

Contribuição Socioeconômica do Setor Privado na Atividade Turística: o caso de Canindé de São Francisco/SE*

Contribución Socioeconómica del Sector Privado en la actividad turística: el caso de Canindé de São Francisco/SE

The Socioeconomic Contribution of the Private Sector to Tourism: the case of Canindé de São Francisco/SE

Sandra Daniela França de Almeida Oliveira*
Rivanda Meira Teixeira**
e-mail: rivandateixeira@terra.com.br

Resumo

Este estudo teve como objetivo delinear o perfil das empresas turísticas e analisar a contribuição socioeconômica dessas empresas na atividade turística no município de Canindé de São Francisco, localizado no semi-árido sergipano. Utilizou-se a combinação dos métodos bibliográfico e documental, além de pesquisa de campo, a qual possibilitou a coleta de dados primários. Verificou-se que o município possui onze estabelecimentos turísticos particulares, distribuídos nos segmentos de alimentação, hospedagem, agência de turismo, transporte náutico e comercialização de artesanatos. Essas empresas geram 103 empregos diretos e formais e a média salarial encontra-se na faixa de 1 a 1,47 salário mínimo. Conclui-se que a atividade turística ainda não contribui de forma proporcionalmente significativa na geração de empregos no município, pois os empregos formais gerados pelas empresas turísticas locais representam 1,6% do total da PEA (População Economicamente Ativa) do município, mas o fato de serem formais (com carteira assinada) já faz muita diferença.

Palavras-chave: empresas turísticas; impactos econômicos e sociais do turismo.

Resumen

Este estudio tuvo como objetivo delinear el perfil de las empresas turísticas y analizar la contribución socioeconómica de esas empresas en la actividad turística en el municipio de Canindé de São Francisco, ubicado en el semi-árido sergipano. Se utilizó la combinación de los métodos bibliográfico y documental, además de la investigación de campo, la cual posibilitó la coleta de datos primarios. Se verificó que el municipio posee once establecimientos turísticos particulares, distribuidos en los segmentos de alimentación, hospedaje, agencia de turismo, transporte náutico y comercialización de artesanías. Esas empresas generan 103 empleos directos y formales y el promedio salarial se encuentra en la faja de 1 a 1,47 de sueldo mínimo. Se concluye que la actividad turística todavía no contribuye de forma proporcionalmente significativa en la generación de empleos en el municipio, pues los empleos formales generados por las empresas turísticas locales representan 1,6% de lo total de la PEA (Población Económicamente Activa) del municipio, pero el hecho de ser formales ya hace la diferencia.

Palabras clave: empresas turísticas, impactos económicos y sociales del turismo.

Abstract

The objective of this study was to outline the profile of tourism companies and analyze the socioeconomic contribution of these companies to tourism in the municipal district of Canindé de São Francisco, in the semi-arid region of Sergipe. It uses a combination of bibliographic and documentary methods, as well as field research, which enabled the collection of primary data. It was observed that the municipal district has eleven private tourism establishments, distributed in the following sectors: catering, accommodation, tourism agency, nautical transport and the sale of handicrafts. These companies generate 103 direct, formal jobs, with the average salary ranging from 1 to 1.47 minimum salaries. The work concludes that tourism still does not make a proportionally significant contribution to the generation of jobs in the municipal district, since formal jobs generated by local tourism companies represent just 1.6% of the total EAP (Economically Active Population) of the district, though the fact that they are formal jobs (i.e. noted on the official workers' card) makes a big difference.

Key words: tourism companies, economic and social impacts of tourism.

*Administradora e Mestranda do Programa Regional de Pós-Graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente da Universidade Federal de Sergipe. NESA / UFS.

**Doutora em Administração pela Cranfield University na Inglaterra. Pós doutorada em Turismo na Bournemouth University na Inglaterra e também em Gerenciamento de Pequenas Empresas do Setor Turístico na Strathclyde University, na Escócia. Professora do Departamento de Administração da Universidade Federal do Paraná.

1 Introdução

O turismo é considerado um dos principais segmentos econômicos seja em âmbito mundial ou nacional. Segundo dados do Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR, 2002), apenas no Brasil, o segmento corresponde a 7% do Produto Interno Bruto (PIB), movimentando 52 setores da economia gerando um faturamento de US\$ 25,8 bilhões, através das viagens de 45 milhões de brasileiros e 5,3 milhões de turistas estrangeiros que visitam o país, e emprega seis milhões de pessoas.

Várias atividades empresariais surgem para atender à demanda de turistas que desejam consumir e, conseqüentemente, realizar gastos que darão origem aos impostos e ao efeito multiplicador, beneficiando os demais setores da economia. Partindo dessas considerações, é imperativo compreender a função econômica da atividade turística como instrumento de crescimento e desenvolvimento das localidades receptoras para inclusive possibilitar a adequação da oferta à demanda.

Este estudo teve como objetivo delinear o perfil das empresas turísticas e analisar a contribuição socioeconômica dessas empresas na atividade turística no município de Canindé de São Francisco, localizado no semi-árido sergipano. Esse município é considerado um pólo com elevado potencial turístico no Estado de Sergipe, em função da proximidade de atrativos como o Canyon do Rio São Francisco, o Vale dos Mestres, a trilha da gruta de Angicos e a Hidrelétrica de Xingó, que gera 25% da energia consumida no Nordeste.

Para a consecução dos objetivos desta pesquisa utilizou-se a combinação dos métodos bibliográfico e documental, além de pesquisa de campo, a qual possibilitou a coleta de dados primários. Foram também consultadas fontes secundárias, a exemplo de relatórios da Secretaria de Turismo do Estado de Sergipe, do município de Canindé, da Secretaria da Fazenda (SEFAZ), Secretaria de Finanças do município e informações do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) entre outros.

2 Os Impactos Econômicos e Sociais do Turismo no Brasil, no Nordeste e em Sergipe

Informações da EMBRATUR (2002) dão conta de que, em 2000, geraram-se US\$ 9,3 bilhões de receitas diretas com os deslocamentos de 52 milhões de viajantes domésticos; os cofres públicos arrecadaram US\$ 7 bilhões de receita de impostos diretos e indiretos e mantiveram-se 6 milhões de postos de trabalho no país. Ao passo que a vinda de 5,3 milhões de turistas estrangeiros refletiu-se no ingresso de US\$ 4,2 bilhões de divisas. De acordo com Carvalho (2000, p.207), o turismo nacional "congrega mais de um milhão de empresas e emprega cerca de dez milhões de trabalhadores direta ou indiretamente".

Contrariando Milone e Milone (2000), que projetam uma taxa de crescimento de 3,5%, o Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC) prevê, de acordo com Barros (2000), que até o ano de 2010 o turismo no Brasil deverá crescer entre 2 e 5% e cerca de 1,5 milhões de novos postos de trabalho deverão surgir como resultado da implementação da indústria de viagens e turismo, incluindo vários setores relacionados direta ou indiretamente com o segmento.

As participações relativas das regiões no fluxo monetário de receitas do Turismo Doméstico são as seguintes: Norte (4,0%); Nordeste (33,1%); Sudeste (40,8%); Sul (16,6%); e Centro-Oeste (5,5%). Aplicando-se esses percentuais sobre o montante do PIB direto do turismo estimado do País, ter-se-ia os seguintes montantes de produto turístico por região: Norte (R\$ 1,181 bilhões); Nordeste (R\$ 9,773 bilhões); Sudeste (R\$ 12,046 bilhões); Sul (R\$ 4,901 bilhões); e Centro-Oeste (R\$ 1,624 bilhões). Por outro lado, segundo as Contas Nacionais da

Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (FIBGE), os PIB's de cada região em 2001 foram os seguintes: Norte (R\$ 53,5 bilhões); Nordeste (R\$ 154,7 bilhões); Sudeste (R\$ 687,4 bilhões); Sul (R\$ 209,4 bilhões) e Centro-Oeste (R\$ 76,0 bilhões), conforme EMBRATUR (2002).

A região Nordeste cobre uma área de 1,5 milhão de quilômetros quadrados e possui temperaturas médias anuais de cerca de 27 graus Celsius, tornando-a favorável ao desenvolvimento do turismo. Seus nove estados compreendem uma população de 47 milhões de habitantes, cerca de 30% do total da população brasileira. Possui uma economia diversificada, com 69,3% da atividade produtiva no setor de serviços, 18,4% no setor industrial e 12,3% na agricultura. Entre os principais setores econômicos destacam-se o turismo, a agricultura irrigada, a produção de grãos, a pecuária (bovinos, ovinos e caprinos), aqüicultura e a produção de açúcar e cacau.

Abordando os aspectos turísticos, vale destacar o Programa de Desenvolvimento do Turismo do Nordeste - PRODETUR/NE que representa, de acordo com o Banco do Nordeste (2003), "a convergência de idéias e ações para a realização de investimentos na infra-estrutura turística de todos os estados do Nordeste do Brasil". O Programa mobilizou, na primeira etapa, recursos superiores a US\$ 800 milhões, aplicados em mais de 500 projetos, como aeroportos, rodovias, patrimônio histórico, saneamento básico e proteção ambiental, que facilitou o acesso de visitantes e investidores aos principais destinos turísticos da Região. Os investimentos já realizados contemplaram sete aeroportos, construção e recuperação de 934 km de rodovias, 945 mil habitantes assistidos com serviços de saneamento básico, recuperação de 723.921 m² de patrimônio histórico, preservação de 70.400 hectares de meio ambiente e capacitação de 135 órgãos de governo responsáveis pela gestão da atividade turística nos estados (BANCO DO NORDESTE DO BRASIL, 2003).

Segundo pesquisa FIPE/EMBRATUR (2002), a atividade é responsável pela geração direta de 2,0% do PIB do País, desconsiderada a sua contribuição para a Formação Bruta de Capital. O PIB turístico da região Nordeste, embora relativamente próximo ao montante obtido pela região Sudeste, destaca-se em termos relativos, representando quase 6,5% do PIB total da região, enquanto que para a região Sudeste esta contribuição é de apenas 1,8%.

O Estado de Sergipe possui localização privilegiada. Situado entre dois grandes mercados receptores do Nordeste - Bahia e Pernambuco e vizinho de Alagoas, se estende por 21.994 Km², desde o sertão até o Oceano Atlântico. É dividido em 75 municípios, distribuídos por 13 microrregiões derivadas de três mesorregiões geográficas e com área total de 22.050 km², que representa 0,26% da área do país e 1,41% da região Nordeste. Possui cerca de 163 km de costa litorânea e suas praias constituem os principais atrativos naturais seguida das cidades históricas de Laranjeiras e São Cristóvão - a quarta cidade mais antiga do Brasil - com destaque para a arquitetura colonial e festivais culturais. Sua oferta turística é representada por praias, rios, manguezais, canyon, parques, eventos culturais, cidades históricas e monumentos. No interior do estado são oferecidas várias opções, a exemplo da Bica dos Pintos, em São Cristóvão, as fontes hidrominerais, em Salgado, bem como o Canyon de Xingó no município de Canindé de São Francisco, no sertão sergipano.

De acordo com Pio (2000), as Micro e Pequenas Empresas - MPE's representam 99% dos estabelecimentos nordestinos e empregam 73% da mão-de-obra do setor de serviços. No Estado de Sergipe estas constituem mais de 99% dos empreendimentos do setor de serviços e mobilizam 89% da mão-de-obra, sendo responsáveis por significativa parcela dos impostos recolhidos e dos salários pagos.

O número de empregos gerados no Estado de Sergipe pela atividade turística pode ser visualizado na Tabela 1.

TABELA 1 Número de Empregos Gerados no Turismo em Sergipe

ANO	Nº DE EMPREGOS
1996	7.366
1997	8.949
1998	11.556

Fonte: Andrade,1997.

Em Sergipe, os investimentos oriundos do PRODETUR/NE totalizaram US\$ 19,2 milhões. Foram destinados à ampliação e modernização do Aeroporto Santa Maria, tornando-o de categoria internacional; revitalização do Centro Histórico de Aracaju; construção da rodovia Linha Verde (SE-100) e infra-estrutura em vários bairros da capital. No Estado foi implantado o Pólo Costa dos Coqueirais, contemplando onze municípios, onde vivem, aproximadamente, oitocentos mil habitantes (BANCO DO NORDESTE, 2003).

Com base em informações da EMBRATUR (2002), dos turistas que chegaram ao Estado de Sergipe no ano 2000, a maioria residia na própria região; os demais vieram da região Sudeste, Centro-Oeste e Sul. Em relação ao turista estrangeiro, a Europa é o maior emissor, seguido pela América do Norte.

Barbosa e Teixeira (1999) consideram que o turismo é uma das alternativas viáveis para o desenvolvimento do Estado. Em seu estudo realizado com quatrocentos turistas, as autoras constataram que a maioria é oriunda da região Nordeste, principalmente do Estado da Bahia, seguido pela região Sudeste. Nota-se que tais resultados continuam atuais, tendo em vista que são os mesmos divulgados pela EMBRATUR, em 2002. Os turistas são na maioria homens entre 36 e cinquenta anos, casados, com nível superior, permanecem cerca de três dias, possuem renda superior a quinze salários mínimos, gastam em média entre R\$ 360,00 e R\$ 900,00 na viagem e apresentam gasto médio diário de R\$ 53,35 por pessoa, sendo o motivo principal da viagem os negócios.

Segundo dados do Banco do Nordeste (2003), o Estado de Sergipe possuía em 2000 um PIB de US\$ 4,6 bilhões e crescimento de 21,65% de 1993 a 1998 e o turismo é citado entre as principais atividades econômicas do estado. Os impostos arrecadados oriundos da atividade turística podem ser visualizados na Tabela 2.

TABELA 2 Arrecadação Tributária do Turismo em Sergipe

ANO	ARRECADAÇÃO (R\$1,00)
1990	238,513
1991	271,880
1992	231,725
1993	270,850
1994	285,594
1995	294,349
1996	303,381
1997	206,892
1998	269,361

Fonte: Andrade,1997.

De acordo com pesquisa realizada pela equipe técnica da UNITUR/PRODETUR/SE intitulada "A evolução recente da hotelaria sergipana" (2002, p. 4) houve um "incremento substancial em relação à oferta de hospedagem em Sergipe entre 1997 e 2002". No entanto, a taxa de crescimento anual no período considerado (2,62%) é inferior às apresentadas nos períodos de 85/90 (13,38%) e 91/96 (4,21%). Este fato indica, segundo o citado estudo, uma

tendência de estabilização do número de unidades habitacionais ofertadas na capital, a qual concentra cerca de 73% delas.

Outra conclusão da pesquisa desenvolvida pela UNITUR/PRODETUR/SE (2002) diz respeito ao fluxo de hóspedes que, no período analisado, foi acrescido em 66%; no entanto, a taxa de crescimento anual no Estado (10%) é inferior à taxa verificada no Nordeste (12%). Dois indicadores foram considerados positivos: a permanência média dos hóspedes com um acréscimo anual de 7,24%, e o número de pernites (14%), pois um período longo de estadia implica na maior utilização dos serviços, quantidade de diárias vendidas e, conseqüentemente, de gastos realizados. Certamente há impacto positivo sobre a economia do Estado e setores diretamente relacionados com o segmento hoteleiro, de transportes e alimentação, infere a pesquisa.

