



Souza, I.B.¹

<https://orcid.org/00000001-5494-1736>

ID Lates: [8327478600624054](https://doi.org/10.24073/latex.8327478600624054)

Conta Satélite do Turismo: aspectos conceituais e dificuldade de implantação no contexto brasileiro

Resumo: O trabalho tem por objetivo de analisar a estrutura da Conta Satélite do Turismo (CST) como uma ferramenta metodológica para a mensuração econômica do turismo brasileiro. Trata-se qualitativa, descritiva e bibliográfica documental. O estudo foi realizado a partir de dados secundários extraídos dos documentos, CST-99 do Brasil e comparado com as diretrizes do documento da OMT Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework 2008. Constatou-se que a CST é a ferramenta metodológica mais adequada para dimensionar a dinâmica do turismo, auxilia na criação de políticas públicas, planejamento estratégico, permite e avalia/monitora o impacto do turismo na economia. Ainda se constatou que o Brasil teve em um protótipo de CST, no entanto, apresentou entraves como ausência de dados e fragilidades metodológicas.

Palavras-chave: Conta Satélite do Turismo; Dimensionamento econômico; CST-99 do Brasil.

Tourism Satellite Account: conceptual aspects and difficulty of implementation in the Brazilian context

Abstract Abstract: The objective of the work is to analyze the structure of the Tourism Satellite Account (CST) as a methodological tool for the economic measurement of Brazilian tourism. It is qualitative, descriptive, and bibliographical documents. The study was carried out using secondary data extracted from the documents, CST-99 from Brazil and compared with the guidelines of the WTO document Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework 2008. It was found that the CST

¹ Doutoranda pelo Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPGTUR/UFRN). Mestre em turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPGTUR/UFRN). Bachelar em turismo pela Universidade estadual do Piauí (UESPI). Bacharelado em Ciências Econômicas pela Universidade Federal do Piauí (UFPI). Professora efetiva do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo da Universidade Federal do Norte do Tocantins (UFNT)

is the most appropriate methodological tool to measure the dynamics of tourism, assists in the creation of public policies, strategic planning, allows and evaluates/monitors the impact of tourism on the economy. It was also found that Brazil had a CST prototype, however, it presented obstacles such as lack of data and methodological weaknesses.

Keywords: Tourism Satellite Account. Economic sizing. CST-99 from Brazil.

Cuenta Satélite de Turismo: aspectos conceptuales y dificultad de implementación en el contexto brasileño

Resumen El objetivo del trabajo es analizar la estructura de la Cuenta Satélite de Turismo (CST) como herramienta metodológica para la medición económica del turismo brasileño. Se trata de documentos cualitativos, descriptivos y bibliográficos. El estudio se realizó utilizando datos secundarios extraídos de los documentos CST-99 de Brasil y comparados con los lineamientos del documento de la OMT Cuenta Satélite de Turismo: Marco Metodológico Recomendado 2008. Se encontró que el CST es la herramienta metodológica más adecuada para medir la dinámica del turismo, colabora en la creación de políticas públicas, planificación estratégica, permite y evalúa/monitorea el impacto del turismo en la economía. También se encontró que Brasil contaba con un prototipo de CCT, sin embargo, presentaba obstáculos como falta de datos y debilidades metodológicas.

Palabras clave: Cuenta Satélite de Turismo. Dimensionamiento económico. CST-99 de Brasil.

Como citar: (APA) Souza, I.B. (2024). Conta Satélite do Turismo: Aspectos conceituais e dificuldade de implantação no contexto brasileiro. *Cenário: Revista Interdisciplinar em Turismo e Território*, Brasília, V12(1). Agosto.2024. p. 40-59

Introdução

O turismo é uma importante atividade econômica, seu impacto é sentido de forma direta, indireta e induzida, por abranger vários setores, ou seja, uma atividade dinâmica formada por uma grande cadeia produtiva que impacta na renda, no trabalho e contribui para desenvolvimento econômico.

A importância econômica do turismo é um fato já concretizado na literatura e no ambiente mercadológico, no entanto, os dados e as informações que as pesquisas econômicas trazem sobre a realidade brasileira são insuficientes para dimensionar com mais precisão o seu impacto na economia, como, por exemplo, estimar a parcela de contribuição para a economia, o consumo turístico, nível de investimentos, cenário da empregabilidade e entre outros indicadores econômicos.

Esse tipo de informações econômicas sobre o turismo, configura-se como elementos estratégicos para atividade, pois fornecem dados que são importantes para o planejamento, criação de políticas públicas e para o mercado. É uma das melhores formas de se obter indicadores econômicos é por meio da Conta Satélite do Turismo (CST)

A conta satélite do turismo é uma ferramenta metodologia utilizada para medir o impacto econômico setor do turismo em uma economia. Trata-se de uma extensão das Contas Nacionais de um país, feita como objetivo de captar todas as transações econômicas relacionadas ao turismo, desde os gastos dos turistas, consumo turístico, receita gerada, o número de empregos criados e investimentos feitos no setor.

A conta satélite do turismo permite que os governos e os pesquisadores em turismo analisem a contribuição do setor para a economia em termos de geração de empregos, renda, receitas fiscais e promover o desenvolvimento, ao fornecer um panorama abrangente dos efeitos do turismo em outros setores da economia, como transporte, hospedagem, alimentação, entretenimento e serviços relacionados.

No cenário internacional há um considerável número de pesquisa sobre CST Akin(2001); Sharma & Olsen (2005); Libreros, et al.(2006); Diakomihalis (2008); Frechtling

(2010); Sacco & Cassar (2019); Frenç & Frechtling (2015); Frenç & Frechtling (2022), que tratam do processo de criação e adoção nos países, da importância na geração informação estatística e estrutura metodológica. No cenário nacional é bem diferente, existem pouco estudos que abordam sobre o tema, Kadota & Rabahl (2003); Andrade (2009); Souza & Mendes-filho (2014), trabalhos pontuais, mas importantes para a literatura nacional. Em 1999 o governo brasileiro lança sua primeira e única edição da Conta Satélite do Turismo, um avanço no campo técnico das pesquisas de mensuração do turismo brasileiro, porém a iniciativa não foi continuada.

A presente pesquisa justifica-se pela carência de estudos científicos na área, contribuição para divulgação da temática e para literatura. Como também evidenciar a importância das Contas Satélites do Turismo como instrumento de pesquisas acadêmicas e mercadológicas, como uma ferramenta que ajuda a gerar informações e compreender a dinâmica do mercado, da demanda e da oferta de bens e serviços turísticos, a partir de sua relevância no contexto econômico de um país ou região, bem como um vetor de desenvolvimento por demonstrar o comportamento dos seus agregados macroeconômicos.

O trabalho tem por objetivo analisar a estrutura da Conta Satélite do Turismo como uma ferramenta metodológica de mensuração econômica do turismo brasileiro. Essa Conta é um dos principais instrumentos de geração de informações econômicas sobre turismo, capaz de compilar dados e fornecer indicadores-chave como valor agregado bruto do turismo, gastos dos turistas, o emprego direto e indireto no setor, as receitas fiscais geradas e a contribuição do turismo para o Produto Interno Bruto (PIB) de um país.

Dessa forma, o trabalho visa mostrar como a conta satélite do turismo é uma ferramenta importante para entender a dinâmica do turismo e, como ela pode maximizar seus benefícios econômicos do turismo dentro do contexto brasileiro.

