordinário crescimento da produtividade de grãos como soja, milho, milheto, arroz, além do algodão e o gado bovino (LUCIO, [2009], p. 84). Essas mudanças proporcionaram a MT ser o maior produtor de soja e de gado no país, com 32,44 milhões de toneladas na safra 2018/2019 (EMBRAPA, 2019) e 29,8 milhões de cabeças, o que corresponde a 13,9% do rebanho nacional em 2018 (COMPRERURAL, 2019), respectivamente.

Entretanto, outras observações deverão ser consideradas na análise do setor em nível estadual entre 1993-2003, onde Azevedo e Pasquis (2007, p. 190) observam que:

A outra face dessa abundância é a quantidade do passivo e degradação ambiental observados: Sorriso, dentre os mais desmatados nesse período, é o município que possui o maior passivo ambiental, já que se localiza praticamente em área de floresta e já possuía até 2003, 74,3% de área convertida. Além disso, é campeão estadual na quantidade de focos de calor e no número de empresas que vendem agrotóxicos.

Os autores ainda destacam que o desenvolvimento não deve apoiar-se somente no fator econômico. Deve-se buscar uma agenda política que favoreça outras atividades econômicas de menor impacto ambiental, com maior valor agregado e de menor concentração de renda, enquanto as racionalidades ecológicas e social não nortearem o processo de desenvolvimento econômico (AZEVEDO; PASQUIS, 2007, p. 190).

Em consequência disso, o turismo entra na lista de atividades econômicas que podem suprir as deficiências citadas anteriormente. A dinamização socioeconômica da atividade

¹⁷ O Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) é uma medida composta de indicadores de três dimensões do desenvolvimento humano: longevidade, educação e renda.

turística gera resultados positivos aos destinos que a detém como elementar, como também contribui para conservação do ambiente natural.

Mas o processo de desenvolvimento econômico nas nações capitalistas dependentes, como é o caso brasileiro, é uma tarefa árdua e de um custo muito elevado. A grande parte do excedente econômico é gerada pela exportação de produtos primários, e a organização dessa produção dificilmente poderia evoluir para formas especificamente capitalistas¹⁸ sem elevar seus custos de maneira sustentável (FERNANDES, 1972, p. 51). Resultado disso é que se poderia contribuir para o aumento do passivo ambiental que todo o setor causa por sua expansão acelerada.

Um dos passivos ambientais recorrentes nos últimos anos é o crescente índice de desmatamento. De todos os estados da Amazônia Legal, Mato Grosso vem contabilizando o maior PIB *per capita* ano a ano, entretanto, o lado não contabilizado desse índice mostra que o estado é um dos que mais contribui para o crescimento do desmatamento na região (AZEVEDO; PASQUIS, 2007, p. 188).

Dos anos de 2013 a 2017 o estado manteve o desmatamento em um patamar acima de 1.000 km² por ano, sendo o segundo estado no país em que mais se desmata na Amazônia, atrás apenas do Pará. Desse modo, o levantamento ainda aponta que há um alto grau de ilegalidade, já que apenas 10% do desmatamento foi realizado com autorização do órgão ambiental estadual (ICV, 2017).

Uma outra característica da degradação ambiental provocado pelo setor é em relação ao uso indiscriminado da água. Os sistemas de irrigação das lavouras por pivôs centrais estão sendo cada vez mais utilizados pelos agricultores, pois estima-se como sendo a maneira mais precisa de se aplicar água e fertilizantes nas lavouras. Contudo, esse sistema utiliza mais de 75% de toda água consumida no país, valor acima da média mundial que é de 70%, conforme estimativas de estudo da Agência Nacional de Águas (ANA, 2016, p. 13).

Ao mesmo tempo, as desonerações fiscais impostas pela Lei Kandir, demonstra que Mato Grosso perde um montante em ICMS muito superior ao que é compensado pela Lei e pelo Auxílio Financeiro para Fomento das Exportações (FEX), haja visto que entre os anos de 1996 a 2018 o Estado perdeu R\$ 64,4 bilhões com essas desonerações. Esse montante representa 9,96% do total no país, ficando atrás apenas dos estados de São Paulo e Minas Gerais (INSTITUTO RUI BARBOSA, 2019, pp. 21-22).

¹⁸ O que pode ser chamado de capitalismo industrial.

Esses valores exorbitantes das desonerações fiscais concedidas ao setor do agronegócio, não só impactam os investimentos públicos sociais em educação, saúde e segurança, como poderiam contribuir para alteração dessa matriz econômica baseada na monocultura de exportação. O alto poder de concentração de renda e degradação ambiental, que difere a realidade de muitos municípios do estado, é característica evidente do setor.

A realidade econômica de grande parte dos municípios enfatiza o fosso de desigualdade em MT. Os dez municípios com maiores PIB *per capita* no estado estão entre R\$ 85,4 mil e R\$ 190,2 mil. Todos eles têm o agronegócio como principal atividade produtiva. No entanto, mais de 50% dos municípios possui um PIB *per capita* abaixo de R\$ 30 mil (IBGE CIDADES, 2020). Característica do favorecimento do agro em detrimento dos demais setores.

Dessa forma, há fortes evidências sobre o agronegócio ser viável e produtivo para o país devido ao maior investimento público e direcionamento estrutural ao seu desenvolvimento. O setor foi potencializado para que pudesse contribuir com o equilíbrio na balança comercial brasileira. No entanto, poderia-se fortalecer outros setores de menor impacto ambiental e de maior geração de empregos como, precisamente, o turismo.

No próximo capítulo será contextualizado os dados de empregos nas Atividades Características do Turismo (ACTs) em Mato Grosso, cuja mão de obra deve ser compreendida e analisada, pois esta questão impacta diretamente o desenvolvimento do setor.

CAPÍTULO 3: CARACTERIZAÇÃO DOS EMPREGOS NAS ATIVIDADES CARACTERÍSTICAS DO TURISMO EM MATO GROSSO

Neste capítulo será feita a contextualização dos empregos formais das Atividades Características do Turismo (ACTs) do estado de Mato Grosso, com objetivo de analisar as empresas, o quantitativo e o perfil dos colaboradores; e o detalhamento de faixa etária, gênero, escolaridade, horas trabalhadas, tempo de emprego e remuneração salarial. Tal análise pretende-se compreender o perfil da mão de obra formal utilizada pelo turismo.

Como complemento da elaboração deste capítulo, serão analisados os dados apresentados em gráficos e tabelas para melhor compreensão do perfil desses trabalhadores. Assim, se faz necessário ainda demonstrar o grau de desenvolvimento dos estabelecimentos e como isso resulta em mais ocupações formais de trabalho.

3.1 A Sistematização dos Dados de Empregos no Turismo

O mercado de trabalho no turismo possui peculiaridades que devem ser investigadas e compreendidas, pelas características de sua sazonalidade ou interdependência sistêmica, visto que o setor reúne uma quantidade de atividades na prestação de serviços ao turista, e que devem atuar de maneira conjunta, como observado no primeiro capítulo deste trabalho.

Essa interdependência se dá pelo fato do serviço ofertado ao turista possuir diversas etapas, que na maioria dos casos, torna impossível de serem realizadas por um único prestador ou empresa.

Dessa forma, observa-se que ainda há poucos estudos sobre essas ocupações em Mato Grosso, e o perfil dos trabalhadores que ocupam as atividades no setor deve ser investigado para que se possa melhorar as políticas públicas direcionadas ao turismo.

Conforme apresentado no segundo capítulo, a predominância do agronegócio em Mato Grosso é evidente; os números expressivos em produção, exportação, investimentos, financiamento público e isenções fiscais tornam este setor a principal matriz econômica na maioria dos municípios, ainda que em níveis distintos.

Todavia, o que se apresenta nesta pesquisa é que existem outras potencialidades econômicas mais sustentáveis a serem desenvolvidas e com potencialidade para crescimento, como o turismo.

Para isso, a pesquisa utilizará os dados do Sistema Integrado de Informações sobre o Mercado de Trabalho no Setor de Turismo (SIMT), criado através de uma parceria do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), para subsidiar o Ministério do Turismo na

formulação de políticas públicas e definições de estratégias ao desenvolvimento do setor.

O SIMT utiliza dados de fontes secundárias como a Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) e a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD); e também utiliza dados de pesquisas primárias do IPEA sobre a ocupação nas ACTs. Com isso, este trabalho tem como objetivo geral: analisar o desenvolvimento dos empregos na atividade turística no estado de Mato Grosso.

O recorte temporal do período de 2012 a 2018 foi escolhido pelo fato de ser o período disponível de dados sobre as ACTs no SIMT quando se iniciou esta pesquisa, considerando que as fontes secundárias utilizadas como base do sistema têm uma defasagem superior a 18 meses em suas publicações.

Este período de análise é particularmente fundamental diante dos acontecimentos dentro da estrutura pública no Estado, com mudanças na pasta de turismo e o período de investimentos viabilizados pelo acontecimento da Copa do Mundo de Futebol FIFA em 2014, cuja a capital Cuiabá foi uma das sedes.

Dentre as atividades de ocupações no turismo caracterizadas pelo SIMT, tem-se: Alojamento, Agências de Viagem, Alimentação, Transporte Terrestre, Transporte Aéreo, Transporte Aquaviário, Aluguel de Transportes e Cultura e Lazer.

Sabe-se que a gama de atividades que estão ligadas ao setor, direta ou indiretamente, é bem maior que o disposto nas metodologias de pesquisa de grande parte de trabalhos acadêmicos, dos observatórios de turismo e de outras instituições no país e no exterior que se encarregam de investigar a atividade turística. As estimativas elaboradas no âmbito do SIMT consideraram o grupo de oito ACTs que concentram a maior parte dos gastos dos turistas.

Isto posto, uma das características do SIMT é que há um coeficiente que visa conhecer a proporção de empregos relacionados ao atendimento de turistas. Essa métrica busca estratificar o número de empregados que realmente estão ligados ao consumo turístico, já que algumas atividades têm relação direta maior com os residentes do que com visitantes, o que provoca um superdimensionamento dos ocupados no setor.

A Tabela 3 apresenta os coeficientes de cada ACT mês a mês, conforme intensidade da atividade durante o ano. Esses valores foram definidos em nível regional para o cálculo das estimativas de empregos de cada Unidade da Federação, tendo como base o ano de 2010 (SAKOWSKI, 2013, p. 30).

Verifica-se que os coeficientes são distintos tanto entre as ACTs, como individualmente durante os meses do ano. Itens como agência de viagem, transporte aéreo e alojamento são

consideradas o núcleo das ACTs, em razão de suas médias coeficientes serem as maiores, entre 62,5 e 79,1. As atividades com a menor média são cultura e lazer e transporte terrestre; 4,9 e 20,6 respectivamente.

Tabela 3: Coeficientes por ACT x Mês – Região Centro-Oeste

ACT	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Média
Alojamento	61,1	62,1	62,2	62,5	62,7	63,4	63,8	63,3	62,9	63,3	62,5	60,5	62,5
Alimentação	25,1	23,9	22,3	22,5	22,8	24,0	26,1	22,7	22,2	22,0	22,9	26,8	23,6
Transporte Terrestre	22,8	20,9	19,1	20,0	19,4	19,8	22,3	19,8	19,8	20,2	20,5	23,5	20,6
Transporte Aquaviário	14,0	14,2	31,1	32,0	32,6	34,9	34,9	29,5	29,5	26,7	14,2	9,5	25,2
Transporte Aéreo	78,4	77,8	77,4	70,6	77,7	78,9	85,7	71,8	77,0	77,5	78,7	85,6	78,1
Aluguel de Transportes	45,7	43,3	43,7	43,6	44,6	45,1	46,4	44,9	44,6	45,1	44,1	44,9	44,6
Agência de Viagem	81,6	79,6	78,3	78,7	79,3	79,0	82,0	78,8	78,1	78,8	80,0	82,4	79,1
Cultura e Lazer	4,8	4,8	4,7	4,8	4,7	5,0	5,1	4,7	4,8	4,8	5,0	5,3	4,9

Fonte: SAKOWSKI, 2013.

Contudo, uma das deficiências do Sistema é que não é possível comparar as estimativas dos empregos formais e informais, já que as metodologias de levantamentos (RAIS e PNAD) têm parâmetros diferentes. Esta questão acontece especialmente na disposição das ocupações informais por regiões do país e não em nível estadual, caso dos empregos formais que será detalhado neste capítulo.

A informalidade¹⁹ no setor merece ser analisada e compreendida como um mecanismo de proporção ao empreendedorismo latente que se intensificou nos últimos anos no país, pois embora seja capaz de gerar mudanças positivas, também pode estar atrelado à precarização do mercado de trabalho formal.

O fechamento de vagas com registro formal, na maioria dos casos, leva ao direcionamento de opções ligadas ao “empreendedorismo” como forma de recomposição da renda familiar, e o turismo tem um leque de opções para isso.

Dentre as opções para se empreender no turismo, destacam-se as atividades que buscam

¹⁹ A investigação sobre a informalidade no turismo é uma área aberta para novos estudos, pois existem ainda poucas pesquisas sobre o tema em Mato Grosso.

novas experiências para os turistas, como: roteiros personalizados que promovam a integração natureza e cultura local; economia compartilhada em serviços de hospedagem, transportes, passeios, alimentação; e a locação de equipamentos para prática de esportes de aventura. Estas são algumas entre diversas alternativas que o setor pode oferecer.

Assim, esses dados foram sistematizados para esta pesquisa, pois não existem estudos com base nesse tema. A partir disso, permite-se ter um olhar crítico sobre essa sistematização e o nível de desenvolvimento do mercado de trabalho no setor de turismo em MT.

3.2 As Ocupações no Mercado de Trabalho e as ACTs

O mercado de trabalho brasileiro sofre com perdas significativas em ocupações desde o ano de 2016, reflexo das instabilidades política, econômica e social que o país enfrenta e que pressionam de forma ostensiva a classe trabalhadora. A desaceleração dos investimentos público e privado incide diretamente no saldo dos empregos.

Fato disso é que as ocupações tiveram uma variação negativa acentuada nos últimos anos. Conforme dados da Tabela 4 (abaixo), o setor formal teve uma redução média negativa de 2,6% no período de 2012 a 2018, que se mostrou uma certa estabilidade entre 2013 e 2015, mas com uma queda crescente de 2015 para 2016, com quase 4% de saldo negativo. Este período pode ser considerado o de maior fragilidade econômica e política no país desde os anos 2000, com uma retração no PIB que ficou acima dos 3% (IBGE, 2017).

No mesmo período analisado na Tabela 4, as ocupações informais tiveram uma variação negativa bem maior que a formal, com 13,5%; o que poderia ser considerado positivo se as ocupações formais tivessem aumentado, pois em 2012 tinha-se uma média de 54,1 milhões de trabalhadores na informalidade e ao final de 2018 esse número caiu para 47,1 milhões.