3 Principais Estudos sobre Impactos Socioeconomicos do Turismo no Nordeste e em Sergipe

Serão destacados a seguir alguns estudos realizados na região Nordeste sobre os impactos socioeconômico do turismo, que demonstram que as pesquisas realizadas em relação aos impostos, geração de emprego e salários são sempre abrangentes, englobando todos os setores econômicos e não apenas empresas do setor turístico, sinalizando, por conseguinte, a existência de uma lacuna a ser preenchida.

Um estudo realizado por Teixeira, Castelar e Soares (2000), intitulado "Impactos de Gastos Turísticos sobre Produto, Renda e Emprego no Setor de Insumo Produto Estadual", objetivou quantificar os efeitos de alguns projetos ligados ao turismo e gastos efetuados pelos turistas sobre a renda, o produto e o emprego da economia cearense.

Na primeira fase do estudo, para a análise dos impactos setoriais sobre emprego, renda e produção, foi utilizado o modelo de insumo-produto. Trata-se de uma técnica econômica de largo uso, que evidencia, através da interdependência entre os setores produtivos, o funcionamento da economia regional, descrevendo o fluxo de bens e serviços entre os setores individuais de uma economia dentro de um determinado período de tempo, geralmente, um ano. Para efeito deste trabalho, considerou-se apenas os investimentos previstos em saneamento básico, rodovias e ampliação do aeroporto que corresponderam a um valor total de R\$ 113.467.562,00 a ser investido no projeto. Para a análise dos impactos partiu-se das seguintes suposições: (i) o montante a ser investido aconteceu de uma só vez; (ii) considerou-se uma demanda de R\$1 milhão para se obter os impactos desejados; (iii) considerou-se a etapa de implantação e desconsiderou-se a fase de operacionalização.

Como resultados do estudo, identificou-se que o setor que reflete mais de perto a implantação da infra-estrutura turística foi a construção civil. Para cada milhão de reais aplicados no setor de construção civil, o produto total gerado na economia foi de R\$ 1.339.733,00 e o impacto na geração de empregos foi de 36 novos postos para cada milhão de investimentos. No setor de construção civil são gerados apenas 24 empregos diretos. Estes dados mostram que o impacto na geração de empregos não correspondeu às expectativas dos planejadores na primeira fase.

Na segunda etapa da análise, sobre as alterações provocadas pelos gastos diretos dos turistas por bens de consumo turístico, considerou-se os gastos realizados em hospedagem e alimentação, diversões e transportes. A estrutura dos gastos dos turistas partiu de dados fornecidos pelo SEBRAE entre quatro meses de alta estação: janeiro e julho de 1995 e janeiro e julho de 1996. De acordo com os dados encontrados, a maior parte dos gastos recai sobre a hospedagem e alimentação, R\$ 520.529,80 o que representa 52,05%; seguido do setor de diversões com R\$ 374.834,40 (37,48%) e o setor de transporte R\$ 104.635,80, correspondendo a 10,46% dos gastos dos turistas.

Constatou-se que o impacto total, dada a variação de um milhão de reais no consumo dos turistas, foi de R\$ 1.354.836,00. A demanda dos turistas repercute diretamente nos setores turísticos onde os gastos foram gerados. Para o setor de Transporte o impacto na produção foi R\$ 141.493,10; no setor de Hospedagem e Alimentação, a produção foi de R\$ 533.954,90 e para o setor de Serviços Prestados à Família, o resultado foi de R\$ 391.769,30. Os benefícios indiretos foram para os setores de Agropecuária, Outras Indústrias Alimentícias, Produção de Energia Elétrica, Comércio, Instituições Financeiras e Seguros, Serviços de Reparação exclusive Equipamentos Industriais, Serviços Prestados a Empresas e Aluguel.

A renda gerada na economia do Ceará foi de R\$ 839.672,00, constituindo-se 62% do que foi gerado na produção. O emprego total gerado na economia do Estado foi de 76 unidades, o que equivale a 2,2 vezes mais do que o gerado com a alteração da demanda, decorrente dos investimentos do setor público na construção civil. O maior impacto ocorreu no setor de Diversão, com 37 empregos gerados, em segundo lugar Hospedagem e Alimentação, com 16 empregos e, por último, o setor de Transportes, com a geração de cinco empregos diretos. Destarte, os autores concluíram que os impactos advindos dos gastos turísticos são tão significativos que o setor público deveria atuar na eliminação dos entraves e fomentar os investimentos privados, intensificando a oferta e a demanda turística.

O estudo/diagnóstico intitulado "Pesquisa sobre o impacto socioeconômico do turismo na Grande Natal", realizado pelo SEBRAE/RN (1996), teve como objetivo geral avaliar os efeitos socioeconômicos do turismo na Grande Natal, de forma quantitativa e qualitativa, objetivando orientar o desenvolvimento de políticas para o setor, fornecendo o perfil do mercado de trabalho e subsidiando dados mais precisos para o incremento ordenado e persistente das atividades turísticas.

O estudo/diagnóstico enfoca entre outros aspectos os efeitos do turismo na criação de empregos, aumento e distribuição de renda, ampliação de base tributária e da arrecadação e o impacto sobre outras atividades. Dentre os objetivos específicos estabelecidos, três merecem ser destacados: analisar a geração de emprego, renda e arrecadação; analisar a receita gerada e qualidade dos serviços prestados; avaliar o aumento da arrecadação de tributos em função do turismo.

O estudo foi baseado em amostras aleatórias não-probabilísticas em seis segmentos: meios de hospedagem, agências de viagens e viagens e turismo, transportadoras, locadoras, restaurantes, bares e similares e empresas organizadoras de eventos. Na realização do estudo encontrou-se grande dificuldade em identificar a quantidade de empresas atuando em cada ramo de atividade turística analisada, tendo em vista que os cadastros da EMBRATUR e do SEBRAE não coincidem.

Foram pesquisados os estabelecimentos localizados em Natal, no litoral de Parnamirim, Nísia Floresta e Extremoz. Foram realizadas quatrocentas entrevistas para coletar dados primários através da aplicação de seis modelos de questionário com perguntas fechadas e abertas, e dois modelos de formulários. Os dados secundários foram obtidos em censos, cadastros da Secretaria de Turismo do Rio Grande do Norte, anuários estatísticos da EMBRATUR, relatórios técnicos de associações de classe entre outros.

Dentre os resultados encontrados pode-se citar:

– Os meios de hospedagem pesquisados empregam 2.144 pessoas registradas (94,8%) e 65 empregados sem carteira assinada (5,2%). Supõe-se que a informalidade seja maior pela omissão de respostas. Apenas 8,33% dos meios de hospedagem pesquisados admitiram a participação de incentivos fiscais e financeiros no empreendimento, enquanto 91,67% afirmaram não ter contado com o apoio do Estado;

- As agências de viagem e viagens e turismo pesquisadas geram 679 empregos fixos (81,2%) e 223 empregos temporários (18,8%) sendo incontestável a participação da força de trabalho feminina nessas empresas, em funções de direção, gerenciamento, operacionais e gerais. As remunerações pagas encontram-se acima daquelas pagas pelo Estado, embora seja comum o pagamento de salário mínimo e até abaixo do mínimo;

- As agências de viagem e viagens e turismo admitiram um crescimento em recursos humanos alocados de 41,93% entre 1994 e 1995. Quase nenhuma empresa declarou contar com incentivos fiscais e financeiros, apenas 0,48% afirmaram ter recebido apoio do SEBRAE/RN e da Caixa Econômica Federal;
- As transportadoras aéreas empregam 2.943 funcionários fixos e apenas dois não-fixos representados por contadores. As transportadoras rodoviárias empregam 2.875 funcionários fixos e dois não-fixos (também contadores) e afirmaram que houve ampliação do quadro de pessoal nos últimos anos. Essas transportadoras arrecadam quantias consideráveis de ICMS, recolhem Imposto de Renda, PIS e COFINS;
- Os restaurantes, bares e similares geram 1.736 empregos, sendo 1.436 fixos (84,3%) e 300 temporários (15,7%). Dos estabelecimentos pesquisados, 14,01% afirmaram ter contado com o apoio do Estado.
- São 187 os empregos gerados pelas locadoras de transporte, sendo 177 fixos e dez não-fixos que também correspondem aos contadores. Os salários pagos ao pessoal de nível operacional situam-se na média, em comparação com outros tipos de empresas;
- As empresas organizadoras de eventos geram 17 empregos fixos e 21 não-fixos.
- Foram detectadas 343 pessoas ocupadas permanentemente nas barracas de comidas típicas e 40 ocupações temporárias, totalizando 383 pessoas.
- A geração de empregos, em decorrência da expansão das atividades turísticas é incontestável entretanto, nota-se grande influência da informalidade quanto aos recursos humanos que trabalham no setor;

A Dissertação de Mestrado de Lima (2002) cujo título foi "A dinâmica socioeconômica e as perspectivas de turismo no município de Propriá/SE", teve como objetivo principal analisar a dinâmica socioeconômica e as perspectivas da atividade turística em Propriá, através de uma análise do comportamento dos setores produtivos e seus reflexos no desenvolvimento da localidade. Também se propôs a fornecer dados para a administração pública do município visando potencializar o desenvolvimento do turismo sustentável da localidade. Como objetivos específicos buscou (i) caracterizar o município quanto às condições geográficas e naturais; (ii) caracterizar a realidade socioeconômica atual, identificando as condições de vida, a infra-estrutura local e mudanças referentes à estagnação econômica e social, entre o período de 1990 e 2000; (iii) identificar a vocação turística do município através de um levantamento do potencial dos atrativos naturais e culturais, bem como a infra-estrutura, equipamentos e serviços turísticos; (iv) identificar a demanda turística real que o município possui e a demanda potencial que poderá ter; (v) identificar a existência de políticas públicas na atividade turística para o município; (vi) verificar as perspectivas de crescimento da cadeia de turismo.

O estudo foi caracterizado como exploratório-descritivo, sendo utilizada a amostragem não-probabilística. Para a coleta dos dados realizou entrevistas não-estruturadas com aplicação de questionários e observação direta e levantou dados primários e secundários junto a representante de órgãos públicos, prefeito, secretários, líderes comunitários e funcionários do comércio local e turístico. Os resultados da pesquisa apontaram que o município não oferece de modo satisfatório os mínimos equipamentos e serviços para atender à demanda turística embora, segundo a pesquisadora, a cidade possua muitos atrativos. De acordo com suas análises, o turismo poderá se desenvolver à medida que melhorias forem implementadas principalmente pela gestão pública.

O estudo concluiu que a atividade turística poderá contribuir para desencadear alguns processos no desenvolvimento social e econômico, na medida em que fortalecer os setores financeiros através de investimentos que proporcionarão novos empregos, geração de renda e maior arrecadação de impostos para a gestão pública. Poderá proporcionar também a divulgação dos atrativos de Propriá e possibilitará novas oportunidades de intercâmbio cultural.

A pesquisa intitulada "Diagnóstico socioeconômico do município de Canindé de São Francisco" foi realizada pelo SEBRAE/SE - Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Sergipe (1998), e concluída em junho de 1998. Dentre as várias ações deste órgão encontra-se o PRODER- Programa de Emprego e Renda, através do qual, oferece-se sustentação às micro e pequenas empresas do interior de Sergipe, a partir da identificação das potencialidades econômicas e sociais de cada município.

O objetivo do trabalho foi compilar e analisar informações reunindo-as em um acervo expressos em estudos de oportunidade de negócios, destinados a orientação de empresários já estabelecidos nos municípios, e de futuros empreendedores, que poderão utilizá-lo como instrumento gerencial. A metodologia utilizada pela equipe técnica do SEBRAE foi desenvolvida através de pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e pesquisa de campo realizada em parceria com a equipe da PROJEL - Planejamento, Organização e Pesquisas Ltda. Buscou-se informações estatísticas no Anuário Estatístico do Estado de Sergipe do ano de 1996, no Cadastro Industrial de Sergipe de 1991, na Enciclopédia dos Municípios Brasileiros, na Enciclopédia dos Municípios Sergipanos, no Plano de Desenvolvimento Rural de Canindé de São Francisco de Março/1997, no Projeto de Salvamento Arqueológico de Xingó, no Projeto Eco-Xingó, na Prefeitura Municipal de Canindé de São Francisco, na Relação de Certificados de Cadastro de Imóveis Rurais do INCRA e na Sinopse Preliminar do Censo Demográfico de Sergipe de 1991.

O documento concebido por Barbosa e Melo (2000), intitulado "Cenários de Turismo, Comércio e Serviços dos Municípios de Canindé de São Francisco e Poço Redondo" buscou traçar o cenário das atividades de comércio, serviço e turismo dos municípios de Canindé do São Francisco e Poço Redondo, com o objetivo de subsidiar os estudos de pré-viabilidade para a construção do Canal de Xingó. Após a elaboração do diagnóstico buscou-se identificar as forças propulsoras do desenvolvimento dessas atividades para a formulação dos seus cenários prospectivos.

A abordagem adotada foi inspirada segundo os autores na metodologia de elaboração de cenários, a partir dos condicionantes externos e internos sobre o desenvolvimento local, identificando potencialidades e estrangulamentos que norteiam as perspectivas dos municípios e as incertezas críticas em relação aos aspectos socioeconômico. Foram analisados quadros setoriais, relativos ao setor de comércio e serviços e às principais atividades da cadeia produtiva do turismo, alimentada por uma base de dados secundários, como censos econômicos e demográficos e cadastros municipais, e enriquecida com relatórios de pesquisa e Dissertações de Mestrados relativas à região além da aplicação de questionários a lideranças políticas e comunitárias, funcionários e empresários dos dois municípios.

Barbosa e Melo (op. cit.) traçaram um cenário mais provável de crescimento dos municípios de Canindé de São Francisco e de Poço Redondo, no horizonte de trinta anos, combinando aspectos dos cenários otimistas e pessimistas. Segundo os autores, tanto o setor agrícola quanto o de turismo seriam favorecidos no município de Canindé de São Francisco que, manteria um crescimento econômico mais acelerado e com maior urbanização. Tal fato aconteceria devido aos investimentos em turismo e pela possibilidade de investir os elevados valores arrecadados em infra-estrutura econômica e social. O setor terciário, nesse horizonte de tempo, seria ampliado, movido pela renda criada pelos projetos em agricultura irrigada e pela expansão do turismo, mas também por investimentos. Estimulados pelo turismo, o comércio e o serviço cresceriam, acompanhando a evolução urbana e o fluxo turístico.

No ano de 2030, a população de Canindé de São Francisco deverá, de acordo com os autores, situar-se entre 34,6 mil e 42,5 mil pessoas. Os dois municípios, em conjunto, poderão somar entre 68 e 76 mil pessoas e a população ocupada deverá atingir cerca de 45 mil pessoas. Os segmentos mais expressivos e de maior dinamicidade do setor terciário deverão ser os de alojamento, alimentação e comércio, que hoje são os mais importantes na região em termos de geração de

emprego e renda. O provimento de uma estrutura turística impulsionará a ampliação desse segmento, com o surgimento de novos estabelecimentos de hotelaria, restaurantes, artesanato, atividades de entretenimento e lazer.

4 Principais Indicadores Socioeconômicos do Município de Canindé de São Francisco/SE

Os indicadores socioeconômicos do município foram coletados através de dados secundários e são apresentados a seguir de forma resumida. Pode-se constatar que município de Canindé apresenta o IDH-M total de 0,580 estando, portanto, classificado como município com médio desenvolvimento humano, encontrando-se abaixo da média de todos os municípios sergipanos e da média nacional ocupando, respectivamente, a 64ª e 4992ª posições.