Processo histórico de formação da conta satélite do turismo

A primeira noção que se sabe sobre conta-satélite, é que surgiu primeiramente na França na metade do século XX, pois o governo tinha interesse em dados específicos sobre alguns setores que não estavam sendo envolvidos pelo Sistema de Informação econômica (Andrade, 2009).

Diante desse contexto, foi criado um projeto que consistia em adequar transações, classificações de unidades setoriais e atividades específicas ligado as Contas Nacionais, visando obter informações coerentes vindas do SCN organizadas pelas Organizações Nações Unidas (ONU), com data de lançamento no ano 1968 (Andrade, 2009).

Uma conta satélite serve para mensurar as contribuições econômicas de uma determinada atividade baseada em serviços. Sua estrutura é fundamentada nas diretrizes metodológicas do Sistema de Contas Nacionais (SNA-1993/2008), a fim de dimensionar e padronizar as informações sobre os impactos econômicos de atividades com alta complexidade de mensuração, como ocorre com o turismo, já que todos os dados são extraídos das Contas nacionais. Dessa forma, a estrutura de compilação de informações alicerçada no Sistema de Contas Nacionais (SCN) possibilita extrair dados, que a princípio estão implícitos, devido ao nível de agregação e interpelação dos setores (Diakomihalis 2008; UN et al., 2008; Kennealme & Jakee, 2012).

As contas satélites designam as práticas contábilísticas em áreas horizontais específicas, que não se encontram corretamente identificadas no Sistema de Contas Nacionais, mas que podem ser consideradas como “subsistemas satélites” (OMT, 1999).

Figura 1

Ilustração Representativa do conceito das Contas Satélites



Fonte: Souza (2014)

A figura 1, faz alusão figurativa ao sistema de contas nacionais e as contas satélites, que são uma extensão da principal, a figura ilustra os setores da economia que são passíveis à construção de uma conta satélite. O termo satélite faz referência às contas secundárias que orbitam em torno da conta principal, de onde todas as informações são extraídas.

Segundo Andrade (2009), a Conta Satélite possui vários objetivos, e dentre seus principais têm-se:

- Usar conceitos complementares ou alternativos, incluindo a utilização de classificações e métodos contábeis, quando for necessário acrescentar novas dimensões ao quadro conceitual;
- Propor informação suplementar de caráter funcional ou transversal sobre determinados aspectos sociais;
- Integrar as fontes de informação física e de análise ao Sistema de Contabilidade Monetário;
- Destacar a análise estatística, medindo indicadores e agregados adequados.

Esses objetivos das contas satélites se estabelecem com um parâmetro norteador para que atividades econômicas possam criar suas contas dentro dos padrões internacionais.

Conta Satélite do Turismo (CST)

Uma das melhores formas de dimensionar detalhadamente o turismo na economia, é utilizando a CST, pois a sua capacidade em compilar e descreve o desempenho dos principais agregados econômicos do turismo, a torna um dos métodos mais eficientes (Kennealme & Jakee, 2012).

Segundo a OMT (1998, p.5), a Conta Satélite do Turismo (CST) é definida como:

Uma nova ferramenta estatística, que inclui conceitos, definições, classificações e tabelas, que é comparável com as diretrizes de contas nacionais e internacionais, permitindo uma comparação consistente entre regiões, países ou grupos de países, além de permitir comparações com outros dados macroeconômicos. Como um processo de construção que busca direcionar os países a desenvolver os seus próprios sistemas de estatísticas do turismo, o

objetivo principal é adotar a CST como uma síntese de todos esses sistemas.

Pela definição do que é uma CST é possível compreender a importância dessa ferramenta, que além de evidenciar o turismo como uma atividade economicamente relevante, se mostrando uma metodologia estruturalmente organizada ao dimensionar o turismo no cenário nacional e internacional com indicadores confiáveis, consistentes e padronizados, ou seja, fornecer informações estatísticas sobre os aspectos macroeconômicos do turismo (Jones & Li, 2015; Frenç & Frechtling, 2022).

A Conta Satélite teve sua estrutura idealizada pela ONU e organizada pela OMT, OECD, Organização Mundial do Comércio (OMC), ao longo de vários congressos, fóruns e reuniões direcionados aos aspectos econômicos e obtenção de dados estatísticos sobre o turismo (Naciones Unidas – NU, 2000). Surgiu da necessidade de saber como o setor turístico se comporta na economia e qual é a sua relação de interdependência com os outros setores da economia (Rossouw, 2011; Frenç & Frechtling, 2015).

De acordo com Sharma e Olsen (2005), o desenvolvimento da CST deve ser compreendido como um processo permanente e contínuo, para que os países que possuem ou pretendem tê-la, possam fazer comparações internacionais, melhorar sua metodologia e obterem as melhores informações possíveis da dinâmica econômica do turismo.

A CST consiste em um conjunto econômico (monetário) articulado em fluxos que podem ser notados a partir do consumo de unidades do turismo, ou seja, consumo por entrada e saída de visitantes para o setor produtivo de unidade, e de diversos produtos, bens e serviços turísticos (Libreros, Massieu & Meis, 2006; Diakomihalis, 2008).

Quadro1

Principais objetivos gerais da Conta Satélite do Turismo

- Mensurar o que é produzido e consumido pela atividade turística na visão econômica;
- Criar indicadores para caracterizar a dimensão ou os impactos do turismo em relação ao restante dos setores da economia;
- Procurar coerência e harmonia entre toda informação produzida no país sobre o turismo;
- Ser um instrumento de informação básica, para elaboração e planejamento das ações no turismo.

Fonte: Perez (2006)

Com os objetivos definidos, a Conta Satélite de Turismo permite identificar alguns indicadores econômicos, que segundo (UN *et al.* 2010) são:

- PIB em valores correntes da atividade turística;
- Taxa de crescimento da atividade turística;
- Consumo turístico interno, por tipos de visitantes e classes de renda;
- Emprego em atividades específicas do turismo e nas demais atividades, subdividido em categorias relevantes para a adoção de políticas para o setor;
- Renda gerada no setor turístico;
- Identificação dos produtos característicos do turismo e outros.

Os resultados obtidos com a CST evidenciam a contribuição do turismo para o PIB nacional, o consumo final, aplicação de investimentos no setor, dentre outros. Pelo consumo final é possível determinar as despesas, que nas contas nacionais são incluídas

nas exportações líquidas; os investimentos empregados pelas empresas turísticas estão relacionados à formação bruta de capital fixo; e as despesas das empresas e de visitantes nacionais, são representadas pela demanda final.

Segundo Andrade (2009, p.38) a CST disponibiliza como resultados de suas tabelas as seguintes informações:

- Consumo turístico: discriminado por fonte de suprimento, oferta interna ou exportação;
- Agregados Macroeconômicos: valor agregado e PIB turístico;
- Outras informações relevantes à construção de modelos de avaliação dos impactos do turismo;
- Indicadores de caracterização do turismo, baseando-se em números de chegadas; forma de viagem; duração; motivo; modo de transporte; meio de hospedagem; destino; procedência e entre outros;
- Conta produção por ramo de atividade, incluindo dados de emprego, relações intersetoriais e formação bruta de capital fixo.