Os efeitos negativos que uma crise econômica provoca no mercado de trabalho duram bem mais tempo que o suposto retorno evidenciado pelos governos, pois a confiança do consumidor em investir ou assumir dívidas demora a ser reativada, e os números favoráveis tendem a ser retomados quando o próprio governo tem capacidade para investir em setores estratégicos.

Tabela 4: Média do número de ocupações na economia – Brasil

Natureza da Ocupação	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Variação Período
Formal	37.962.847	39.038.787	39.991.458	39.430.324	37.936.714	36.753.405	36.906.651	-2,6%

Informal	54.174.756	51.212.788	51.069.943	50.304.208	48.544.838	46.957.134	47.195.646	-13,5%
Total	92.137.603	90.251.575	91.061.401	89.734.532	86.481.552	83.710.539	84.102.297	-9,0%

Fonte: IPEA, (Adaptado pelo autor) 2020.

Diante disso, em Mato Grosso as ocupações na economia seguiram uma tendência contrária à do país, registrando um aumento médio de quase 11% entre 2012 e 2018. Houve uma sequência de aumentos expressivos de 2012 a 2014, caindo um pouco entre 2015 e 2017, mas finalizando o ano de 2018 com a maior média do período, mais de 662 mil ocupações, conforme dados abaixo (Tabela 5).

Em se tratando das ocupações informais, o estado registrou queda no período de 3,8%, uma variação a ser comemorada em decorrência do saldo positivo das ocupações formais, mesmo nos momentos de recessão econômica que o país atravessou entre 2015 e 2016.

Considera-se que o estado de Mato Grosso não sofreu todos os impactos negativos que o país teve no período de recessão citado. Conforme observado nos dados do Gráfico 6, no capítulo anterior, que demonstra que o Valor Bruto da Produção (VBP) do agronegócio está em ascensão desde 2012, como também este setor é responsável por mais de 50% do PIB estadual e contribui substancialmente com a balança comercial brasileira.

Dessa forma, verifica-se que há uma relação direta do crescimento do agronegócio com a variação positiva das ocupações formais na economia mato-grossense. A gama de atividades que aquele possui, juntamente com a sua predominância nos municípios do estado, institui-se como prevalência sua estrutura para Mato Grosso.

Tabela 5: Média do número de ocupações na economia – Mato Grosso

Natureza da Ocupação	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Varição Período
Formal	596.769	634.346	660.767	655.942	643.869	637.737	662.239	10,8%
Informal	802.464	764.178	766.174	758.097	749.239	742.104	770.616	-3,8%
Total	1.399.233	1.398.524	1.426.941	1.414.039	1.393.108	1.379.841	1.432.855	2,5%

Fonte: IPEA, (Adaptado pelo autor) 2020.

Ainda assim, uma característica dessas ocupações em MT pode estar vinculada, também, com um maior percentual de geração de empregos indiretos pelo agronegócio, aqueles cuja atividades estão relacionados à cadeia produtiva do setor. Conforme dados do trabalho

“Modelo de Geração de Emprego: metodologia e resultados” (NAJBERG; IKEDA, p. 26, 1999), dos dez maiores setores geradores de empregos indiretos no Brasil, os sete primeiros compõem a indústria de alimentos (abate de animais, indústria do café, fabricação e óleos vegetais, indústria de laticínios, beneficiamento de produtos vegetais, fabricação de açúcar e outros produtos alimentícios). Todos os setores citados acima são integrantes do agronegócio.

Outro fator a ser considerado nessas ocupações é o emprego efeito-renda, que acontece em função do aumento da produção, que promove aumento de renda e tem impactos na geração de empregos. Dentre os dez maiores geradores de empregos efeito-renda, os três primeiros são do agronegócio (fabricação de óleos vegetais, agropecuária e indústria de laticínios) de um total de seis nesse grupo (NAJBERG; IKEDA, p. 30, 1999), o que ratifica a participação majoritária desse setor em Mato Grosso.

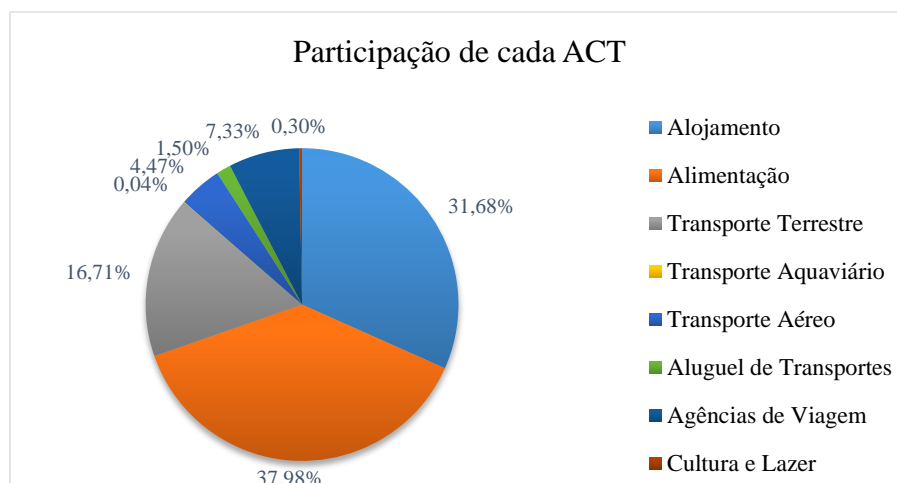
3.3 As Ocupações Formais nas ACTs

Os empregos formais nas Atividades Características do Turismo em Mato Grosso estão concentrados, em sua maioria, nas atividades de alojamento e alimentação, com 31,68% e 37,98%, respectivamente. Essas atividades têm características inerentes por se situarem em toda dimensão geográfica do estado, o que faz terem praticamente 70% do saldo de empregos das ACTs, conforme dados do Gráfico 7, que apresenta a participação de cada atividade.

A ACT de transporte terrestre aparece em terceira, após alojamento e alimentação com 16,71% do saldo das ocupações. Porém, se reunir todas as atividades de transporte (terrestre, aquaviário e aéreo) e aluguel de transportes, somariam 22,72% dos empregos no período. As ACTs de menor impacto do setor são a de transporte aquaviário e cultura e lazer, com 0,04% e 0,30% de participação, respectivamente.

O entendimento de como se dá essa distribuição das ocupações entre as ACTs, inclusive também entre os municípios, pode contribuir no direcionamento das políticas públicas, seja na disponibilização de crédito para os empresários, nos investimentos em infraestrutura, qualificação ou promoção dos produtos turísticos. O parâmetro a ser seguido terá sua base como fator determinante na aplicação dos recursos, ainda que estes sejam escassos ou mal distribuídos.

Gráfico 7: Distribuição dos empregos formais nas ACTs em Mato Grosso – 2012 a 2018



Fonte: IPEA, 2020.

Em se tratando do saldo das ocupações, a Tabela 6 mostra que as ACTs saíram de pouco mais de 11,1 mil em 2012 para mais de 13,6 mil em 2018, uma variação de 21,2% para o período analisado. Individualmente, cultura e lazer tem a maior variação, com 90,3%, mas é a segunda que menos emprega (perde somente para transporte aquaviário, que finalizou 2018 sem nenhum emprego formal) e que qualquer alteração no número de ocupações representa um percentual elevado em relação as demais.

Embora os números do transporte aquaviário apresente saldo negativo em 2017 e 2018 e valores inexpressivos nos demais anos, a atividade registrou um movimento de 80 tripulantes nos barcos-hotéis, somente no município de Cáceres em 2019²⁰. Os barcos-hotéis são equipamentos utilizados como transporte e hospedagem para o segmento de turismo de pesca esportiva e ecoturismo, o que nos faz entender que esses postos estão relacionados aos empregos temporários e/ou os informais, uma vez que há registro de 35 equipamentos de transporte aquaviário em 2018 no estado, conforme dados da Tabela 7 abaixo.

A atividade de alimentação finalizou 2018 com mais de 6,4 mil empregos e uma variação de 44,9% no período, mas sempre elevando seu saldo ano a ano desde 2012. As atividades de transporte foram as que tiveram pior desempenho, exceto de aluguel de transportes, que mesmo apresentando saldo em 2018 de quase metade que em 2014, teve variação positiva de 86,1% no período.

A atividade de aluguel de transportes e sua variação positiva no ano de 2014 em relação aos demais anos, pode-se interpretar como causa os eventos da Copa do Mundo da FIFA que

²⁰ Dados do mapa de entrada e saída de barcos-hotéis da Agência Fluvial de Cáceres (Marinha do Brasil, 2020).

aconteceram em Cuiabá. A chegada de turistas, especialmente estrangeiros, ocasionou um movimento atípico no período, mas que não se sustentaram posteriormente, pois finalizou 2018 com menos da metade das ocupações de 2014.

O setor de alojamento seguiu uma tendência de aumento nos postos de trabalho: em 2015 com o maior saldo e uma variação de 19,0% ao final de 2018. Esta atividade se manteve em ascensão até 2015, especialmente pela construção de novos empreendimentos na capital, onde concentra a maioria dos estabelecimentos de MT. Porém, houve uma redução no número de ocupações como grande parte das atividades econômicas do país, reflexo da crise que ainda persiste até o atual momento.

O setor de agenciamento teve pouca variação (12,9%) em comparação aos demais, mas finalizou 2018 com o maior saldo do período, com 911 ocupações. Em 2012 tinha saldo de 817 ocupações, conforme dados da Tabela 6.

Vale lembrar que os valores aqui apresentados estão com o coeficiente de cálculo para atendimento relacionado aos turistas, diferente do usado pelo “Boletim do Turismo em Números MT”. A Secretaria Adjunta de Turismo de Mato Grosso entende não haver necessidade de usar os dados com o coeficiente, uma vez que as políticas públicas são direcionadas a todos os prestadores do setor, sem distinção ou desagregações pelo público preferencialmente atendido, mesmo considerando importante essa divisão.

Tabela 6: Número de ocupações nas ACTs com coeficiente

ACTs	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Varição Período
Alojamento	3.533	3.920	4.275	4.441	4.194	4.052	4.216	19,0%
Alimentação	4.235	4.338	4.821	5.241	5.209	5.524	6.471	44,9%
Transporte Terrestre	1.864	1.232	1.165	1.134	1.641	1.355	1.382	-12,7%
Transporte Aquaviário	4	5	4	3	1	0	0	-86,7%
Transporte Aéreo	499	539	472	453	342	386	401	-16,2%
Aluguel de Transportes	167	371	439	384	207	198	215	86,1%
Agência de Viagem	817	769	854	908	817	820	911	12,9%
Cultura e Lazer	33	48	45	55	60	71	72	90,3%
Total	11.152	11.222	12.075	12.619	12.471	12.406	13.668	21,2%

Fonte: IPEA, (Adaptado pelo autor) 2020.

3.4 Os estabelecimentos nas ACTs

A quantidade de estabelecimentos no setor de turismo em Mato Grosso teve um aumento nos últimos anos, uma variação total de 9,4% positiva entre 2012 e 2018, conforme números da Tabela 7.

A atividade de alimentação segue na dianteira com quase 60% de participação nas ACTs, seguida por alojamento que deteve 15,79% da fatia no período (Gráfico 8). As atividades de transportes vêm em seguida nos números, com 8,55% de participação para transporte terrestre, e logo depois aluguel de transportes, com 2,8%.

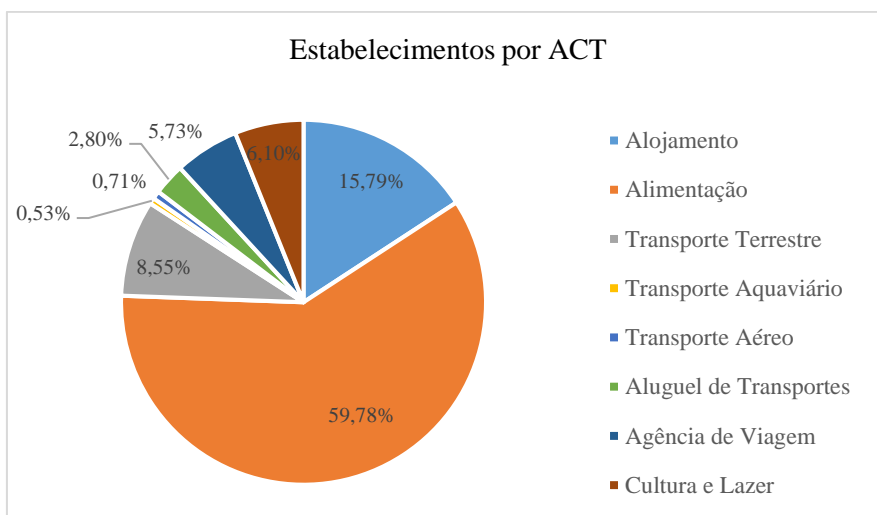
O setor de cultura e lazer terminou 2018 com menos de 10% do saldo de ocupações das agências de viagens. Embora, a participação no número de estabelecimentos da ACT cultura e lazer (6,10%) tenha ficado acima da ACT agência de viagens (5,73%), conforme dados do Gráfico 8.

Diante disso, observa-se que a atividade de agências de viagens é mais intensiva em geração de empregos formais que a de cultura e lazer, mesmo com números semelhantes em quantidade de estabelecimentos entre as duas. Assim, cultura e lazer possui característica de pouca intensidade em contratação de trabalhadores formais.

Essa ACT, conforme lista de CNAEs (Cadastro Nacional de Atividades Econômicas) estabelecidos pelo Ministério do Turismo, nos remete a observar que sua baixa intensidade em ocupações no estado é por conta de suas características relacionadas às produções artísticas, espetáculos, dança, teatro, museus, entre outros. Essas atividades são pouco exploradas em Mato Grosso.

Existem uma concentração maior de atividades culturais e de lazer na região metropolitana do estado. Os municípios de Cuiabá e Várzea Grande detém mais de 32% destes estabelecimentos. As demais cidades com melhores números são: Sinop com 7,5%, e Rondonópolis com 6,3%. Lembrando que essas quatro cidades são as maiores em população. Estes dados têm como base o ano de 2018.

Gráfico 8: Distribuição dos estabelecimentos das ACTs em Mato Grosso – 2012 a 2018



Fonte: IPEA, 2020.

Entre as variações na quantidade de estabelecimento das ACTs, a que teve maior impacto positivo foi a de aluguel de transportes (34,4%), finalizando 2018 com 214 empresas, em comparação ao total de 228 em 2012. As agências de viagem ocupam o segundo lugar, com 16,4% de variação. A ACT de alimentação com quase 11% de variação, finalizou 2018 com mais de 5,3 mil estabelecimentos, uma pequena queda em comparação entre os anos de 2015 e 2017 (Tabela 7).