Cerca de 52 % dos domicílios do município estão localizados na zona urbana, encontrando-se aquém das taxas apresentadas em Sergipe, no Nordeste e no Brasil. A taxa de crescimento médio da população é de 5,02% ao ano, a esperança de vida ao nascer é de 60 anos, a taxa de mortalidade infantil é de 77,6 para cada mil nascimentos e a densidade demográfica é de 19,62 hab/km². O município possui uma população jovem, pois 83,1% dos habitantes possuem até 39 anos de idade. A população analfabeta com mais de 15 anos de idade representa 42,3% da população total com mais de dez anos de idade.

O valor do Produto Interno Bruto (PIB) do município corresponde a R\$ 48,94 milhões, ao passo que o PIB per capita é da ordem de R\$3.371,88, superior ao valor estadual (R\$2.267,65), fato que pode ser explicado pela presença no município da 3ª maior hidrelétrica brasileira e maior do Nordeste, a Usina Hidrelétrica de Xingó. A agropecuária representa 15,2% da economia do município e contempla as culturas de milho, feijão e algodão. O Setor Secundário corresponde a 81,5% da economia de Canindé, ao passo que o Setor de Serviços representa 3,4% da economia do município.

- Vale destacar a importância das atividades primárias na ocupação de mão-de-obra. No setor secundário se sobressai a atividade de construção e, no setor terciário, a prestação de serviços, a administração pública, os serviços sociais e o comércio. De acordo com o Censo de 1991, o município de Canindé contava com 746 pessoas ocupadas no setor terciário, contra 123 pessoas em 1980. Este setor respondia por 23% da população ocupada no município em 1991. No cadastro geral de 1996, os serviços de alojamento e alimentação aparecem como os maiores empregadores, seguidos do comércio. O setor de serviços e os segmentos voltados ao turismo são os mais expressivos, como os de alojamento e alimentação, ocupando, em conjunto, 194 pessoas, em cinquenta estabelecimentos (hotéis e pousadas, restaurantes, bares e lanchonetes). As informações disponíveis sobre os fluxos turísticos e de hóspedes na região são menos sistemáticas. Registros dos hotéis e pousadas dos anos de 2000 assinalam o número de 39 mil hóspedes na cidade de Canindé de São Francisco.

5 Aspectos Metodológicos

Este estudo, em função de seus objetivos, pode ser caracterizado quanto aos fins como estudo exploratório e descritivo. Exploratório, pois abordou um tema com pouco conhecimento acumulado e sistematizado e descritivo, pois fez a descrição de diversas variáveis, além de estabelecer relação entre elas. Quanto aos meios de investigação a pesquisa foi bibliográfica, documental e foi realizada pesquisa de campo, pois coletou-se dados primários através da realização de entrevistas com o subsídio de questionário estruturado (VERGARA, 1998). Com o intuito de alcançar os objetivos propostos neste estudo, foram elaboradas as seguintes questões de pesquisa:

- Qual o perfil das empresas turísticas do município?
- Quantos empregos foram gerados e quais os salários pagos nas empresas turísticas do município?
- Quais os investimentos que estão sendo realizados pela iniciativa privada?
- Quais os impostos gerados pela atividade turística?

Mattar (1996) considera que a escolha do processo de amostragem deve levar em conta o tipo de pesquisa, a acessibilidade aos elementos da população, a representatividade desejada, a disponibilidade de tempo, recursos financeiros e humanos entre outros. Neste estudo, a amostra coincidiu com o universo sendo considerada censitária. Desta forma, foram coletadas informações nas onze empresas, mediante realização de entrevistas com empresários com o intuito de obter dados primários sobre o município de Canindé de São Francisco.

6 Perfil das Empresas Turísticas do Município

É importante fazer algumas ressalvas para a adequada compreensão das análises que serão apresentadas e dos resultados encontrados:

- O Hotel Xingó possui em suas instalações o Restaurante Maria Bonita, e o Catamarã Pomonga também é de sua propriedade;
- O Bar e Restaurante Karrancas possui em suas instalações a Lojinha de Artesanato Xique & Xique, sendo ambos do mesmo proprietário;
- O Restaurante e Pousada Mandacarú situam-se em um mesmo prédio e pertencem a um único proprietário. O restaurante funciona no andar térreo, ao passo que a Pousada no andar superior.

A princípio, dezessete empresas apontadas como turísticas pela Prefeitura Municipal de Canindé e por Santos (1999), faziam parte da amostra deste estudo. Em virtude do que foi mencionado e com a preocupação em não duplicar dados e, conseqüentemente, comprometer as análises, o "Hotel Xingó, Restaurante Maria Bonita e Catamarã Pomonga"; o "Bar e Restaurante Karrancas e Lojinha de Artesanato Xique & Xique" foram agrupados e computados uma única vez, logo, a amostra passará de dezessete para onze empreendimentos turísticos.

Outro ponto a ser observado diz respeito ao porte dos estabelecimentos pesquisados. A classificação das empresas turísticas de Canindé obedeceu ao critério definido pelo Serviço de Apoio a Pequena e Média Empresa (SEBRAE) que classifica as empresas prestadoras de serviços segundo o porte, de acordo com a quantidade de funcionários, da seguinte forma: microempresas, até nove pessoas ocupadas; pequena empresa, de dez a 49 pessoas ocupadas; média empresa de cinquenta a 99 pessoas empregadas, e grande empresa acima de cem pessoas ocupadas.

Desta forma, em Canindé, as duas empresas turísticas pesquisadas do segmento artesanato são consideradas microempresas; todas as seis empresas dos segmentos agências de turismo e alimentação e duas empresas do segmento hospedagem, perfazendo um total de oito estabelecimentos, são classificadas como pequenas empresas e apenas uma empresa do segmento hospedagem é do tipo média empresa. Logo, 91% das empresas turísticas pesquisadas são classificadas como Micro e Pequenas Empresas (MPE's).

Estes resultados, se comparados com o estudo de Farias e Teixeira (2001), que constatou que entre as indústrias localizadas no Vale do São Francisco, 90,3% delas são Pequenas e Médias Indústrias (PMI's) e com o estudo de Pio (2000), que informa que no ano de 1998, no Estado de

Sergipe e no Nordeste, o número de MPE's correspondia respectivamente a 98,13% e 98,06% do total de estabelecimentos, pode-se constatar a predominância deste porte entre os estabelecimentos nordestinos e sua importância na absorção de mão-de-obra.

Os percentuais especificamente das empresas relacionadas com a atividade turística podem também ser verificados no estudo do SEBRAE/RN (1996), que constatou que 94,7% das empresas turísticas pesquisadas eram MPE's.

A seguir, o perfil das empresas turísticas privadas será apresentado por segmento: alimentação, hospedagem, agências de turismo e transporte náutico e artesanato.

6.1 Segmento de Alimentação

O segmento de alimentação é composto por quatro estabelecimentos, cujos nomes fantasia podem ser visualizados na Tabela 3. Tais estabelecimentos oferecem almoço selfservice ou churrasco, jantar e, ocasionalmente, café da manhã. Outros produtos oferecidos são: sanduíches, pizzas e petiscos. Um estabelecimento que se destaca por sua localização, organização e estrutura é o Bar e Restaurante Karrancas, que possui capacidade para atender trezentas pessoas e oferece pratos da culinária regional, a exemplo de bode, galinha de capoeira, pitus e peixes, servidos a la carte ou buffet para grupos.

TABELA 3 Estabelecimentos Turísticos do Segmento Alimentação

RESTAURANTE, PIZZARIA E LANCHONETE HOT STOP -capacidade: 80 pessoas
BAR E RESTAURANTE KARRANCAS -capacidade: 300 pessoas
RESTAURANTE MANDACARÚ - capacidade: 50 pessoas
RESTAURANTE TÔ A TOA – capacidade: 70 pessoas

Fonte: Fonte: Pesquisa de Campo, 2003.

6.2 Segmento de Hospedagem

O segmento de hospedagem é representado por três estabelecimentos, conforme a Tabela 4.

TABELA 4 Estabelecimentos Turísticos do Segmento Hospedagem

XINGÓ PARQUE HOTEL - 60 apartamentos
CHINA HOTEL -13 apartamentos
CANINDÉ HOTEL -12 apartamentos

Fonte: Pesquisa de Campo, 2003.

O destaque deste segmento é o Xingó Parque Hotel, que tem classificação quatro estrelas e oferece aos hóspedes: heliporto, pista de cooper, playground, piscinas com cascatas e bar molhado, bares, restaurantes, Minimuseu do Cangaço, sala de jogos, cinema, videogames, centro de convenções e mirante com vista para a Hidrelétrica de Xingó. Os apartamentos possuem TV, antena parabólica, canais de som estéreo, frigobar, telefonia DDD e DDI, ar condicionado, cofres individuais e ducha quente com aquecimento central. O hotel oferece também room service 24 horas por dia, serviços de fax e xerox, check-in e check-out informatizados, lavanderia, seguranças e estacionamento. Existe também a Pousada Mandacaru, situada no andar superior do Restaurante Mandacaru, que dispõe de seis unidades habitacionais.

Segundo informações dos empresários locais, será inaugurado no município mais um estabelecimento hoteleiro denominado "Hotel Águas de Xingó", localizado em frente à Prainha, cuja data provável para o início de suas atividades é dezembro de 2003 e deverá absorver mão-de-obra do próprio município.

6.3 Segmento de Agências de Turismo e Transporte Náutico

A priori, a amostra do estudo compreendia quatro agências de turismo que haviam sido identificadas em fontes secundárias: M -TUR, Canistur, Xingótur e Velho Chico. Entretanto, verificou-se que a empresa Xingótur localiza-se no município alagoano de Piranhas e a empresa Velho Chico encerrou suas atividades, logo, foram excluídas do estudo.

Durante a realização da pesquisa de campo no município, apurou-se a existência de mais uma agência; entretanto, constatou-se através de observação direta que no local havia pessoas que realizavam serviços de moto-táxi, sendo, portanto, excluída do estudo. Destarte, compõem o segmento de agências de turismo dois estabelecimentos que, além de oferecer pacotes e roteiros turísticos, realizam o turismo receptivo, transporte terrestre e náutico.

A M TUR é a empresa responsável pelas embarcações Catamarã Cotinguiba, Escuna Maria Bonita e duas lanchas. O Catamarã Cotinguiba funciona de terça a domingo, dispõe de serviço de bordo, som ambiente, piscina natural e hidromassagem. Com capacidade para cinquenta pessoas, realiza um percurso pelo lago de Xingó com duração de três horas e uma parada de 15 minutos, ao final do percurso, para que o turista mergulhe em um local denominado "Paraíso do Talhado".

A Escuna Maria Bonita funciona aos sábados, domingos e feriados, tem capacidade para cento e trinta passageiros, é dividida em três ambientes, inclui serviço de bordo, música ambiente, informações prestadas por um guia que acompanha o passeio e barzinhos personalizados. São dois os roteiros ofertados: 'Karrancas / Paraíso do Talhado' e 'Xingó / Paulo Afonso'.

O Catamarã Pomonga faz o percurso na parte baixa do rio São Francisco. Possui capacidade para 45 passageiros e oferece os mesmos serviços do Catamarã Cotinguiba. A Tabela 5 apresenta a denominação das duas empresas.

TABELA 5 Estabelecimentos Turísticos do Segmento Agências de Turismo e Transporte Náutico

AGÊNCIA DE TURISMO CANISTUR

M - TUR EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS LTDA

Fonte: Pesquisa de Campo, 2003.

6.4 Segmento de Artesanato

O segmento de artesanato é representado por duas lojas (Tabela 6) que comercializam produtos locais ou advindos de outras localidades, a exemplo de Petrolina/PE. Segundo dados da Prefeitura Municipal de Canindé, o artesanato regional é produzido por mais de cem artistas locais que comercializam seus produtos na feira da cidade. São produzidas e comercializadas peças de couro, tecido, madeira, renda de bilro, redes e bordados entre outros.

TABELA 6 Estabelecimentos Turísticos do Segmento Artesanato

LOJA DE ARTESANATO XIQUE & XIQUE

LOJINHA DO SERTÃO

Fonte: Pesquisa de Campo, 2003.

Por meio de observação direta pôde-se constatar que alguns empreendimentos considerados turísticos por órgãos oficiais, a exemplo da Prefeitura do município de Canindé de São Francisco e inclusive divulgados em folders, não apresentam condições adequadas para receber e atender adequadamente a turistas mais exigentes e que, inclusive, um dos estabelecimentos encontra-se à venda.

Com relação ao tempo de atividade, as empresas turísticas pesquisadas podem ser consideradas jovens, pois, observa-se que 46,2% desenvolvem suas atividades entre cinco e oito

anos, 23,1% de um a três anos e 30,8% atua entre 12 a 16 anos. É importante ressaltar que a cidade de Canindé também é jovem, pois com o início das atividades da UHE de Xingó, foi transferida para o local atual há 16 anos.

O segmento de alimentação é o mais representativo do município, tendo em vista que engloba 36,4% das empresas turísticas do município, seguido pelo segmento de hospedagem com 27,3% e agências de viagem e artesanato com 18,2%. Estes setores juntos respondem por 63,7% das empresas turísticas existentes no município.

De forma semelhante, o estudo do SEBRAE/RN constatou que 74,4% das empresas pesquisadas em Natal compreendem estabelecimentos dos segmentos Hospedagem e Alimentação. Outro ponto que merece ser destacado é que apenas 25% das empresas pesquisadas envolvem familiares nas áreas administrativas ou operacionais.

7 Investimentos Privados

O significativo percentual de 84,6% dos gestores das empresas particulares do município, afirmam que realizaram reformas e melhorias posteriormente relatadas nos estabelecimentos há menos de um ano, sendo que 18,2% destes estão atualmente passando por reformas. Os investimentos realizados pelas empresas turísticas de Canindé são quase que totalmente direcionados à melhoria da estrutura física do estabelecimento. Foram citados: ampliação da cozinha; revestimento de paredes do restaurante com azulejos; pinturas e decoração do ambiente; ampliação da área física do restaurante com conseqüente ampliação da capacidade de atendimento; construção de flutuante; troca e manutenção do telhado de palhas e aquisição de novos equipamentos náuticos.

Nota-se que Alimentação é o segmento que mais investe em reformas /ampliações. A totalidade das empresas pesquisadas considera as melhorias necessárias e pretende realizá-las sempre que houver necessidade. Um dos gestores afirmou realizar melhorias sucessivas no estabelecimento desde o início de suas atividades. Os gestores que ainda não realizaram melhorias ou modificações na estrutura física da empresa, justificam a falta de recursos financeiros disponíveis para tal.

Contrariamente, o estudo de Farias e Teixeira (2001, p.104) constatou que as empresas do ramo alimentício do setor primário, apesar de serem responsáveis por mais de 60% das MPI's da região estudada (Vale do São Francisco), são as que apresentaram menores perspectivas de crescimento quando o fator ampliações físicas foi utilizado como indicador. Constatou ainda que 51,6% delas investiram na ampliação das instalações físicas, o que foi considerado um indicador de crescimento, sinalizando a pretensão de crescimento das empresas e uma postura positiva em relação ao futuro. Tal estudo, apesar de retratar aspectos do setor primário da economia, apresenta-se de grande importância para realizar correlações - mesmo sabendo-se que o turismo faz parte do setor terciário - pois entende-se que ambos analisaram empresas localizadas geograficamente no sertão sergipano e pela influência que a atividade turística comprovadamente exerce em todos os setores econômicos.

