

SOARES, Fernando Oliveira; JACOMINI, Jean Lucas. Índice de confiança do setor de turismo (ictur) na cidade de barretos: uma comparação entre 2015 e 2017. In: WORKSHOP DE INOVAÇÃO, PESQUISA, ENSINO E EXTENSÃO, 3., 2018, São Carlos, SP. *Anais...* São Carlos, SP: IFSP, 2018. p. 118-122. ISSN 2525-9377.

## ÍNDICE DE CONFIANÇA DO SETOR DE TURISMO (ICTUR) NA CIDADE DE BARRETOS: UMA COMPARAÇÃO ENTRE 2015 E 2017

FERNANDO OLIVEIRA SOARES; JEAN LUCAS JACOMINI

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo, Barretos, Brasil

**RESUMO:** Os índices de confiança são indicadores muito utilizados por empresários, investidores e economistas com a finalidade de planejamento e decisões de investimentos, como contratação de mão-de-obra, expansão ou retração de negócios. O presente trabalho construiu um indicador de confiança local referente ao setor de turismo na cidade de Barretos. O objetivo do estudo foi analisar se os movimentos de confiança local e nacional movimentaram sob as mesmas expectativas durante a crise econômica de 2015 e 2017. A metodologia utilizada foi a mesma para a construção do índice de confiança da Fecomércio e FGV. Os resultados mostraram que o indicador local comportou-se em consonância com o indicador nacional, o que mostra a importância deste indicador ser acompanhado pelos empresários e formuladores de políticas públicas locais do setor de turismo.

**PALAVRAS-CHAVE:** Índice de Confiança. Setor de Turismo. Crise Econômica.

**ABSTRACT:** Confidence indices are indicators widely used by entrepreneurs, investors, and economists for the purpose of investment planning and decisions, such as hiring, expanding or shrinking businesses. The present work constructed a local confidence indicator for the tourism sector. It was analyzed comparatively the service trust index, released by the FGV, in a context of economic crisis of 2015 and 2017, in order to verify if the local and national confidence movements under the same expectations. The methodology used was the same for the construction of the trust index of Fecomércio and FGV. The results showed that the local indicator behaved in the same way as the national indicator, which shows the importance of this indicator to be followed by local entrepreneurs and policy makers in the tourism sector.

**KEYWORDS:** Confidence Index. Tourism Sector. Economic Crisis.

### INTRODUÇÃO

A importância da produção de indicadores econômicos se evidencia ao influenciar no processo de tomada de decisão sobre o estado atual da economia, além de possibilitarem a visualização da conjuntura econômica em tempos futuros. No entanto, a revisão da literatura revela pouca tradição no Brasil na produção de estudos sobre esses indicadores (SIMÕES et al., 2016).

As expectativas e a confiança dos agentes econômicos quanto aos eventos e as situações futuras podem repercutir em suas decisões intertemporais, sendo que percepções positivas ou negativas do ambiente podem inflamar ou reduzir o consumo, a poupança, o investimento e a produção industrial ou de serviços. Nesse sentido que alguns indicadores têm sido desenvolvidos por instituições como a Confederação Nacional da Indústria (CNI) e a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (Fecomércio), para realizar o acompanhamento da confiança de empresários e consumidores (HOFMANN, 2012).

A economia não é afetada apenas por variáveis meramente econômicas, como taxas de juros, inflação, nível de ocupação, etc, mas também por variáveis não econômicas como a confiança e expectativas. Para Barros (2016, p. 9) “[...] as expectativas, ao influenciarem a demanda dos consumidores, acabam por afetar o nível de atividade da economia”.

O objetivo deste artigo é desenvolver um indicador de confiança do setor de turismo para a cidade de Barretos e analisar os impactos locais sob a ótica de crise econômica no contexto nacional.

A contribuição esperada do trabalho é o desenvolvimento de um indicador em que os empresários locais possam utilizá-lo para tomada de decisões de investimento.