No documento *Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework 2008*, o marco conceitual estabelece definições detalhadas das variáveis relacionadas à demanda e oferta turística (Frechtling, 2010; Kennealme & Jakee, 2012).

Como também aponta os fatos econômicos que devem integrar-se ao turismo, descrevendo os aspectos como o conceito de turismo, visitantes, consumo turístico e gasto turístico (Hara, 2008; Diakomihalis, 2008).

O marco conceitual da CST também oferece critérios para a classificação dos diferentes fatos e agentes relacionados não turístico, mas que possua algum vínculo com o turismo. Alguns dos principais critérios de classificação descritos pelo documento podem ser vistos no quadro abaixo.

Quadro 2

Principais critérios de classificação da CST

Critérios de classificação da CST
Âmbito geográfico da viagem: turismo doméstico, turismo emissivo, turismo receptivo, turismo nacional e turismo interno.
Duração da visita: turistas e excursionistas.
Motivo da viagem: lazer, visitas a amigos ou parentes, estudo, tratamento médico, religião, compras, trânsito e outros.
Natureza turística dos produtos: produtos característicos do turismo, produtos conexos ao turismo e produtos não relacionados ao turismo.

Fonte: (UN et al., 2010)

Os critérios estabelecidos pela CST são base para os principais conceitos que delimitam as variáveis analisadas. Como o turismo é uma atividade dinâmica que envolve vários setores, faz-se necessário delimitar suas unidades de análise (Ahlert, 2007; Jones & Li, 2015). Por isso, os conceitos precisam ser claros e concisos, com porexemplo determinar o que é um visitante e um turista; abrangência dos gastos e consumo turísticos; definir quais são os produtos e atividades características do turismo.

Estrutura da Conta Satélite do Turismo

O modelo de conta satélite (com sua estrutura baseada em outros setores), foi idealizado para mensurar as atividades do setor de prestação de serviços (intangíveis). Essa construção estrutural é importante para delimitar os serviços/produtos característicos e conexos do turismo a um campo específico. Conforme o SNA-93:

A primeira categoria cobre os produtos que são tipicamente pertencentes ao campo de estudo. É interessante estudar os modos que esses bens e serviços, os tipos de investimentos e capital entram na produção. A segunda categoria inclui produtos que estamos interessados por estes serem claramente cobertos pelos gastos em um determinado campo de atuação (UN et al., 1993 p.609).

As categorizações atribuída ao produto turístico são necessárias para delimitação e organização, que facilita identificá-los por meio de códigos numéricos.

O equilíbrio entre a demanda por bens e serviços consumidos por visitantes e pelo fornecimento de bens e serviços das empresas, são fundamentos da estrutura base da CST. Um dos fundamentos para a manutenção do mercado turístico, cuja oferta está condicionada à demanda turística (Frechtling, 1999; Smeral, 2006).

Nas recomendações da OMT sobre a CST, os conceitos e as classificações são descritos com clareza e detalhamento, referentes variáveis econômicas e as unidades de análise da oferta e da demanda (OMT, 1998). Isso facilita a caracterização dos elementos ao distinguir o que deve ser incluído ou não na contabilização. Como se constata na citação abaixo:

O desenvolvimento da conta satélite do turismo é analisar em pormenor todos os aspectos da demanda por bens e serviços que possam ser associados ao turismo; para estabelecer a interface real o fornecimento de tais bens e serviços dentro ou fora da economia de referência, e descrever como a oferta (nacional ou origem importada) interage com outras atividades econômicas, o uso de tabelas de recursos e empregos como referência (UN et al., 2010, p. 02).

Tanto o marco conceitual da Conta Satélite do Turismo como das Recomendações Internacionais para Estatística do Turismo de 2008 (IRTS- 2008), estabelecem parâmetros de classificação da oferta a demanda, medidas para delimitar o consumo e a produção ligados ao turismo (Ahlert, 2007). Essa discriminação de cada elemento desses dois componentes evita erros na mensuração e facilita a desagregação do produto total.

O processo de mensuração pode ser feito em duas perspectivas, pela oferta e pela demanda. Nos itens a seguir, serão discutidos os aspectos que estão relacionados a essas duas perspectivas do processo de mensuração da CST.

Perspectiva da demanda

Os visitantes são os principais agentes dentro do sistema econômico aplicado ao turismo (OMT,1999). Suas práticas de consumo movimentam o fluxo de capital pelas relações mercantis de compra e venda.

A estrutura pela ótica da demanda estabelece-se pelo consumo do visitante. Esse consumo têm implicações na economia nacional em termos de renda, produção, emprego, receitas fiscais, dentre outros, importantes elementos que interferem no consumo final dos visitantes (OMT, 1999).

O consumo para CST é contabilizado a partir da pré-viagem até o pós-viagem, pois há gastos em todas as etapas que devem entrar na contagem, já que qualquer produto ou serviços que o turista ou visitante consuma, será caracterizado como fato econômico do turismo (OMT, 2001).

No marco conceitual, para efeitos de classificação há uma diferenciação entre turista e visitante, sendo duas variáveis distintas. No qual o turista é considerado como uma subcategoria dos viajantes (UN et al., 2010). Destarte, a ideia fundamental para a distinção não seria se uma pessoa é turista ou não turista, mas se uma pessoa seria visitante ou não visitante (Hara, 2008; Jones & Li, 2015).

A partir dessa diferenciação surgem *outros conceitos necessários para organização e classificação da demanda*. No documento *International Recommendations for Tourism Statistics-2008*, há um maior detalhamento, no entanto, a seguir serão expostos os conceitos de uma forma mais resumida e de acordo com (Kadota & Rabahl, 2003, p.71):

- **Entorno Habitual**: corresponde à região geográfica onde as pessoas se deslocam no cotidiano, exceto por ócio ou recreação.
- **Por duração de viagem**: segundo a duração da estada, podem-se classificar os **visitantes** ou **Turistas**, que permanecem uma ou mais noites no local visitado, e ainda **excursionistas** que compreendem os **visitantes** que não pernoitam no local visitado. Há também os visitantes em Trânsito, que para a CST são tratados como visitantes.
- **Por destino**: de acordo com o destino das viagens, têm-se duas categorias de visitantes: os **Internacionais** - cujo país de residência é diferente do país visitado (inclui o nacional, residente no exterior) e os **Internos** - cujo país de residência é o próprio país visitado (inclui o estrangeiro residente).
- **Consumo Turístico**: gasto total de consumo efetuado por um visitante, ou por conta de um visitante, durante ou decorrente de sua viagem e estada no lugar de destino.
- **Local do Consumo Turístico**: podem-se distinguir sete agregados de consumo turístico, a partir do critério do local:
 - **C. T. Interno** - efetuado por residentes em seu próprio país (inclui bens importados);
 - **C. T. Receptor** - efetuado por não residentes no país receptor (internacional);
 - **C. T. Emissor** - efetuado por residentes em países diferentes de suas residências (inclui bens nacionais, consumidos no exterior);
 - **C. T. Interior** - compreende todo o gasto efetuado por residentes e não residentes no país receptor;

$$C. T. Interior = C. T. Interno + C. T. Receptor$$

- **C. Interior Turístico** - acresce ao C.T. Interior os gastos do C.T. Emissor no país de origem (antes e depois);

$$C. Interior Turístico = C. T. Interior + Parte Interior$$

- **C.T. Nacional** - compreende todo o consumo de residentes, independentemente do destino;

$$C. T. Nacional = C. T. Interno + C. T. Emissor$$

- **C.T. Internacional**- compreende todo o C.T. Receptor e o C.T. Emissor.