É notória a preocupação dos empresários com a estrutura física da empresa para proporcionar mais conforto ao cliente e para aumentar sua capacidade de atendimento. 84,6% dos gestores de empresas particulares desejam continuar investindo na melhoria do empreendimento. Contudo, tais investimentos restringem-se a suprir necessidades imediatas e são orientados para a demanda.

Todos os gestores das empresas particulares pesquisadas afirmam que os turistas são seus maiores clientes. Dentre as ações assinaladas pelos gestores na atração do turista (Tabela 7), pode-se constatar que 38% das ações desenvolvidas concentram-se em realizar um bom

atendimento (19%) e divulgação/publicidade (19%). A única empresa de grande porte do município afirma participar de workshops, feiras, eventos e realizar visitas às agências e operadoras em todo o território nacional.

TABELA 7 Ações para Atrair o Turista

AÇÕES	VALOR ABSOLUTO *	VALOR RELATIVO
Bom atendimento/serviço	4	19,0
<i>Folders / Folheteria</i>	2	9,5
Cartões de visita	2	9,5
Divulgação / Publicidade	4	19,0
Preço competitivo	1	4,8
Pacotes promocionais	1	4,8
Participação em feiras	1	4,8
<i>Workshops</i>	1	4,8
Visitas às operadoras e Agências de todo o país	1	4,8
Propaganda FM Xingó	2	9,5
Anúncio em lista telefônica	1	4,8
Placas	1	4,8
TOTAL	21	100,0
* A questão admitiu mais de uma resposta.		

Fonte: Pesquisa de Campo, 2003.

Um dos gestores entrevistados afirmou investir na mão-de-obra jovem do município, facultando a entrada ao mercado de trabalho através do primeiro emprego, destacando que realiza treinamento interno para prestar um bom atendimento. É importante destacar que uma das respostas quase unânimes entre os entrevistados foi a prestação de um bom atendimento ao turista com o intuito de que este realize a propaganda "boca a boca". Nota-se também que as empresas de maior porte e melhor estruturadas do município, são as que efetivamente cruzam as fronteiras municipais e até estaduais, conseguindo, efetivamente, divulgar e tornar conhecida a empresa e, conseqüentemente, atrair turistas.

8 Empregos e Salários nas Empresas Turísticas

De acordo com os dados coletados na pesquisa de campo, as empresas turísticas particulares do município de Canindé geram 103 empregos diretos e formais, os quais representam 1,6% da População Economicamente Ativa (PEA) do município que corresponde, segundo o Censo 2000, a 6.333 pessoas. As funções exercidas, a quantidade de pessoas ocupadas e os salários pagos por segmento de atividade são apresentados de forma fragmentada para uma melhor compreensão.

A quantidade de empregos gerados por funções, a faixa salarial e o valor monetário pago aos 67 empregados no segmento hospedagem podem ser visualizados na Tabela 8.

Em Canindé de São Francisco, o segmento Alimentação emprega 14 pessoas, paga o montante de R\$ 3.840,00 e a média da faixa salarial corresponde a 1,14 salário mínimo, conforme a Tabela 9.

TABELA 8 Quantidade de Empregos Gerados por Funções, Faixa Salarial e Valores Monetários Pagos pelo Segmento Hospedagem

SEGMENTO HOSPEDAGEM			
FUNÇÕES	QUANTIDADE DE FUNCIONÁRIOS	FAIXA SALARIAL**	VALOR EM R\$
Diretores	4	0	0,00
<i>Controller</i>	2	3	1440,00
Supervisor Geral	1	2,5	600,00
Reserva	1	1,5	360,00
Chefe de Fila	1	2,5	600,00
Garçom	7	1,5	2520,00
Encarregado de Manutenção	1	2,5	600,00
Jardineiros	4	1	960,00
Governança	9	1,5	3240,00
Receptionistas	5	1,5	1800,00
Administração	5	2,5	3000,00
Transporte	2	1,5	720,00
Cozinheiros	5	1,5	1800,00
Portaria	4	1	960,00
Manutenção	2	1	480,00
Chefe de Cozinha	1	2,5	600,00
Catamarã	3	1,5	1080,00
Gerência Operacional	1	2,5	600,00
Lavanderia	2	1	480,00
Receptionista	2	1	480,00
Lavadeira	1	1	240,00
Arrumadeira	1	1	240,00
Auxiliar Administrativo	1	1	240,00
Receptionista	1	1,5	360,00
Serviços Gerais	1	1	240,00
TOTAL DE FUNCIONÁRIOS	67	XXX	XXX
TOTAL DOS SALÁRIOS EM R\$	XXX	XXX	23.640,00

* Pró-labore

** Um SM corresponde em nov. 2003 a R\$ 240,00.

Fonte: Pesquisa de Campo, 2003.

Já os salários pagos pelo segmento agência de turismo para os 20 colaboradores, somam R\$ 6.984,00 e a média da faixa salarial corresponde a 1,46 salário mínimo, conforme Tabela 10.

O segmento de artesanato é o que menos contribui na geração de salários e empregos formais, tendo em vista que emprega apenas duas pessoas e paga o equivalente a um salário mínimo, que perfaz o total de R\$ 480,00, como pode ser visto na Tabela 11.

O valor monetário total pago pelas empresas pesquisadas em Canindé corresponde a R\$ 34.944,00, e a média salarial para todas as empresas encontra-se na faixa de 1 a 1,47 salário mínimo.

O estudo do SEBRAE/RN (1996) concluiu que as remunerações pagas pela atividade turística na Grande Natal encontram-se acima das remunerações pagas pelas demais atividades econômicas

daquele Estado, embora seja comum o pagamento de salário mínimo e até abaixo do mínimo. De maneira semelhante, segundo o estudo de Barbosa e Melo (2000), no cadastro geral de 1996, os serviços de alojamento e alimentação em Canindé e Poço Redondo apareciam como os maiores empregadores, seguidos do comércio, ocupando, em conjunto, 194 pessoas em cinquenta estabelecimentos (hotéis e pousadas, restaurantes, bares e lanchonetes).

TABELA 9 Quantidade de Empregos Gerados por Funções, Faixa Salarial e Valores Monetários Pagos pelo Segmento Alimentação

SEGMENTO ALIMENTAÇÃO			
		FAIXA SALARIAL*	VALOR EM R\$
Garçone	1	1	240,00
Cozinheiro	2	1	480,00
Auxiliar de Cozinha	4	1	960,00
Garçom	2	1	480,00
Manutenção (Mecânico)	1	3	720,00
Vigia	1	1	240,00
Cozinheiro	1	1	240,00
Garçon	1	1	240,00
Cozinheiro	1	1	240,00
TOTAL DE FUNCIONÁRIOS	14	XXX	XXX
TOTAL DOS SALÁRIOS EM R\$	XXX	XXX	3.840,00

* Um SM corresponde em nov. 2003 a R\$ 240,00

Fonte: Pesquisa de Campo, 2003.

TABELA 10 Quantidade de Empregos Gerados por Funções, Faixa Salarial e Valores Monetários Pagos pelo Segmento Agência de Turismo e Transporte Náutico

SEGMENTO AGÊNCIAS DE TURISMO			
FUNÇÕES	QUANTIDADE DE FUNCIONÁRIOS	FAIXA SALARIAL***	VALOR EM R\$
Diretoria*	2	0	0,00
Guias de Turismo**	6	1	1440,00
Piloto de Barco**	1	1	240,00
Recepcionista	1	1	240,00
Gerente	1	5	1200,00
Encarregado	1	2,5	600,00
Marinheiros	3	1,5	1080,00
Mestre	2	1,8	864,00
Mecânico	2	2	960,00
Piloto de Barco	1	1,5	360,00
TOTAL DE FUNCIONÁRIOS	20	XXXX	XXX
TOTAL DOS SALÁRIOS EM R\$			6.984,00

* Pró-labore

**Salário + comissão

*** Um SM corresponde em nov. 2003 a R\$ 240,00

Fonte: Pesquisa de Campo, 2003.

TABELA 11 Quantidade de Empregos Gerados por Funções, Faixa Salarial e Valores Monetários Pagos pelo Segmento Artesanato

SEGMENTO ARTESANATO			
FUNÇÕES	QUANTIDADE DE FUNCIONÁRIOS	FAIXA SALARIAL*	VALOR EM R\$
Vendedora	1	1	240,00
Vendedora	1	1	240,00
TOTAL DE FUNCIONÁRIOS	2	XXX	XXX
TOTAL DOS SALÁRIOS EM R\$			480,00

* Um SM corresponde em nov. 2003 a R\$ 240,00

Fonte: Pesquisa de Campo, 2003.

Assim sendo, pôde-se constatar através dos dados obtidos que o maior empregador entre as empresas turísticas particulares do município de Canindé de São Francisco é o segmento de Hospedagem, seguido pelo segmento Alimentação, pois empregam juntos 78,6% da mão-de-obra direta e formalmente relacionada à atividade.

Dentre as empresas pesquisadas em Canindé, constatou-se que 84,6% não utilizam mão-de-obra terceirizada. Nos períodos de alta estação, entre os meses de dezembro a fevereiro, 84,6% dos gestores entrevistados afirmaram realizar contratos de empregos temporários para possibilitar um melhor atendimento à demanda de turistas que tende a aumentar nestes períodos.

Dentre os 84,6% gestores que afirmam contratar mão de obra temporária, 54,5% necessitam apenas de dois a três novos funcionários. Estas pessoas são alocadas nas atividades de auxiliar de cozinha, garçom e guia turístico. Apenas o gestor do hotel de grande porte do município afirmou contratar funcionários "para todos os setores dependendo da necessidade"; todavia, não soube informar com exatidão a quantidade de contratações para cada função. Em Canindé de São Francisco não foi possível conhecer a quantidade de empregos informais gerados no município, pois os órgãos ligados à atividade não possuem registros e desconhecem tal valor.

9 Impostos Gerados Pela Atividade Turística

O estudo procurou focar a geração de impostos, como efeito econômico positivo, advindo da atividade turística. Procurou-se inicialmente levantar informações quantitativas sobre os impostos arrecadados por segmento de atuação no município de Canindé de São Francisco através de fontes primárias e secundárias. Buscou-se também captar a percepção e opinião dos empresários sobre tais tributos, com o intuito de realizar uma análise qualitativa deste tópico.

9.1 Arrecadação Total do Município

Os dados a seguir (Tabela 12) foram obtidos por intermédio do Secretário de Finanças do Município e apresentam a arrecadação tributária total de ICMS e ISS do município entre os anos de 2000 a 2002.

Nota-se, segundo os dados apresentados na Tabela 12, que a arrecadação do ICMS sofreu uma variação positiva de 9,7% entre o período de 2000/2001, entretanto, no período seguinte (2001/2002), apresentou uma retração de 19,9% nos valores arrecadados pelo município. Já a arrecadação de ISS comporta-se de modo inverso: no período de 2000/2001 observa-se uma redução na arrecadação da ordem de 102,6%, ao passo que, no período posterior, há um crescimento de 211,9% na arrecadação do citado imposto. Os motivos de tais variações não foram detalhados por não ser este objeto de pesquisa deste estudo.

TABELA 12 Arrecadação Tributária do Município entre os Anos de 2000 e 2002

ANO	ICMS	ISS	TOTAL EM R\$	VARIÇÃO % 2000/2001		VARIÇÃO % 2001/2002	
				ICMS	ISS	ICMS	ISS
2000	R\$ 24.835.981,52	R\$ 716.695,45	R\$ 25.552.676,97				
2001	R\$ 27.238.877,73	R\$ 353.674,81	R\$ 27.592.552,54	9,7%	(102,6%)		
2002	R\$ 22.725.486,01	R\$ 1.103.049,93	R\$ 23.828.535,94			(19,9%)	211,9%
TOTAL	R\$ 74.800.345,26	R\$ 2.173.420,19	R\$ 76.973.765,45				

Fonte: Pesquisa de Campo, 2003.

Nota-se, segundo os dados apresentados na Tabela 12, que a arrecadação do ICMS sofreu uma variação positiva de 9,7% entre o período de 2000/2001, entretanto, no período seguinte (2001/2002), apresentou uma retração de 19,9% nos valores arrecadados pelo município. Já a arrecadação de ISS comporta-se de modo inverso: no período de 2000/2001 observa-se uma redução na arrecadação da ordem de 102,6%, ao passo que, no período posterior, há um crescimento de 211,9% na arrecadação do citado imposto. Os motivos de tais variações não foram detalhados por não ser este objeto de pesquisa deste estudo.

9.2 Arrecadação do Município Proveniente do Setor Terciário

Os valores totais de Imposto Sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) e de Imposto Sobre Serviços (ISS), arrecadados pelo município do setor de serviços nos anos de 2000, 2001 e 2002, podem ser visualizados na Tabela 12. Tais valores somados correspondem a R\$ 76.973.765,45, sendo que a arrecadação de ICMS corresponde a 97,2% do valor total arrecadado. É interessante destacar que a elevada arrecadação de ICMS, é proveniente dos royalties pagos ao município pela CHESF, o que eleva o município à segunda colocação no Estado na arrecadação deste imposto, perdendo apenas para a capital - Aracaju.

TABELA 13 Valor Recolhido em Tributos pelo Setor de Serviços do Município

ANO	ICMS	ISS	TOTAL EM R\$	VARIÇÃO % 2000/2001		VARIÇÃO % 2001/2002	
				ICMS	ISS	ICMS	ISS
2000	R\$ 24.835.981,52	R\$ 289.723,13	R\$ 25.125.704,65				
2001	R\$ 27.238.877,73	R\$ 353.674,81	R\$ 27.592.552,54	9,7%	22,1%		
2002	R\$ 22.725.486,01	R\$ 765.674,26	R\$ 23.491.160,27			(19,9%)	116,5%
TOTAL	R\$ 74.800.345,26	R\$ 1.409.072,20	R\$ 76.209.417,46				

Fonte: Pesquisa de Campo, 2003.

Observando os dados da Tabela 13 pode-se concluir que a arrecadação de ICMS e a variação entre os períodos pesquisados é a mesma apresentada anteriormente (Tabela 12), quando foram investigadas as arrecadações totais do município em termos de ICMS e ISS. Este fato pode talvez significar que o município não possui dados desagregados por setores econômicos. Por outro lado, a arrecadação de ISS exclusivamente das empresas do setor de serviços apresenta crescimento constante entre os períodos pesquisados, com destaque para o período de 2001/2002, onde observa-se um crescimento significativo de 116,5% na arrecadação municipal. Pode-se supor que o motivo de tal crescimento seja um aquecimento nas atividades das empresas prestadoras de serviços locais, quiçá motivadas pelo incremento da atividade turística.

Os gestores das empresas turísticas particulares do município foram unânimes em afirmar saber o valor pago em impostos por suas empresas, entretanto, apenas um deles informou o valor

pago do Imposto Sobre Serviços (ISS) por sua empresa: R\$ 6.590,00. Os demais gestores limitaram-se a informar que o percentual pago varia entre 17 a 20%, ao passo que outros não responderam a questão. Tais fatos já eram esperados, pois a questão dos impostos no Brasil é muito delicada. Para Barreto (2001), o governo, seja em âmbito municipal, estadual ou nacional, ganha com o turismo na forma de impostos e afirma que, em nosso continente, a evasão de impostos chega a 50%. Dentre as empresas pesquisadas, 76,9% consideram que os impostos são elevados. A verbalização de um dos gestores pode ilustrar o descontentamento dos demais: "Sim, é muito alto, tá muito difícil para trabalhar".