A atividade de alojamento teve uma participação 45% menor em números de empresas em comparação à de alimentação. Contudo, o número de ocupações é inferior em pouco mais de 6%. Logo, a contratação de mão de obra em hospedagem é bem mais eminente que em alimentação, até pelo fato dos estabelecimentos de hospedagem requerem um período integral para seu funcionamento. Conseqüentemente, os investimentos para construção e manutenção de um estabelecimento de hospedagem, comparado com o de alimentação para um mesmo tamanho de público atendido, será bem maior no primeiro pela estrutura e equipamentos que demanda seu pleno funcionamento.

A Tabela 7 mostra ainda que as atividades de transportes (terrestre, aquaviário e aéreo) foram as que tiveram pior desempenho em participação no período. A de transporte terrestre se mantendo estável com 0,3% e as demais com saldo negativo de 17,4% e 27,7%, respectivamente. O transporte aquaviário finalizou 2018 com um saldo de 35 empresas e como observado no item anterior, as ocupações formais dessa atividade estão zeradas no mesmo ano, o que pode-se concluir que há uma forte informalidade nesse segmento, além da alta variação no coeficiente de consumo turístico durante o ano.

O período de análise nos mostra que houve um crescimento importante entre os anos de

2012 a 2015, recuando esse volume no número de empresas a partir daí, e finalizando 2018 com um saldo de 264 estabelecimentos a menos que 2017. Esses números demonstram que estas ACTs absorveram com maior intensidade a instabilidade econômica no período.

Tabela 7: Quantidade de estabelecimentos por ACTs

ACTs	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Variação Período
Alojamento	1.284	1.348	1.382	1.397	1.369	1.390	1.390	8,1%
Alimentação	4.861	5.125	5.337	5.585	5.647	5.678	5.393	10,9%
Transporte Terrestre	695	740	735	749	717	708	695	0,3%
Transporte Aquaviário	43	37	35	41	39	35	35	-17,4%
Transporte Aéreo	58	54	51	48	49	41	43	-27,7%
Aluguel de Transportes	228	253	295	305	289	288	314	34,4%
Agência de Viagem	466	496	495	524	497	530	545	16,4%
Cultura e Lazer	496	500	483	482	496	500	491	-0,9%
Total	8.131	8.553	8.813	9.131	9.103	9.170	8.906	9,4%

Fonte: IPEA, (Adaptado pelo autor) 2020.

3.5 Caracterização dos Estabelecimentos nas ACTs

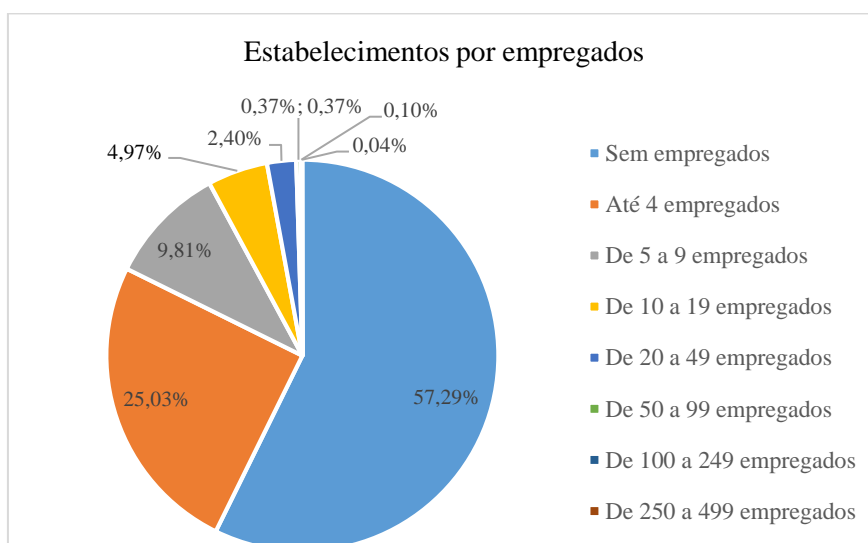
As características das empresas do setor de turismo podem ser identificadas por sua importância para o setor em relação ao número de empregos que gera. Dessa forma, no Gráfico 9 compreende-se que mais de 57% das ACTs não possuem empregados formais, o que indica um número muito alto de empresários que administram seu negócio sem colaboradores registrados.

Verifica-se também que os estabelecimentos com até 09 empregados, sem distinção de faixa, detêm 92,4% de participação nas ACTs no estado. As empresas que possuem até 04 empregados formais com 25,3% em segundo lugar e as de 05 a 09 empregados com quase 10% de representatividade.

A presente pesquisa identificou que ao final de 2018 as empresas que mais empregaram funcionários, acima da faixa de 100 pessoas, estão nas atividades de alojamento e alimentação, com 04 e 05 estabelecimentos, respectivamente. Nesse mesmo raciocínio, foi identificado uma empresa do setor de transporte terrestre na faixa de 250 a 499 empregados formais naquele ano.

A atividade de transporte terrestre, caso não fosse aplicado o coeficiente turístico na análise da pesquisa, figuraria como uma das principais empregadoras. Pois, atrelado ao transporte turístico tem-se o transporte rodoviário coletivo de passageiros e o de cargas, que demandam elevada mão de obra para seu funcionamento, tanto em contratação direta como indireta.

Gráfico 9: Estabelecimentos por número de empregados nas ACTs – 2012 a 2018



Fonte: IPEA, (Adaptado pelo autor) 2020.

A Tabela 8 apresenta o quantitativo de estabelecimentos de acordo com o número de empregados registrados. Foi apresentado na dissertação oito faixas a título de representatividade, excluindo as faixas de 500 a 999 empregados e de 1.000 ou mais empregados, já que Mato Grosso não teve nenhuma empresa do setor de turismo com esse montante de trabalhadores diretos.

Desse modo, a maior variação de crescimento no período foi na última (de 250 a 499 empregados) com 266,7%, mas com o menor número de empresas. Logo após, vem a quarta faixa (de 10 a 19 empregados) com 33,2% de variação, no qual a pesquisa identificou que a atividade de alimentação se destaca pelo quantitativo de empresas, terminando o período analisado na investigação com 358 estabelecimentos.

Observa-se que há um equilíbrio entre a segunda (até 4 empregados) e terceira (de 5 a 9 empregados) faixas, pois as duas se mantêm em 25,4% e 26,3% de variação, respectivamente. Com isso se entende como indicativo positivo para o setor, pois os estabelecimentos que não geram empregos formais tiveram uma leve queda de 4%.

Contudo, a sétima faixa (de 100 a 249 empregados) teve o pior desempenho para o período, uma variação negativa de quase 20%. Mesmo embora não exista em Mato Grosso uma quantidade expressiva de estabelecimentos, qualquer empresa fechada significa centenas de desempregados no mercado.

Uma análise importante sobre o quantitativo de estabelecimentos por ocupações é que, em todo o período analisado, as empresas sem empregados formais representam metade ou mais do total que contrata. Um dado a ser melhor investigado são os motivos dessa característica, se trata-se de subcontratação (reformulada com Lei da Terceirização nº 13.429/2017) ou mesmo a informalidade que predomina nos municípios menores, onde há pouca fiscalização.

Tabela 8: Quantidade de estabelecimentos por número de empregados

Tamanho do estabelecimento	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Varição Período
Sem empregados	4.658	4.760	4.767	4.865	4.848	4.790	4.463	-4,0%
Até 4 empregados	2.035	2.257	2.381	2.513	2.491	2.637	2.597	25,4%
De 5 a 9 empregados	798	809	906	942	1.025	975	1.024	26,3%
De 10 a 19 empregados	404	485	496	536	476	506	545	33,2%
De 20 a 49 empregados	195	199	219	233	222	228	233	18,7%
De 50 a 99 empregados	30	32	31	31	29	26	31	6,0%
De 100 a 249 empregados	8	9	11	9	8	6	6	-19,6%
De 250 a 499 empregados	3	2	2	2	4	2	7	266,7%
Total	8.131	8.553	8.813	9.131	9.103	9.170	8.906	9,4%

Fonte: IPEA, (Adaptado pelo autor) 2020.

Os dados da Tabela 9 demonstram a variação das ocupações de acordo com o tamanho do estabelecimento, que foram divididos em quatro faixas. Assim, a primeira, classificada com até 9 empregados foi a que teve a maior variação (90,2%), seguida pela terceira faixa (100 a 499 empregados), que evoluiu 59,4%. Já a segunda (10 a 99 empregados) teve uma variação de 24,5%, e é a que concentrou o maior número de empregados.

A última faixa, com 500 ou mais empregados, teve uma variação negativa de 1% somente entre os anos de 2013 a 2015, nos demais não registrou empregados formais. Esses números são justificados por haver uma estimativa percentual da mão de obra formal destinada ao consumo turístico, que nos faz compreender haver menos de 300 funcionários nos anos citados acima, numa faixa que descreve de 500 ou mais empregados.

As ACTs possuem diferentes percentuais de empregados em função de atendimento aos turistas. A atividade de alojamento possui uma proporção bem maior que a de alimentação, segundo dados da Tabela 3. Em termos gerais, os serviços de alimentação serão mais compartilhados com a população local, pois será mais comum um residente fazer suas refeições fora do domicílio do que se hospedar.

Os estabelecimentos no turismo que mais empregam estão concentrados nas duas primeiras faixas (até 9 empregados e de 10 a 99 empregados), com a segunda mantendo as ocupações com menos variações do que a primeira. A maior parte das atividades no turismo se difere de outros setores econômicos, como a agroindústria, que demanda um elevado número de colaboradores para cada unidade em funcionamento.

Dessa forma, é compreensível a sistematização do setor turístico envolver diversas atividades para a venda de um único produto ou a concentração de um número elevado de prestadores do setor em um único destino. Por exemplo, a cidade de Chapada dos Guimarães que com pouco mais de 19 mil habitantes e com o segmento de ecoturismo como principal indutor, finalizou 2018 com 49 meios de hospedagem e 64 de alimentação.

A título de comparação, o município de Sinop com aproximadamente 146 mil habitantes e importante polo do agronegócio em MT, terminou 2018 com 48 meios de hospedagem e 306 de alimentação. A quantidade de meios de hospedagem é um indicador importante no número de visitantes que cada município recebe, mesmo aqui não quantificando sua capacidade por unidades habitacionais e leitos, que detalha ainda mais essa amplitude.

Os dados comparados desses dois municípios foram coletados na plataforma do IPEA sem o coeficiente aplicado ao turismo, uma vez que o SIMT não apresenta os números por município com o coeficiente.

Tabela 9: Tamanho dos estabelecimentos por ocupações

Tamanho do estabelecimento	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Variação Período
Até 9 empregados	4.067	1.984	2.078	2.170	4.998	5.028	5.097	90,2%
10 a 99 empregados	5.841	7.258	7.924	8.458	6.114	6.365	6.869	24,5%
100 a 499 empregados	1.244	1.695	1.787	1.709	1.359	1.013	1.702	59,4%
500 ou mais empregados	0	285	286	282	0	0	0	-1,0%
Total	11.152	11.222	12.075	12.619	12.471	12.406	13.668	21,2%

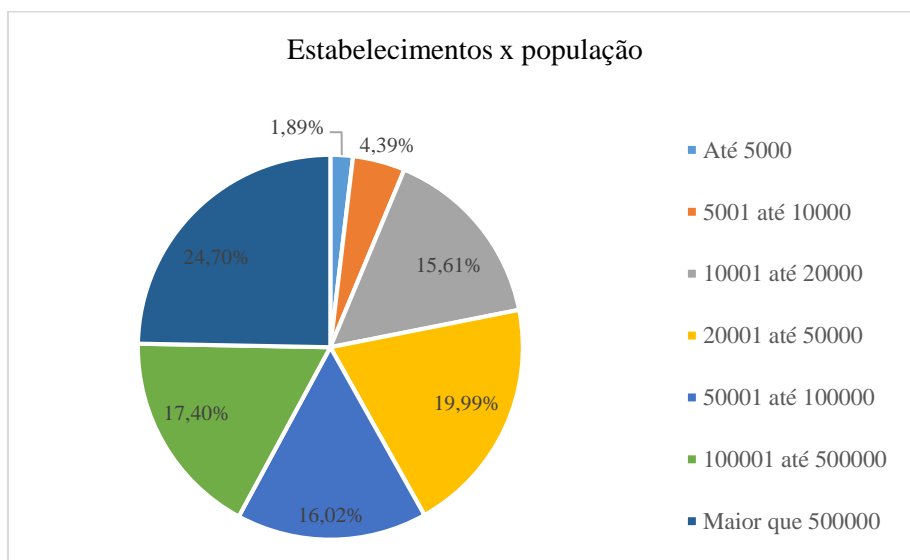
Fonte: IPEA, (Adaptado pelo autor) 2020.

Outra característica que o presente trabalho identificou foi o quantitativo de estabelecimentos por população dos municípios. A maior concentração de empresas está nos municípios acima de 500 mil habitantes, com praticamente 25% de representatividade das ACTs (Gráfico 10), e com a atividade de alimentação predominante com mais de 1,4 mil empresas. Lembrando que no estado somente a capital Cuiabá possui mais de 500 mil habitantes.

O segundo grupo de municípios com o maior número de ACTs é de 20.001 até 50.000 habitantes (19,99%), e as empresas de alimentação são maioria nesta faixa, finalizando 2018 com 1.076 estabelecimentos. Em seguida, o terceiro (10.001 até 20.000), o quinto (50.001 até 100.000) e sexto grupo (100.001 até 500.000) aparecem entre 15% e 17% de representação do total de empresas, em aproximadamente 47 municípios do estado.

Vale destacar que as atividades de cultura e lazer, e agência de viagem são melhores representadas nos municípios com maiores populações, posto que ao final de 2018 tiveram os maiores saldos com 131 e 179 empresas, respectivamente, somente em Cuiabá.

Gráfico 10: Estabelecimentos por população dos municípios – 2012 a 2018



Fonte: IPEA, (Adaptado pelo autor) 2020.

3.6 Caracterização da Mão de Obra nas ACTs

As características dos colaboradores formais das ACTs em Mato Grosso serão descritas nesse item, apresentando o perfil, as remunerações por estabelecimentos, horas trabalhadas e

tempo no emprego dessa mão de obra. Também será realizado alguns cruzamentos de dados para melhor compreensão da pesquisa.