$$C. T. Internacional = C. T. Receptor + C. T. Emissor$$

- Consumo Coletivo Turístico - compreende o consumo de uma classe de bens/serviços, que apresenta as seguintes condições especiais:
 - Os bens/serviços podem apresentar-se simultaneamente a todos os indivíduos (não propriedade);
 - Sua utilização não requer acordo explícito ou participação ativa (passiva);
 - Sua utilização por um indivíduo não reduz a disponibilidade aos demais (não rivalidade).
- Unidade de Consumo: é muito importante, pois permite controlar e identificar a cobertura efetiva do consumo. São quatro as unidades de consumo:
 - **Visitante**: a unidade de consumo mais relevante;
 - Consumo efetuado por família residente, decorrente da estada de visitantes: o caso mais comum se refere aos gastos dos residentes na recepção de parentes ou amigos;
 - **Unidades produtivas, atuando como tal**: empresas financiando gastos de viagens de seus funcionários em serviço;
 - **Administrações Públicas e congêneres**: quando financiando gastos de viagens para tratamento médico, formação profissional e outros dessa natureza, consideradas transferências sociais em espécie;
 - **Resto do mundo**: residentes em viagem a outros países, hospedados gratuitamente em residência de parentes ou amigos, caracterizando-se como transferência em espécie.

Mesmo com essa classificação preestabelecida pela OMT, ainda há alguns aspectos tratados como casos especiais que podem ser incluídos nessa classificação. Isso acontece devido às particularidades ou dificuldades de alguns elementos de se encaixarem na classificação recomendada, como, por exemplo, a questão do consumo intermediário ou o consumo de residência secundária (UN et al., 2010).

Os registros econômicos do consumo dos visitantes só são contabilizados pela CST, dentro do território econômico, conforme a classificação dos tipos de turismos (Ahlert, 2007). Dessa forma, a partir da perspectiva da demanda, a CST entende o consumo dos bens e serviços como um dos princípios para contabilização do turismo na economia. Assim, a CST também contabiliza e classifica em suas tabelas a demanda conforme o consumo dos visitantes, de tipo de turismo, a partir dos residentes e não residentes

Perspectiva da Oferta

A perspectiva da oferta busca entender o turismo como um conjunto de atividades produtivas destinadas a atender às necessidades dos visitantes (OMT, 1999). Por essa ótica de análise, o turismo tem a possibilidade de descrever como os produtores fornecem

bens e serviços aos visitantes, funcionamento do processo de produção, custos e desempenho econômico das Atividades Características do Turismo.

A oferta é um importante componente para compreender o funcionamento do mercado, as ações dos seus agentes no ambiente econômico possibilitam alocar os recursos da melhor forma, já que o produto turístico, o processo de produção e fornecimento são elementos complexos, nos quais só adquirem um caráter turístico quando são consumidos por visitantes, visto que, o consumo da demanda turística é que irá caracterizar a oferta turística (Sinclair & Stabler, 2009).

A CST pela lado oferta, tem o papel de mensurar e descrever as relações da produção de bens e serviços das empresas com os agentes do mercado. Esse processo tem como resultados informações sobre o emprego, o tamanho do estabelecimento, identificação geográfica, índices de produção e entre outros (Libreros, Massieu & Meis, 2006).

O processo de mensuração inicia-se pela identificação dos produtos relacionados ao turismo e suas respectivas atividades, que se subdividem em produtos característicos do turismo e produtos relacionados com o turismo. A classificação é feita de acordo as características e similaridade dos produtos e atividade (IRTS, 2008).

A classificação foi estabelecida pela *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*, com base no SNA-93. Nessa publicação os produtos foram divididos em dois grandes grupos, os produtos de consumo, que estão relacionados de alguma forma ao turismo e, subdividido em dois grupos principais: produtos característicos do turismo e outros produtos de consumo; e produtos não destinados ao consumo, que inclui todos os outros produtos que circulam na economia de referência, conforme pode ser visualizado na tabela 1.

Tabela 1

Classificação dos Produtos da CST

A. Produtos de Consumo
A.1 Produtos característicos do turismo , incluem duas subcategorias:
A.1.i <i>Produtos característicos do turismo para comparabilidade internacional</i> , representam os produtos essenciais para a comparação internacional gastos dos turistas.
A.1.ii. <i>Produtos característicos do turismo específico de cada país</i> : deverá ser determinado por cada país aplicando os critérios da RIET, 2008. Para estes dois produtos, atividades que os geram são consideradas características do turismo, e as indústrias em que a atividade principal característica é o turismo será chamado indústrias de turismo.
A.2 Outros produtos de consumo , incluem duas subcategorias, que devem ser determinados por cada país e, portanto, será específica para cada país:
A.2.i <i>Produtos conexos do turismo</i> incluindo outros produtos de acordo com sua relevância para a análise de turismo, mas não cumprem os critérios estabelecidos pela RIET, 2008
A.2.ii <i>Produtos de consumo não conexo com o turismo</i> , abrangem todos os outros bens de consumo e serviços que não pertencem às categorias acima
B. Produtos não destinados ao consumo : Esta categoria inclui todos os produtos que, pela sua natureza, não podem ser bens e serviços de consumo e, portanto, não pode ser parte das despesas do turismo e turismo de consumo, exceto para valores que podem ser adquiridos por visitantes durante suas viagens. Duas subcategorias definidas
B.1 Objetos valiosos
B.2 Outros produtos não destinados ao consumo , que incluem os produtos relacionados com a formação bruta de capital fixo do turismo e o consumo coletivo turismo.

Fonte: NU *et al.*, (2010)

É válido enfatizar que a avaliação do consumo turístico pelos produtos conexos depara-se com uma dificuldade a mais, de definir quais produtos são conexos e quais são característicos, pois a classificação varia de um país para outro, que leva em conta as características locais e o tipo de visitante, algo particular ao país (Frenç & Frechtling, 2022).

A categorização foi construída pela Organização das Nações Unidas – ONU com base na Classificação Central de Produtos - CCP (*Central Product Classification - CPC*).

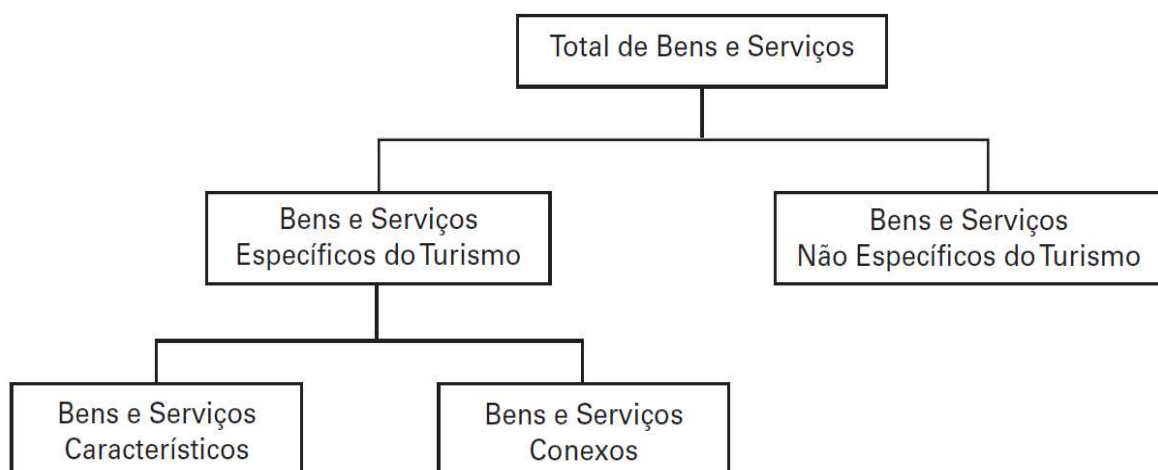
Onde se catalogou um grupo de 170 produtos específicos do turismo, contudo a determinação do grupo dos produtos característicos é definida pelo país (IBGE, 2012).

