

---

## VALOR ADICIONADO DO TURISMO DE MINAS GERAIS: UM CÁLCULO COM OS COEFICIENTES DE ATENDIMENTO TURÍSTICO

*Caio César Soares Gonçalves*<sup>26</sup>

### **Resumo:**

Com o objetivo de estimar de Valor Adicionado (VA) do turismo do Estado de Minas Gerais, este artigo utiliza a nova base de dados das Contas Regionais 2010–2013 e emprega coeficientes de atendimento turístico para maior aproximação conceitual. Esse refinamento na distinção das atividades econômicas turísticas e não turísticas, permitiu identificar a obtenção da participação econômica do turismo no total da economia de Minas Gerais, em média, de 1,6%, uma trajetória de queda real de crescimento no período analisado e a relevância dos serviços de alimentação e transporte terrestre para o resultado final do setor.

**Palavras-chave:** Turismo, Valor Adicionado, Minas Gerais.

### **Abstract:**

In order to estimate the value added (VA) of the State of Minas Gerais tourism, this article uses the new database Regional Accounts 2010–2013 and employs tourist attendance coefficients for greater conceptual approach. This refinement in distinction of tourist and non-tourist activities, identified the achievement of economic tourism share in the total economy of Minas Gerais, on average, 1.6%, a path of real fall of growth in the period analyzed and the relevance of the food service and ground transportation to the final result of the sector.

**Keywords:** Tourism, Added Value, Minas Gerais.

---

<sup>26</sup> Pesquisador da Fundação João Pinheiro (FJP). Mestre em Economia Aplicada pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). E-mail: caio.goncalves@fjp.mg.gov.br.

---

## 1. INTRODUÇÃO

Este artigo tem como objetivo estimar o Valor Adicionado (VA) do turismo do Estado de Minas Gerais por meio da nova base de dados das Contas Regionais 2010-2013 e através do coeficiente de atendimento turístico que distingue as atividades econômicas turísticas e não turísticas.

Não há dúvidas sobre a importância do turismo principalmente quando se trata de economias locais. A literatura a respeito, como os estudos de Cassimiro Filho (2002) e Takasago *et al* (2010), apontaram a capacidade do turismo de desempenhar um papel relevante na geração de emprego e renda e, conseqüentemente, colaborar para redução de desigualdade e pobreza no país. No entanto, existem desafios no processo de quantificação da importância econômica através de agregados macroeconômicos desse conjunto de atividades tanto pelas especificidades do turismo quanto pela falta de disponibilidades de dados desagregados.

Por envolver um conjunto de atividades do setor de serviços que podem ou não serem oferecidas a turistas, as estatísticas do turismo enfrentam certo grau de dificuldade quando se trata de sua mensuração dada a clara necessidade de distinção do que realmente se trata de consumo turístico. Além disso, existe a necessidade de padronização das atividades que compõem o turismo para que exista comparabilidade das estatísticas geradas.

A classificação do que seriam as Atividades Características do Turismo (ACT) tornou-se o ponto inicial para sua delimitação e, assim, crucial para entender pelo menos como o grande conjunto de atividades que contem o turismo se comporta, mesmo podendo incorrer em erros de superestimação. Ao realizar o estudo sobre economia do turismo, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) (2012) listaram as ACT compatibilizando com a definição da Organização Mundial de Turismo (OMT). Esse conjunto de atividades está disposto, por exemplo, na Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) 2.0, de forma que seja possível compatibilizar essas atividades com outras classificações.

As novas séries do Sistema de Contas Nacionais e Regionais do IBGE que adotou o ano de 2010 como referência, além de incorporar revisão do manual de Contas Nacionais organizados pelos órgãos Organização das Nações Unidas (ONU), Fundo Monetário Internacional (FMI), Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) e Banco Mundial, permitiu a integração a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) 2.0, além de

---

outras alterações. Com isso, o nível de abertura das atividades, principalmente dos serviços, apresentou expansão. As atividades estão divulgadas em dezoito grupos (Agricultura, Pecuária, Silvicultura e pesca, Indústria extrativa mineral, Indústria da Transformação, Eletricidade, gás, água e esgoto, Construção Civil, Comércio, Serviços de transportes, armazenagem e correio, Alojamento e alimentação, Serviços de informação e comunicação, Serviços financeiros, Serviços imobiliários, Serviços prestados às empresas, Administração Pública, Saúde e educação mercantil, Serviços prestados às famílias e Serviços domésticos). Isso permite uma melhor análise do turismo nessa nova base. Contudo, como critério de desagregação utilizou-se a Pesquisa Anual de Serviços (PAS) dos anos de 2010 a 2013.

Adicionalmente, para melhor apuração do Valor Adicionado do Turismo é necessário a distinção das atividades turísticas das não turísticas. Por exemplo, é relevante saber o quanto do atendimento realizado pelos estabelecimentos do setor de alimentação ou de alojamento destinou-se a turistas. Para isso, empregaram-se os coeficientes de atendimentos a turistas do Sistema de Informações Integrado do Mercado de Trabalho no Setor Turismo (SIMT) do Instituto de Pesquisas Aplicadas (IPEA).