Com relação à reversão dos impostos para melhoria do município, 92,3% dos gestores não consideram que os impostos arrecadados estejam sendo revertidos para este fim. Um dos gestores afirmou indignado: "Não, se fosse não teria tanto buraco na cidade".

10 Principais Conclusões

O município de Canindé de São Francisco possui onze estabelecimentos turísticos particulares, distribuídos nos segmentos de alimentação, hospedagem, agência de turismo, transporte náutico e comercialização de artesanatos. O segmento de alimentação é composto por quatro estabelecimentos, o de hospedagem é representado por três, as agências de turismo somam dois estabelecimentos e o segmento de artesanato duas lojas. Dentre estas, 91% são classificadas como Micro e Pequenas Empresas (MPE'S). As empresas turísticas pesquisadas são consideradas jovens, pois 46,2% desenvolvem suas atividades entre cinco e oito anos e apenas 25% empregam familiares. O segmento de alimentação é o mais representativo, tendo em vista que engloba 36,4% das empresas turísticas pesquisadas, seguido pelo segmento de hospedagem e juntos respondem por 63,7% das empresas turísticas do município.

Todos os gestores das empresas particulares pesquisadas afirmam que os turistas são seus maiores clientes e 38% das ações desenvolvidas concentram-se em realizar um bom atendimento e divulgação/publicidade. Apenas a empresa de médio porte do município afirma participar de workshops, feiras, eventos e realizar visitas às agências e operadoras em todo o território nacional. As empresas turísticas do município de Canindé, geram 103 empregos diretos e formais. O valor monetário pago aos 67 empregados no segmento Hospedagem corresponde a R\$ 23.640,00 e a média da faixa salarial é de 1,47 salário mínimo. Já o segmento Alimentação emprega 14 pessoas, paga o montante de R\$ 3.840,00 e a média da faixa salarial corresponde a 1,14 salário mínimo. O segmento Agência de Turismo paga aos 20 colaboradores, R\$ 6.984,00 e a média da faixa salarial corresponde a 1,46 salário mínimo. O segmento de artesanato é o que menos contribui na geração de salários e empregos formais, tendo em vista que emprega apenas duas pessoas e paga o equivalente a um salário mínimo, que perfaz o total de R\$ 480,00. Sendo assim, o valor monetário total pago pelas empresas particulares pesquisadas em Canindé corresponde a R\$ 34.944,00, e a média salarial para todas as empresas encontra-se na faixa de 1 a 1,47 salário mínimo.

Dentre as empresas pesquisadas em Canindé, constatou-se que 84,6% não utilizam mão-de-obra terceirizada; entretanto, nos períodos de alta estação, entre os meses de dezembro a fevereiro, o mesmo percentual de 84,6% dos gestores entrevistados afirmaram realizar contratos de empregos temporários para possibilitar um melhor atendimento à demanda de turistas que tende a aumentar nestes períodos; porém, a média de contratos em 54,5% das empresas que efetuam a realização de contratos temporários é de apenas dois a três novos funcionários, alocados principalmente nas atividades de auxiliar de cozinha, garçom e guia turístico. Não foram encontrados nos registros oficiais, dados que indiquem a quantidade de empregos indiretos

gerados e beneficiados pela atividade turística no município. Tal fato é inconcebível se levarmos em conta que os gestores públicos consideram que a vocação do município é "o turismo e a agricultura". Tão pouco é conhecida a estatística dos empregos indiretos da atividade informal que possibilitam a sobrevivência dos nativos, principalmente os de baixa renda.

Com relação aos investimentos privados constatou-se que o significativo percentual de 84,6% dos gestores das empresas particulares do município afirmam que realizaram reformas e melhorias nos estabelecimentos há menos de um ano, sendo que 18,2% destes estão atualmente passando por reformas. Tais investimentos são quase que totalmente direcionados à melhoria da estrutura física do estabelecimento, sendo que o segmento Alimentação é o que mais investe em reformas /ampliações. A totalidade das empresas pesquisadas considera as melhorias necessárias e pretende realizá-las sempre que houver necessidade. É notória a preocupação dos empresários com a estrutura física da empresa para proporcionar mais conforto ao cliente e para aumentar sua capacidade de atendimento. 84,6% dos gestores de empresas particulares desejam continuar investindo na melhoria do empreendimento. Contudo, tais investimentos restringem-se a suprir necessidades imediatas e são orientados para a demanda.

Os valores totais de Imposto Sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) e de Imposto Sobre Serviços (ISS), arrecadados pelo município no período de 2000 a 2002, corresponderam, respectivamente, a R\$ 74.800.345,26 e R\$ 2.173.420,19. Juntos somam quase setenta e sete milhões de reais, advindos principalmente dos royalties da Usina Hidrelétrica de Xingó. Os gestores das empresas turísticas particulares do município foram unânimes em afirmar conhecer o valor pago em impostos por suas empresas, porém limitaram-se a informar que o percentual pago varia entre 17 a 20%. Dentre as empresas pesquisadas, 76,9% consideram que os impostos são elevados e 92,3% deles não consideram que os impostos arrecadados estejam sendo revertidos para a melhoria do município.

Em função dessas conclusões algumas considerações finais podem então ser apresentadas:

- a atividade turística ainda não contribui de forma proporcionalmente significativa na geração de empregos no município. Os empregos formais gerados pelas empresas turísticas locais representam 1,6% do total da PEA (População Economicamente Ativa) do município. O turismo não gera ainda os empregos esperados, mas o fato de serem formais (com carteira assinada) já faz muita diferença.
- mesmo sendo notória a vocação do município para a agricultura e para o turismo, os órgãos oficiais do município não possuem informações acerca da quantidade de pessoas envolvidas em atividades informais e que tiram o sustento de seus lares graças à venda de produtos artesanais, alimentos caseiros ou ainda desenvolvendo alguma atividade especificamente ligada à presença do turista no município.
- por outro lado, a geração de impostos fica prejudicada, tendo em vista que a atividade informal não contribui na arrecadação de impostos, da mesma forma que as empresas formais só fornecem documento fiscal quando solicitadas.
- os efeitos positivos que podem advir de um processo de mudança em uma comunidade, a partir de ações com o intuito de diversificar e fomentar o desenvolvimento social e econômico, não foram observados com a realização deste estudo. Os salários pagos pela atividade no município encontram-se na faixa de 1,0 a 1,47 salário mínimo, o que possibilita apenas a manutenção das condições mínimas de sobrevivência e não a real modificação do nível e qualidade de vida da população local.

The Socioeconomic Contribution of the Private Sector to Tourism: the case of Canindé de São Francisco/SE

1 Introduction

Tourism is considered one of the principal economic sectors, both at global and national levels. According to data from the Brazilian Tourism Board (EMBRATUR, 2002), in Brazil alone, the sector accounts for 7% of the Gross Domestic Product (GDP), involving 52 sectors of the economy, generating a turnover of US\$ 25.8 billion, through the travel of 45 million Brazilians and 5.3 million foreign tourists who visit the country, and employing six million people.

Various business activities have emerged, to meet the demand from tourists who wish to consume, and therefore spend money, giving rise to taxes and the multiplying effect, thus benefiting the other sectors of the economy. Based on these considerations, it is imperative to understand the economic function of tourism as a means of growth and development in the host localities, and to enable the offer to be adapted to the demand.

The objective of this study was to outline the profile of tourism companies and analyze the socioeconomic contribution of these companies to tourism in the municipal district of Canindé de São Francisco, in the semi-arid region of Sergipe. This municipal district is considered a center with high tourism potential in the State of Sergipe, due to its proximity to the attractions of the Rio São Francisco Canyon, the Vale dos Mestres, the trail to the Angicos cavern, and the Xingó Hydroelectric dam, which generates 25% of all the energy consumed in the Northeast region.

To achieve the objectives of this research, a combination of bibliographic and documentary methods was used, as well as field research, which enabled the collection of primary data. Secondary sources were also consulted, such as reports from the Secretary for Tourism of the State of Sergipe, the local council of Canindé, the Secretary of Finance (SEFAZ), The Municipal Secretary of Finance, and information from the Brazilian Institute of Geography and Statistics (IBGE), among others.

2 The Economic And Social Impacts Of Tourism In Brazil In The Northeast And Sergipe

Information from EMBRATUR (2002) shows that in 2000, a direct income of US\$ 9.3 billion was generated by the movement of 52 million domestic travelers, US\$ 7 billion was raised in direct and indirect public taxes and 6 million jobs were maintained around the country. Meanwhile, the arrival of 5.3 million foreign tourists was reflected in income of US\$ 4.2 billion. According to Carvalho (2000, p.207), national tourism "gathers more than a million companies and employs around ten million workers, directly or indirectly".

Contradicting Milone and Milone (2000), who forecast a growth rate of 3.5%, the World Tourism and Travel Council (WTTC) predicts, in line with the forecasts of Barros (2000), a growth of tourism in Brazil of between 2% and 5% by the year 2010, and the creation of around 1.5 million new jobs, as a result of this growth in the travel and tourism industry, including various sectors directly or indirectly related to the sector.

The relative percentages of each region in terms of monetary income from Domestic Tourism are as follows: North (4.0%); Northeast (33.1%); Southeast (40.8%); South (16.6%); and

Central-West (5.5%). Applying these percentages to the total estimated GDP derived directly from tourism for the country as a whole, we see the following figures, for the tourism production of each region: North (R\$ 1.181 billion); Northeast (R\$ 9.773 billion); Southeast (R\$ 12.046 billion); South (R\$ 4.901 billion); and Central-West (R\$ 1.624 billion). The GDP for each region in 2001, according to the National Accounts of the Brazilian Institute of Geography and Statistics (The IBGE Foundation), was as follows: North (R\$ 53.5 billion); Northeast (R\$ 154.7 billion); Southeast (R\$ 687.4 billion); South (R\$ 209.4 billion) and Central-West (R\$ 76.0 billion), as quoted by EMBRATUR (2002).

The Northeast region covers an area of 1.5 million square kilometers and has annual average temperatures of around 27 degrees Celsius, which makes it favorable for the development of tourism. Its nine states have a total population of 47 million inhabitants, around 30% of the total Brazilian population. The region has a diverse economy, with 69.3% of its production activity being in the service sector, 18.4% in the industrial sector and 12.3% in agriculture. The main economic sectors in the region are tourism, irrigated agriculture, grain production, livestock (cattle, sheep and goats), fish farming and the production of sugar and cocoa.

Addressing the tourism aspects, it is worth noting the Programa de Desenvolvimento do Turismo do Nordeste (Northeast Tourism Development Program) - PRODETUR/NE which represents, according to the Banco do Nordeste (2003), "the convergence of ideas and actions for the realization of investments in the tourism infrastructure of all the states in the Northeast of Brazil". In the first stage, the Program mobilized resources of more than US\$ 800 million, invested in more than 500 projects, such as airports, highways, historical heritage, basic sanitation and environmental protection, which facilitated access by visitors and investors to the main tourism destinations of the region. The investments already carried out include seven airports, the construction and restoration of 934 km of roads, 945 thousand inhabitants supplied with basic sanitation services, the restoration of 723.921 m² of historical heritage, the preservation of 70,400 hectares of the environment and the training of 135 government bodies responsible for the management of tourism in the states (BANCO DO NORDESTE DO BRASIL, 2003).

According to a study by FIPE/EMBRATUR (2002), the activity is responsible for directly generating 2.0% of the country's GDP, not including its contribution to the Gross Fixed Investment. The GDP for tourism in the Northeast region, although relatively close to the figure for the Southeast region, is highlighted in relative terms, representing almost 6.5% of the total GDP of the region, while for the Southeast region this contribution is just 1.8%.

The State of Sergipe has a privileged location. Located between two major host markets of the Northeast - Bahia and Pernambuco, and neighbor to Alagoas, the state extends for 21,994 Km², from the sertão or hinterland region, up to the Atlantic Ocean. It is divided into 75 municipal districts, distributed into 13 micro-regions derived from three geographic meso-regions, and has a total area of 22.050 km², representing 0.26% of the area of the country and 1.41% of the Northeast region. It has around 163 km of coastline, and its beaches are the main natural attractions, followed by the historical towns of Laranjeiras and São Cristóvão - the fourth oldest town in Brazil - famed for its colonial architecture and cultural festivals. Its tourism offer is comprised of beaches, rivers, mangrove swamps, canyon, parks, cultural events, historical towns and monuments. In the interior of the State, various options are available, such as the Bica dos Pintos, in São Cristóvão, the mineral springs, in Salgado, and the Xingó canyon, in the municipal district of Canindé de São Francisco, in the sertão region of Sergipe.

According to Pio (2000), Micro and Small Companies represent 99% of all establishments in the Northeast and employ 73% of the workforce in the service sector. In the State of Sergipe, these companies make up more than 99% of all businesses in the service sector and mobilize 89% of the workforce, accounting for a significant portion of the taxes collected and salaries paid.

The number of jobs generated by tourism in the State of Sergipe can be seen in Table 1.

TABLE 1 Number of Jobs generated by the Tourism Industry in Sergipe

YEAR	NO. OF JOBS
1996	7.366
1997	8.949
1998	11.556

Source: Andrade, 1997.

In Sergipe, investments by PRODETUR/NE total US\$ 19.2 million. The money was spent on the modernization of the Santa Maria Airport, promoting it to international category; the restoration of the Aracaju Historical Center; and the construction of the Linha Verde Highway (SE-100), as well as other infrastructure in various suburbs of the capital. The Costa dos Coqueirais center was created in the State, covering eleven municipal districts, which have a total population of approximately eight hundred thousand inhabitants (BANCO DO NORDESTE, 2003).

Based on information from EMBRATUR (2002), of the tourists who visited the State of Sergipe in the year 2000, the majority live in the region itself, while the remainder are from the Southeast, Central West and South regions. For foreign tourists, Europe is the main continent of origin, followed by North America.

Barbosa and Teixeira (1999) believe tourism is one of various alternatives for the development of the State. In their study of four hundred tourists, the authors observe that the majority are from the Northeast region, particularly the State of Bahia, followed by the Southeast region. These results are still valid today, and are the same as those announced by EMBRATUR, in 2002. The majority of the tourists are male, between 36 and fifty years, married, university graduates, staying for around 3 days, and with income of more than fifteen minimum salaries. They spend on average, between R\$ 360 and R\$ 900 on the trip and an average of R\$ 53.35 per person per day, and the main travel motive is for business.

According to data from the Banco do Nordeste (2003), the State of Sergipe had a GDP of US\$ 4.6 billion in 2000, and a growth of 21.65% from 1993 to 1998, and tourism is mentioned among the main economic activities of the State. The taxes collected from tourism can be seen in Table 2.

TABLE 2 Taxes collected from Tourism in Sergipe

YEAR	TAXES COLLECTED
1990	238,513
1991	271,880
1992	231,725
1993	270,850
1994	285,594
1995	294,349
1996	303,381
1997	206,892
1998	269,361

Fonte: Andrade, 1997.

According to a study carried out by the technical team of UNITUR/PRODETUR/SE entitled "A evolução recente da hotelaria sergipana" (The recent development of the hotel industry in Sergipe) (2002, p. 4) there was a "substantial increase in the accommodation offer in Sergipe between 1997 and 2002". However, the annual growth rate for the same period (2.62%) is lower than the rates for the periods 85/90 (13.38%) and 91/96 (4.21%). This fact suggests, according to the study cited above, a trend towards a leveling off in the number of accommodation units offered in the capital, where around 73% of the units are located.