No Brasil, além de se adotar a CCP, usa-se também uma classificação própria, a CNAE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas), um sistema com todas as atividades e setores da economia brasileira. A CNAE é um sistema criado e adotado pelo IBGE que serve de parâmetro para todas as pesquisas de caráter econômico estatístico país. Sua metodologia está conforme os padrões internacionais do SNA-93 e os outros sistemas internacionais, como o CCP e o ISIC.

A figura 4 mostra o processo de classificação, no qual cada retângulo é uma etapa de classificação do produto turístico.

Figura 2

Esquema da inserção dos produtos característicos do turismo no conjunto total de bens e serviços



Fonte: IBGE, (2012)

Em alguns casos existe dificuldade em determinar se o produto é característico ou conexo, mesmo dentro dos critérios de classificação indicada, pode haver conflito na determinação. Um destino turístico (pelas suas características) pode classificar um produto característico como conexo e vice-versa, também pode considerar um produto que normalmente possui vínculo com turismo como característico ou conexo, como por exemplo, o serviço de táxi, que tanto atende a população local quanto aos visitantes, e conforme a predominância do tipo da demanda pode ser característico ou conexo(Souza & Mendes-filho, 2014; Frenç & Frechtling, 2015).

Os produtos característicos do turismo são os produtos que estão diretamente ligados ao consumo turístico e sua ausência no mercado compromete o funcionamento da atividade (Akin, 2001; Sun, 2014). Os produtos turísticos estão diretamente ligados a atividades turísticas características. As atividades representam o conjunto das unidades econômicas, no caso do turismo, as empresas que atuam na área. No tópico a seguir será descrito os aspectos sobre as atividades características do turismo.

Atividades características do turismo (ACT's)

As atividades características do turismo (ACT's) consiste no conjunto de atividades econômicas do turismo, ou seja, é o lado da oferta turística representa as empresas que ofertam bens e serviços turísticos (Souza & Mendes-filho, 2014).

A classificação das ACT's (*Standard International Classification of Tourism Activities - SICTA*) segue o mesmo lógica dos produtos do turismo, uma padronização internacional

que possibilita a comparação estatística entre os países. Além disso, esta vinculada a outra classificação, a *International Standard Industrial Classification - ISIC*, todas organizadas pela ONU (IBGE, 2012).

A partir dessas classificações pode-se chegar aos produtos demandados pelos turistas, determinar os pontos mais importantes da participação em função do consumo e identificar as atividades responsáveis pela produção dos produtos característicos do turismo.

A estrutura se baseia na identificação de grupos semelhantes quanto a processos de produção, características e finalidade dos bens e serviços (OMT, 1999).

De modo geral, a OMT entende que as atividades econômicas, principalmente as direcionadas ao turismo, não possuem homogeneidade em sua produção, por oferece um leque de produtos em diferentes quantidades a diversos mercados (Jones & Li, 2015). Como também, baseia-se no reconhecimento de alguns segmentos idênticos, quanto à semelhança dos processos de produção e das características dos bens e serviços.

A classificação de uma atividade econômica como característica do turismo se faz a partir da identificação de sua produção principal e de produtos classificados como característicos do turismo, produtos de potencial consumo dos visitantes (UN *et al*, 2010).

As atividades econômicas turísticas incidem na geração de valor mediante aos ajustes dos fatores de produção, trabalho e capital. Seguem a mesma linha dos produtos, no qual separa as atividades, não específicas, das atividades específicas e subdividem-nas em características e conexas. Assim, a OMT separou e classificou as atividades turísticas em (UN *et al*.,2010):

- **Atividade característica:** quando na sua produção, o produto típico for um produto característico direcionado ao visitante, isto é, quando as empresas produzem pelo menos um produto característico do turismo para os turistas, que seja de fato direcionado quase exclusivamente ou apenas para turismo;
- **Atividade conexa:** quando na sua produção, o produto em questão é ou pode ser associado com o turismo em um determinado local, podendo ter ou não seu envolvimento intermediário, mas que sofre influência da atividade, com a possibilidade de trabalhar para atender tanto o turismo quanto a população local.
- **Atividade específica:** consiste na junção das duas atividades anteriores, sendo subconjunto desta.

Os dados referentes às ACT's são compilados a partir da classificação das unidades produtivas conforme a principal atividade. Quando apresentar conflito de contabilização por apresentar duas ou mais unidade de referência, o critério de escolha deveser valor adicionado (UN *et al*. 2000; UN *et al*.,2010). Um exemplo disso é um Hotel, que oferece serviços de hospedagem, alimentação, recreação e de eventos, que pelos criterios da regra deve se classificado pelo serviços gera mais valor adicionado para empresa.

No entanto, existem algumas empresas que pertencem ao grupo das atividades características do turismo que prestam serviços secundários não vinculados ao turismo, que se sobressaem a principal função. Como, uma locadora de veículos, que aluga a maior parte de sua frota para instituições públicas locais. E assim, por critério de classificação, essas empresas são descaracterizadas como elementos do grupo das ACT's.

Como já afirmado anteriormente, as Atividades Características do Turismo produzem produtos característicos direcionados ao consumo turístico, já que estão condicionadas pela origem do produto. Essa relação irá se refletir na organização das atividades com os produtos, ou seja, para cada produto há uma atividade correspondente. Como pode ser observado na tabela 2.

Tabela 2

Lista de categorias de produtos de consumo e atividades características do turismo

Produtos	Atividades
----------	------------

1.	Serviços de hospedagem para visitantes	1.	Hospedagem para visitantes
2.	Serviços de alimentos e bebidas	2.	Atividades de fornecimento de alimentos e bebidas
3.	Serviços de transporte de passageiros ferroviário	3.	Transporte de passageiros por via férrea
4.	Serviços de transporte de passageiros rodoviário	4.	Transporte de passageiros por rodovias
5.	Serviços de transporte de passageiros aquaviário	5.	Transporte de passageiros via aquática
6.	Serviços de transporte aéreo de passageiros	6.	Transportes aéreos de passageiros
7.	Serviços de aluguer de transporte e equipamento	7.	Aluguer de transporte e equipamento
8.	Agências de viagens e outros serviços de reserva	8.	Atividades de agências de viagens e outros serviços de reserva
9.	Serviços culturais	9.	Atividades culturais
10.	Serviços de esportes e lazer	10.	Atividades de esportes e lazer
11.	Bens característicos e específicos de cada país	11.	Comércio varejista de bens característicos do turismo e específico do país
12.	Serviços característicos do turismo e específicos de cada país	12.	Outras atividades características do turismo, específica do país.