Dessa forma, esse artigo contribui para a literatura de mensuração das atividades turísticas, especificamente para o Estado de Minas Gerais que possui atrativos na área de turismo devido a sua riqueza histórica, cultural, gastronômica e polo de negócios.

Além dessa introdução, este artigo descreve na segunda seção a classificação de atividades econômicas do turismo adotada. A terceira seção apresenta os resultados do valor adicionado, os índices de volume e o deflator implícito calculados para o turismo de Minas Gerais de 2010 a 2013 e também contempla a desagregação do VA do turismo para oito setores que o compõem. A quarta seção finaliza com as conclusões desse trabalho.

## **2. ATIVIDADES CARACTERÍSTICAS DO TURISMO**

Na definição da Organização Mundial do Turismo (OMT), o turismo é um conjunto de atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e estadas em lugares distintos do seu entorno habitual, limitado por um período de até um ano, seja para fins de lazer ou negócios, seja por outros motivos não relacionados com o exercício de uma atividade remunerada no lugar visitado (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2012). Dessa forma, os visitantes ou turistas

---

são os indivíduos que realizam o deslocamento citado anteriormente e o gasto total de consumo efetuado pelo visitante durante ou decorrente de sua viagem e estada no lugar de destino.

Assim, sob a perspectiva da demanda, os produtos característicos do turismo são aqueles que deixariam de existir ou reduziriam na ausência de visitantes. Os chamados produtos conexos são aqueles que em determinado lugares são voltados ao turismo, porém em outros podem não ter relação com a atividade turística. Por fim, os produtos específicos englobam as duas categorias anteriores.

Para a classificação de uma atividade econômica como característica de turismo, utiliza-se a identificação por produtos classificados como característicos do turismo. A OMT desenvolveu a Classificação Internacional Uniforme das Atividades Turísticas (*Clasificación Internacional Uniforme de Actividades Turísticas - CIUAT*) para criar uniformidade nas comparações das estatísticas a nível internacional.

No Brasil, a classificação de atividades econômicas oficialmente adotada pelo Sistema Estatístico Nacional e pelos cadastros e registros da Administração Pública é a Classificação Nacional de Atividades Econômicas - CNAE. O IBGE, em seus estudos sobre o turismo no Brasil, compatibilizou as Atividades Características do Turismo com a CNAE na sua versão mais recente (2.0). O Sistema de Informações Integrado do Mercado de Trabalho no Setor Turismo (SIMT) do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) também apresenta sua classificação que será adotada nesse artigo. O quadro 01 resume essa classificação CNAE 2.0 em oito grupos de ACT.

Os grupos de ACT envolvem serviços prestados às famílias como alojamento, alimentação, cultura e lazer. Englobam também tipos de transporte como o terrestre, aquaviário e aéreo. Além de incluir atividades administrativas e complementares como os alugueis de transporte e as agências de viagem.

Quadro 1: Classificação das atividades características do turismo

| Grupo ACT             | Atividades CNAE 2.0   |
|-----------------------|---|
| Alojamento            | 55.10-8 – Hotéis e similares  |
|                       | 55.90-6 – Outros tipos de alojamento não especificados anteriormente  |
| Alimentação           | 56.11-2 – Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas   |
|                       | 56.12-1 – Serviços ambulantes de alimentação  |
| Transporte terrestre  | 49.23-0 – Transporte rodoviário de táxi   |
|                       | 49.22-1 – Transporte rodoviário coletivo de passageiros, com itinerário fixo, intermunicipal, interestadual e internacional                         |
|                       | 49.29-9 – Transporte rodoviário coletivo de passageiros, sob regime de fretamento, e outros transportes rodoviários não especificados anteriormente |
|                       | 49.50-7 – Trens turísticos, teleféricos e similares   |
| Transporte aquaviário | 50.11-4 – Transporte marítimo de cabotagem  |
|                       | 50.12-2 – Transporte marítimo de longo curso  |
|                       | 50.22-0 – Transporte por navegação interior de passageiros em linhas regulares  |
|                       | 50.91-2 – Transporte por navegação de travessia   |
|                       | 50.99-8 – Transporte aquaviário não especificado anteriormente  |
| Transporte aéreo      | 51.11-1 – Transporte aéreo de passageiros regular   |
|                       | 51.12-9 – Transporte aéreo de passageiros não regular   |
| Aluguel de transporte | 77.11-0 – Locação de automóveis sem condutor  |
| Agências de viagem    | 79.11-2 – Agências de viagens   |
|                       | 79.12-1 – Operadores turísticos   |
|                       | 79.90-2 – Serviços de reserva e outros serviços de turismo não especificados anteriormente  |
| Cultura e lazer       | 90.01-9 – Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares  |
|                       | 91.02-3 – Atividades de museus e de exploração, restauração artística e conservação de lugares e prédios históricos e atrações similares.           |
|                       | 91.03-1 – Atividades de jardins botânicos, zoológicos, parques nacionais, reservas ecológicas e áreas de proteção ambiental.                        |
|                       | 92.00-3 – Atividades de exploração de jogos de azar e apostas   |
|                       | 93.19-1 – Atividades esportivas não especificadas anteriormente   |
|                       | 93.21-2 – Parques de diversão e parques temáticos   |
|                       | 93.29-8 – Atividades de recreação e lazer não especificadas anteriormente   |

Fonte: Elaborado pelo autor.