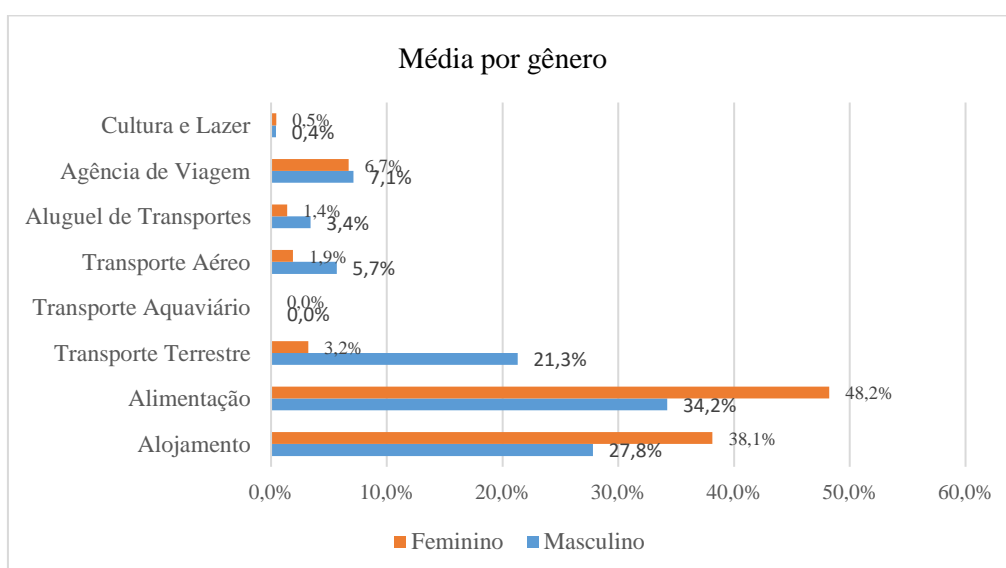
Por consequência, o Gráfico 11 mostra algumas disparidades de acordo com o gênero de uma atividade a outra, indicando que o feminino é maioria no número médio total de ocupações do período em análise, com destaque em alimentação com 48,2%, ante 34,2% das ocupações do masculino; assim como em alojamento, com 38,1% para o gênero feminino em relação a 27,8% para o masculino.

Na atividade de transporte terrestre há uma diferença considerável entre ambos os gêneros, com uma predominância do masculino de 21,3% e somente 3,2% para o feminino. Observa-se que esta ACT demanda bastante mão de obra masculina, considerando as grandes empresas de transporte regular de passageiros e de carga, mas que também fazem transporte turístico. As atividades de transporte aéreo e aluguel de transportes seguiram as tendências da modalidade terrestre, mas com uma diferença menor entre os gêneros.

As atividades de agência de viagem e cultura e lazer possuem números médios equilibrados entre os dois. A primeira o gênero masculino possui uma média de 7,1%, ante 6,7% do feminino, e na segunda atividade a diferença é de apenas 0,1%, com o gênero feminino com o maior índice (0,5%).

Logo, o gênero feminino se destaca nas atividades que mais empregam no setor, e consequentemente detém 54,5% das ocupações nas ACTs. Mas as que possuem maior renda média ainda são ocupadas pelo gênero masculino, conforme verifica-se adiante nos dados da Tabela 15.

Gráfico 11: Ocupação média por gênero – 2012 a 2018



Fonte: IPEA, (Adaptado pelo autor) 2020.

Em se tratando do crescimento das ocupações por gênero, de 2012 a 2018 o melhor desempenho foi da atividade de aluguel de transportes, com 120,1% e 75,4% de variação positiva para os gêneros feminino e masculino, respectivamente. Nesta ACT, 2014 foi o ano de melhor saldo para o masculino e 2015 para o feminino, segundo dados da Tabela 10.

A segunda atividade de melhor desempenho foi a de cultura e lazer, com o gênero feminino com mais de 103% e o masculino com 77,2%. Mas é importante destacar que por ter números baixos em relação às demais atividades, qualquer alteração no ano gera uma diferença elevada no percentual do período.

As atividades que mais empregam nas ACTs foram alimentação e alojamento, e nestas há um certo equilíbrio na variação de gêneros, com a primeira tendo um desempenho melhor e atingindo 49,0% de variação no masculino e 42,6% no feminino.

As únicas atividades que tiveram queda foram as relacionadas a transporte, sendo que o aquaviário teve 86,7% negativo no gênero masculino e finalizou 2018 sem nenhum saldo. Na de transporte terrestre o gênero masculino caiu mais de 14%, uma perda considerável pois em 2012 eram mais de 1,5 mil empregados, e terminou 2018 com 1,1 mil. Já no transporte aéreo a maior perda foi do gênero masculino com 21,4% negativo, em comparação com 1,2% do feminino.

A evolução das ocupações por gênero deve estar vinculada não somente em número de ocupações, mas também em valorização salarial e de cargos. A reforma trabalhista de 2017 confirmou que todas as normas que regulam o trabalho masculino são aplicáveis ao trabalho feminino, desde que não choque com a proteção especial instituída à proteção do trabalho da mulher.

O art. 461 da nova CLT (Consolidação das Leis do Trabalho) diz que se a função for idêntica, prestado ao mesmo empregador e no mesmo estabelecimento empresarial, os salários deverão ser iguais, sem distinção de sexo, etnia, nacionalidade ou idade. Um avanço significativo na legislação trabalhista em favor da igualdade de direitos no mercado de trabalho brasileiro, uma vez que a CLT é de 1943 e ainda possuía algumas distorções. As penalidades aplicadas ao empregador preveem multa e pagamento das diferenças salariais em favor do empregado discriminado.

Tabela 10: Ocupação por gênero

ACTs	Gênero	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Variação Período
Alojamento	Masculino	1.350	1.429	1.564	1.691	1.612	1.550	1.613	19,0%
	Feminino	2.183	2.491	2.711	2.750	2.582	2.502	2.603	19,2%
Alimentação	Masculino	1.552	1.585	1.726	1.904	1.932	2.137	2.469	49,0%
	Feminino	2.683	2.753	3.095	3.337	3.277	3.387	4.002	42,6%
Transporte Terrestre	Masculino	1.556	1.060	1.019	967	1.366	1.148	1.162	-14,3%
	Feminino	308	172	146	167	275	207	220	1,3%
Transporte Aquaviário	Masculino	4	5	4	3	1			-86,7%
	Feminino								0,0%
Transporte Aéreo	Masculino	364	403	345	327	237	253	274	-21,4%
	Feminino	135	136	127	126	105	133	127	-1,2%
Aluguel de Transportes	Masculino	114	248	304	240	140	144	137	75,4%
	Feminino	53	123	135	144	67	54	78	120,1%
Agência de Viagem	Masculino	387	371	405	455	356	366	425	14,5%
	Feminino	430	398	449	453	461	454	486	13,6%
Cultura e Lazer	Masculino	16	21	19	24	26	33	31	77,2%
	Feminino	17	27	26	31	34	38	41	103,7%
Total		11.152	11.222	12.075	12.619	12.471	12.406	13.668	21,2%

Fonte: IPEA, (Adaptado pelo autor) 2020.

Quanto à faixa etária dos empregados, a pesquisa dividiu-as em três, conforme Tabela 11. O melhor desempenho foi da atividade de aluguel de transportes na faixa etária de 50 anos ou mais (1.356,7%). Ainda assim, um dos menores saldos das ACTs, igualmente como a de cultura e lazer, esta que teve uma variação de 515,0% e o penúltimo menor saldo do período.

As atividades de maior saldo, alimentação e alojamento, tiveram melhores desempenhos na última faixa (50 anos ou mais), com 60,6% e 51,4%, respectivamente. Dentre elas, a faixa que teve o melhor saldo de ocupações no período foi a de 25 a 49 anos em 2018, na atividade de alimentação.

A tabela ainda mostra que a maior queda foi no grupo de até 24 anos nas ACTs de transportes, sendo a de terrestre com 40,9%, aquaviário com 50,0% e aéreo com 64,4%. Todas, então, indicando variações negativas.

A ACT agência de viagem teve sua primeira faixa (até 24 anos) com variação negativa

de quase 22%, mas a segunda (25 a 49 anos) e terceira (50 anos ou mais) ficaram positivas em 16,6% e 66,3%, respectivamente. O grupo de 25 a 49 anos teve seu melhor saldo de empregos formais, 620 em 2018.

Vale enfatizar que dentre as faixas etárias, a segunda (25 a 49 anos) é que concentra o maior número de ocupados em todas as ACTs durante o período de análise. Considerando somente o ano 2018, é responsável por 65,3% das ocupações, o que pode ser justificado pelo fato de concentrar a grande massa dos trabalhadores do mercado de trabalho no país.

Tabela 11: Faixa etária por ACT

ACTs	Idade	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Varição Período
Alojamento	Até 24 anos	631	687	741	754	682	654	652	4,5%
	25 a 49 anos	2.484	2.746	2.949	3.075	2.900	2.775	2.889	16,3%
	50 anos ou mais	418	487	585	612	612	623	675	51,4%
Alimentação	Até 24 anos	1.231	1.256	1.368	1.438	1.413	1.519	1.876	45,3%
	25 a 49 anos	2.644	2.700	2.995	3.291	3.284	3.482	3.964	42,6%
	50 anos ou mais	360	382	458	512	512	523	631	60,6%
Transporte Terrestre	Até 24 anos	214	126	104	98	143	104	109	-40,9%
	25 a 49 anos	1.292	867	818	782	1.107	928	939	-16,4%
	50 anos ou mais	358	239	243	254	391	323	334	12,9%
Transporte Aquaviário	Até 24 anos	2	1	1					-50,0%
	25 a 49 anos	2	4	3	3	1			8,3%
	50 anos ou mais								0%
Transporte Aéreo	Até 24 anos	116	108	95	86	55	56	55	-64,4%
	25 a 49 anos	343	380	338	330	254	293	312	-3,8%
	50 anos ou mais	40	51	39	37	33	37	34	-8,0%
Aluguel de Transportes	Até 24 anos	41	76	83	75	33	24	37	55,8%
	25 a 49 anos	123	249	293	265	163	160	169	75,8%
	50 anos ou mais	3	46	63	44	11	14	9	1356,7%
Agência de Viagem	Até 24 anos	208	176	175	189	154	161	161	-21,9%
	25 a 49 anos	536	528	597	618	555	554	620	16,6%
	50 anos ou mais	73	65	82	101	108	105	130	66,3%
Cultura e Lazer	Até 24 anos	16	18	19	23	23	30	29	66,2%
	25 a 49 anos	16	28	25	27	35	37	38	110,3%

	50 anos ou mais	1	2	1	5	2	4	5	515,0%
Total		11.152	11.222	12.075	12.619	12.471	12.406	13.668	21,2%

Fonte: IPEA, (Adaptado pelo autor) 2020.

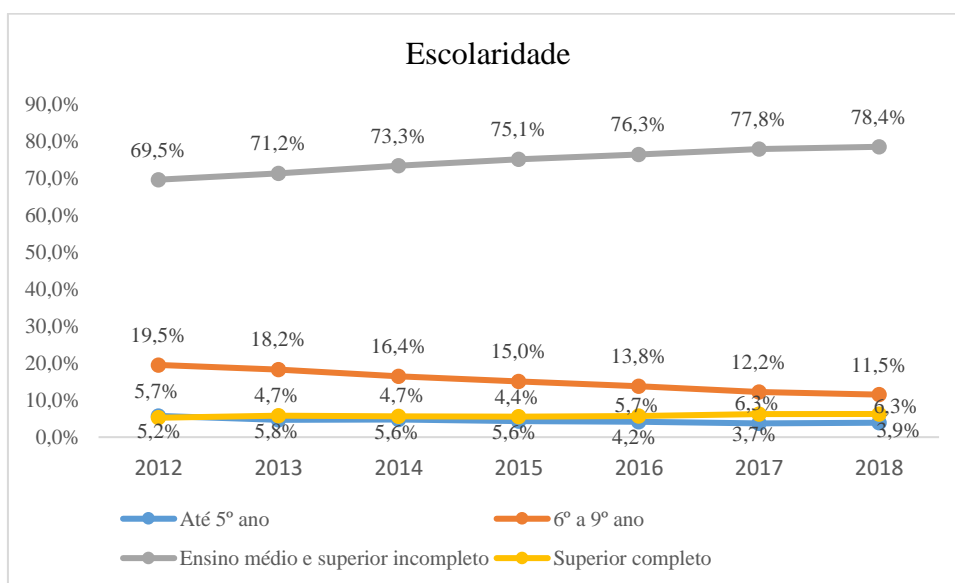
O Gráfico 12 mostra a escolaridade de todos ocupados ano a ano, divididos em quatro níveis, cuja o de maior percentual é de ensino médio e superior incompleto, que saiu de 69,5% em 2012 para mais de 78% em 2018.

Os ocupados que possuem do 6º a 9º ano tiveram uma redução de 8% no período, o que considera-se como positivo, dado que há uma elevação no nível de instrução dos trabalhadores do setor. O percentual dos que possuem ensino superior completo teve uma leve alta no período e finalizou 2018 com 6,3%.

Já o primeiro nível (até 5º ano) houve uma pequena queda de 1,3% no número de ocupados, o que contribui para a elevação dos demais de maior escolaridade e ratifica a observação anterior, sobre a melhora no nível de instrução dentro das ACTs.

O turismo possui uma massa de trabalhadores formais bem maior nas atividades que empregam para serviços como atendente, garçom, cozinheiro, ajudante de cozinha e serviços gerais. Nota-se que nos classificados ou sistemas de empregos em Mato Grosso, os serviços operacionais são os que mais ofertam vagas no setor. São ocupações que não exigem alta escolaridade, mas que requer uma qualificação mínima para o desempenho das funções.

Gráfico 12: Faixa etária por ACT



Fonte: IPEA, (Adaptado pelo autor) 2020.

Transporte Aéreo	Até 5º ano	5	4	3	3	2			-78,3%
	6º a 9º ano	25	14	5	5	4	4	10	21,7%
	Ensino médio e superior incompleto	262	295	265	277	205	216	236	-4,4%
	Superior completo	207	226	199	168	131	166	155	-20,3%
Aluguel de Transportes	Até 5º ano		4	10	7		2		48,6%
	6º a 9º ano	12	46	51	31	7	4	10	284,7%
	Ensino médio e superior incompleto	147	284	329	290	185	178	185	61,1%
	Superior completo	8	37	49	56	15	14	20	372,2%
Agência de Viagem	Até 5º ano	18	21	21	14	11	20	28	83,7%
	6º a 9º ano	84	77	67	63	52	48	50	-48,3%
	Ensino médio e superior incompleto	619	578	664	725	649	638	708	16,2%
	Superior completo	96	93	102	106	105	114	125	27,8%
Cultura e Lazer	Até 5º ano	1	1					1	0,0%
	6º a 9º ano	1	4		1	2	1		275,0%
	Ensino médio e superior incompleto	31	43	45	54	58	70	69	90,0%
	Superior completo							2	0,0%
Total		11.152	11.222	12.075	12.619	12.471	12.406	13.668	21,2%

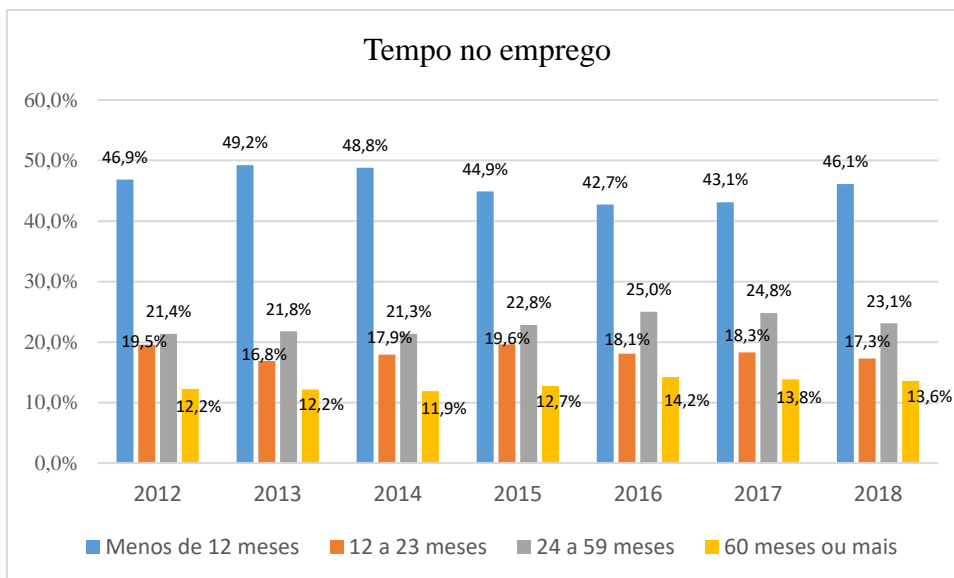
Fonte: IPEA, (Adaptado pelo autor) 2020.