Fonte: UN *et al.* (2010).

A tabela 2, mostra os 12 produtos característicos do turismo com as respectivas atividades características, os 10 primeiros itens são pré-estabelecidos pelo marco conceitual das recomendações estatísticas, já os dois últimos são dedicados às especificidades dos países. Essa tabela mostra a correlação entre o produto e atividade.

A mensuração das ACT's tem por objetivo analisar as atividades como tal, e gerar dados com detalhes sobre o total da produção, consumo intermediário, valor adicionado bruto, excedente operacional bruto, informação sobre o emprego, número de ocupados e de empresas, remuneração, formação bruta de capital fixo e indicadores não monetários (UN *et al.*, 2010).

Tabelas da Conta Satélite do Turismo CST

A estrutura da CST está centrada em 10 tabelas inter-relacionadas, cada tabela é destinada à descrição dos agregados macroeconômicos do turismo.

Quadro 3

Tabelas da conta satélite do turismo

Tabela 1.	Consumo de turismo receptivo, por produtos e tipos de visitantes;
Tabela 2.	Consumo de turismo doméstico, por produtos e tipos de visitantes;
Tabela 3.	Consumo de turismo emissivo, por produtos e tipos de visitantes;
Tabela 4.	Consumo de turismo interno, por produtos;
Tabela 5.	Contas de produção das atividades características do turismo e outras atividades (preços básicos);
Tabela 6.	Oferta doméstica e consumo interno de turismo, por produtos (preços de consumidor);
Tabela 7.	Emprego nas atividades características do turismo;
Tabela 8.	Formação bruta de capital das atividades características do turismo e outras atividades;
Tabela 9.	Consumo coletivo de turismo, por produtos e esferas de governo;
Tabela 10.	Indicadores não monetários.

Fonte: NU *et al.* (2010).

Da **tabela 1 a 4** tem-se a descrição do consumo turístico e das categorias de visitantes; nas **tabelas 5 e 6** está a descrição do produto e das atividades características do turismo, que permite a estimação do PIB turístico; a **tabela 7** descreve a situação do emprego no turismo, sobre rendimento, números de ocupados e de empresas; na **tabela 8** a formação bruta de capital fixo das ACT's e das empresas afins. Já na **tabela 9**, tem-se o consumo coletivo, destinados à descrição dos gastos públicos que incidem na atividade turística; e a **tabela 10** apresenta alguns indicadores não monetários.

As dez tabelas seguem um padrão lógico na apresentação das informações. Contudo, cada país tem a possibilidade de determinar o formato mais adequado à sua realidade econômica do turismo, conforme os dados disponíveis.

Metodologia

A pesquisa se caracteriza como qualitativa, descritiva, intencional, não probabilística e documental. Foram utilizados como objeto de pesquisa os documentos (manuais metodológicos).

A metodologia utilizada foi a pesquisa documental que segundo Gil (1999, p. 66) “vale-se de materiais que não receberam ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados conforme o objetivo da pesquisa”. Já que a pesquisa se utiliza de fontes documentais para extrair os dados da pesquisa, referente as diretrizes metodológicas da CST e as informações sobre o primeiro protótipo da conta brasileira.

Os dados coletados foram secundários, retirado do documento CST-99 do Brasil. A partir daí, foi feita uma análise dos procedimentos metodológicos, indicadores, entraves e barreiras encontrados nos documentos, que foram utilizados como critérios de análise para relacionar os fundamentos e as recomendações da OMT-2008, onde se tem as orientações para se construir uma CST.

O documento, *Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework 2008*, foi o documento de referência, no qual serviu de parâmetro de comparação com CST-99 do Brasil, onde foram extraídas as informações conceituais e metodológicas para confrontação entre os documentos.

A técnica de análise utilizada foi a de conteúdo de (Bardin, 2009), que permite analisar diferentes tipos de dados e abordagens teóricas, ao usar técnicas adaptadas e maleáveis. Essa técnica busca analisar de forma sistemática e objetivas as comunicações

visuais, para obter resultados qualitativos ou quantitativos, que busca variáveis que estão implícitas na mensagem contida no material analisado (Bardin, 2009).

Resultados e discussões

Como visto anteriormente, o processo de elaboração da CST é complexo, demanda uma base de dados estatísticos consistentes, para a elaboração de suas 10 tabelas.

A construção da CST do Brasil foi um passo importante para atividade turística, foi a primeira vez que desenvolveram uma ação de relevante para mensurar os aspectos econômicos do turismo. Porém, o resultado não foi tão satisfatório pelos parâmetros da *Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework 2008*, algumas tabelas não foram construídas e outras ficaram incompletas pela falta de dados. A alternativa encontra foi estimar e adequar os dados da melhor forma possível, mediante as disponíveis.

A EMBRATUR, entidade responsável pelo documento, reconhece as dificuldades durante o processo, tanto que no documento da CST são feitos alguns esclarecimentos em relação à metodologia e à fonte de dados. Outro ponto relevante foi em relação às Contas Nacionais, tinha poucos dados específicos sobre o turismo, o nível de agregação dos elementos dificultou a coleta de dados sobre as atividades características. Mesmo assim, foi importante para o processo de estimação da conta.

Deste modo, foram utilizadas outras fontes de dados secundários, pesquisas específicas sobre o setor de serviços (PAS), renda familiar (POF) e do turismo doméstico (FIPE-EMBRATUR).

A PAS fornece informações sobre as empresas formalizadas prestadoras de serviços. Por meio dessa pesquisa é possível coletar dados sobre o valor bruto da produção, valor adicionado, emprego, salários e entre outras informações. Entretanto, a pesquisa não contempla empresas informais e nem estipula dados sobre elas, como o SCN faz.

Para o turismo a inserção das empresas informais é relevante, muitos bens e serviços consumidos advêm da informalidade, representando uma parcela significativa para o turismo. Mesmo que não seja possível dimensionar em termos reais essa variável, há a possibilidade de estipular indicadores, uma alternativa viável que talvez permita desenvolver ações para amenizar a informalidade.

A POF fornece dados sobre o consumo e a renda familiar, detalha as despesas das famílias de acordo com o consumo e aquisição de bens e serviços. Como também, disponibilizada dados por agregação de bens e serviços consumidos.

A pesquisa FIPE- EMBRATUR, sendo a fonte com dados direcionados ao turismo, dispõe de informações referentes à caracterização e dimensionamento do turismo doméstico no Brasil, na qual descreve a composição dos gastos do turismo doméstico, números de visitantes e a proporção relativa entre os gastos.

Sobre a estrutura das tabelas, há alguns desajustes na sequência lógica de montagem. Conforme as recomendações metodológicas, deve-se iniciar pela ordem crescente da **Tabela 1** a **Tabela 10**, devido a interdependências das informações, necessárias para formulação das tabelas. Entretanto, isso não foi possível pela limitação dos dados.

Essa não adequação aos padrões metodológicos, que são pré-estabelecido, compromete a confiança dos dados, por conta da inversão do processo que se iniciou pela **Tabela 5** e depois pela ordem da seguinte forma: **Tabela 4, Tabela 1, Tabela 2, e Tabela 3**. Isso significa que ao invés de estimar primeiramente a demanda, o processo se iniciou pela oferta.