O Ipea desenvolve desde 2003 um sistema de informação sobre o mercado de trabalho especificamente para o setor de turismo. Nesse sistema é possível identificar o emprego no turismo estritamente relacionado aos bens e serviços adquiridos por visitantes. Essa identificação parte de uma pesquisa com estabelecimentos de todo o território nacional sobre a porcentagem de turistas entre seus clientes. A partir dessa informação, estimam-se os “coeficientes de atendimento a turistas”, que, diferente da aplicação desses coeficientes sobre os dados de emprego, este artigo os aplica para os dados da produção.

A tabela 1 apresenta os coeficientes de atendimento turístico por grupo de ACT nos anos de 2012 e 2013.

Tabela 1: Coeficiente de atendimento turístico por grupo ACT – Minas Gerais – 2012/2013

| Grupo ACT              | 2012 | 2013 |
|------------------------|------|------|
| Alojamento             | 0,76 | 0,80 |
| Alimentação            | 0,35 | 0,30 |
| Transporte terrestre   | 0,80 | 0,87 |
| Transporte aquaviário  | 0,02 | 0,02 |
| Transporte aéreo       | 0,85 | 0,82 |
| Aluguel de transportes | 0,44 | 0,41 |
| Agência de viagem      | 0,78 | 0,78 |
| Cultura e lazer        | 0,13 | 0,10 |

Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos dados Sistema de Informações sobre o Mercado de Trabalho no Setor Turismo (SIMT) do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA).

Em relação a tabela 1, 0,76 ou 76% do atendimento dos serviços de alojamento em Minas Gerais em 2012 foram direcionados a turistas. Em 2013, essa porcentagem aumentou para 80%. O transporte terrestre, aéreo e as atividades das agências de viagem são os que mais estão voltados a visitantes. O aluguel de transporte e serviços de alimentação aparecem em um nível intermediário, porém não se predominam em atividades voltadas ao consumo turístico. No caso, da cultura e lazer e do transporte aquaviário, a porcentagem é ainda menor quando se trata da economia de Minas Gerais. Ressalta-se que os anos não sofreram grandes variações e que para 2010 e 2011 foram utilizadas a média do período sucessor como forma de retroposição.

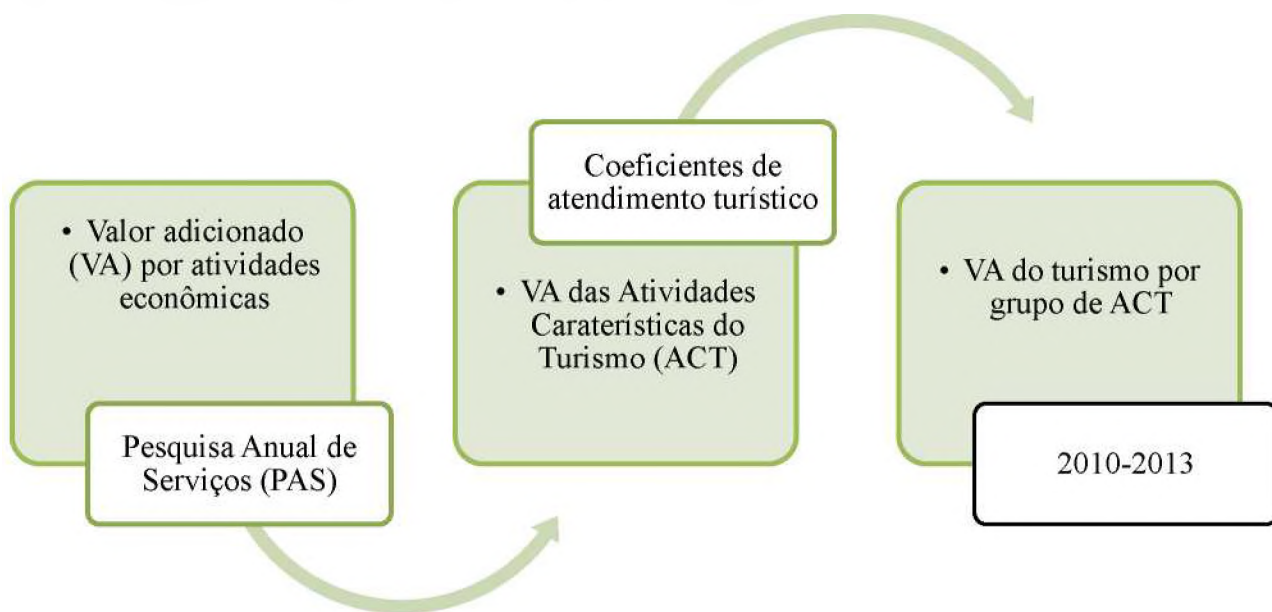
### 3. VALOR ADICIONADO DO TURISMO

O Valor Adicionado (VA) representa o valor de todos os bens e serviços de uma economia descontando os insumos de produção. Em outras palavras, é o quanto que cada etapa de produção agrega valor ao produto para evitar a não duplicidade de contagem. Em termos matemáticos, valor adicionado é a diferença entre o valor bruto da produção e o consumo intermediário. Ressalta-se que a adição total do valor adicionado com os impostos gera o conceito de Produto Interno Bruto (PIB).