## MATERIAL E MÉTODOS

De acordo com Silva e Menezes (2000) o estudo pode ser caracterizado como uma pesquisa aplicada uma vez que o a motivação é gerar conhecimento para aplicação prática. Quanto ao objetivo da pesquisa ela pode ser enquadrada como uma pesquisa descritiva, uma vez que utiliza-se coletas de dados primário a fim de descrever a realidade da amostra selecionada. Por último, tem-se uma abordagem quantitativa para resolução do problema já que utiliza-se de ferramentas matemáticas para a construção dos índices econômicos.

Os dados para a construção do Índice de Confiança do Empresário de Turismo (ICETur) foram obtidos com base em pesquisa de campo, ou seja, dados primários. Foram escolhidos 15 estabelecimentos hoteleiros (hotéis e pousadas) na cidade de Barretos. A amostra foi obtida de maneira não probabilística e desta forma, por conveniência. Esta técnica foi utilizada uma vez que existem poucos estabelecimentos hoteleiros na cidade o que impede fazer análises de inferência estatística. No entanto, com a finalidade de não existir dados distorcidos e tendenciosos nas análises, foram eliminados os empreendimentos que representasse mais de 20% do número de funcionários da amostra, conceito este chamado de *outlier*. Segundo este critério, foi excluído um empreendimento.

A pesquisa de campo foi aplicada em dois momentos: em setembro de 2015 e em setembro de 2017. As datas foram escolhidas com o objetivo de fazer uma comparação entre os índices de confiança do setor de turismo no início e no fim da crise econômica que se instalou no país durante os anos de 2015, 2016 e 2017. As datas escolhidas são, na verdade, uma tentativa de antecipar o início e o fim da crise econômica. Somente após divulgação de dados reais e definitivos pelo IBGE poderá ser confirmado se este objetivo foi alcançado.

Com o intuito de conseguir a maior quantidade de observações possíveis, a pesquisa de campo foi sucinta e coletou dados por meio de nove perguntas, além de dados cadastrais do empreendimento. A pesquisa pode ser analisada na tabela 1 abaixo.

**Tabela 1 – Pesquisa de campo e construção do ICTur**

<b>Perguntas:</b>
"Considerando o mesmo período do ano passado, a situação de seu negócio está? "
"Considerando o mesmo período do ano passado, a situação do setor de atuação de seu negócio está? "
"Considerando o mesmo período do ano passado, a situação do país está? "
"Daqui 1 ano a situação de seu negócio estará? "
"Daqui 1 ano a situação do setor de atuação de seu negócio estará? "
"Daqui 1 ano a situação do país estará? "
"Qual a expectativa de contratação de funcionários para os próximos meses? "
"Nível de investimentos em relação ao mesmo período do ano anterior . "
"Nível atual dos estoques/serviços diante da programação de vendas/reservas: "

<b>Possíveis Respostas:</b>
De 1 a 6 - (A) Melhorou/Melhorará Muito; (B) Melhorou / Melhorará um pouco; (C) Piorou / Piorará um pouco; (D)Piorou / Piorará muito.
7 - (A) Aumentar muito; (B) Aumentar pouco; (C) Reduzir pouco; (D) Reduzir muito.
8 - (A) Muito maior; (B) Um pouco maior; (C) Um pouco menor; (D) Muito menor.
9 - (A) Abaixo do adequado; (B) Adequado; (C) Acima do adequado.

Após a coleta, os dados foram tabulados e analisados pelos autores. A metodologia utilizada para a construção do Índice de Confiança do Empresário do Setor de Turismo está em consonância com as pesquisas de confiança da Fecomércio e da FGV. E pode ser observada abaixo:

Índice de Condições Atuais do Empresário do Turismo (ICAETur): Perguntas 1 + 2 + 3

Índice de Expectativas do Empresário do Turismo (IEETur): Pergunta 4 + 5 + 6

Índice de Confiança do Empresário do Turismo (ICETur): Pergunta 1 + 2 + 3 + 4 + 5 + 6 + 7 + 8 + 9

Os três índices podem ser obtidos por meio da seguinte fórmula:  

$$(N^{\circ} \text{ de otimistas}) / (n^{\circ} \text{ total}) + 100 \quad (\text{equação 1})$$
 O índice varia entre 0 (pessimismo total) e 200 (otimismo total)

