

# ESTUDOS DA COMPETITIVIDADE DO TURISMO BRASILEIRO



A DISCUSSÃO DE TURISMO NA ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMÉRCIO

**PRESIDENTE DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL**

Luiz Inácio Lula da Silva

**MINISTRO DO TURISMO**

Walfrido dos Mares Guia

**SECRETÁRIO EXECUTIVO**

Márcio Favilla Lucca de Paula

**SECRETÁRIA NACIONAL DE PROGRAMAS DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO**

Maria Luisa Campos Machado Leal

**SECRETÁRIO NACIONAL DE POLÍTICAS DE TURISMO**

Airton Nogueira Pereira Junior

**DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS**

Pedro Gabriel Wendler

**COORDENAÇÃO-GERAL DE RELAÇÕES MULTILATERAIS**

Fernanda Maciel Mamar Aragão Carneiro

**COORDENAÇÃO-GERAL DE RELAÇÕES SUL-AMERICANAS**

Patric Krahl

**GESTÃO TÉCNICA**

Adriane Correia de Souza

Camila de Moraes Tiussu

Clarice Mosele

**CENTRO DE GESTÃO E ESTUDOS ESTRATÉGICOS**

Lucia Carvalho Pinto de Melo

Presidenta

Lélio Fellows Filho

Chefe da Assessoria Técnica

**COORDENADORES RESPONSÁVEIS**

Ricardo Caldas

Maureen Flores

Instituto Ascende

## APRESENTAÇÃO

Nos últimos quatro anos, o turismo brasileiro vem respondendo aos desafios representados pelas metas do Plano Nacional do Turismo. Governo Federal, empresários, terceiro setor, estados e municípios trabalharam juntos para colocar em prática uma nova política para o turismo. Pela primeira vez na história, o turismo tornou-se prioridade de Governo, com resultados positivos para a economia e o desenvolvimento social do País.

O Ministério do Turismo contabiliza muitas vitórias conquistadas: a ampliação da oferta de roteiros turísticos de qualidade; aumento dos desembarques nacionais; incremento no número de estrangeiros visitando o País; aumento dos investimentos diretos; elevação na entrada de divisas e geração de renda e empregos para os brasileiros.

No entanto, algumas reflexões se impõem sobre o futuro do turismo brasileiro. Um mundo cada vez mais dinâmico e competitivo e as transformações da economia mundial trazem novas e desafiadoras exigências para todos, sem exceção. Dentre elas, a de que é necessário assegurar os interesses nacionais e um desenvolvimento sustentado e sustentável. Como fazer isso em longo prazo? E mais: qual o padrão de concorrência vigente no mercado internacional; qual estratégia o turismo brasileiro deve assumir para competir; qual o melhor modelo de desenvolvimento para o turismo no País; quais as oportunidades estão colocadas para as empresas brasileiras e, ao mesmo tempo, que ameaças existem para elas nesse mercado? Finalmente, o desafio maior: como promover uma inserção ativa e competitiva do turismo brasileiro na economia mundial?

Buscando analisar esse cenário e encontrar respostas aos desafios que ele coloca, o Ministério do Turismo realizou um trabalho junto com o Centro de Gestão e Estudos Estratégicos (CGEE), que resultou neste rico material. Os Estudos de Competitividade e Estratégia Comercial reúnem o trabalho de grandes especialistas de vários centros de pesquisa do Brasil.

Os Estudos foram idealizados com o objetivo de incentivar o debate sobre os rumos do turismo brasileiro, considerando seus principais aspectos e segmentos. O Brasil é aqui comparado com casos internacionais de sucesso para fazer face aos desafios que se põem: as novas tecnologias, as alianças estratégicas, fusões, aquisições e o processo de concentração, o fortalecimento e a internacionalização de nossas empresas, a sustentabilidade ambiental e a preservação das culturas locais.

O Ministério do Turismo convida todos os agentes do setor a uma ampla discussão para a construção coletiva e democrática de um futuro Programa de Competitividade Para o Turismo Brasileiro. As bases para este futuro sustentado estão aqui, nestes Estudos de Competitividade e Estratégia Comercial para o Turismo.