A partir dos coeficientes turísticos da tabela 1, aplicou-se sobre o Valor Adicionado (VA) dos grupos das Atividades Características Turísticas (ACT) desagregadas pela Pesquisa Anual de Serviços (PAS) que agrupado os oitos componentes tem-se o turismo. A utilização da PAS serve para eliminar atividades que não consideradas turísticas utilizando o peso da variável valor agregado da pesquisa como filtro. Por exemplo, o transporte aéreo nas Contas Regionais é composto por três classes: de passageiros regular, passageiros não-regular e de carga. Como o

transporte aéreo de carga não é considerada ACT, o peso dessa atividade é descontado do total da atividade de transporte aéreo. Dessa forma, garante que se trata apenas dos valores adicionados das ACTs conceitualmente definidas. A figura 1 sintetiza as informações necessárias e o processo para obtenção do VA do turismo por grupo de ACT.

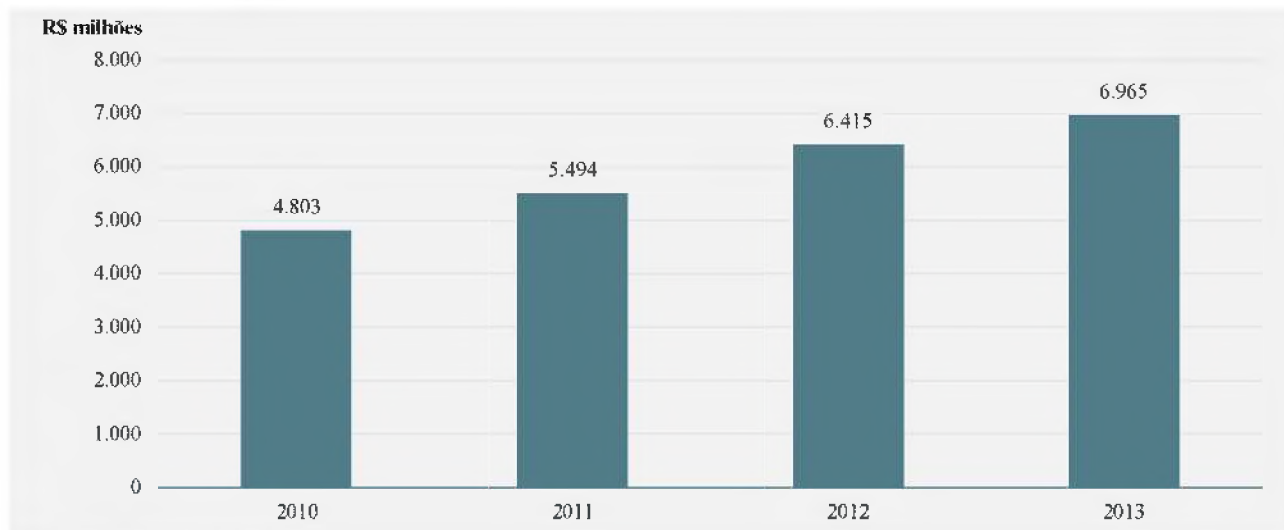
Figura 1: Processo do cálculo do valor adicionado do turismo



Fonte: Elaborado pelo autor.

Em 2010, o VA do turismo em Minas Gerais foi de R\$ 4.803 milhões, seguido de R\$ 5.494 em 2011. Em 2012, o VA do turismo superou a cifra de 6 milhões de reais alcançando R\$ 6.415 e R\$ 6.965 no ano seguinte. O gráfico 1 ilustra esses os resultados.