Quanto ao tempo de emprego nos estabelecimentos das ACTs, o Gráfico 13 indica que a grande maioria dos trabalhadores estão há menos de 12 meses, com o menor volume nessa faixa ocorrendo em 2016 (42,7%) e o maior em 2013 (49,2%), em todo o período escolhido para a pesquisa.

Em seguida vem a faixa de 24 a 59 meses, que se manteve sempre acima dos 21% e finalizou 2018 com 23,1%. O segundo grupo (12 a 23 meses) aparece em terceiro no volume de ocupados, se mantendo entre 16% e 19% dos ocupados, acima do último (60 meses ou mais) que ficou com um volume entre 11% e 14% no período todo.

Esse alto volume de ocupados no grupo com menos de 12 meses no trabalho é reflexo da intensa jornada de trabalho, que inclui períodos de maior intensidade nos finais de semana e feriados prolongados. Somado a estes fatores, a baixa remuneração das atividades igualmente pode contribuir para a alta rotatividade no setor.

Gráfico 13: Tempo no emprego por faixa – 2012 a 2018



Fonte: IPEA, (Adaptado pelo autor) 2020.

A atividade de maior representatividade (alimentação) em ocupações obteve a maior variação (61,2%) no grupo de 60 meses ou mais de tempo no emprego. Nesse mesmo grupo, a ACT de alojamento ficou com 42,8%.

O pior desempenho nesta análise foi a de transporte terrestre, com 3,2% negativos em variação. Essa mesma atividade ainda teve queda no primeiro e segundo grupo, com 15,5% e 22,8%, respectivamente, com uma variação positiva somente na faixa de 24 a 59 meses com 10,9%.

A ACT de cultura e lazer foi a que teve a maior variação positiva em todas as faixas de tempo no emprego, com mais de 391% no grupo de 60 meses ou mais. Em seguida a ACT de aluguel de transportes com o segundo melhor desempenho no mesmo grupo (60 meses ou mais), com 181,3%.

Uma característica a ser observada em relação ao turismo é sua sazonalidade, conforme descrito no capítulo 1, que pode interferir nas contratações durante os períodos de alta e baixa estação; o que reforça o número alto de colaboradores com menos de 12 meses no emprego em praticamente todas as atividades.

Dentre as ACTs, somente a de transporte aéreo possui características distintas, uma vez que concentra a maior parte dos ocupados na terceira (24 a 59 meses) e quarta faixa (60 meses ou mais), com 994 e 841, respectivamente. A primeira (menos de 12 meses) responde por 750 ocupados, conforme somatório do período, o que a qualifica como uma ACT de menor rotatividade nas ocupações.

A baixa rotatividade nas ocupações de transporte aéreo pode ser entendida pelo fato da

atividade exigir um maior investimento em capacitação dos trabalhadores, e que seria mais oneroso para o empregador uma maior rotatividade; justificado também, pela maior média salarial entre as ACTs.

Tabela 13: Tempo no emprego por ACT

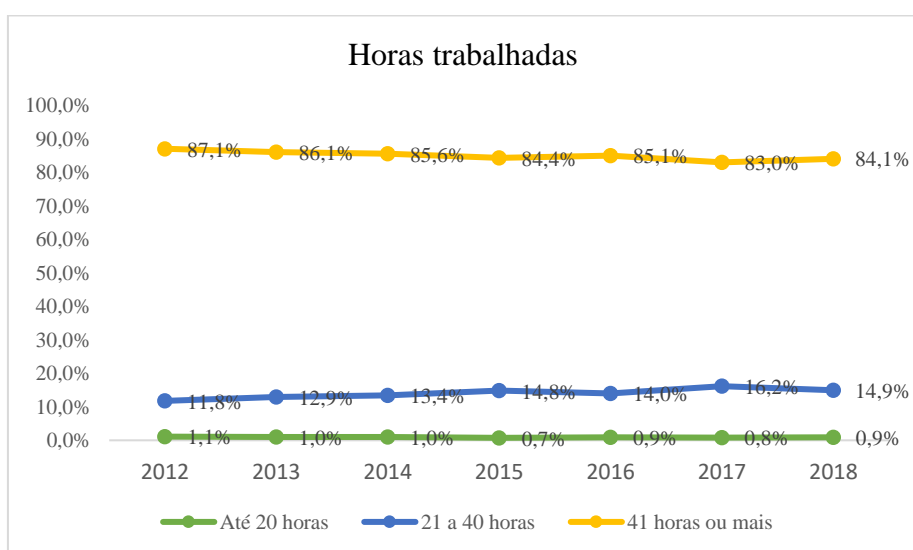
ACTs	Tempo no emprego	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Variação Período
Alojamento	Menos de 12 meses	1.588	1.840	1.992	1.890	1.773	1.611	1.763	13,1%
	12 a 23 meses	691	665	748	880	727	774	725	9,1%
	24 a 59 meses	786	873	952	1.025	1.051	1.011	1.026	28,0%
	60 meses ou mais	468	542	583	646	643	656	702	42,8%
Alimentação	Menos de 12 meses	2.386	2.476	2.704	2.746	2.544	2.804	3.428	39,7%
	12 a 23 meses	759	747	876	1.025	1.017	997	1.168	47,1%
	24 a 59 meses	797	800	895	1.056	1.193	1.223	1.353	56,4%
	60 meses ou mais	293	315	346	414	455	500	522	61,2%
Transporte Terrestre	Menos de 12 meses	633	491	424	358	514	418	465	-15,5%
	12 a 23 meses	388	159	195	189	276	264	198	-22,8%
	24 a 59 meses	394	300	298	327	423	389	406	10,9%
	60 meses ou mais	449	282	248	260	428	284	313	-3,2%
Transporte Aquaviário	Menos de 12 meses	4	4	2	1	1			-100,0%
	12 a 23 meses		1	2	1				50,0%
	24 a 59 meses				1				0,0%
	60 meses ou mais								0,0%
Transporte Aéreo	Menos de 12 meses	149	171	128	84	41	76	101	22,3%
	12 a 23 meses	103	94	96	92	33	29	60	19,9%
	24 a 59 meses	160	157	132	152	161	142	90	-45,1%
	60 meses ou mais	87	117	116	125	107	139	150	64,8%
Aluguel de Transportes	Menos de 12 meses	90	173	252	147	87	94	123	94,3%
	12 a 23 meses	36	72	81	113	40	29	27	53,0%
	24 a 59 meses	30	94	78	93	69	62	47	155,4%
	60 meses ou mais	11	32	28	31	11	13	18	181,3%
Agência de Viagem	Menos de 12 meses	356	335	363	405	327	303	377	11,9%
	12 a 23 meses	195	147	163	160	155	159	169	-9,8%
	24 a 59 meses	209	213	214	217	211	239	223	7,6%

	60 meses ou mais	57	74	114	126	124	119	142	108,1%
Cultura e Lazer	Menos de 12 meses	19	34	31	32	41	41	42	103,9%
	12 a 23 meses	8	5	6	12	8	15	13	123,3%
	24 a 59 meses	5	7	7	8	9	11	10	79,9%
	60 meses ou mais	1	2	1	3	2	4	7	391,7%
Total		11.152	11.222	12.075	12.619	12.471	12.406	13.668	21,2%

Fonte: IPEA, (Adaptado pelo autor) 2020.

Outro aspecto que merece ser destacado do levantamento de dados realizado na pesquisa é a relação das horas trabalhadas. O Gráfico 14 demonstra que em todas as ACTs, entre 83% e 87% dos ocupados trabalharam na faixa de 41 horas ou mais semanais, seguida pela de 21 a 40 horas entre 11% e 16%; e a primeira (até 20 horas) a de menor representatividade dos trabalhadores das ACTs. Lembrando que a carga horária máxima regulamentada no país é de 44 horas semanais.

Gráfico 14: Horas trabalhadas por faixa – 2012 a 2018



Fonte: IPEA, (Adaptado pelo autor) 2020.

Se verificarmos a variação da carga horária dos ocupados por ACT, o setor de transporte terrestre teve a maior mudança entre a terceira (41 horas ou mais) e segunda (21 a 40 horas) faixa, pois teve alteração de 107,5% positiva daquela, para 14,1% negativos na segunda. Seguindo a mesma lógica de comparação anterior, a ACT de agência de viagem teve 83,8% de variação positiva no grupo de 21 a 40 horas semanais, contra 12,1% do terceiro (41 horas ou

mais).

Entretanto, a ACT de transporte aéreo se difere das demais por manter a maioria dos ocupados na faixa de 21 a 40 horas semanais (66,4%), contra 31,8% na terceira (41 horas ou mais). A primeira (até 20 horas) mantém 1,7% do ocupados, recordando que estas faixas tiveram quedas na variação do período em análise superior a 50%.

Como já observamos no decorrer deste capítulo, números inexpressivos mudam com facilidade a variação do período e apontam oscilações comuns em algumas atividades, mesmo que os valores sejam bastantes divergentes das demais.

Tabela 14: Horas trabalhadas por ACT

ACTs	Horas trabalhadas/semana	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Varição Período
Alojamento	Até 20 horas	16	8	5	8	6	9	14	53,1%
	21 a 40 horas	435	521	579	610	592	783	635	46,7%
	41 horas ou mais	3.082	3.391	3.691	3.823	3.596	3.260	3.567	16,6%
Alimentação	Até 20 horas	91	83	96	65	89	72	94	23,0%
	21 a 40 horas	484	499	621	804	807	837	997	80,2%
	41 horas ou mais	3.660	3.756	4.104	4.372	4.313	4.615	5.380	40,6%
Transporte Terrestre	Até 20 horas					4	5	5	25,0%
	21 a 40 horas	28	13	12	16	49	27	20	107,5%
	41 horas ou mais	1.836	1.219	1.153	1.118	1.588	1.323	1.357	-14,1%
Transporte Aquaviário	21 a 40 horas								0,0%
	41 horas ou mais	4	5	4	3	1			-86,7%
Transporte Aéreo	Até 20 horas	11	10	10	7	6	6	4	-86,7%
	21 a 40 horas	280	331	335	303	229	284	292	12,3%
	41 horas ou mais	208	198	127	143	107	96	105	-54,1%
Aluguel de Transportes	Até 20 horas		5	3	7				93,3%
	21 a 40 horas	9	24	21	22	4	1	1	2,1%
	41 horas ou mais	158	342	415	355	203	197	214	86,2%
Agência de Viagem	Até 20 horas	5	4	3	7	4	3	3	20,5%
	21 a 40 horas	69	55	45	99	57	56	82	83,8%
	41 horas ou mais	743	710	806	802	756	761	826	12,1%
	Até 20 horas					1	3	4	233,3%
	21 a 40 horas	9	9	10	16	13	18	16	79,7%

Cultura e Lazer	41 horas ou mais	24	39	35	39	46	50	52	94,3%
Total		11.152	11.222	12.075	12.619	12.471	12.406	13.668	21,2%

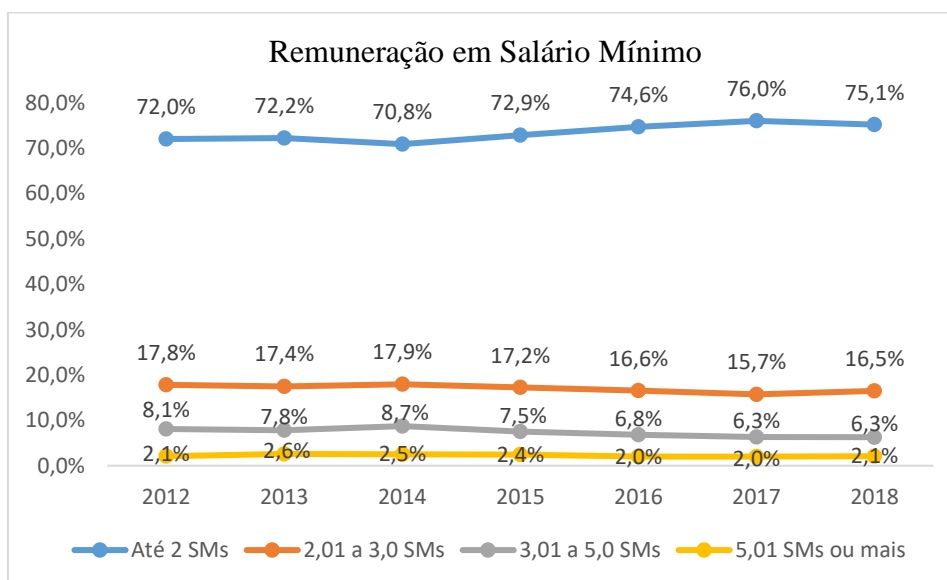
Fonte: IPEA, (Adaptado pelo autor) 2020.

Em se tratando da remuneração em salário mínimo de todas as ACTs por quantidade de ocupados, o Gráfico 15 mostra que entre 70% e 76% receberam até 02 salários mínimos (SMs) no período de 2012 a 2018. Posteriormente, estão concentrados os que receberam entre 2,01 e 3,0 SMs, variando entre 15% e 17%, sendo que 2014 teve o maior volume (17,9%).

Já nas faixas com o menor volume de ocupados nesse item estão os que receberam 3,01 a 5,0 SMs, alterando entre 6,0% e 8,0% no período; novamente 2014 possuindo o maior volume (8,7%). A menor faixa em ocupados foi a de 5,01 ou mais SMs, com uma pequena variação no período que ficou entre 2,0% e 2,6%.