**Walfrido dos Mares Guia**  
**Ministro do Turismo**

#### **NOTA:**

**O presente documento é propriedade do Governo Federal e é disponibilizado gratuitamente para avaliação dos profissionais do turismo brasileiro. Seu objetivo é ampliar o debate nacional sobre o futuro do setor, assim como de fomentar a pesquisa nesse campo do conhecimento, consistindo numa *versão preliminar*, que deverá sofrer alterações ao longo do primeiro semestre de 2007, incorporando sugestões e críticas a partir de debates com agentes selecionados do turismo brasileiro. Seu conteúdo não representa a posição oficial do Ministério do Turismo, sendo de inteira responsabilidade de seus autores.**

Coordenadores

*Prof. Ricardo Wahrendorff Caldas (IPOL/UnB)*

*Profa. Mauren Flores*

Equipe Técnica

*Prof. Pablo Cezário*

*Marcelo Sícoli*

*Cristhyane Amiden*

*Gustavo Lima*

Instituto de Ciência Política (IPOL)  
Universidade de Brasília (UnB)

Fundação Getúlio Vargas (FGV)  
Rio de Janeiro

# TURISMO NA ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMÉRCIO

## *QUALIDADE DO PRODUTO E NOVOS NEGÓCIOS*

### **Parte I – Organização Mundial do Comércio**

A importância das negociações de turismo na Organização Mundial do Comércio (OMC) para os países em desenvolvimento tem sido pouco estudada, contudo o processo abriga oportunidades e ameaças que serão aproveitadas por aqueles países que melhor e mais rapidamente se adequarem a esse novo ambiente.

Dentro do contexto das negociações internacionais, esse trabalho tem como foco (1) a sustentabilidade do produto turístico brasileiro; (2) as possibilidades de expansão da presença comercial brasileira no exterior. O primeiro discute as ameaças e as oportunidades dos destinos turísticos brasileiros face ao processo de liberalização do turismo; a segunda discute algumas das oportunidades econômicas contidas nas negociações internacionais.

De acordo com Flores (2004), a história que antecede as negociações de turismo na OMC sugere a existência de 3 fases distintas: (1) Intuitiva, iniciada antes da formação da OMC em 1990 até 1998, fase marcada pela falta de informação sobre turismo, dificuldade quanto à classificação do setor de serviços em geral e finalmente pela entrada de novos parceiros como a Organização

Mundial de Turismo (OMT) e a UNCTAD como orientadores das discussões sobre turismo; (2) Informativa, entre 1998 e 2002, ainda marcada pela discussão sobre a classificação dos setores, a fase introduz o tema sustentabilidade no discurso sobre a importância da realização de diagnósticos econômicos setoriais nacionais ('*Assessments*') os quais teriam o papel de nortear as negociações; (3) Negocial, concentra-se no esforço dos países em preparar suas ofertas iniciando assim o processo de negociação.

A classificação do turismo na OMC ficou definida em 4 sub-ítem: (a) Hotéis e Restaurantes; (b) Agências de Viagens e Operadoras; (c) Serviços de Guias Turísticos; (d) Outros.

Entretanto, como as negociações funcionam em forma de matriz única para todos os serviços, o país precisa determinar as suas condições horizontais, comuns a todos os serviços e as suas condições verticais, específicas de cada segmento econômico. A condição vertical, subdivide-se em 4 categorias propostas, sendo que as de número 2, 3 e 4 são prioritárias ao turismo. A de número 2, Consumo no Exterior ('*Consumption Abroad*'), regula os serviços comercializados no país de origem do turista mas prestados no país de destino; as outras regulam, respectivamente, a abertura no exterior de estabelecimentos comerciais como hotéis, operadoras e restaurantes e a contratação de mão de obra estrangeira.

Quadro I – Compromissos Verticais do Setor de Serviços:

<b>Tipo de Serviço</b>	<b>Serviço Prestado</b>
<b>(1) Serviços Transfronteiriços (‘Cross Border Supply’)</b>	Serviços prestados em um país com origem em outro país;
<b>(2) Consumo no Exterior (‘Consumption Abroad’)</b>	Serviços prestados em um país para cidadãos de outro país;
<b>(3) Presença Comercial (‘Commercial Presence’)</b>	Serviços prestados através da abertura de escritório comerciais em outro país;
<b>(4) Movimentação de Pessoas Naturais (‘Presence of Natural Persons’)</b>	Serviços prestados por pessoas fora de seu país de origem.

FONTE: ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMÉRCIO (OMC)

No escopo da OMC, de maneira geral, as negociações de turismo têm por objetivo: (1) a expansão do fluxo de turistas; (2) a expansão da presença comercial das empresas nacionais no exterior; (3) a abertura do mercado mundial a mão de obra estrangeira.

De maneira geral, assuntos como subsídios, desenvolvimento regional, pesquisa e desenvolvimento ainda não foram inseridos na discussão do turismo na OMC, sendo então necessário, como advogam vários países, realizar o diagnóstico setorial (*‘Assessment’*)



para que os países tenham condições de redigir o Anexo de Turismo, isto é, o documento que deverá orientar os países durante as negociações.