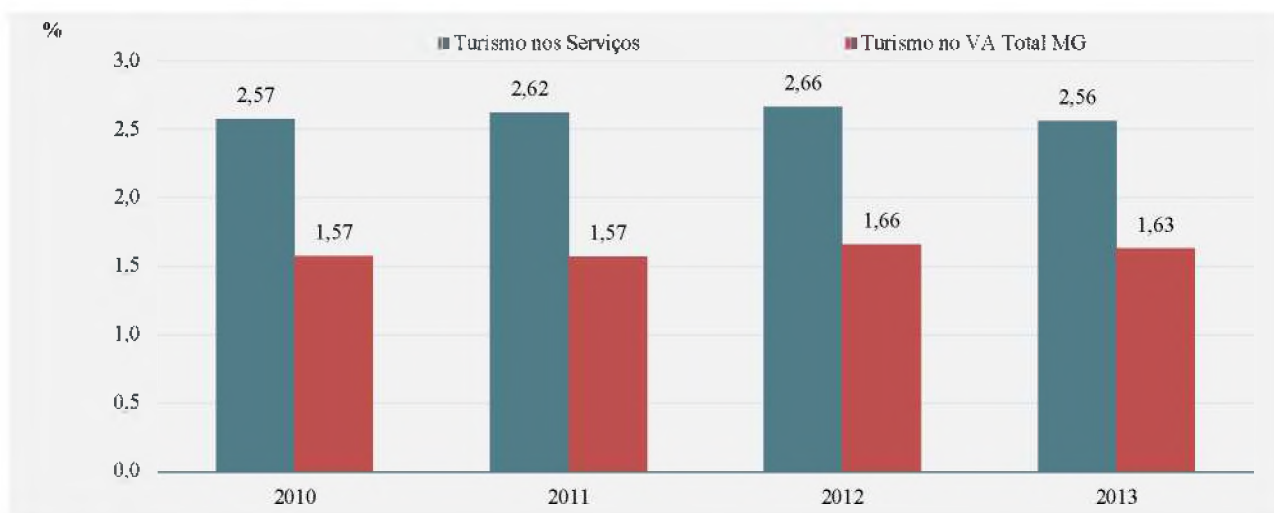
Gráfico 1: Valor adicionado do turismo de Minas Gerais – 2010–2013 – valores correntes - (R\$ milhões)



Fonte: Elaborado pelo autor.

Em 2013, o turismo representou 2,56% dos serviços. A participação do turismo no total da economia de Minas Gerais para esse mesmo ano foi de 1,63%. Nos anos posteriores, as participações tanto no total dos serviços quanto no total da economia mostraram próximas conforme apresenta o gráfico 2.

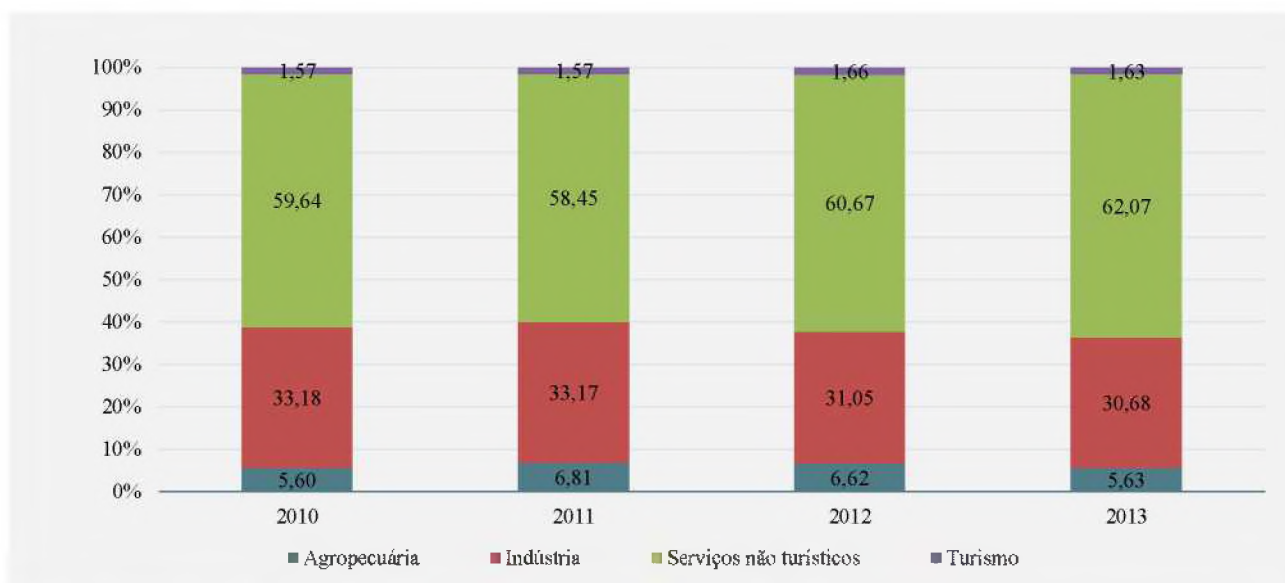
Gráfico 2: Participação do valor adicionado do turismo nos serviços e no total de Minas Gerais – 2010–2013



Fonte: Elaborado pelo autor.

Em termos comparativos com os outros grandes grupos de atividades econômicas do Estado, o gráfico 3 exibe as participações da agropecuária, indústria e serviços não turísticos juntamente com a participação do turismo.