A dimensão salarial de uma atividade ou setor é capaz de validar o seu modelo de distribuição de renda. Mesmo os grupos com menores faixas salariais podem ser essenciais na capacidade de circulação de dinheiro e no aquecimento do mercado, pois podem concentrar a massa de trabalhadores, caso das ACTs.

Gráfico 15: Remuneração em salário mínimo – 2012 a 2018



Fonte: IPEA, (Adaptado pelo autor) 2020.

De acordo com a Tabela 15 que trata da remuneração média dos ocupados por tamanho do estabelecimento e ACT, todas tiveram variação positiva; justificado pela correção do salário

mínimo em mais de 56% no período específico dessa pesquisa.

A menor alteração foi na ACT de transporte terrestre de perfil 500 ou mais empregados, com 19,5%. Porém, uma ressalva neste dado é pelo fato desta ACT ter registro somente nos anos de 2013 a 2015, o que influencia no total do período em comparação as demais.

Já em relação às maiores alterações da média salarial dos trabalhadores, destacam-se as ACTs de alimentação com perfil de 100 a 499 empregados (83,6%), de agência de viagem e mesmo perfil da anterior (89,7%), transporte aquaviário e perfil até 9 empregados (90,0%) e transporte aéreo, esta última com valores maiores no primeiro e terceiro perfil, com 120,7% e 62,0%, respectivamente.

Vale destacar que a ACT transporte aéreo é a que tem o maior valor médio de salários por ocupação no período entre os três primeiros perfis de tamanho de estabelecimento: até 9 empregados com R\$ 1.824,30; de 10 a 99 empregados com R\$ 2.598,11; e de 100 a 499 empregados com R\$ 2.701,26 de média salarial.

Tabela 15: Remuneração média por tamanho do estabelecimento e ACT – R\$

ACT	Tamanho do estabelecimento	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Variação Período
Alojamento	Até 9 empregados	794,19	812,58	896,38	949,07	1.099,97	1.183,53	1.217,80	44,9%
	10 a 99 empregados	1.064,38	1.047,90	1.164,69	1.226,65	1.480,16	1.568,36	1.619,19	44,8%
	100 a 499 empregados	2.064,93	1.871,01	1.933,12	2.077,25	2.181,28	2.541,67	2.477,70	20,4%
Alimentação	Até 9 empregados	828,48	887,75	1.008,50	1.045,67	1.174,99	1.253,64	1.281,09	45,7%
	10 a 99 empregados	1.034,73	1.071,30	1.160,13	1.222,82	1.415,43	1.530,72	1.523,97	40,7%
	100 a 499 empregados	836,34	1.208,87	1.457,68	1.713,82			1.728,96	83,6%
Transporte Terrestre	Até 9 empregados	969,63	1.296,41	1.437,80	1.775,67	1.426,53	1.535,32	1.594,61	59,9%
	10 a 99 empregados	1.274,81	1.498,43	1.744,69	1.870,11	1.708,71	1.944,12	1.952,56	46,7%
	100 a 499 empregados	1.497,89	1.554,84	1.704,51	1.743,06	2.138,24	2.484,65	2.360,10	49,5%
	500 ou mais empregados		1.899,93	2.070,28	2.288,57				19,5%
Transporte Aquaviário	Até 9 empregados	2.968,50	2.374,00		4.985,00				90,0%
	10 a 99 empregados	2.926,50	2.340,50	2.855,25	3.390,50	4.215,00			45,0%
Transporte Aéreo	Até 9 empregados	1.358,57	2.674,69	1.869,63	981,08	1.627,37	2.005,43	2.253,32	120,7%
	10 a 99 empregados	2.111,29	2.610,39	2.251,78	2.273,28	2.998,91	2.813,07	3.128,08	47,8%
	100 a 499 empregados	1.869,11	2.424,39	2.591,59	2.675,83	3.004,74	3.038,98	3.304,19	62,0%
	Até 9 empregados	1.592,52	1.061,41	1.214,58	1.227,68	2.070,52	2.866,92	2.433,39	74,2%
	10 a 99 empregados	2.010,34	1.394,86	1.465,21	1.516,53	2.676,18	2.775,20	2.514,76	48,7%

Aluguel de Transportes	100 a 499 empregados			1.973,61					0,0%
Agência de Viagem	Até 9 empregados	1.140,35	1.164,75	1.302,24	1.404,67	1.614,47	1.635,05	1.738,64	44,4%
	10 a 99 empregados	1.345,79	1.582,76	1.746,89	1.803,80	2.713,67	2.543,90	2.488,06	73,2%
	100 a 499 empregados		1.240,32	2.151,72	2.501,18				89,7%
Cultura e Lazer	Até 9 empregados	2.184,32	1.473,73	3.314,00	2.269,79	2.021,86	1.897,52	1.745,71	35,8%
	10 a 99 empregados	1.810,57	1.735,97	2.169,05	1.873,27	2.322,75	2.025,23	2.351,56	34,5%

Fonte: IPEA, (Adaptado pelo autor) 2020.

As ocupações formais no turismo foram responsáveis por 2,06% dos empregos em Mato Grosso ao final do ano de 2018. Houve uma variação positiva de 21,2% entre 2012 e 2018 nas ocupações das ACTs, contra 10,8% de todas atividades da economia mato-grossense. Essa evolução foi maior em 2015 e 2018 para as ACTs, e 2014 e 2018 em toda a economia.

Esses dados demonstram que o turismo ainda possui uma participação tímida no mercado de trabalho no estado. Nota-se alguns comportamentos distintos dentro das ACTs, dado que algumas tiveram resultados inexpressivos no saldo de ocupações no período analisado neste estudo, como transporte aquaviário e cultura e lazer.

Os atrativos de cultura e lazer, excelentes produtos do turismo, têm baixa participação nos rendimentos gerados pelo mesmo em MT. Sua participação é mínima nas ocupações (0,3%), como também é baixo seu coeficiente médio de consumo turístico (4,9). Contudo, possui um alto poder de demanda de visitantes, uma vez que pode estar alinhado ou atuar como complemento para os demais segmentos turísticos.

As atividades do setor de eventos não compõem os dados de ocupação das ACTs, entretanto seu desempenho contribui para o fortalecimento da cadeia produtiva do turismo. Em Mato Grosso, o segmento de negócios e eventos tem atuação fundamental através das feiras agropecuárias, eventos culturais e de pesca esportiva que movimentam a economia local de muitos municípios. Esses eventos reúnem compradores e vendedores que utilizam as atividades de hospedagem, alimentação, artesanato, cultura e lazer, fomentando a cadeia do turismo no estado.

Conforme os dados apresentados, observa-se que há uma concentração maior de ocupados em algumas ACTs. Mesmo com a aplicação de um nível de atendimento ao turista, as atividades de alimentação e alojamento são responsáveis por quase 70% das ocupações formais, mesmo com coeficientes distintos entre elas.

A aplicação do coeficiente tende a gerar um resultado mais objetivo da mão de obra

ocupada no turismo. A ACT de alojamento tem um coeficiente médio de 62,5, ou seja: para cada 100 ocupados nesses estabelecimentos, 62,5 tem relação com o consumo turístico. Na ACT de alimentação essa proporção é bem menor e seu nível médio fica em 23,6. As duas atividades permanecem como destaque na geração de empregos em MT.

Desta forma, as atividades de alimentação e alojamento são as que possuem o maior número de ocupados, mas também são as que apresentaram as menores remunerações ano a ano. Isto pode ser compreendido pela quantidade de postos de trabalho de menor qualificação técnica que estas ACTs empregam, como garçom, camareira, ajudante de cozinha, auxiliar de limpeza, mas que são fundamentais para o setor.

Estas ACTs (alimentação e alojamento) ainda concentram a maior parte de trabalhadores do gênero feminino, que ao cruzarmos os resultados com a remuneração média, seguem a tendência das demais atividades, com o gênero masculino com a maior média: 55,2% em alimentação e 57,0% em alojamento. A única ACT que o gênero feminino tem média salarial maior é a de agência de viagem, com 51,2%.

Nas atividades de transportes a diferença é bem maior em comparação às demais. Em transporte terrestre o gênero masculino tem média salarial de 60,4% e o aéreo 61,3%. Nesses dois casos a diferença, também, é muito superior o quantitativo de trabalhadores do gênero masculino.

A ACT de transporte aéreo concentra as maiores remunerações; na comparação com a de alimentação no perfil de estabelecimentos de 10 a 99 empregados, o valor médio é o dobro em todo o período. Nesta está também o maior salário médio entre todas as ACTs, que foi em 2018 no perfil de estabelecimento de 100 a 499 empregados, tendo a média de R\$ 3.304,09. Dessa maneira, constata-se que o gênero masculino domina as atividades de transporte, em quantidade de ocupação e em valor médio salarial.

Dentre as atividades de transporte, o aéreo é que possui o maior coeficiente de atendimento ao turista com 78,1; seguido pelo aquaviário com 25,2 e o terrestre, 20,6. Uma característica do transporte aquaviário é que há uma variação elevada no decorrer dos meses: dezembro, 9,5; junho e julho, 34,9. Os meses de junho e julho estão no período de alta temporada para pesca esportiva e ecoturismo em MT, segmentos que possui uma taxa elevada no uso desse tipo de transporte.

O setor de transporte é fundamental para o desenvolvimento do turismo, em razão da necessidade de locomoção dos visitantes. Mato Grosso possui uma das menores densidades

demográficas do país e, com isso, os fatores locomoção e acesso devem ser prioridades dentro das políticas públicas.

Contudo, as ACTs que tiveram maior queda no número de estabelecimentos foram as de transportes. A de transporte aéreo foi quem teve o maior impacto negativo, com 27,7%; o aquaviário caiu 17,4% em participação. As empresas de transporte terrestre ficaram estáveis no período, 0,3%. Os estabelecimentos com melhores participações foram aluguel de transportes, com 34,4%; agência de viagem, 16,4%; e alimentação, 10,9%.

Verifica-se que as maiores quedas em número de estabelecimentos ficaram concentradas em atividades que possuem menor participação, tanto em ocupação quanto em número de empresas. A taxa média de crescimento das maiores empregadoras do setor (alojamento e alimentação) ficou acima de 8%.

Outro aspecto a ser levado em consideração é a alta taxa de estabelecimentos sem empregados registrados. São mais de 57% de empresas que não possuem ocupados formais; seguido por 25,0% de estabelecimentos que empregarem até 04 trabalhadores; e outros 9,8% que empregam de 5 a 9 trabalhadores. A soma dessas empresas consideradas micro e pequenas, em sua maioria, levanta um indicativo que o mercado turístico necessita de programas de incentivos para ocupação formal, o que pode contribuir para redução da informalidade e das contratações temporárias.

A rotatividade nas ocupações do turismo é considerada elevada, uma vez que a média de ocupações com menos de 12 meses no emprego no período analisado é superior a 45%.

A atual reforma trabalhista instituiu o trabalho intermitente, que mesmo tendo a subordinação na prestação de serviços, não é contínua, ocorrendo alternância de períodos de trabalho e inatividade, que pode ser em horas, dias ou meses, o que impactou diretamente as atividades do turismo.

Nas atividades consideradas núcleo da ACTs, o transporte aéreo se destaca por possuir 37,4% dos ocupados no grupo de 60 meses ou mais de tempo de emprego; em alojamento, a grande maioria (41,8%) se concentra no grupo com menos de 12 meses, e apenas 16,6% estão no grupo de ocupados com 60 meses ou mais; agência de viagem segue a mesma lógica de alojamento, 41,3% com menos de 12 meses de ocupação. Esses dados tiveram como base o ano de 2018.

Como observado anteriormente, a baixa remuneração de algumas atividades e a intensa jornada são fatores que contribuem para essa alta rotatividade. Uma das

características das atividades turísticas é que a produção e consumo são simultâneos, o que torna cada produto uma experiência única para cada visitante, aspectos que se tornam complexos a sua execução, especialmente aos trabalhadores dos setores de atendimento ao turista.

Em relação ao nível de instrução dos ocupados e a remuneração média, o cruzamento de dados mostra que a instrução “superior completo” é a que possui a melhor média salarial, exceto na atividade de transporte aéreo, que “ensino médio e superior incompleto” se sobressai sobre as demais.

Portanto, é evidente que a escolaridade tem relação direta com o nível de renda do trabalhador, uma vez que as pessoas com nível superior recebem melhores salários em praticamente todas as ACTs. A exceção desse quesito é somente a ACT de transporte aéreo, mas que também exige um nível de qualificação técnica de seus trabalhadores e justifica sua média salarial elevada.

Observa-se que a qualificação profissional está dentre as maiores deficiências do setor de turismo no estado. Este aspecto tem efeito direto no aumento da demanda turística, consequentemente, no crescimento e valorização das ocupações.

Assim, os poucos programas de qualificação oferecidos pelo poder público em Mato Grosso não suprem a demanda que o mercado possui, e influencia na baixa qualidade dos produtos turísticos. Este aspecto se torna vital num mercado competitivo com produtos melhores avaliados e mais acessíveis, tanto em nível nacional e internacional.

Em síntese, a análise dos dados e apontamentos realizados nesta pesquisa podem contribuir para o desenvolvimento de políticas públicas de turismo em Mato Grosso, importantes na geração de emprego e renda.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise do desenvolvimento das ocupações no turismo se torna necessária como forma de compreender esse complexo mercado de trabalho. A geração de empregos requer esforços de toda a sua estrutura sistêmica, que envolve não somente a atuação das Atividades Características do Turismo (ACTs), mas principalmente seu fomento por meio das políticas públicas.

Como consequência disso, esta pesquisa constata como válida a hipótese aqui produzida de que os investimentos públicos poderiam contribuir para o desenvolvimento da atividade turística, refletindo na geração de empregos, mesmo com uma priorização daqueles ao setor do agronegócio no estado.

Observa-se que os períodos de maior saldo de empregos nas ACTs (2014 e 2015) foram os respectivos anos que sucederam os maiores investimentos públicos para o setor, com grande parte desses recursos destinados a projetos de infraestrutura básica e turística.

As obras de infraestrutura focaram, principalmente, nos meios de acesso aos municípios com produtos turísticos ou de potencial de maior relevância, apesar de alguns projetos terem sido fruto de escolhas estritamente políticas. Todavia, esse foco contribuiu para uma melhoria substancial nos destinos e, conseqüentemente, favoreceu a criação de novos produtos pela crescente demanda de visitantes.

Vale lembrar que a ampliação e recuperação nos acessos rodoviários em um estado de dimensões nacionais como Mato Grosso beneficia todos os segmentos que dependem do transporte terrestre, tanto para produção quanto para a comercialização de produtos e serviços.

O agronegócio é um dos setores que mais utilizam da infraestrutura rodoviária. É importante destacar que o agro possui uma cadeia produtiva extensa e é destaque na geração de empregos em MT, especialmente os indiretos e de efeito-renda. Contudo, possui baixa intensidade na contratação de mão de obra direta pela atividade primária em comparação ao volume que é produzido; além de ser temporal, de acordo com os períodos de plantio e colheita das safras.