O fato é que, essa inversão causou desordem e desconfiança no processamento dos dados, sendo essas tabelas as mais importantes para gerar os principais indicadores da economia do turismo, fundamental para manter a ordem lógica da conta. É importante destacar que a OMT exige que sejam elaboradas no mínimo as seis primeiras e a última tabela para considerar válida a CST. As outras três também são importantes, entretanto, seus dados são independentes das outras e não comprometem o todo.

Destarte, após de explanar alguns aspectos específicos sobre as dificuldades encontradas em cada fonte de dados, agora será feita uma avaliação geral dos entraves da CST, suas as principais barreiras.

Um problema bem visível no documento é a restrição da base de dados em economia do turismo, já mencionada algumas vezes no texto.

Ainda há a falta de pesquisas regulares com indicadores bem definidos, capazes de medir o impacto do turismo em outros setores da economia, por exemplo, o gasto turístico que necessita de detalhes sobre o consumo de bens e serviços pelo turista antes, durante e depois da viagem. Outro ponto-chave na construção da conta são os produtos específicos do turismo, que em algumas fontes de dados apresentam-se de forma agregada, sendo que, para serem inseridos na CST precisam ser desagregados e com mais detalhes.

Além dos citados acima, pode-se constatar problemas como (EMBRATUR, 2002):

- Ausência de estatísticas direcionadas à oferta, à demanda e à macroeconomia do turismo;
- Problemas com a operacionalização, a falta de técnicos e profissionais voltados para a elaboração da CST;
- A falta de um órgão ou instituto de pesquisa com o foco na estatística turística e na CST;
- Problemas com conceitos de alguns elementos das tabelas. A formação Bruta de Capital Fixo (FBK) e a segunda residência, quase não tiveram informações exposta nas tabelas, por falta de definição do que seria mensurado.

O documento ao final destaca os entres da pesquisa, relata a ausência de alguns dados, fragilidades metodológicas e algumas características do turismo que dificultam o processo, como demonstrado no quadro 4.

Quadro 4

Problemas identificados pela EMBRATUR na estimação da CST-99 do Brasil

<p>Não disponibilidade de dados sobre a estrutura dos gastos dos turistas estrangeiros no país.</p>	<p>Não obstante a EMBRATUR já disponha de levantamentos sobre a renda e sobre alguns itens de gastos dos turistas estrangeiros no país, não existem ainda fontes de dados que permitam identificar a estrutura média de todos os tipos de gastos, mesmo num nível agregado como o de despesas de hospedagem, alimentação, transporte etc.;</p>
<p>Não disponibilidade de dados sobre a estrutura dos gastos dos turistas brasileiros no exterior.</p>	<p>Da mesma forma que no caso dos turistas estrangeiros, neste caso também não foi possível localizar fontes de dados que permitissem determinar a estrutura média de todos os tipos de gastos dos turistas brasileiros no exterior;</p>
<p>Não disponibilidade de dados sobre a composição média dos Pacotes de Turismo</p>	<p>Um dos refinamentos da metodologia da CST consiste em tratar os chamados Pacotes de Turismo sob duas óticas: uma, em que todo o pacote é tratado como um único serviço, produzido e ofertado pelas agências e operadores de turismo; e a outra, na qual os seus vários componentes (transporte, alimentação, hospedagem, guias turísticos, etc.) são desmembrados e devidamente alocados aos respectivos subsetores que produzem esses tipos de serviços, ficando associado como o produto das agências e operadores de turismo, apenas a parcela da margem de ganho destes nos pacotes. Tendo em vista a inexistência de informações que permitissem obter um perfil agregado da composição média dos pacotes de turismo</p>

	produzidos no país, evidentemente, não foi possível implementar tal refinamento da CST.
Não disponibilidade de dados sobre a Formação Bruta de Capital	Não obstante o levantamento desse aspecto do setor de Turismo esteja previsto na metodologia da CST, ele foi impossibilitado pela absoluta ausência de informações disponíveis a esse respeito.

Fonte: dados da pesquisa a partir da EMBRATUR (2002)

Mesmo com tantos problemas apresentados na elaboração da primeira conta satélite do turismo brasileira, o trabalho foi positivo, inovador ao buscar informações sobre a atividade turística. Com os resultados, foi possível estimar o PIB do turismo, consumo, produção de emprego e investimentos. Esses foram alguns indicadores extraídos das tabelas, que permitiram conhecer como o turismo se comportava na economia nesse período.

Nos anos o Ministério do turismo tem realizados ações pontuais como montar uma equipe qualifica e promover eventos de debater sobre o tema.

O último evento a ser realizado foi o Webinário em setembro de 2021 em parceria com o IBGE, onde se reuniram especialistas que discutiram os desafios da Conta Satélite de Turismo. Seu objetivo foi debater a importância da implementação da Conta Satélite do Turismo e sua aplicação na promoção de ações e programas para o setor do turismo.

O evento reuniu representantes do Ministério do Turismo, do IBGE, da Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe) e especialistas internacionais.

Considerações Finais

O estudo constatou que a Conta Satélite do Turismo é a ferramenta metodológica mais adequada para dimensionar e entender a dinâmica do turismo na economia brasileira. Ela gera indicadores econômicos importantes para formulação de políticas públicas, tomadas de decisão de investimento e planejamento estratégico, como também permite e avalia e monitora o impacto do setor na economia.

Por meio das 10 tabelas é possível determinar indicadores econômicos como: PIB turístico, quantidade de empresas, número de trabalhadores, nível de investimento, indicadores não monetários, consumo e produção turística.

A estrutura proposta pela OMT pode ser aplicada a realidade brasileira, desde que, o governo crie condições estruturais e metodológicas para compor um sistema de estatística do turístico nacional unificado consoante as diretrizes internacionais, com um corpo técnico qualificados e uma estrutura física adequada que comporte uma central de processamento de dados.

Também foi analisado o documento com a primeira proposta de Conta Satélite do Turismo brasileira, a CST – 99 do Brasil. Foi uma iniciativa importante que gerou vários indicadores econômicos, no entanto, não foi possível gerar todas as tabelas da conta devido à ausência de dados mais desagregados, referentes a demanda, pois no momento da pesquisa o Sistema de Contas Nacionais brasileiro não foi capaz de fornecer esse tipo de dado. E por isso a CST do Brasil mensurou apenas as estruturas produtivas, a perspectiva da oferta.

Os estraves encontrados foram: ausência de alguns dados, falta de profissionais especializados no assunto, fragilidades metodológicas, quebra da estrutura lógica hierárquica da construção da conta e algumas características do turismo que dificultam o processo de coleta. Problemas que poderiam ser minimizados com a criação de um órgão ou instituto de pesquisa com o foco na estatística turística.

Portanto, pode-se concluir que a CST é uma estrutura metodológica importante na geração de indicadores econômicos que possibilitam o dimensionamento da estrutura econômica turismo, formular políticas públicas, desenvolver estratégias de planejamento e otimizar os investimentos conforme as prioridades.

Por fim, pode-se dizer que o Brasil teve seu protótipo de CST que gerou alguns dados importantes, mesmo não atendendo todas as diretrizes recomendadas devido a

vários problemas estruturais e metodológicos, mas que serviram para mostrar que o turismo é uma atividade com grande potencial para o país. E que os problemas encontrados podem servir como ponto de partida para a criação de uma nova Conta.