Gráfico 3: Participação das atividades econômicas do valor adicionado total de Minas Gerais – 2010–2013

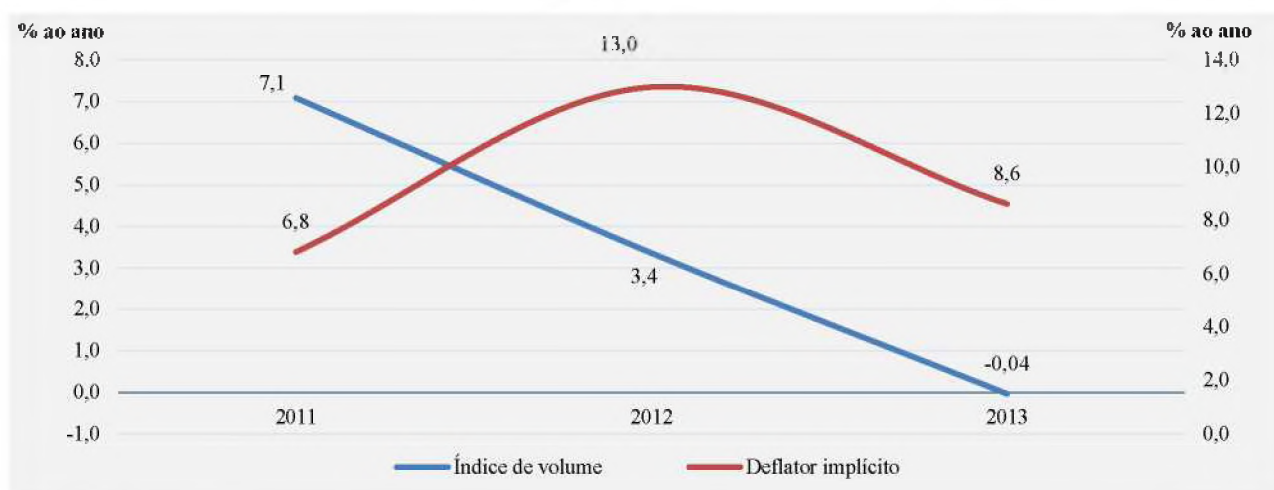


Fonte: Elaborado pelo autor.

### 3.1 Crescimento real do setor de Turismo

Para melhor análise da evolução do VA do turismo, estimou-se a taxa de crescimento real (índice de volume) e a variação dos níveis de preços (deflator implícito) desse grupo de atividades. Ressalta-se que se trata de uma aproximação devido à dificuldade de identificação desses índices em níveis de desagregação mais elevados. O gráfico 4 registra os resultados encontrados.

Gráfico 4: Índices de volume e deflator implícito do VA do turismo de Minas Gerais – 2010–2013



Fonte: Elaborado pelo autor.

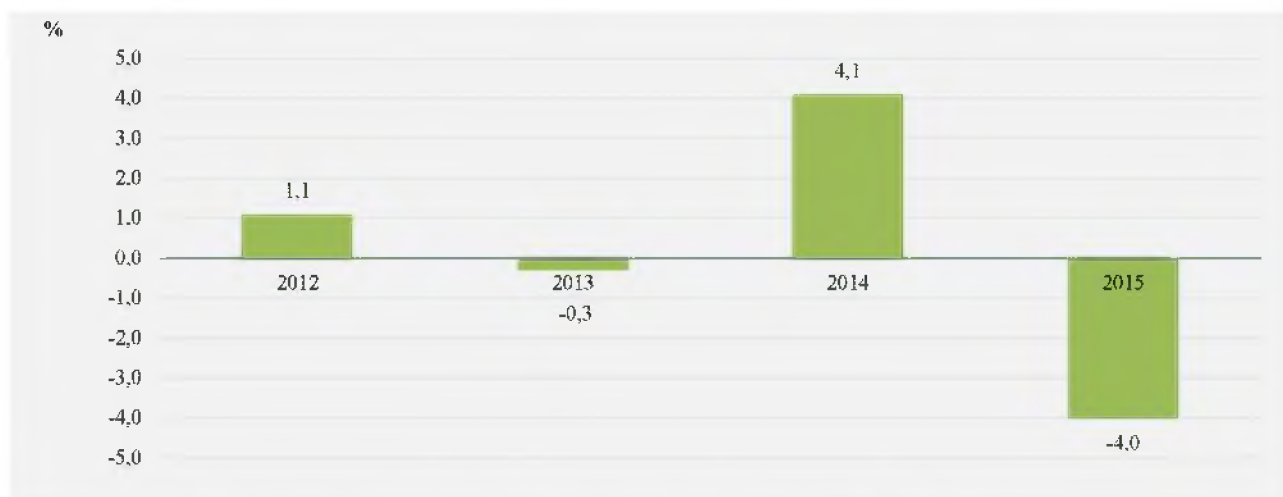
De acordo com o gráfico 4, a atividade de turismo em Minas Gerais apresentou crescimento de 7,1% em 2011 comparado a 2010. Contudo, em 2012 registrou-se um crescimento menor de 3,4% e em 2013 uma leve retração de -0,04%. Já o índice de preços do turismo de Minas Gerais elevou-se de 6,8% em 2011 para 13,0% em 2012, e, então, registrou uma taxa menor de crescimento no ano seguinte de 8,6%.

Nesse mesmo período, a taxa de crescimento real do setor de Serviços como um todo de Minas Gerais se elevou 2,3% em 2011, 3,2% em 2012 e 1,1% em 2013, revelando que nos anos de 2011 e 2012, o turismo cresceu acima do setor de serviços. Isso também foi verificado quando comparado com a economia de Minas Gerais que cresceu 2,4% em 2011 e 3,3% em 2012.