Ainda assim, deve-se repensar a priorização dada a um setor que ocupa grandes extensões de terras e gera um alto passivo ambiental. Esse passivo é evidenciado com o desmatamento acelerado em áreas importantes ao equilíbrio ecológico dos biomas; no uso indiscriminado de agrotóxicos e fertilizantes que contaminam o solo, o ar e a água; no uso excessivo de recursos hídricos que esgotam os mananciais; na degradação do solo com técnicas de cultivos inapropriadas, entre outras causas.

O que se espera com a diversificação dos setores produtivos, inclusive com incentivos fiscais, tributários e recursos para financiamento, é que se reduza a injustiça fiscal que ocorre no estado e que penaliza segmentos que já são penalizados pelos baixos investimentos públicos.

Mato Grosso tem papel estratégico no equilíbrio da balança comercial e no PIB do país, justamente por causa do agronegócio. Porém, o estado precisa aproveitar esse atual protagonismo e desenvolver outras atividades de maior rendimento. Essa mudança pode contribuir para o avanço de atividades de menor impacto ambiental e melhor distribuição de renda, como as atividades do setor de serviços, que atualmente são as que mais empregam no país.

As premissas de sustentabilidade devem estar atreladas ao planejamento de qualquer atividade. O turismo no estado é baseado majoritariamente em áreas naturais e isso requer um planejamento pautado em princípios sustentáveis, mitigando os impactos negativos e potencializando os positivos.

As unidades de conservação devem receber uma atenção distinta. O interesse pela biodiversidade dos biomas aqui presentes pode contribuir para uma demanda maior de turistas, e ser uma estratégia para o desenvolvimento do setor. Mas isso requer uma política de estruturação dessas áreas, que ainda sofrem com pouca estrutura específica para o turismo, além das ações antrópicas de degradação ambiental.

O Governo de Mato Grosso deu um passo importante na adesão à Parceria para Ação pela Economia Verde (PAGE) da Organização das Nações Unidas (ONU). Os produtos de turismo sustentável criados nesse programa podem contribuir para a adoção de normas, esquemas de certificação e boas práticas de sustentabilidade, tanto para as empresas quanto para o poder público. Esse programa tornou-se uma oportunidade para empresas e instituições conhecerem e adotarem mudanças sustentáveis na prática de atividades turísticas com a chancela de agências da ONU.

Os desafios dos gestores públicos em conduzir a atividade turística requerem a compreensão do funcionamento de sua estrutura sistêmica. Em grande parte dos municípios de MT as pastas de turismo possuem deficiências técnica e orçamentária que tornam a tarefa ainda mais complexa. Alguns gestores associam o turismo somente como uma atividade relacionada ao lazer e o posicionam de maneira equivocada e subaproveitada.

Acredita-se que outros fatores contribuem para essas deficiências nas gestões municipais, tais como o baixo volume de repasses de recursos financeiros pelo Estado. Nos últimos seis anos os repasses se concentraram, em sua grande maioria, em emendas

parlamentares destinadas a eventos locais ou regionais, basicamente ligados ao lazer e entretenimento da população.

Dentre as formas de transferências de recursos, cita-se os editais de chamamento público como um mecanismo efetivo de fomento ao setor; pois seria uma possibilidade de destinar recursos a seleção de propostas para o desenvolvimento de ações de planejamento, qualificação ou promoção do turismo, priorizando municípios e entidades pela capacidade técnica. Este instrumento também, possui maior transparência e um melhor nível na distribuição dos recursos públicos.

Dentro desse cenário, o Programa de Regionalização do Turismo (PRT), como foco no planejamento coordenado e participativo, integrando os diferentes atores públicos, privados e da sociedade civil organizada, torna-se fundamental no processo de evolução das gestões municipal e regional na implementação das políticas públicas.

As Instâncias de Governança Regional (IGR's) são exemplos bem-sucedidos de descentralização do turismo no país. Estados como Minas Gerais e Paraná já estão mais avançados na implementação da regionalização. Como consequência, há um nível maior de organização na gestão do turismo e uma diversidade maior em produtos turísticos competitivos para mercado nacional e internacional.

A partir dessa integração se fortalece o Conselho Municipal de Turismo (COMTUR), uma das obrigadoriedades do PRT, que pauta a discussão dos problemas e soluções locais com os diferentes grupos envolvidos com a atividade. Entretanto, observa-se que poucos conselhos têm papel central nas decisões do setor.

Nessa mesma ótica, o Conselho Estadual de Turismo (CEDTUR) tornou-se o órgão consultivo e deliberativo com representatividade das principais associações e sindicatos, mas que se assemelha aos conselhos municipais do estado devido ao baixo poder decisório na política de turismo estadual.

A necessidade de organização das estruturas de planejamento demonstra o interesse em transformar a atividade como prioritária. Destaca-se esse avanço dentro do órgão oficial de turismo em MT com a realização do concurso público em 2010, e com o ingresso de novos profissionais de várias áreas, especialmente de turismólogos.

O fortalecimento técnico e institucional é fundamental para o setor. Comprovação disso é que alguns programas e ações tiveram um impulso maior após 2015, a partir da criação da Coordenadoria de Pesquisa e Planejamento do Turismo, o PRT como programa de

descentralização e a sistematização de dados e informações turísticas, alcançaram melhores resultados.

As deficiências na sistematização de dados da atividade é uma tarefa que demanda investimentos. A criação do Observatório do Desenvolvimento de Mato Grosso em maio de 2020, estrutura ligada ao gabinete do secretário de desenvolvimento econômico, caminha para uma maior atenção pela sua representatividade. A partir disso, os investimentos em pesquisa poderão colaborar para a concepção de novos indicadores de desempenho e preencher uma lacuna reprimida de dados primários.

Todavia, os recursos orçamentários destinados a Secretaria Adjunta de Turismo ainda são insuficientes para contemplar todas as áreas que demandam investimentos. O setor de qualificação foi um dos que menos tiveram orçamento no período de análise da pesquisa.

Vale lembrar que a relação entre qualificação e rendimento nas ocupações é evidenciada pelos dados aqui expostos. Assim, torna-se essencial uma política de qualificação e capacitação da mão de obra, potencializando a geração de emprego e renda nas suas diversas atividades. Esses investimentos poderão ainda incrementar mudanças no mercado de trabalho, inclusive na competitividade e inovação dos destinos.

A pesquisa apontou que a remuneração média nas ACTs é maior quando há um maior nível de instrução dos empregados, exceto na atividade de transporte aéreo, na qual os maiores salários estão concentrados no nível ensino médio e superior incompleto. Contudo, é importante destacar que a ACT transporte aéreo requer uma maior qualificação técnica pela condição de exigência da atividade.

Nota-se que houve uma elevação no nível de instrução dos trabalhadores no período de 2012 a 2018. As faixas de menor escolaridade tiveram quedas e as de maior nível elevaram sua participação. Essas variações positivas refletem nos salários dos ocupados, mesmo que ainda mais de 70% estejam concentrados nos níveis de ensino médio completo ou superior incompleto.

Uma outra característica identificada é a quantidade de ACTs em relação ao tamanho do município. A maioria estão centralizados na capital do estado e demais cidades de médio porte, mais populosas.

Contudo, algumas cidades menores se destacam pelo número de prestadores de serviços turísticos que possuem. Chapada dos Guimarães, com 19 mil habitantes e com foco no ecoturismo, finalizou 2018 com 49 meios de hospedagem. Já Sinop tem praticamente o mesmo

número de hospedagens (48) e possui mais de 146 mil habitantes, com o turismo de negócios e eventos como principal segmento.

A evolução na renda das classes no Brasil, desde o início dos anos 2000 até meados de 2014, além de contribuir para o acesso de milhares de pessoas ao sistema financeiro, proporcionou um aumento no número de viagens e o crescimento do turismo. Consequentemente provocou uma melhora nas ocupações e na renda do trabalhador do setor.

Os dados analisados neste trabalho demonstram que o turismo necessita de uma política coesa e efetiva que o torne referência em Mato Grosso. Enquanto a variação média de ocupações na economia do estado foi de 2,5% no período de 2012 a 2018, as ACTs tiveram uma variação média de 21,2%, o que mostra uma elevação considerável em comparação as demais, mesmo com uma baixa participação diante outros setores.

A partir das informações aqui apresentadas constata-se que os objetivos propostos neste estudo foram atingidos. Os empregos das ACTs foram contextualizados de maneira adequada para compreensão do setor; o estudo sobre as políticas públicas em Mato Grosso trouxe um panorama da estrutura pública e a atuação das pastas de turismo durante o período de 2012 a 2018; e a análise dos resultados dos empregos nas ACTs, feita com base nos dados do SIMT, possibilitou alguns cruzamentos e considerações importantes para o entendimento desse mercado de trabalho.

Entretanto, vale destacar que os dados das ocupações das ACTs de 2019 e do ICMS de atividades do turismo de 2012 a 2020 foram publicados no final da escrita desse trabalho. Essa divulgação tardia dificultou a inserção de ambos os dados, mas que reforçam os argumentos apresentados na pesquisa e que merecem novos estudos.

Reforça-se que as políticas públicas de turismo devem ser concebidas de forma participativa, como indicam as pesquisas e obras que tratam do assunto, assim como os instrumentos legais do PRT. A integração dos atores que compõem o sistema turístico no direcionamento das políticas públicas se faz necessário e pode demonstrar sua força como atividade capaz de transformar a realidade dos municípios de Mato Grosso.

Logo, a importância desta pesquisa como referencial sobre as ocupações formais no turismo pode desencadear outros estudos que aprofundem no tema. O mercado de trabalho no turismo trata-se de um campo aberto para novas pesquisas que possam investigar os empregos informais do setor, e pode inclusive, mostrar uma delimitação maior pela renda dos trabalhadores.

Desse modo, o processo de indução no turismo por formas e ações externas que

interferem no processo de desenvolvimento local, especialmente em comunidades tradicionais, transforma a atividade turística numa das mais importantes atividades socioeconômicas no mundo.

REFERÊNCIAS

- ANA. Agência Nacional de Águas (Brasil). **Levantamento da Agricultura Irrigada por Pivôs Centrais no Brasil - 2014**: relatório síntese / Agência Nacional de Águas. Brasília: ANA, 2016. 33 p.: il.
- ALDRIGUI, Mariana. **Turismo e os setores da economia**. 21 de set. 2018. Disponível em: <https://medium.com/@marialdrigui/turismo-e-os-setores-da-economia-4941063dbaa>
9. Acesso em: 08 jul. 2020.
- ALBANO, Cícero José; VASCONCELOS, Eliane Carvalho de. Análise de casos de pesca esportiva no Brasil e propostas de gestão ambiental para o setor. **Revista Brasileira de Ciências Ambientais**. N. 28, p. 77-89, Jun. de 2013.
- ANSARAH, Marília G. dos Reis; PANOSSO NETTO, Alexandre. A segmentação dos mercados como objeto de estudo do turismo. In RUSCHMANN, Doris van de Meene; TOMELIN, Carlos Alberto. (Orgs.). **Turismo, ensino e práticas interdisciplinares**. Barueri, SP: Manole, 2013.
- ARAÚJO, Cíntia Möller; TASCHNER, Gisela. Turismo e políticas públicas no Brasil. In BENI, Mario (org.) **Turismo: planejamento estratégico e capacidade de gestão – desenvolvimento regional, rede de produção e clusters**. Barueri, SP: Manole, 2012.
- AZEVEDO, Andréa Aguiar; PASQUIS, Richard. Da abundância do agronegócio à Caixa de Pandora ambiental: a retórica do desenvolvimento (in) sustentável do Mato Grosso (Brasil). **Revista Internacional de Desenvolvimento Local**. Vol. 8, N. 2, p. 183-191, Set. 2007.
- BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Calculadora do cidadão**. Disponível em: <https://www3.bcb.gov.br/CALCIDADA0/publico/exibirFormCorrecaoValores.do?method=exibirFormCorrecaoValores&aba=1>. Acesso em: 07 jul. 2021.
- BARBOSA, Andyara Lima. Relações organizacionais para o desenvolvimento regional do turismo. In BENI, Mario (org.) **Turismo: planejamento estratégico e capacidade de gestão – desenvolvimento regional, rede de produção e clusters**. Barueri, SP: Manole, 2012.
- BARBOSA, Luiz Gustavo Medeiros (Org.). **Estudo de competitividade de produtos turísticos**. Brasília: SEBRAE, 2011. 56p.
- BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 3ª ed. São Paulo, SP: Editora Senac São Paulo, 2000.
- BOITEUX, Bayard do Coutto; WERNER, Maurício. **Introdução ao estudo do turismo**. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier, 2009.
- BOULLÓN, Roberto C. **Planejamento do espaço turístico**. Tradução Josely Vianna Baptista. Bauru, SP: EDUSC, 2002.
- BRAGA, Hilda Maria C. B. **Metodologia do trabalho científico**: procedimentos básicos de investigação, elaboração de trabalhos acadêmicos e publicações. São Paulo: Laços, 2015.

BRASIL. **Consolidação das Leis do Trabalho**. Decreto-Lei nº 5.442, de 01.mai.1943. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del5452.htm. Acesso em: 05 abr. 2021.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Diretrizes para o desenvolvimento do turismo rural**. Coordenação Geral de Segmentação do Turismo. Brasília, DF: Ministério do Turismo, [2004?], 40p.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo rural**: orientações básicas. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação-Geral de Segmentação. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2008, 53p.

_____. Ministério do Turismo. **Segmentação do turismo e o mercado**. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação-Geral de Segmentação. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2010a, 170p.

_____. Ministério do Turismo. **Turismo de pesca**: orientações básicas. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação-Geral de Segmentação. 2.ed. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2010b, 58 p.

_____. Ministério do Turismo. **Turismo de negócios e eventos**: orientações básicas. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação-Geral de Segmentação. 2.ed. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2010c, 61 p.

_____. Ministério do Turismo. **Turismo de sol e praia**: orientações básicas. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação-Geral de Segmentação. 2.ed. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2010d, 59 p.

_____. Ministério do Turismo. **Diretrizes nacionais para qualificação em turismo**. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2015, 40 p.

_____. Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo**. Secretaria Nacional de Estruturação do Turismo, 2013. Disponível em: <http://regionalizacao.turismo.gov.br/>. Acesso em: 19 ago. 2020.

_____. Ministério do Turismo. **Orçamento do Fungetur cresce 285% em 2019**, setembro de 2018. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/11910-or%C3%A7amento-do-fungetur-cresce-285-em-2019.html>. Acesso em: 16 out. 2020.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Resumo do Plano Safra 2019/2020**, junho de 2019. Disponível em: https://www.gov.br/agricultura/pt-br/plano-safra-2019-2020/doc/copy2_of_folderweb.pdf. Acesso em: 16 out. 2020.