Referências Bibliográficas

- Ahlert, G. (2007). The contribution of tourism to employment in Germany - assessment within a TSA employment module and impact analysis. *e-Review of Tourism Research- eRTR*, 5 (6), 149-158.
- Akin, D. O. H. O. E. (2001). Capital in a tourism satellite account. *Tourism Economics*. 7 (3), 215–232.
- Andrade, M. R. P. (2009). Conta satélite do turismo: estrutura, análise e desafios para implementação no caso brasileiro. Dissertação de mestrado, Universidade de Brasília, Brasília, DF, Brasil.
- Diakomihalis, M. N. (2008). Estimation of the economic impacts of yachting in Greece via the tourism satellite account. *Tourism Economics*, 14 (4), 871–887.
- Frechtling, D. C. (1999). The tourism satellite account: foundations, progress and issues. *Tourism Management*, 20 (1), 163-170.
- Frechtling, D. C. (2010). The tourism satellite account a primer. *Annals of Tourism Research*, 37 (1), 136-153.
- Frenç, C. and Frechtling, D.C. (2015). Assessing a Tourism Satellite Account: A Programme for Ascertaining Conformance with United Nations Standards, *Tourism Economics*, 2015, 21 (3), 543–559 doi: 10.5367/te.2014.0368
- Frenç, C. and Frechtling, D.C. (2022). Regional tourism satellite accounts: towards international comparability, *Tourism Review*, 77 (1), 97-112. <https://doi/10.1108/TR-07-2020-0315>
- GIL, A. C. (2009). Como elaborar projetos de pesquisa (4a. ed.). São Paulo: Altas.
- Hara, T. (2008). Quantitative tourism industry analysis: introduction to input-output, social accounting matrix modelling and tourism satellite accounts. Oxford: Elsevier.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística- IBGE. (2008). Séries relatórios metodológicos: sistema de contas nacionais Brasil. Recuperado em 20 Setembro, 2014, de <http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv40782.pdf>
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística- IBGE. (2012). Economia do turismo: uma perspectiva macroeconômica 2003-2009. Recuperado em 20 Setembro, 2014, de <http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv61658.pdf>
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística-IBGE. (2015). Sistema de contas nacionais: Brasil 2010-2013. Recuperado em 10 Março, 2016, de <http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv94942.pdf>
- Instituto Brasileiro de Turismo- EMBRATUR. (1999). Conta satélite do turismo - CST Brasil, Brasília: EMBRATUR.
- Kadota, D. K., & Rabahl, W. A. (2003). Conta satélite de turismo no Brasil: método de avaliação do impacto econômico do turismo. *Turismo em Análise*, 14 (1), 65-84.
- Kennealme, M., & Jakee, K. (2012). Satellite accounts for the tourism industry: structure, representation and estimates for Ireland, *Tourism Economics*, 2012, 18 (5), 971–997 doi: 10.5367/te.2012.0156
- Jones C., & Li, S. (2015). The economic importance of meetings and conferences: a satellite account approach. *Annals of Tourism Research*, 52 (1), 117–133.
- Libreros, M., Massieu, A., & Meis, S. (2006). Progress in tourism satellite account implementation and development. *Journal of Travel Research*, 45 (1), 83-91.
- Naciones Unidas., Organización Mundial del Turismo., Comisión de las Comunidades Europeas Eurostat., & Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos. (2000).

Cuenta satélite de turismo (CST): recomendaciones sobre el marco conceptual. Madrid: OMT, OEDE, Eurostat.

Naciones Unidas., Organización Mundial del Turismo., Comisión de las Comunidades Europeas Eurostat., & Organización de Cooperación Desarrollo Económicos. (2010). Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2008.Luxemburgo/Madrid/Nueva York/París: NU.

Organización Mundial del Turismo., & Organización de Cooperación Desarrollo Económicos., & Eurostat. (2000). Cuenta satélite de turismo (CST): recomendaciones sobre el marco conceptual. Madrid: OMT

Organisation for Economic Co-operation and Development. (2010), *Tourism Satellite Accounts: Data for Business and Policy Development*,.Paris: OECD Publishing

Organización Mundial del Turismo. (1998). Cuenta satélite de turismo: marco conceptual Madrid: OMT.

Organização Mundial do Turismo. (2001). *The Tourism Account as an Ongoing Process: Past, Present and Future Developments*. Madrid: OMT

Organización Mundial del Turismo, (1999) *Orientaciones Generales para la Elaboración de la Cuenta Satélite de turismo (CST): Medición de la demanda turística total (vol.1)* Madrid: OMT, WTO, BTO.

Organización Mundial del Turismo. (1999). *Orientaciones generales para la elaboración de la cuenta satélite de turismo (CST): medición de la oferta (vol.2)* Madrid: OMT, WTO, BTO.

Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO). (2016). *Panorama OMT del turismo internacional*. Madrid: OMT-UNWTO.

Perez, A. S. (Coord.). (2006). *Introdução à metodologia da pesquisa em turismo*. São Paulo: Roca. Perez, S. Amparo; Organização Mundial do Turismo. *Introdução ao turismo*. São Paulo : Roca, 2001. Tradução de: *Introducción al turismo*.

Quevedo, M. (2007). *Turismo na era do conhecimento*. Florianópolis: Pandion.

Rossouw, R., & Saayman, M. (2011). Assimilation of tourism satellite accounts and applied general equilibrium models to inform tourism policy analysis. *Tourism Economics*, 17 (4), 753–783.

Sacco, B., & Cassar, I. (2019). Measuring the economic impact of tourism in Malta using the Tourism Satellite Account. *European Journal of Tourism Research*, 23, 86–111. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v23i.391>

Sinclair, M. T., & Stabler, M. (2009). *Aspectos econômicos do turismo*. Brasília: EDU – UNB

Sharma, A., & Olsen, M. D. (2005). Tourism satellite accounts implementation in Tanzania, *Annals of Tourism Research*, 32 (2), 367–385.

Smeral, E. (2006). Tourism satellite accounts: a critical assessment. *Journal of Travel Research*, 45 (1), 92-98.

Souza, I.B. Mendes-filho, L.(2014) *Conceitos e classificação da conta satélite do turismo* *Interface*, Natal/RN, 11 (2) p 122-132

United Nations., World Bank., International Monetary Fund., Commission of the European Communities., & Organisation for Economic Co-operation and Development.(1993). *System of National Accounts 1993*. Brussels/Luxembourg, New York, Paris, Washington: UN.

United Nations., World Bank., International Monetary Fund., Commission of the European Communities., & Organisation for Economic Co-operation and Development.(2008). *System of National Accounts 2008*. Brussels/Luxembourg, New York, Paris, Washington: UN.

United Nations., World Tourism Organization., Organisation for Economic Co-operation and DevelopmentEuropean Communities., & Commission of the European Communities. (2010). *Tourism Satellite Account: Recommended Methodological*

Framework 2008. Luxembourg, Madrid, New York, Paris: UN. Recuperado em 15 Março, 2014, de http://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesf/SeriesF_80rev1e.pdf

United Nations,. World Tourism Organization,. Organisation for Economic Co-operation and DevelopmentEuropean Communities,. & Commission of the European Communities. (2010). International Recommendations for Tourism Statistics 2008-IRTS. Luxembourg, Madrid, New York, Paris: UN. Recuperado em 15 Março, 2014, de http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/seriesm_83rev1e.pdf