Como neste trabalho o objetivo não é a construção de uma série histórica de indicadores, o ICETur foi adaptado para refletir diretamente o percentual de respondentes otimistas. Assim, o indicador variará de 0 a 100%, ou seja, será eliminado o segundo componente da equação 1.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

A tabela 2 abaixo mostra o impacto nas admissões e demissões no Brasil, Estado de São Paulo e na cidade de Barretos derivados da recessão econômica de 2015 e 2016 com a queda do PIB real de 3,77% e 3,59%, respectivamente. O esfriamento da economia faz com que tanto as admissões quanto as demissões sejam reduzidas. O aumento das demissões no caso da cidade de Barretos, pode ser explicado pela sazonalidade da festa do peão de boiadeiro, tradicional festa da cidade que atrai milhares de turista no mês de agosto.

**Tabela 2 – Admissão e Demissão - Total e Setor de Serviços**

	set/14	set/15	set/16	set/17	Var set/15 - set/17
<b>Admissão - Serviços</b>					
Brasil	693.117	530.846	462.553	463.750	-13%
São Paulo	233.066	181.664	159.240	160.649	-12%
Barretos	406	346	305	305	-12%
<b>Demissão - Serviços</b>					
Brasil	630.739	564.381	477.698	460.007	-18%
São Paulo	221.080	194.995	161.427	160.613	-18%
Barretos	344	297	310	382	29%

Fonte: Ministério do Trabalho e Emprego (MTE). Elaborado pelos autores.

A tabela 3 mostra como se comportou os índices de confiança nacional, de situação atual e de expectativas do setor de serviços elaborado pela FGV. No auge da crise, em 2015 o índice de empresários otimistas quando perguntados sobre a situação atual de seus negócios ficou abaixo de em 47,1%, ou seja, menos da metade.

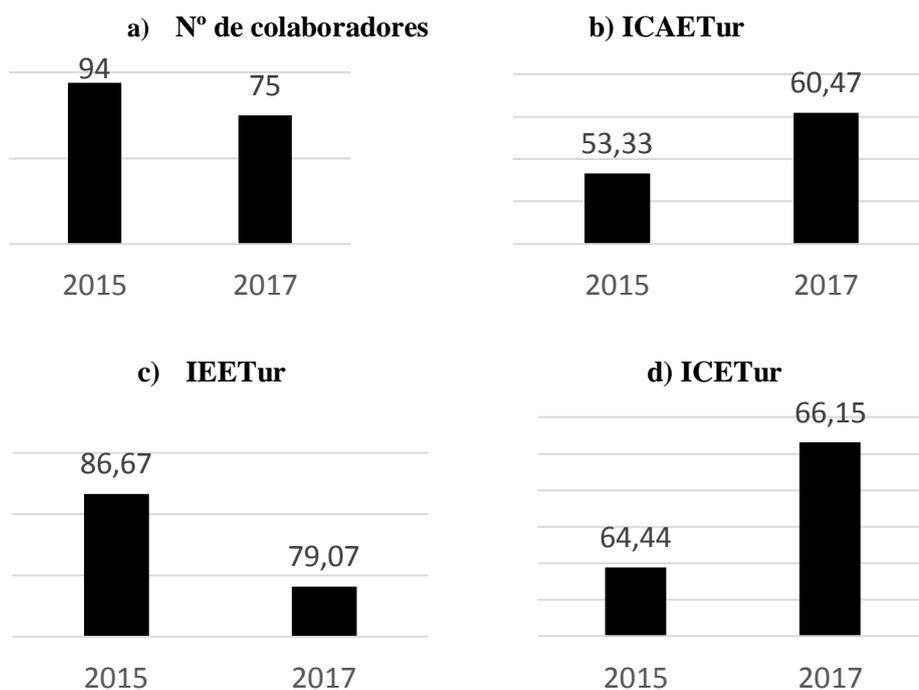
**Tabela 3 - Índice de Confiança de Serviços – FGV**

	set/14	set/15	set/16	set/17	Var set/15 - set/17
Índice de Confiança	102,5	69,2	79,1	86	24%
Índice da Situação Atual	82,8	47,1	69,7	81,2	72%
Índice de Expectativas	122,1	91,2	89,6	91,4	0,2%

Fonte: Instituto Brasileiro de Economia - FGV. Elaborado pelo autor.