Várias instituições internacionais, entre elas a OMT, advogam que:

(1) a classificação atribuída ao turismo não reflete o perfil da atividade, dificultando as negociações pois segmentos que são vitais a atividade turística são negociados sob outras rubricas que não estão interligadas ao turismo, por exemplo transporte aéreo e convenções, respectivamente negociados sob Transporte Aéreo (*'Air Transport'*) e Serviços Profissionais (*'Business Service'*);

(2) favorece os Países Desenvolvidos (PDs), já que os Países em Desenvolvimento (PEDs) e os Países Menos Desenvolvidos (PPMMDDs) por um lado, não possuem um parque empresarial apto a participar do cenário internacional e por outro, possuem um grande excedente de mão de obra não-qualificada que certamente encontraria barreiras não-tarifárias (BNTs), como a obtenção de vistos para sua colocação profissional no exterior.<sup>1</sup>

Conseqüentemente, resta aos Países Menos Desenvolvidos (PPMMDDs) e aos Países em Desenvolvimento (PEDs) adequar suas economias e infra-estruturas para competir por investimentos externos.

---

<sup>1</sup> A necessidade de Anexos Setoriais encontra precedente no setor de Telecomunicações, onde os países redigiram macro determinantes para o encaminhamento das negociações.

Sem entrar nos aspectos relacionados às estratégias negociadoras, aos objetivos da atuação do Brasil na OMC, à visão de longo prazo do setor de turismo e às técnicas negociadoras para a inserção do 'tarde' brasileiro na discussão internacional de Serviços de Turismo, fica bastante claro que a posição brasileira na OMC quanto às negociações lavadas a cabo no setor de turismo é extremamente defensiva.

Mesmo favorecendo a permanência dos empregos aos nacionais, os compromissos já assumidos até o momento não estendem sua cobertura às questões sociais e ambientais do turismo e às questões relativas ao investimento direto estrangeiros (IDE) que possam favorecer o desenvolvimento regional e setorial.

O Brasil nas negociações de turismo, chamadas na OMC de Serviços Relacionados ao Turismo e Viagens (*Tourism Travel Related Services - TTRS*), basicamente informa aos investidores estrangeiros:

- (1) que o mercado está aberto;
- (2) que aqueles interessados nas Regiões Norte e Nordeste, não terão direito aos benefícios tributários especiais aplicados ao desenvolvimento local;
- (3) que os investidores deverão concordar com a legislação em vigor aplicável as remessas de divisas estrangeiras;
- (4) e as regras estão sujeitas a mudanças.

Considerando as assimetrias existentes entre os 149 países negociadores, os países em desenvolvimento, como o Brasil, onde o turismo é uma indústria em formação com forte viés ambiental, necessitam incluir na cesta de negociações a delicada questão do desenvolvimento sustentável, já que, por exemplo, ainda não foi estudado pelos países negociadores como coordenar as propostas de certificação ambiental para turismo com as normas vigentes na OMC ou como evitar que as certificações já obtidas sejam consideradas barreiras não tarifárias.

Por outro lado, a negociação internacional do turismo enfrenta o grande desafio de ser compatível com as políticas domésticas (*'Domestic Regulation'*). De acordo com Flores (2002) a liberação do turismo esbarra na falta de infra-estrutura típica dos Países em Desenvolvimento (PEDs), pois a atividade turística produz um corredor de hotéis devido à concentração geográfica natural da atividade e essa concentração aumenta a demanda por serviços de infra-estrutura básica como saneamento, coleta de lixo e outros que determinam a qualidade ambiental do destino.

Assim sendo, a chegada de novos hotéis, conseqüência da liberação do turismo, poderá, dependendo das políticas de monitoramento ambiental implantadas no destino, ao longo do tempo, aumentar ou reduzir o valor comercial do produto turístico. O fenômeno é chamado de *paradoxo do desenvolvimento turístico, ou o paradoxo ambiental*. Os investidores nacionais e internacionais

optam por destinos “paradisíacos” para construir seus negócios, mas devido à falta de integração entre as políticas nacionais e sub-nacionais de turismo e de meio ambiente, o turismo acaba por contribuir para a degradação local reduzindo o retorno do investimento realizado.

Dessa a forma, as negociações de Serviços Relacionados ao Turismo e Viagens (*'Tourism Travel Related Services' - "TTRS"*) pela OMC demandam um estudo aprofundado sobre a harmonização entre negociação internacional e a políticas domésticas principalmente aquelas que visam a sustentabilidade do produto turístico, como por exemplo o Plano Nacional de Turismo , o Plano Nacional de Regionalização , a Legislação Ambiental Brasileira junto a outras de natureza social e econômica.