Another conclusion of the UNITUR/PRODETUR/SE (2002) study relates to the flow of guests which, for the period analyzed, increased by 66%; however, the annual growth rate for the State (10%) is lower than that of the Northeast as a whole (12%). Two indicators were considered positive: the average stay of guests, with an annual growth of 7.24%, and the number of overnight stays (14%), since a longer period of stay implies greater use of the services, more accommodation units occupied and consequently, an increase in expenditure. This surely has a positive impact on the economy of the State and the sectors directly related to the hotel, transport and catering, the study infers.

3 Principal Studies on The Socio-economic Impacts of Tourism in The Northeast and Sergipe

Below, some studies carried out in the Northeast region, on the socioeconomic impacts of tourism are outlined, which show that studies on taxes, job generation and salaries are always wide-reaching, covering all economic sectors and not only companies in the tourism sector, which suggests there is a gap which needs to be filled.

A study was carried out by Teixeira, Castelar and Soares (2000), entitled "Impactos de Gastos Turísticos sobre Produto, Renda e Emprego no Setor de Insumo Produto Estadual", with the aim of quantifying the effects of some projects linked to tourism and tourist expenditure on income, product and jobs in the economy of Ceará .

In the first phase of the study, for the analysis of sector impacts on jobs, income and production, the input-product model was used. This is a widely used technique in economics, which shows, through the interdependence between the productive sectors, the way the regional economy works, describing the flow of goods and services between the individual sectors of an economy within a specific period of time, generally one year. For the purposes of this work, only investments in the areas of basic sanitation, roads and the airport extension were considered, corresponding to a total value R\$ 113,467,562.00 to be invested in the project. The impact analysis was based on the following premises: (i) the amount was a one-off investment; (ii) a demand of R\$1 million was considered to obtain the desired impacts; (iii) the implementation stage was considered, but not the operationalisation stage.

As the results of the study, it was identified that the sector which most closely reflects the implementation of tourism infrastructure was that of civil construction. For every million reais invested in civil construction, the total product generated in the economy was R\$ 1,339,733.00 and the impact on the generation of jobs was 36 new positions for every million in investments. In the civil construction sector, only 24 direct jobs are generated. These data show that the impact on the job market does not match up to the expectations of the planners in the initial phase.

In the second stage of the analysis, concerning the alterations caused by direct tourist spending on tourism consumer goods, spending on accommodation, food, entertainment and transport was considered. The structure of tourist spending was based on data supplied by SEBRAE during two four-month, peak seasons: January to July 1995 and January to July 1996. According to the data found, the majority of the spending is on accommodation and food- R\$ 520,529.80 - which represents 52.05%; followed by the entertainment sector with R\$ 374,834,40 (37,48%) and the transport sector with R\$ 104,635.80, which represents 10.46% of tourist expenditure.

It was observed that the total impact, given the variation of one million reais in tourist consumption, was R\$ 1,354,836.00. Tourist demand has direct repercussions on the tourism sectors where the spending is generated. For the Transport sector, the impact on production was R\$ 141,493.10; for the Accommodation and Catering sector, the production was R\$ 533,954.90 and for the Family Services Sector, the result was R\$ 391.769,30. Indirect benefits were derived by the following sectors: Agriculture and Livestock, Other Food Industries, Electricity Generation,

Commerce, Financial Institutions and Insurance, Repair services except for Industrial Equipment, Services to Companies and Vehicle Rental.

The income generated for the economy of Ceará was R\$ 839,672.00, comprising 62% of the State's production. The total employment generated in the economy of the State was 76 units, which is equivalent to 2,2 times more than that generated from the change in demand, as a result of investments by the public sector in civil construction. The greatest impact occurred in the Entertainment sector, with 37 jobs generated, in second place was Accommodation and Catering, with 16 jobs, and finally, the Transport sector, with the generation of five direct jobs. Thus, the authors concluded that the impacts from tourism spending are so significant that the public sector should act to eliminate obstacles and encourage private investments, intensifying the tourism offer and demand.

The study/diagnosis entitled "Pesquisa sobre o impacto socioeconômico do turismo na Grande Natal", carried out by SEBRAE/RN (1996), aimed to evaluate the socioeconomic effects of tourism in the Greater Natal area, in a quantitative and qualitative way, in order to give direction to the development of policies for the sector, giving a profile of the labor market and providing more accurate data for the ordered and persistent increase of tourism activities.

The study/diagnosis focused, among other aspects, on the effects of tourism on job creation, the increase and distribution of income, the widening of the tax base and tax collection and the impact on other activities. Among the specific objectives established, three deserve special mention: the analysis of job generation, income and taxes collected; the analysis of income generated and quality of services provided; the assessment of the increase in taxes collection as a result of tourism.

The study was based on random, non-probabilistic samples in six sectors: means of accommodation, travel and tourism agencies, transport companies, car rental companies, restaurants, bars and the like, and events organizers. A major difficulty encountered when carrying out the study was to identify the number of companies operating in each area of tourism activity analyzed, bearing in mind that the records of EMBRATUR and SEBRAE did not coincide.

Establishments were investigated in Natal, the Parnamirim coast, Nisia Floresta and Extremoz. Four hundred interviews were carried out, to collect primary data through the application of six models of questionnaire with closed and open questions, and two models of form. The secondary data was obtained from censuses, records of the Tourism Secretary of Rio Grande do Norte, annual statistics of EMBRATUR, and technical reports from professional bodies, among others.

The results found include the following:

" The accommodation establishments studied employ 2,144 people in formal jobs (94.8%) and 65 in informal jobs (5.2%). The omission of responses suggests that the level of informal employment may be even higher than this. Only 8.33% of the accommodation establishments investigated stated they had taken part in tax and financial incentives in their businesses, while 91.67% affirmed that they had not received any State support;

" The travel and tourism agencies studied generate 679 permanent jobs (81.2%) and 223 temporary jobs (18.8%), and the participation of the female workforce in these companies, employed in high administration, managerial, operational and general positions, is high. The salaries are higher than those paid by the State, although the payment of a minimum salary, and even below the minimum, is common.

" The travel and tourism agencies mentioned a growth in human resources of 41.93% between 1994 and 1995.

" Almost none of the companies said they had received tax and financial incentives; only 0.48% stated that they had received support from the SEBRAE/RN and the Caixa Econômica Federal;

" The airline companies employed 2,943 people in permanent jobs and only two temporary positions, represented by accountants. The road transport companies employ 2,875 people in permanent and temporary jobs (also accountants) and affirmed that there had been an increase in the number of employees in recent years. These transport companies pay considerable amounts in ICMS, Income Tax, PIS and COFINS;

" Restaurants, bars and the like generate 1,736 jobs; 1,436 permanent (84.3%) and 300 temporary (15.7%). Of the establishments studied, 14.01% stated that they had received support from the State.

" 187 jobs are generated by vehicle rental companies, of which 177 are fixed and ten temporary, again the accountants. The salaries paid to employees at operational level are average, compared with those paid by other types of company.

" The events organizers generate 17 permanent and 21 temporary jobs.

" 343 people are employed in permanent jobs on the stalls selling traditional food, and 40 in temporary jobs, totaling 383 people.

" The generation of jobs as a result of the expansion of tourism activities is undoubted, however, a high level of informality in terms of the human resources that work in the sector is also observed.

The main objective of the Master's Degree Dissertation of Lima (2002) entitled "A dinâmica socioeconômica e as perspectivas de turismo no município de Propriá/SE", was to analyze the socioeconomic dynamic and the prospects for tourism in Propriá, through an analysis of the behavior of the productive sectors and their views on the development of the locality. It also proposed to provide data to the town's public administration, in order to enable the development of sustainable tourism in the locality. As specific objectives, it sought to (i) describe the municipal district in terms of its geographical and natural characteristics; (ii) describe the current socio-economic reality, identifying the living conditions, local infrastructure and changes relating to the economic and social stagnation between the period between 1990 and 2000; (iii) identify the tourism vocation of the town, through an investigation of the potential of the natural and cultural attractions, as well as the tourism infrastructure, equipments and services; (iv) identify the actual tourism demand in the town and the potential tourism demand that it could have in the future; (v) identify the existence of public policies relating to tourism for the town; (vi) verify the forecasts for growth of the tourism chain.

The study was characterized as an exploratory-descriptive study, in that it used non-probabilistic sampling. For the data collection, non-structured interviews were carried out, with the application of questionnaires and direct observation, and primary and secondary data was sought from the representatives of the public bodies, the local council, secretaries, community leaders and employees of local tourism businesses. The results of the research indicate that the municipal district does not provide an adequate offer of the basic facilities and services required to meet the tourism demand, although according to the researcher, it does have many attractions. According to her analyses, tourism could develop if improvements are made, particularly in the area of public management.

The study concluded that tourism could contribute to instigating some processes of social and economic development, in that it strengthens the financial sectors, through investments which provide new jobs, generating income and higher taxes for the public authorities. It could also help to publicize the attractions of Propriá, and bring new opportunities for cultural exchange.

A study entitled "Diagnóstico socioeconômico do município de Canindé de São Francisco" carried out by the SEBRAE/SE - Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Sergipe (1998) (Support Service to Micro and Small Companies in Sergipe), and concluded in June 1998. One of the activities of this body is PRODER - Programa de Emprego e Renda (Employment

and Income Program), through which support is offered to micro and small companies in the interior of Sergipe, based on the identification of the economic and social potential of each municipal district.

The objective of the work was to compile and analyze information, gathering them in an archive of business opportunity studies, aimed as a guide for businesses already established in the towns, and future business, which could use it as a management tool. The methodology used by the technical team of SEBRAE was developed through bibliographic research, documentary research and field research, carried out in partnership with the team of PROJEL - Planejamento, Organização e Pesquisas Ltda. A search was made of the statistical information contained in the Anuário Estatístico do Estado de Sergipe de 1996, the Cadastro Industrial de Sergipe de 1991, the Enciclopédia dos Municípios Brasileiros, the Enciclopédia dos Municípios Sergipanos, the Plano de Desenvolvimento Rural de Canindé de São Francisco de Março/1997, the Projeto de Salvamento Arqueológico de Xingó, the Projeto Eco-Xingó, the Local Council of Canindé de São Francisco, the Relação de Certificados de Cadastro de Imóveis Rurais of INCRA, and the Sinopse Preliminar do Censo Demográfico de Sergipe de 1991.

The document written by Barbosa and Melo (2000), entitled "Cenários de Turismo, Comércio e Serviços dos Municípios de Canindé de São Francisco e Poço Redondo" sought to outline the scenario for the activities of commerce, service and tourism in the towns of Canindé do São Francisco and Poço Redondo, with the aim of providing a resource for feasibility studies for the construction of the Xingó Canal. After carrying out the diagnosis, the study sought to identify the driving forces behind the development of these activities, in order to formulate their prospective scenarios.

The approach adopted was inspired, according to the authors, in the methodology and elaboration of scenarios, based on external and internal conditioning factors on local development, identifying the potential and obstacles influencing the prospects of the municipal districts and critical uncertainties in relation to the socio-economic aspects. Four sectoral contexts were analyzed, relative to the commercial and service sector and the principal activities of the tourism production chain, fed by secondary data, such as economic and demographic censuses and municipal records, and enriched with research reports and Master's Degree Dissertations on the region, as well as the application of questionnaires to political and community leaders, employees and business people in the two towns.

Barbosa and Melo (2000) outline a more probable scenario of growth of the municipal districts of Canindé de São Francisco and Poço Redondo for the next thirty years, combining aspects of optimistic and pessimistic scenarios. According to the authors, both the agriculture and tourism sectors will be favored in the district of Canindé de São Francisco, which will maintain a more accelerated economic growth and a higher level of urbanization. This fact will occur due to the investments in tourism and the opportunity to invest the high levels of tax collected, in economic and social infrastructure. The tertiary sector, in this same time span, will be expanded, boosted by the income from projects in irrigated agriculture and the expansion of tourism, but also by investments. Stimulated by tourism, commerce and services will also grow, keeping pace with the urban development and tourism flow.

In the year 2030, the population of Canindé de São Francisco should be, according to the authors, around 34.6 and 42.5 thousand people. The two municipal districts together may have a total of between 68 and 76 thousand people and the working population should reach around 45 thousand people. The most important, and most dynamic sectors of the tertiary sector should be accommodation, catering and commerce, which today are the most important in the region in terms of generating jobs and income. The provision of a tourism structure will stimulate the enlargement of this sector, with the emergence of new hotel establishments, restaurants, handicraft business, and entertainment and leisure activities.

4 Principal Socio-economic Indicators For The Municipal District Of Canindé De São Francisco/SE

The socio-economic indicators for the municipal district were collected through secondary data and are presented briefly, below. It can be observed that the district of Canindé has a total HDI of 0.580, and is therefore classified as a municipal district with average human development, below the average for all the municipal districts in Sergipe and the national average, occupying 64th and 4992nd positions respectively.

Around 52% of homes in the district are located within the urban zone, which is below the rates for Sergipe, in the Northeast of Brazil. The average growth rate of the population is 5.02% per annum, the life expectancy at birth is 60 years, the infant mortality rate is 77.6 for every thousand births and the demographic density is 19.62 inhabitants/km². The district has a young population, in that 83.1% of the inhabitants are under 39 years of age. The illiterate population over 15 years of age represents 42.3% of the total population of over ten years of age.

The total GDP of the municipal district corresponds to R\$ 48.94 million, while GDP per capita is around R\$3,371.88, higher than the state level (R\$2,267.65), a fact which can be explained by the presence in the district of Brazil's third largest hydroelectric plant and the largest in the Northeast region, the Xingó Hydroelectric Plant. Farming and livestock represent 15.2% of the district's economy, and includes crops such as maize, beans and cotton. The Secondary Sector corresponds to 81.5% of the economy of Canindé, with the Service Sector representing 3.4% of the economy.

It is worth highlighting the importance of the primary activities in the occupation of the labor force. In the secondary sector, the activity of construction is important, and in the tertiary sector, the provision of services, public administration, social and commercial services are important. According to the 1991 Census, the municipal district of Canindé had 746 people employed in the tertiary sector, compared with 123 people in 1980. This sector employed 23% of the working population in the town in 1991. In the general record for 1996, accommodation and catering services were the highest employers, followed by commerce. The services sector and the sectors geared towards tourism are the most significant, such as those of accommodation and catering, together employing 194 people, in fifty establishments (hotels and guest houses, restaurants, bars and snack bars). The information available on tourism and guest numbers in the region are less systematic. Hotel and guest house records for the years 2000 indicate a figure of 39 thousand guests in the town of Canindé de São Francisco.

5 Methodological Aspects

Owing to its objectives, this study can be described, in terms of its goals, as an exploratory and descriptive study. It is exploratory, because it addresses a theme on which there is little accumulated, systematized knowledge, and descriptive, because it describes a number of variables, as well as establishing the relationship between them. In terms of the investigation methods used, a bibliographic and documentary review was carried out, and also field research, since primary data was collected through interviews, with the use of a structured questionnaire:

- " What is the profile of tourism companies in the town?
- " How many jobs are generated and what salaries are paid by tourism companies in the town?
- " What investments are being carried out by the private sector?
- " How much is generated in taxes by tourism activity?