A figura 1 abaixo mostra as quatro análises desenvolvidas para a cidade de Barretos. A figura 1a mostra a redução do número de colaboradores com carteira assinada nos empreendimentos analisados, o que mostra que a crise econômica afetou da mesma maneira os indicadores locais. A figura 1b mostra o Índice de Confiança Atual do Empresário de Turismo. Assim como o indicador nacional elaborado pela FGV, o indicador desenvolvido nesta pesquisa também teve um menor índice em 2015 e uma melhora em 2017. O indicador de Expectativas do Empresário do Setor de Turismo foi analisado na figura 1c. Enquanto na análise nacional manteve-se praticamente estável entre 2015 e 2017, na análise da cidade de Barretos houve uma leve queda. Por último, a figura 1d mostra o indicador principal deste trabalho, o Índice de Confiança do Empresário do Setor de Turismo. Podemos perceber que ele movimenta-se em consonância com o indicador nacional desenvolvido pela FGV.

**Figura 1 – Indicadores da cidade de Barretos**



## CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com Costa et al. (2017) diversos estudos vêm ratificando a importância da questão da confiança nas relações econômicas e de consumo, além do crescente interesse pelos índices que as mensuram, uma vez que as expectativas influenciam as decisões cotidianas dos empresários em relação ao aumento ou retração de investimentos.

O presente estudo teve como objetivo avaliar se as expectativas dos empresários do setor de turismo da cidade de Barretos – medido pelo índice de confiança – movimentaram em consonância com o índice de confiança do setor de serviços, divulgado pela FGV, em um contexto de crise econômica de 2015 a 2017.

Com base nas análises apresentadas, podemos concluir que os índices nacional e local movimentaram de maneira semelhante, o que mostra que a percepção sobre o aprofundamento da crise e a retomada do crescimento são antecipados pelos agentes econômicos. O trabalho sugere ainda, que a construção destes indicadores de confiança locais pode auxiliar os formuladores de política econômica a desenvolverem políticas públicas a fim de evitar excessivas perdas de emprego e renda em momentos de crise.

## REFERÊNCIAS

BARROS, P. H. B. **Os Índices de confiança do Consumidor como instrumento de Previsão do comportamento futuro do Consumo**. Monografia entregue a UFPR. Curitiba, 2016. Disponível em <<http://www.periodicos.ufpr.br/bitstream/handle/1884/46859/PEDRO%20HENRIQUE%20BATISTA%20DE%20BARROS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 14 nov. 2017.

COSTA, R. B; FERNADES, V. M.; GONÇALVES, F. N. A construção da confiança em experiências de hospitalidade mediadas pela internet: os casos do Airbnb e do Couchsurfing. **Comun. Mídia Consumo**, São Paulo, v. 14, n. 39, p. 67-89, jan./abr. 2017. Disponível em: <<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/0000-0002-2512-9412%3B0000-0002-03997139%3B0000-0003-4886-3166/pdf>>. Acesso em: 11 set. 2017.

HOFMANN, R. M. Comportamento da confiança do consumidor e do empresário industrial brasileiro no período 2010/11. **Indic. Econ. FEE**, Porto Alegre, v. 40, n. 1, p. 117-134, 2012.

SILVA, E. L.; MENEZES, E. M. **Metodologia da Pesquisa e Elaboração de Dissertação**. Florianópolis, SC: UFSC, 2000.

SIMÕES, J. E. M; DINIZ M. J. T; DINIZ, M. B; OLIVEIRA JR, J. N. Índice de expectativas do consumidor no brasil: uma análise do poder preditivo no período entre 2001 e 2014. 2016. **Planejamento e políticas públicas**, n. 47, jul./dez. 2016. Disponível em: <<http://www.ipea.gov.br/ppp/index.php/PPP/article/viewFile/600/404>>. Acesso em: 27 set. 2017.