O IBGE divulga através da Pesquisa Mensal de Serviços (PMS) o agregado “atividades turísticas” sendo que se verificou para os anos disponíveis – a partir de 2012 – um crescimento real de 1,1% em 2012 e uma queda de -0,3% em 2013 (GRÁFICO 5). Apesar de utilizar uma metodologia distinta da apresentada por esse artigo que efetivamente calcula o valor

adicionado, os resultados do agregado “atividades turísticas” apresentou certa consonância com os resultados apresentados por esse trabalho. Apesar de comparar apenas duas informações, pode-se inferir que o agregado serve como uma *proxy* para acompanhar com dados mais recentes a atividade de turismo no Estado, dado que o cálculo do Produto Interno Bruto para as Unidades de Federação possui tempestividade de dois anos.

Gráfico 5: Índices de volume das atividades turísticas de Minas Gerais – 2012–2015 – (2011=100) (%)



Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Pesquisa Mensal de Serviços (PMS).

Elaborado pelo autor.

Para os anos de 2014 e 2015, os resultados do agregado “atividades turísticas” da PMS registrou crescimento de 4,1%, provavelmente relacionado a realização do evento esportivo Copa 2014, porém em 2015 registrou-se uma queda de -4,0%, que pode estar associado a um efeito estatístico dado uma base mais elevada no ano de comparação (gráf. 5).

### 3.2. Desempenho das atividades características do turismo

Para ilustrar a composição dos resultados do VA de turismo, a tabela 3 apresenta o resultado desagregado para os oito grupos de atividades do turismo para os anos de 2010 a 2013.

Tabela 2: Valor adicionado do turismo em atividades econômicas características do turismo – 2013

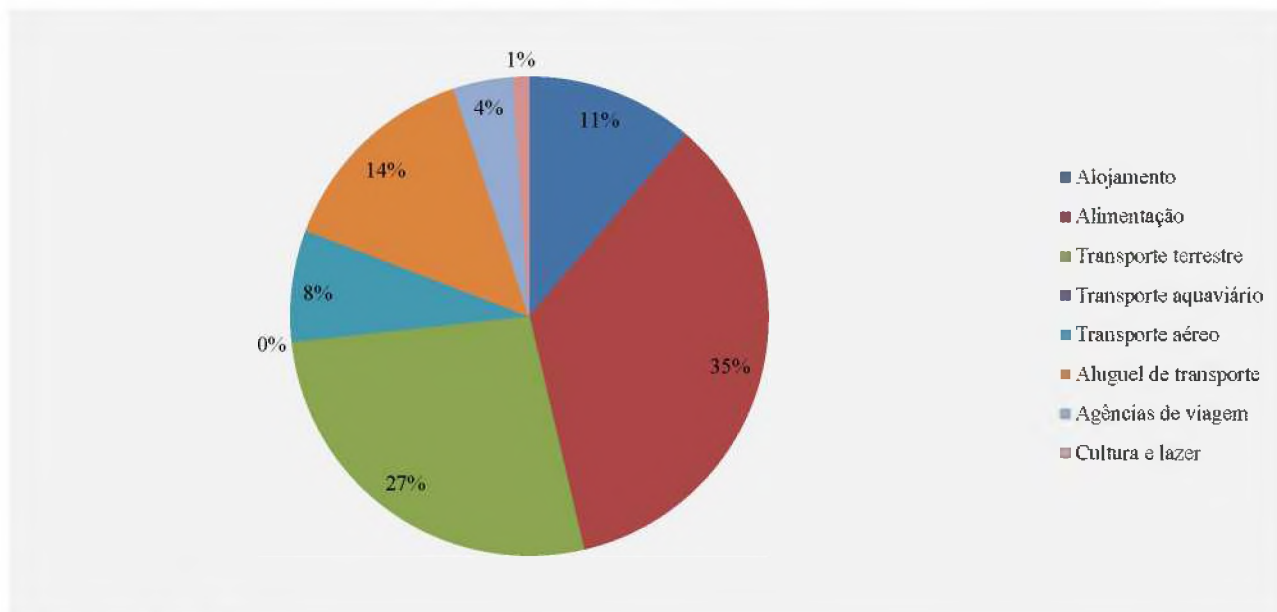
| Grupo ACT                       | 2010            | 2011            | 2012            | 2013            |
|---------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Valores correntes (R\$ milhões) |                 |                 |                 |                 |
| 1 Alojamento                    | 621,02          | 687,72          | 697,97          | 625,85          |
| 2 Alimentação                   | 1.636,16        | 1.890,80        | 2.479,73        | 2.288,96        |
| 3 Transporte terrestre          | 1.365,17        | 1.442,60        | 1.530,72        | 2.036,31        |
| 4 Transporte aquaviário         | 0,04            | 0,06            | 0,06            | 0,07            |
| 5 Transporte aéreo              | 372,61          | 412,53          | 441,56          | 564,16          |
| 6 Aluguel de transporte         | 591,18          | 820,42          | 972,27          | 944,33          |
| 7 Agências de viagem            | 144,53          | 181,35          | 242,25          | 431,72          |
| 8 Cultura e lazer               | 72,33           | 58,29           | 50,54           | 73,29           |
| <b>Turismo</b>                  | <b>4.803,03</b> | <b>5.493,77</b> | <b>6.415,11</b> | <b>6.964,69</b> |
| Participações (%)               |                 |                 |                 |                 |
| 1 Alojamento                    | 12,9            | 12,5            | 10,9            | 9,0             |
| 2 Alimentação                   | 34,1            | 34,4            | 38,7            | 32,9            |
| 3 Transporte terrestre          | 28,4            | 26,3            | 23,9            | 29,2            |
| 4 Transporte aquaviário         | 0,0             | 0,0             | 0,0             | 0,0             |
| 5 Transporte aéreo              | 7,8             | 7,5             | 6,9             | 8,1             |
| 6 Aluguel de transporte         | 12,3            | 14,9            | 15,2            | 13,6            |
| 7 Agências de viagem            | 3,0             | 3,3             | 3,8             | 6,2             |
| 8 Cultura e lazer               | 1,5             | 1,1             | 0,8             | 1,1             |
| <b>Turismo</b>                  | <b>100,0</b>    | <b>100,0</b>    | <b>100,0</b>    | <b>100,0</b>    |