Mattar (1996) believes that the choice of sampling process should take into consideration the type of research, accessibility to the elements of the population, the desired representativity, availability of time, and financial and human resources, among others. In this study, the sample coincided with a study sample which is being considered a census sample. Thus, information was collected in the eleven companies, through interviews with business people, in order to obtain primary data on the municipal district of Canindé de São Francisco.

6 Profile Of Tourism Companies In The Town

It is important to make some reservations in order to fully understand the analyses that will be presented and the results found:

" The facilities of the Hotel Xingó include the Maria Bonita Restaurant and the Pomonga Catamaran, which also belong to the hotel;

" The Karrancas Bar and Restaurant also has a small handicrafts store - Xique & Xique, with the same owner;

" The Mandacarú Restaurant and Guest House are located in the same building and belong to a single owner. The restaurant is on the ground floor, while the Guest House is on the upper floor.

Initially, the sample for this study included seventeen companies indicated as tourist companies by the Municipal Council of Canindé and by Santos (1999). As a result of the above comment, and concerned not to duplicate the data, and consequently, compromise the analyses, the "Hotel Xingó, Maria Bonita Restaurant and Pomonga Catamaran"; and the "Karrancas Bar and Restaurant and the Xique & Xique Handicrafts Shop" were grouped together and computed just once, thereby reducing the sample from seventeen to eleven tourism businesses.

Another point to be observed relates to the size of the establishments studied. The classification of tourism companies in Canindé followed the criteria defined by the Serviço de Apoio a Pequena e Média Empresa (Support Service for Small and Medium Companies) (SEBRAE) which classifies service providers by size, according to the number of employees, as follows: Micro company, up to nine employees; small company, from ten to 49 employees; medium company, from fifty to 99 employees, and large company, more than 10 employees.

Thus, in Canindé, the two tourism companies studied in the handicrafts sector are considered micro companies; all the companies in the tourism agencies and catering sectors and two companies in the accommodation sector, making a total of eight establishments, are classified as small companies, and only one company in, the accommodation sector, is classified as a medium company. 91% of the tourism companies studied, therefore, are classified as Micro or Small Companies.

Comparing these results with a study by Farias and Teixeira (2001), which noted that 90.3% of manufacturers located in the Vale do São Francisco are Small and medium Manufacturers, and that of Pio (2000), which states that in the year 1998, in the State of Sergipe and the Northeast, the number of micro and small companies was 98.13% and 98.06% respectively, of the total number of establishments, a prevalence can be seen, of this size of company among establishments in the Northeast and their importance in absorbing the workforce.

These percentages, specifically for the tourism-related companies, can also be seen in the SEBRAE/RN (1996) study, which observed that 94.7% of the tourism companies studied were micro or small companies.

The profile of the private tourism companies is presented below, by sector: catering, accommodation, tourism agencies, nautical transport and handicrafts.

6.1 The Catering Sector

The catering sector is comprised of four establishments, whose trading names can be seen in Table 3. These establishments offer self-service food or barbeque, dinner, and occasionally, breakfast. Other products offered are: sandwiches, pizzas and snacks. One establishment which is noted due to its location, organization and structure, is the Karrancas Bar and Restaurant, which has the capacity to serve three hundred people and offers regional cuisine, such as goat, capoeira chicken, pitus and fish, served à la carte or buffet style, to groups.

TABLE 3 Tourism Establishments in the Catering Sector

RESTAURANTE, PIZZARIA E LANCHONETE HOT STOP - capacity: 80 people
BAR E RESTAURANTE KARRANCAS - capacity: 300 people
RESTAURANTE MANDACARÚ - capacity: 50 people
RESTAURANTE TÔ A TOA – capacity: 70 people

Source: Field Research, 2003.

6.2 The Accommodation Sector

The accommodation sector is represented by three establishments, as shown in Table 4.

TABLE 4 Tourism Establishments in the Accommodation Sector

XINGÓ PARQUE HOTEL - 60 rooms
CHINA HOTEL -13 rooms
CANINDÉ HOTEL -12 rooms

Source: Field Research, 2003.

The highlight in this sector is the Xingó Parque Hotel, which is classified as four stars and offers its guests: a heliport, running track, childrens' play area, swimming pools with waterfalls and pool bar, indoor bars, restaurants, Cangaço Minimuseum, games room, cinema, video games, convention center and lookout post over the Xingó Hydroelectric Plant. The rooms have terrestrial and satellite TV, stereo sound channels, fridge-bar, domestic and long-distance telephone calls, air conditioning, individual safes and hot shower with central heating. The hotel offers 24-hour room service, fax and photocopying services, computerized check-in and check-out, laundry service, security guards and parking. There is also the Pousada Mandacaru, located on the floor above the Mandacaru Restaruant, which has six rooms.

According to information from local business people, another hotel establishment is to be inaugurated in the town, to be named the "Hotel Águas de Xingó", in front of the Prainha, which will probably begin its activities in December 2003 and is expected to employ workers from the municipal district.

6.3 Tourism Agencies and Nautical Transport Sector

Initially, the study sample included four travel agencies which had been identified in secondary sources: M -TUR, Canistur, Xingótur and Velho Chico. However, it was observed that the company Xingótur is located in the municipal district of Piranhas in Alagoas, and the company Velho Chico had ceased trading, and were therefore excluded from the study.

During the carrying out of the field research in the municipal district, the existence was noted of another agency; however, it was observed through direct observation that there were people in the locale who provided services such as motorcycle taxi, and was therefore excluded from the study. The tourism agency sector therefore consisted of two establishments which, besides offering tourism packages and itineraries, also provided receptive tourism, land and nautical transport.

M-TUR is the company responsible for the Cotinguiba Catamaran, the Maria Bonita Schooner and two motor boats. The Cotinguiba Catamaran operates from Tuesday through Sunday, providing on-board service, ambiental music, natural water swimming pool and hydro massage. With capacity for fifty people, it makes a three-hour round trip on the Xingó lake with a 15 minute stop at the end of the trip, giving the tourists the opportunity to swim in a spot known as "Paraíso do Talhado".

The Maria Bonita Schooner operates on Saturdays, Sundays and holidays. It has capacity for a hundred and thirty passengers, and its divided into three areas. It includes on-board service, ambiental music, information provided by a guide who accompanies the trip and small, personalized bars. The itineraries offered are: 'Karrancas / Paraíso do Talhado' and 'Xingó / Paulo Afonso'.

The Pomonga Catamaran plies the low part of the São Francisco River. It has capacity for 45 passengers and offers the same services as the Cotinguiba Catamaran. Table 5 shows the names of the two companies.

TABLE 5 Tourism Establishments in the Travel Agencies and Nautical Transport Sector

AGÊNCIA DE TURISMO CANISTUR

M - TUR EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS LTDA

Source: Field Research, 2003.

6.4 Handicrafts Sector

The handicrafts sector is represented by two stores (Table 6) which sell local products, or products from other localities, such as Petrolina/PE. According to data from the Municipal Council of Canindé, the regional handicrafts are produced by more than a hundred local artists who sell their products at the town's market. Pieces are produced and sold in leather, fabric, wood, hand-made lace, as well as hammocks and embroideries, among others.

TABLE 6 Tourism Establishments in the Handicrafts Sector

LOJA DE ARTESANATO XIQUE & XIQUE

LOJINHA DO SERTÃO

Source: Field Research, 2003.

Through direct observation, it was possible to see that some business considered tourism-related by the official bodies, like the Municipal Council of Canindé de São Francisco, and even publicized in brochures, do not have sufficient conditions to receive and serve the more demanding tourists, and one of the establishments is even up for sale.

In relation to length of time in the activity, the tourism companies studied can be considered young, as it was observed that 46.2% had been operating for five to eight years, 23.1% for one to three years, and 30.8% for 12 to 16 years. It should be stressed that the town of Canindé is also young, since it was transferred to its current location 16 years ago, with the start of activities of the Xingó hydroelectric plant.

The catering sector is the most representative in the district, bearing in mind that it includes 36.4% of the tourism companies, followed by the accommodation sector with 27.3% and travel agencies and handicrafts with 18.2%. Together, these sectors make up 63.7% of the tourism companies that exist in the municipal district.

Likewise, the study by SEBRAE/RN observed that 74.4% of the companies studied in Natal consist of establishments in the Accommodation and Catering sectors. Another point worth noting is that only 25% of the companies studied involve family members in administrative or operational positions.

7 Private Investments

The significant percentage of 84.6% of the managers of private companies in the district affirm that they have carried out changes and improvements to their establishments in the last year, and 18.2% of these were currently carrying out improvements. The investments made by the tourism companies of Canindé are spent almost entirely on improving the physical structure of the establishment. The following improvements were mentioned: extending the kitchen; tiling the restaurant walls; painting and decorating the area; extending the physical area of the restaurant, with a resulting increase in the number of customers served; constructing a wharf; changing and maintaining the thatched roof and purchasing new nautical equipment.

It is observed that the Catering sector is the one which invests most in renovations/extensions. All the companies studied consider the changes necessary and intend to carry them out whenever the need arises. One of the managers stated that he had carried out regular improvements in the establishment since the start of his activities. The managers who still had not carried out improvements in the physical structure of their companies justified this by the lack of financial resources available for this purpose.

Meanwhile, a study by Farias and Teixeira (2001, p. 104) noted that companies in the area of catering in the primary sector, despite making up more than 60% of the micro and small companies in the region studied (Vale do São Francisco) also showed the lowest prospects for growth when the factor of physical enlargements was used as an indicator. It was noted that 51.6% of these establishments had invested in expanding their physical installations, considered an indicator of growth, suggesting their intention to grow and a positive attitude towards the future. Despite portraying aspects of the primary sector of the economy, this study presents itself as one of great importance for making correlations - even knowing that tourism forms part of the tertiary sector - since it takes the view that both studies analyze companies which are geographically located in the Sergipe hinterland region and due to the influence that tourism has shown to exert on all sectors of the economy.

The concern of business people over the physical structure for providing more comfort to the client and increasing service capacity is outstanding. 84.6% of the managers of private companies would like to continue investing in improving their businesses. However, these investments are restricted to meeting immediate needs, and are demand-focused.

All the managers of the private companies studied affirmed that tourists are the main clients. Among the actions mentioned by the managers to attract tourists (Table 7), it can be seen that 38% of the actions carried out revolve around providing a good service (19%) and publicity (19%). The only major company in the municipal district affirmed that it takes part in workshops, fairs, and events and visits agencies and operators throughout the country.

One of the managers interviewed affirmed that he had invested in the young workforce of the municipal district, facilitating their entry to the job market by offering them their first job, and emphasizing that he carried out internal training to provide a good service. It is important to note

that one of the responses which was almost unanimous among the interviewees was the presentation of a good service to the tourists, in the hope that the tourist would then advertise the establishment "by word of mouth". It is also noted that the large and better structured companies in the district are those which effectively cross municipal and even state borders, managing to publicize and make the company known, and consequently, attract tourists.

Table 7 Actions To Attract Tourists

ACTIONS	ABSOLUTE VALUE *	RELATIVE VALUE
Good service	4	19,0
Brochures / Leaflets	2	9,5
Calling cards	2	9,5
Publicity	4	19,0
Competitive price	1	4,8
Promotional packages	1	4,8
Participation in fairs	1	4,8
<i>Workshops</i>	1	4,8
Visits to operators and agencies throughout the country	1	4,8
FM Xingo Advertising	2	9,5
Advertising in the telephone directory	1	4,8
Posters	1	4,8
TOTAL	21	100,0
* This question allowed for more than one response		

Source: Field Research, 2003.

8 Jobs And Salaries In The Tourism Companies

According to the data collected in the field research, the private tourism companies in the municipal district of Canindé generate 103 direct, formal jobs, representing 1.6% of the Economically Active Population (EAP) of the town. This corresponds, according to the 2000 Census, to 6,333 people. The job functions exercised, the number of people employed and the salaries paid for each sector of activity are broken down, to enable a better understanding.

The number of jobs generated by function, salary range and monetary value paid to the 67 employees in the accommodation sector are shown in Table 8.

TABLE 8 Number of Jobs Generated by Function, Salary Range and Monetary Values Paid by the Accommodation Sector

ACCOMMODATION SECTOR			
FUNCTIONS	NO. OF EMPLOYEES	SALARY RANGE**	VALUE IN R\$
Directors	4	0	0,00
Controller	2	3	1440,00
General Supervisor	1	2,5	600,00
Reserve Staff	1	1,5	360,00
Line Manager	1	2,5	600,00

Waiter	7	1,5	2520,00
Maintenance Worker	1	2,5	600,00
Gardeners	4	1	960,00
Governance	9	1,5	3240,00
Receptionists	5	1,5	1800,00
Administration	5	2,5	3000,00
Transport	2	1,5	720,00
Cooks	5	1,5	1800,00
Gatekeeper	4	1	960,00
Maintenance	2	1	480,00
Kitchen Chef	1	2,5	600,00
Catamaran	3	1,5	1080,00
Operations Management	1	2,5	600,00
Laundry	2	1	480,00
Receptionist	2	1	480,00
Laundry	1	1	240,00
Chambermaid	1	1	240,00
Administrative Assistant	1	1	240,00
Receptionist	1	1,5	360,00
General Services	1	1	240,00
TOTAL NO. OF EMPLOYEES	67	XXX	XXX
TOTAL SALARIES IN R\$	XXX	XXX	23.640,00

* Pró-labore (high management compensation)

** One Minimum Salary, as at Nov. 2003 of R\$ 240.00

Source: Field Research, 2003.

In Canindé de São Francisco, the Catering sector employs 14 people, paying a total of R\$ 3,840.00 and the average salary corresponds to 1.14 minimum salaries, as shown in Table 9.

TABLE 9 Number of Jobs Generated by Function, Salary Range and Monetary Values Paid by the Catering Sector

CATERING SECTOR			
	NO. OF EMPLOYEES	SALARY RANGE*	VALUE IN R\$
waitress	1	1	240,00
Cook	2	1	480,00
Kitchen Assistant	4	1	960,00
Waiter	2	1	480,00
Maintenance (Mechanic)	1	3	720,00
Watchman	1	1	240,00
Cook	1	1	240,00
Waiter	1	1	240,00
Cook	1	1	240,00
TOTAL NO. OF EMPLOYEES	14	XXX	XXX
TOTAL SALARIES IN R\$	XXX	XXX	3.840,00

Source: Field Research, 2003.

** One Minimum Salary, as at Nov. 2003 of R\$ 240.00

The salaries paid by the tourism agency sector to the 20 employees total R\$ 6,984.00 and the average salary is 1.46 minimum salaries, as shown in Table 10.

TABLE 10 Number of Jobs Generated by Function, Salary Range and Monetary Values Paid by the Tourism Agency and Nautical Transport Sector

TOURISM AGENCIES SECTOR			
FUNCTIONS	NO. OF EMPLOYEES	SALARY RANGE***	VALUE IN R\$
Management*	2	0	0,00
Tourism Guides**	6	1	1440,00
Boat Pilot**	1	1	240,00
Receptionist	1	1	240,00
Manager	1	5	1200,00
Person in Charge	1	2,5	600,00
Sailors	3	1,5	1080,00
Captain	2	1,8	864,00
Mechanic	2	2	960,00
Boat Pilot	1	1,5	360,00
TOTAL NO. OF EMPLOYEES	20	XXXX	XXX
TOTAL SALARIES IN R\$			6.984,00

* Pró-labore

**Salary + commission

** One Minimum Salary, as at Nov. 2003 of R\$ 240.00

Source: Field Research, 2003.