BRASIL. Comércio Exterior. **Balança comercial registra superávit de US\$ 6,6 bilhões em agosto**, setembro de 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/noticias/financas-impostos-e-gestao-publica/2020/09/balanca-comercial-registra-superavit-de-us-6-6-bilhoes-emagosto#:~:text=Previs%C3%A3o%20saldo%202020,de%202019%E2%80%9D%2C%20disse%20Brand%C3%A3o>. Acesso em: 19 out. 2020.

CAPELLA, Ana Cláudia Niedhardt. **Formulação de Políticas Públicas**. Brasília, DF: ENAP, 2018.

COMPRE RURAL, Portal de conteúdo rural. **Top 10 municípios com maiores rebanhos de gado do Brasil**. 16 abr. 2019. Disponível em: <https://www.comprerural.com/top-10-municipios-com-maiores-rebanhos-de-gado-do-brasil/>. Acesso em: 25 jun. 2020.

CORIOLOANO, Luzia Neide M. T.. Turismo: prática social de apropriação e de dominação de territórios. In: LEMOS, Amália I. G.; ARROYO, Mônica; SILVEIRA, Maria Laura. **América Latina: cidade, campo e turismo**. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, San Pablo, Diciembre de 2006. Disponível em: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/edicion/lemos/21coriol.pdf>. Acesso em 19 jun. 2020.

DIAS, Sonia Maria Kohler. Leis de mercado: indicadores econômicos e previsões para o desenvolvimento turístico. In RUSCHMANN, Doris van de Meene; TOMELIN, Carlos Alberto. (Orgs.). **Turismo, ensino e práticas interdisciplinares**. Barueri, SP: Manole, 2013.

EMBRAPA, Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária. **Dados econômicos**, jun. 2019. Disponível em: <https://www.embrapa.br/soja/cultivos/soja1/dados-economicos>. Acesso em: 25 jun. 2020.

FERNANDES, Florestan. **Sociedade de classes e subdesenvolvimento**. 2ª ed., Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1972.

FGV PROJETOS. **Impacto econômico do COVID-19**: propostas para o turismo brasileiro. Rio de Janeiro, RJ: abril de 2020, 25p.

FIGUEIREDO, Margarida Garcia de. **Agricultura e estrutura produtiva do estado do Mato Grosso**: uma análise insumo-produto. 2003. 188f. Dissertação (Mestrado em Ciências – Economia Aplicada) Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz – ESALQ, Universidade de São Paulo, Piracicaba, 2003.

FIPLAN, Sistema Integrado de Planejamento, Contabilidade e Finanças do Estado de Mato Grosso. **Plano de Trabalho Anual – PTA**. Disponível em: <https://www.fiplan.mt.gov.br/Fiplan.jsp>. Acesso em: 02 set. 2020.

FMI, Fundo Monetário Internacional. **Investimento público para recuperação**, 05 out. 2020. Disponível em: <https://www.imf.org/pt/News/Articles/2020/10/05/blog-public-investment-for-the-recovery>. Acesso em: 06 jul. 2021.

GASTAL, Suzana de Araújo. **O olhar do turismo sobre a Serra Gaúcha**. Caxias do Sul, RS: EDUCS, 2012.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ª ed., São Paulo: Atlas, 2002.

GIOVANNI, Geraldo di. **As estruturas elementares das políticas públicas**. Núcleo de Estudos de Políticas Públicas – NEPP, Caderno de Pesquisa nº 82, 2009.

GÓMEZ, Maria C. Otero; PÉREZ, Wilson Giraldo. O turismo cultural em Villavicencio, Colômbia. In PANOSSO NETTO, Alexandre; TRIGO, Luiz G. Godoy. (Orgs.). **Turismo na América Latina: casos de sucesso**. Assis, SP: Triunfal Gráfica e Editora, 2016.

HENZ, Aline Patrícia; LEITE, Fabiana Calçada de Lamare; ANJOS, Francisco Antônio dos. Refletindo as políticas públicas para o turismo: uma retrospectiva brasileira desde a década de 60. In: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL, 6º, 2010, Caxias do Sul. **Anais do VI Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul: Saberes e fazeres do turismo: interface**. 2010, Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul, 2010.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia E Estatística. **IBGE Cidades**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mt/panorama>. Acesso em: 18 ago. 2020.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia E Estatística. **IBGE Cidades e Estados**. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/mt.html>. Acesso em: 08 abr. 2020.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Produção agrícola municipal**. Disponível em: https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/agricultura-e-pecuaria/9117-producao-agricola-municipal-culturas-temporariasepermanentes.html?t=destaques&utm_source=landing&utm_medium=explica&utm_campaign=pib. Acesso em: 18 ago. 2020.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Diretoria de Pesquisas: Coordenação de Contas Nacionais**, 2017. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br>. Acesso em: 30 nov. 2020.

_____. **IBGE disponibiliza versão 2.3 das subclasses da Classificação Nacional de Atividades Econômicas**. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/novo-portal-destaques/23506-ibge-disponibiliza-versao-2-3-das-subclasses-da-classificacao-nacional-de-atividadeseconomicas.html#:~:text=A%20CNAE%2DSubclasses%20%C3%A9%20uma,%20C%20grupos%20classes%20e%20subclasses.&text=A%20defini%C3%A7%C3%A3o%20das%20subclasses%20leva,mais%20particularizada%20da%20atividade%20econ%C3%B4mica>. Acesso em: 08 mar. 2021.

IPEA, Instituto de Pesquisa Econômica e Aplicada. **Proposta metodológica para a produção de indicadores correntes sobre o mercado de trabalho no setor turismo, por meio de fontes secundárias de cobertura nacional**. Brasília, DF: 2004, 28p.

IPEA, Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. **Relatório com as estimativas da caracterização da ocupação formal e informal do turismo, com base nos dados da RAIS* e da PNAD** 2013**, para o Brasil e regiões. Produto 5: Termo de execução descentralizada nº 01/2014 (Ministério do Turismo / IPEA). Brasília, DF: 2015, 50p.

IPEA, Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. **Extrator de dados**. Disponível em: <http://extrator.ipea.gov.br/>. Acesso em: 23 nov. 2020.

ICV, Instituto Centro de Vida. **Análise do desmatamento em Mato Grosso (Prodes/2017)**. Infográfico, out. 2017.

IMEA, Instituto Mato-Grossense de Economia Agropecuária. **Valor bruto da produção agropecuária de Mato Grosso**, jun. 2020. Disponível em: <http://www.imea.com.br/imea-site/>. Acesso em: 18 ago. 2020.

INSTITUTO RUI BARBOSA. **Impactos financeiros da Lei Kandir**: relatório técnico. (Tribunal de Contas do Estado do Pará). Belém, PA, 2019, 62 p.

JESUS, Jorge Miguel C. Ribeiro de. A economia de John Maynard Keynes: uma pequena introdução. **Textos de Economia**, Florianópolis, 14, n.1, p.118-137, jan./jun.2011.

LOHMANN, Guilherme; PANOSSO NETTO, Alexandre. **Teoria do turismo**: conceitos, modelos e sistemas. 2ª ed. ampl. e atual. São Paulo, SP: Aleph, 2012. (Série Turismo).

LUCIO, Geraldo Donizeti. **Turismo no meio rural de Mato Grosso**. Cuiabá, MT: Gráfica Sereia, [2009].

MATO GROSSO. **Cenários econômicos do estado e Mato Grosso**. Secretaria de Estado de Planejamento e Gestão, Cuiabá, MT, mar. 2019.

MATO GROSSO. **Planejamento estratégico de competitividade turística para o estado de Mato Grosso**, 2017.

_____. Lei nº 8.409, de 27 de dezembro de 2005. **Cria o Fundo Estadual de Desenvolvimento do Turismo - FUNTUR e dá outras providências**. Cuiabá, MT, dez. 2005.

_____. Lei nº 10.183, de 18 de novembro de 2014. **Dispõe sobre a Política Estadual do Turismo e dá outras providências**. Cuiabá, MT, nov. 2014.

_____. Lei nº 10.396, de 20 de abril de 2016. **Dispõe sobre o Conselho Estadual de Desenvolvimento do Turismo CEDTUR no âmbito da Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico - SEDEC e dá outras providências**. Cuiabá, MT, abril. 2016.

MAPA DO TURISMO. **Sistema do mapa do turismo 2019/2021**. Disponível em: <http://www.mapa.turismo.gov.br/mapa/init.html#/home>. Acesso em: 19 ago. 2020.

MARINHA DO BRASIL, Agência Fluvial de Cáceres. **Mapa de entrada e saída de barcos-hotéis de Cáceres**: 2019. 18 de fev. 2020.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MARTINS, Gilberto de Andrade; THEÓPHILO, Carlos Renato. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. São Paulo: Atlas, 2007.

NAJBERG, Sheila; IKEDA, Marcelo. **Modelo de geração de emprego**: metodologia e

resultados. Rio de Janeiro: Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social, 1999, 60 p. (Textos para discussão: 72).

NASCIMENTO, Alani P. Paula do; FIGUEIREDO, Adriano Marcos R.; MIRANDA, Pamela R. Dimensão do PIB do agronegócio na economia de Mato Grosso. **Ensaios FEE**, Porto Alegre, v. 38, n. 4, p. 903-930, mar. 2018.

NOVAES, Marlene Huebes. Desenvolvimento do turismo no espaço rural. **Revista Multitemas**, nº 18, nov. 2000. Disponível em: <https://www.multitemas.ucdb.br/multitemas/issue/view/82>. Acesso em: 26 jun. 2020.

NOVAES, Marlene Huebes; CYRILLO, Marina Wöhlke; TOMASULO, Simone Batista. Planejamento e organização do turismo: o plano turístico. In RUSCHMANN, Doris van de Meene; TOMELIN, Carlos Alberto. (Orgs.). **Turismo, ensino e práticas interdisciplinares**. Barueri, SP: Manole, 2013.

PANOSSO NETTO, Alexandre. **Filosofia do turismo: teoria e epistemologia**. São Paulo: Aleph, 2005.

PINHEIRO, Mirian Teresinha. Valorização do patrimônio histórico-cultural: uma perspectiva sustentável para o desenvolvimento turístico. In RUSCHMANN, Doris van de Meene; TOMELIN, Carlos Alberto. (Orgs.). **Turismo, ensino e práticas interdisciplinares**. Barueri, SP: Manole, 2013.

PIRES, Paulo dos Santos. Sustentabilidade: dimensão ambiental. In BENI, Mario (org.) **Turismo: planejamento estratégico e capacidade de gestão – desenvolvimento regional, rede de produção e clusters**. Barueri, SP: Manole, 2012.

PIRES, Paulo dos Santos; RAMOS, Marcelo Valente. Ecoturismo e turismo de aventura: vivências da aprendizagem. In RUSCHMANN, Doris van de Meene; TOMELIN, Carlos Alberto. (Orgs.). **Turismo, ensino e práticas interdisciplinares**. Barueri, SP: Manole, 2013.

RUECKERT, Rachel Aparecida de O. **A dinâmica socioespacial das atividades características do turismo – ACTs**, no Estado de Santa Catarina. 2014. 302f. Tese (Doutorado em Geografia) – Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2014.

SABINO, José; ANDRADE, Luciana Paes de; BESSA, Eduardo. Ecoturismo: valorizar a natureza para gerar negócios sustentáveis e renda. In SABINO, José (Org.). **Ecoturismo: nas trilhas da biodiversidade brasileira**. Edição Natureza em Foco. Coedição: SEBRAE, Campo Grande, MS, 2012.

SAKOWSKI, Patrícia A. Morita. **Aspectos metodológicos do sistema integrado de informações sobre o mercado de trabalho no setor de turismo**. Texto para discussão, nº 1842, Instituto de Pesquisa Econômica e Aplicada – IPEA, Rio de Janeiro, RJ, 2013.

SAKOWSKI, Patrícia A. Morita. **Mensurando o emprego no setor turismo no Brasil: do nível nacional ao regional e local**. Texto para discussão, nº 2073, Instituto de Pesquisa Econômica e Aplicada – IPEA, Brasília, DF, 2015.

SANTOS, Glauber E. de Oliveira. Economia e turismo na América Latina e Caribe. In NETTO, Alexandre Panosso; TRIGO, Luiz G. Godoy. (Orgs.). **Turismo na América Latina: casos de sucesso**. Assis, SP: Triunfal Gráfica e Editora, 2016.

SARAVIA, Enrique. Introdução à Teoria da Política Pública. In SARAVIA, Enrique; FERRAREZI, Elisabete. (Org.). **Políticas Públicas**. Brasília, DF: ENAP, 2006.

SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas. **Boletim de Inteligência**, Dez 2015. Disponível em: [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/fc664c6f5670e0c36bd14c8831dc659a/\\$File/5848.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/fc664c6f5670e0c36bd14c8831dc659a/$File/5848.pdf). Acesso em: 05 ago. 2020.

SEDEC, Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico – MT. **Observatório do Desenvolvimento**. Disponível em: <http://www.sedec.mt.gov.br/-/13873091-turismo-em-numeros>. Acesso em: 01 set. 2020.

SEDEC, Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico – MT. **Mapa das regiões turísticas de Mato Grosso**, 2019.

SEDTUR, Secretaria de Estado de Desenvolvimento do Turismo – MT. **Mapa dos polos turísticos de Mato Grosso**, 2012.

SEMA, Secretaria de Estado de Meio Ambiente – MT. **Coordenadoria de Unidades de Conservação**, dez. 2015. Disponível em: http://www.sema.mt.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=53&Itemid=99. Acesso em: 18 ago. 2020.

SILVA, Eliane Inácio da; LIMA, Ismar Borges de. O potencial econômico e turístico da pesca esportiva na Amazônia setentrional. **Revista Brasileira de Ecoturismo**, São Paulo, v.7, n.4, nov2014-jan 2015, pp.779-803.

TAKASAGO, Milene *et al.* O potencial criador de emprego e renda no turismo no Brasil. **Pesquisa e planejamento econômico – PPE**, v. 40, n. 3, dez. 2010.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **A sociedade pós-industrial e o profissional em turismo**. 7ª ed. Campinas, SP: Papyrus, 1998. (Coleção Turismo).

ULATE, Aurora Hernández; CRUZ, Juan Carlos Picón. Áreas silvestres protegidas e ecoturismo na Costa Rica. In PANOSSO NETTO, Alexandre; TRIGO, Luiz G. Godoy. (Orgs.). **Turismo na América Latina: casos de sucesso**. Assis, SP: Triunfal Gráfica e Editora, 2016.

VILELA, Grazielle. Influência das Políticas Públicas na Competitividade das Micro e Pequenas Empresas – MPE da Cadeia Produtiva do Turismo. 2018, 125p. **Dissertação (Mestrado Profissional em Turismo)**, Universidade de Brasília, Brasília – DF, 2018.

WTTC, WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL. **Travel & tourism regional performance**, 2019. Disponível em: <https://wttc.org/>. Acesso em: 10 jun. 2020.