Fonte: Elaborado pelo autor.

Através da tabela 2 é possível afirmar sobre a grande importância do setor de alimentação para o turismo que responde, em média, por 35% do VA desse grupo de atividades em Minas Gerais. Ao agrupar o alojamento e alimentação, esse agregado corresponde em torno de 46% do total do turismo. O transporte terrestre também se destaca com uma média no período de 2010-2013 de quase 27% do VA do turismo. Não foi verificada grande participação do transporte aquaviário em Minas Gerais, dado que também deriva de um tipo de transporte pouco representativo no Estado.

O transporte aéreo representam, em média, 7,6%, sendo que o aluguel de transporte contribui mais para o valor do VA do turismo (14% - média do período). As agências de viagem e os serviços de cultura e lazer contribuem, em média, com 4% e 1%, respectivamente, para o turismo de Minas Gerais. O gráfico 6 apresenta a participação média no período de 2010 a 2013 para os grupos de ACT.

Gráfico 6: Participação média dos grupos das Atividades Características do Turismo no VA do Turismo de Minas Gerais – 2010-2013 (%)



Fonte: Elaborado pelo autor.

#### 4. CONCLUSÕES

Com o objetivo de calcular o Valor Adicionado (VA) do turismo do Estado de Minas Gerais nos anos de 2010 a 2013, esse artigo utilizou os coeficientes de atendimento turístico para maior refinamento e, dessa forma, maior aproximação conceitual do se trata o turismo.

Empregando uma classificação com oito grupos de Atividades Características do Turismo (ACT): alojamento, alimentação, transporte terrestre, transporte aquaviário, transporte aéreo, aluguel de transporte, agências de viagem e cultura e lazer, encontrou-se que o turismo de Minas Gerais apresentou Valor Adicionado em 2013 de R\$ 6.965 milhões, representando 1,63% do total da economia do Estado e 2,56% dos serviços totais.

Além disso, foi realizada uma aproximação para obter a taxa de crescimento real do setor, sendo verificada uma trajetória descendente nos dados nos anos de 2011 a 2013. No entanto, em 2011 e 2012, o turismo de Minas Gerais apresentou crescimento superior ao total da economia do Estado e também dos serviços como um todo.

Em termos dos oitos setores do turismo de Minas Gerais, destacou-se a importância dos serviços de alimentação e transporte terrestre para o setor e as menores contribuições das atividades de cultura e lazer e agências de viagem.

---

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CASIMIRO FILHO, F. **Contribuições do turismo à economia brasileira**. Tese de doutorado, Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz, Universidade de São Paulo, 2002.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa Anual de Serviços**.

Disponível em:

<[http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/pesquisas/pesquisa\\_resultados.php?id\\_pesquisa=29](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/pesquisas/pesquisa_resultados.php?id_pesquisa=29)>.

Acesso em: 30, jun, 2016.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa Mensal de Serviços**.

Disponível em: < <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/servicos/pms/default.shtm> >.

Acesso em: 30, jun, 2016.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Economia do turismo: uma perspectiva macroeconômica 2003-2009**, Rio de Janeiro, n. 18, 2012. Disponível em: < <http://biblioteca.ibge.gov.br/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=261658>>. Acesso em: 30, jun, 2016.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. **Sistema de Informações sobre o Mercado de Trabalho no Setor Turismo – SIMT**. Disponível em:

<<http://www.ipea.gov.br/extrator/simt.html>>. Acesso em: 01, jul, 2016.

TAKASAGO, M.; GUILHOTO, J. J. M.; MOLLO, M. L.R.; ANDRADE, J. P. O potencial criador de emprego e renda do turismo no Brasil. **Pesquisa e Planejamento Econômico (PPE)**, v.40, n.3, dez, 2010.