The handicrafts sector is the one which contributes less in the generation of salaries and formal jobs, bearing in mind that it employs only two people and pays the equivalent of one minimum salary, totaling R\$ 480.00, as shown in Table 11.

TABLE 11 Number of Jobs Generated by Function, Salary Range and Monetary Values Paid by the Handicrafts Sector

SEGMENTO ARTESANATO			
FUNÇÕES	QUANTIDADE DE FUNCIONÁRIOS	FAIXA SALARIAL*	VALOR EM R\$
Vendedora	1	1	240,00
Vendedora	1	1	240,00
TOTAL DE FUNCIONÁRIOS	2	XXX	XXX
TOTAL DOS SALÁRIOS EM R\$			480,00

** One Minimum Salary, as at Nov. 2003 of R\$ 240.00

Source: Field Research, 2003.

The total monetary value paid by the companies studied in Canindé corresponds to R\$ 34,944.00, and the average salary for all the companies is between 1 and 1.47 minimum salaries.

The SEBRAE/RN (1996) study concluded that the remuneration paid for the tourism activity in Grande Natal are higher than that paid by the other economic activities of the State, although the payment of a minimum salary or even below the minimum salary is common. Similarly, according to the study of Barbosa and Melo (2000), in the 1996 general record, accommodation and catering services in Canindé and Poço Redondo appear as the largest employers, followed by

commerce, together employing 194 people in fifty establishment (hotels and guest houses, restaurants, bars and snack bars).

It can be observed, therefore, through the data obtained, that the largest employer among the private tourism companies in the town of Canindé de São Francisco is the Accommodation Sector, followed by the Catering sector, since these two together employ 78.6% of the direct workforce formally related to the activity.

Among the companies studied in Canindé, it was observed that 84.6% do not used outsourced labor. In the peak periods, from the months of December to February, 84.6% of the managers interviewed stated that they hired temporary workers to meet the tourism demand, which tends to increase during these periods.

Of the 84.6% of managers who stated that they hired temporary workers, 54.5% required only two to three new employees. These people are allocated to the activities of kitchen assistant, waiter and tourism guide. Only one manager of a large hotel in the town affirmed that he hired employees "for all the departments, depending on requirements"; however, he was unable to say exactly how many people were hired for each position. In Canindé de São Francisco, it was not possible to discover the number of informal jobs generated in the municipal district, as the organizations linked to the activity do not keep records and so do not know these figures.

9 Taxes Generated By Tourism

The study also sought to focus on the generation of taxes, as a positive economic effect of tourism. Initially, it investigated quantitative information on the taxes collected for each sector of activity in the municipal district of Canindé de São Francisco, through primary and secondary sources. It also sought to discover the views and opinions of business people on these taxes, in order to carry out a qualitative analysis of this topic.

9.1 Total Municipal Tax Collection

The data below (Table 12) was obtained through the Municipal Secretary of Finance and show the total ICMS (Tax on Circulation of Goods and Services) and ISS (Tax on Services) collected by the municipal district between 2000 and 2002.

TABLE 12 Municipal Tax Collection from 2000 to 2002

Year	ICMS	ISS	TOTAL in R\$	VARIATION % 2000/2001		VARIATION % 2001/2002	
				ICMS	ISS	ICMS	ISS
2000	R\$ 24.835.981,52	R\$ 716.695,45	R\$ 25.552.676,97				
2001	R\$ 27.238.877,73	R\$ 353.674,81	R\$ 27.592.552,54	9,7%	(102,6%)		
2002	R\$ 22.725.486,01	R\$ 1.103.049,93	R\$ 23.828.535,94			(19,9%)	211,9%
TOTAL	R\$ 74.800.345,26	R\$ 2.173.420,19	R\$ 76.973.765,45				

Fonte: Pesquisa de Campo, 2003.
Source: Field research, 2003

It is observed, according to the data shown in Table 12, that collection of ICMS increased by 9.7% from 2000 to 2001, while for the subsequent period (2001/2002), there was a 19.9% drop in values collected by the municipal district. Meanwhile, ISS collection moved in the opposite direction: For the period 2000/2001, a reduction in tax collection of around 102.6% is observed, while for the subsequent period, there was a growth of 211.9% in collection of this tax. The reasons for these variations are not specified, as they are outside the scope of this study.

9.2 Municipal Tax Collection from the Tertiary Sector

The total amounts of ICMS and ISS collected by the municipal district for the service sector in the years 2000, 2001 and 2002, can be seen in Table 12. Together, these values correspond to R\$ 76,973,765.45, of which ICMS corresponds to 97.2% of the value collected. It is interesting to note that the high collection of ICMS comes from royalties paid to the municipal district by the CHESF (São Francisco Hydroelectric Company).

TABLE 13 Value Collected in Taxes by the Service Sector in the Municipal District

YEAR	ICMS	ISS	TOTAL IN R\$	VARIATION % 2000/2001		VARIATION % 2001/2002	
				ICMS	ISS	ICMS	ISS
2000	R\$ 24.835.981,52	R\$ 289.723,13	R\$ 25.125.704,65				
2001	R\$ 27.238.877,73	R\$ 353.674,81	R\$ 27.592.552,54	9,7%	22,1%		
2002	R\$ 22.725.486,01	R\$ 765.674,26	R\$ 23.491.160,27			(19,9%)	116,5%
TOTAL	R\$ 74.800.345,26	R\$ 1.409.072,20	R\$ 76.209.417,46				

Source: Field Research, 2003.

Looking at the data in Table 13, it can be concluded that the ICMS collection and the variation between the periods studied is the same as that shown previously (Table 12), when the total taxes collected by the municipal district were investigated, in terms of ICMS and ISS. This fact may mean that the district does not have separate data for each economic sector. On the other hand, the collection of ISS exclusively from companies in the service sector shows a constant growth between the periods studied, with focus on the period 2001/2002, where a significant growth is observed of 116.5% in municipal taxes. It can be presumed that the reason for this growth is an increase in the activities of companies which provide local services, perhaps motivated by the increase in tourism activity.

The managers of private tourism companies in the municipal district were unanimous in affirming that they knew the value paid in taxes by their companies, however, only one was able to give the value paid in ISS by his company: R\$ 6,590.00. The other managers restricted themselves to stating that the percentage paid varies between 17 and 20%, while others did not respond to the question. These facts were expected, since the issue of taxes in Brazil is a very sensitive one. Barreto (2001) states the government, whether at municipal, state or national level, gains from tourism in the form of taxes, and that on our continent, tax evasion is as high as 50%. Of the companies studied, 76.9% believe taxes are too high. The words of one of the managers illustrates the discontent of the others: "Yes, its very high, it is very difficult to work".

In relation to the allocation of taxes on improvements in the municipal district, 92.3% of the managers did not feel taxes were being used for this purpose. One of the managers stated, indignantly: "No, because if they were, we wouldn't have so many holes in the town".

10 Final Considerations

The municipal district of Canindé de São Francisco has eleven private tourism establishments, distributed in the sectors of catering, accommodation, tourism agency, nautical transport and the sale of handicrafts. The catering sector is comprised of four establishments, catering is represented by three, tourism agencies total two establishments and the handicrafts sector, two stores. Of these, 91% are classified as Micro and Small Companies. The tourism companies

studied are considered young, since 46.2% have operated for between five and eight years and only 25% employ family members. The catering sector is the most representative, bearing in mind that it covers 36.4% of the tourism companies studied, followed by the accommodation sector. Together, these two sectors make up 63.7% of the tourism companies in the municipal district.

All the managers of private companies studied affirm that the tourists are their main clients and 38% of the actions carried out are focused on providing a good service of divulgation/advertising. Only the town's larger company affirmed that it takes part in workshops, fairs, and events and visits agencies and operators throughout the country. The tourism companies in Canindé generate 103 direct, formal jobs. The monetary value paid to the 67 employees in the Accommodation sector corresponds to R\$ 23,640.00 and the average salary is 1.47 minimum salaries. The Catering sector employs 14 people, paying a total of R\$ 3,840.00, and the average salary is 1.14 minimum salaries. The Tourism Agency sector pays 20 employees a total of R\$ 6,984.00 and the average salary is 1.46 minimum salaries. The Handicrafts sector is the one which contributes least to the generation of salaries and formal jobs, since it employs only two people, paying the equivalent of one minimum salary, a total of R\$ 480,00. The total monetary value paid by the companies studied in Canindé corresponds to R\$ 34,944.00, and the average salary for all the companies is from 1 to 1.47 minimum salaries.

Among the companies studied in Canindé, it is noted that 84.6% do not use outsourced labor; however, during peak periods, from December to February, the same percentage of 84.6% of the managers interviewed stated that they hire temporary workers to enable their establishments to meet the tourism demand, which tends to increase during these periods; however, the average number of employees hired, in 54.5% of companies which hired temporary workers, is just two to three, mainly in the positions of kitchen assistant, waiter and tourist guide. No data was found in the official records, indicating the number of indirect jobs generated and benefited by tourism in the municipal district. This fact is inconceivable when we consider the public managers' claim that the vocation of the municipal district is "tourism and agriculture". Little is known on the statistics of indirect jobs of the informal activity that enable the survival of the local population, particularly those with low incomes.

In relation to private investments, it is observed that the significant percentage of 84.6% of the managers of private companies in the municipal district state that they have carried out renovations and improvements in their establishments in the last year, and 18.2% of these are currently carrying out renovations. These investments are almost always entirely focused on improving the physical infrastructure of the establishment, with the Catering sector being the one which invests most on renovations/extensions. All the companies studied consider the changes necessary, and intend to carry them out whenever the need arises. The concern of business people with the physical structure for providing more comfort to the client and increasing service capacity is outstanding. 84.6% of the managers of private companies would like to continue investing in improving the business. However, these investments are restricted to meeting immediate needs and are demand-focused.

The total values of Tax on the Circulation of Goods and Services (ICMS) and Service Tax (ISS) collected by the municipal district in the period 2000 and 2002, corresponded, respectively, to R\$ 74,800,345.26 and R\$ 2,173,420.19. Together, they total almost seventy seven million reals, derived mainly from royalties from the Xingó Hydroelectric Plant. The managers of private tourism companies in the municipal district were unanimous in stating that they know the value paid in taxes by their companies, but they restricted themselves to informing that the percentage paid varies between 17 to 20%. Of the companies studied, 76.9% believe taxes are too high, and 92.3% do not believe the taxes paid are spent on improving the municipal district.

As a result of these conclusions, some final considerations can be presented:

" tourism still does not contribute in a proportionally significant way to generating jobs in the municipal district. the formal jobs generated by the local tourism companies represent 1.6% of the total EAP (Economically Active Population) of the district. Tourism still does not generate the hoped-for jobs, but the fact that those which it does generate are formal (with the employment card signed) makes a big difference.

" Even though the vocation of the municipal district for agriculture and tourism is well-known, the official municipal bodies do not have information on the number of people involved in informal activities, sustaining their families through the sale of handicrafts or home-made produce, or carrying out some activity which is specifically linked to the presence of tourism in the district.

" on the other hand, the generation of taxes is jeopardized, bearing in mind that the informal activity does not contribute taxes, just as the formal companies only provide tax documentation when requested.

" the positive effects which can come from a process of change in a community, based on actions aimed at diversifying and promoting social and economic development, were not observed during the carrying out of this study. The salaries paid for the activity in the municipal district varied from 1.0 to 1.47 minimum salaries, which enables only minimum survival conditions to be maintained, and no real change in the quality of life of the local population.

Referências/References

- ANDRADE, J. R. L. **Uma estratégia alternativa de desenvolvimento regional: o turismo no estado de Sergipe**. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Paraná. 1997.
- BANCO DO NORDESTE DO BRASIL **O Nordeste do Brasil**. Disponível em <<http://www.bnb.gov.br/progTurismo/conteudo/pg-05.htm>>. Acesso em: 09 jul. 2003.
- BARBOSA, J. D.; MELO, R.O.L.. Colaboração Lício Valério Lima Vieira e Mary Nadja Lima Santos. **Cenários de Turismo, Comércio e Serviços dos municípios de Canindé de São Francisco e Poço Redondo - Sergipe**. Aracaju. 2000.
- BARBOSA, J. D.; TEIXEIRA, R. M.. **Avaliação do produto turístico em Sergipe: formulação de estratégias para o setor**. Revista Turismo em Análise, São Paulo, v. 10, n. 1, p. 28-46, maio, 1999.
- BARRETO, M.. As ciências sociais aplicadas ao turismo. In: SERRANO, C.; BRUHNS, H. T.; LUCHIARI, M. T. D. P. (orgs.). **Olhares contemporâneos sobre o turismo**. 2. ed. Campinas: Papyrus, 2001. p.17-36.
- BARROS, S. M. **Turismo, Sociedade, Meio Ambiente e Ecoturismo**. In: LAGE, B. H. G; MILONE, P. C. (organizadores). Turismo: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2000. p. 85-93.
- CARVALHO, V.N.S.. **Turismo e hotelaria desenvolvendo a economia**. In: LAGE, Beatriz Helena Gelas; MILONE, Paulo César (organizadores). Turismo: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2000. p.206-222.
- EMBRATUR (2002). Disponível em: <<http://www.embratur.gov.br/>>. Acesso em: 07 nov. 2002.
- FARIAS, J. S.; TEIXEIRA, R. M.. **Pequenas Indústrias, Desenvolvimento e Meio Ambiente: Um Estudo no Vale do São Francisco Sergipano**. Aracaju: SEBRAE, 2001.
- FIPE/EMBRATUR. **A conta satélite do turismo**. 2002. Disponível em <<http://www.embratur.gov.br/>>. Acesso em: 17 mar. 2003.
- LIMA, A. B. **A dinâmica socioeconômica e as perspectivas de turismo no município de Propriá/SE**. UFS/NESA, 2002. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente).
- MATTAR, F. N.. **Pesquisa de Marketing**. 3.ed. v.1. São Paulo: Atlas, 1996.
- MILONE, C. M.; MILONE, P. C. **Perspectivas do turismo no terceiro milênio**. In: LAGE, Beatriz Helena Gelas; MILONE, Paulo César (organizadores). Turismo: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2000. p. 353-372.
- PIO, G. A. T. A. **Evolução e desenvolvimento do turismo no Nordeste Brasileiro (1989-1999)**. Monografia de graduação em Economia. Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, jan. 2000.

SANTOS, M. N. L. **Análise do potencial turístico da região de Xingó**: uma proposta de desenvolvimento. Aracaju/SE. UFS/NESSA, 1999. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente).

SEBRAE - Serviço de Apoio as Micro e Pequenas Empresas. **Pesquisa sobre os impactos socioeconômicos do turismo na Grande Natal**. Rio Grande do Norte, 1996.

SEBRAE-SE. **Diagnóstico Socioeconômico do Município de Canindé de São Francisco**. Aracaju, Jun. 1998.

TEIXEIRA, M. S. G.; CASTELAR, Luís Ivan de Melo; SOARES, Francisco de Assis. **Impactos de gastos Turísticos Sobre Produto, Renda e Emprego no Setor de Insumo Produto Estadual**. Centro de Estudos de Economia Regional. Curso de Pós-graduação em Economia. Universidade Federal do Ceará. Abr. 2000

UNITUR/PRODETUR/SE. **A evolução recente da hotelaria sergipana**. SEPLANTEC, Aracaju, dez., 2002.

VERGARA, S. C.. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1998.