## ***Parte II - Sustentabilidade do Produto Turístico Brasileiro***

### ***i) Legislação Ambiental***

O Quadro a seguir resume a principal legislação ambiental que afeta o setor turístico brasileiro:

## Quadro II - Legislação Ambiental de Interesse Turístico

<i>Política Ambiental</i>	<i>Lei</i>	<i>Descrição</i>
Constituição Federativa da República do Brasil (1988)	Cap. VI: Meio Ambiente Art. 225 Cap. III Os Estados da Federação Art. 25 Par. 3  Cap. IV Municípios Art. 30	Garante o direito a qualidade ambiental a todo cidadão. Autoriza os Estados a estabelecerem regiões metropolitanas para operar funções públicas de interesse comum. O Artigo pode servir de base ao legislador para interpretar causas relacionadas à competência do Estado na execução do saneamento.  Autoriza as municipalidades a legislar sobre assuntos de interesse local. O artigo ajuda o legislador a interpretar causas relacionadas à competência do Município na execução do saneamento.
Estatuto da Cidade	Lei No. 10257 de 10 Julho 2001	Define as normas que regulam o interesse social, a ordem pública, o uso da propriedade. A Lei obriga que todos os Municípios com mais de 20.000 habitantes desenvolvam um Plano Diretor.
Sistema Nacional de Unidades de Conservação(SNUC)	Lei N. 6.938 de 31 Agosto 1981 Lei 9. 985 de 18 Julho 2000	Dispõe sobre as áreas protegidas. De acordo com o SNUC, as áreas protegidas possuem diferentes classificações sendo que a Área de Proteção Ambiental (APA) é a recomendada ao desenvolvimento turístico.
Gestão de Recursos Hídricos	Lei 9.433 of 8 Janeiro 1997 e Lei 9.984 of 17 Julho de 2000	Estabelece a política nacional dos recursos hídricos, incluindo águas doces e salinas.
Estudos de Impacto Ambiental	CONAMA n. 237 (19/12/97) CONAMA n. 011 de 4/05/94 CONAMA n. 001 de 23/01/86	Define os setores econômicos onde a realização de Estudos de Impacto Ambiental é mandatória para obtenção das licenças ambientais. Parques Temáticos, Turismo e 'Resort' estão incluídos.
Monitoramento das Águas Salinas	CONAMA Resolução Federal N. 274 de 29/11/ 2000.	Estabelece a qualidade das águas recreacionais. De acordo com a Resolução as praias brasileiras são consideradas limpas se 80% das amostras coletadas apresentarem uma quantidade inferior a 5.000 coliformes fecais por 100ml
Gestão Costeira	Lei 7.661 de 16 Maio de 1988.	Institui o Plano Nacional de Gerenciamento Costeiro (GERCO) regulando o uso econômico da zona costeira.

## **ii) Educação Treinamento e Mão de Obra<sup>2</sup>**

Sabe-se que a implantação de um empreendimento hoteleiro, objeto de análise do presente artigo, altera as características da comunidade, promove uma mudança no mercado de trabalho, e a população residente movimenta-se de acordo com ela. A adaptação às novas estruturas comerciais e turísticas cessa o êxodo da população nativa e atrai novos moradores, que vêm em busca de oportunidade de trabalho. Com o crescimento populacional, os problemas sociais tendem a crescer junto. E se esses problemas não forem evitados e/ou solucionados há o risco de o tecido social necrosar, o que fatalmente afastará os visitantes (GASTAL, 2002 & THEOBALD, 1998).

Segundo Cooper (2001), o turismo é uma atividade de alta tecnologia e alto nível de envolvimento, no qual as pessoas fazem a diferença. Por isso, as questões relacionadas à educação devem ser revistas para se manter a qualidade do destino turístico e a competitividade do empreendimento: *“A dependência do trabalho sem qualificação, com o aprendizado no emprego, é responsável por muitos produtos turísticos de baixa qualidade. Estas destinações não conseguem competir com outras destinações turísticas de alta qualidade que, em consequência, são capazes de cobrar preços mais altos e desfrutar da alta demanda por seus produtos.”* (COOPER, 2001).

---

<sup>2</sup> Esta seção é fortemente baseada no trabalho de pesquisa da jornalista Rosalina Couto que desde 2003 faz um trabalho de pesquisa na região de Sauípe.

Um estudo de caso no realizado no Complexo Costa do Sauípe<sup>3</sup> mostra que não basta somente planejar bem a implantação de um equipamento turístico, é necessário respeitar o planejamento e firmar parcerias para executar ações que evitem o surgimento de problemas sociais e ambientais. Faz-se necessário preparar a comunidade local para receber o empreendimento e capturar os benefícios gerados por ele (COOPER 2001). A falta de parcerias dificulta os resultados esperados desta indústria: desenvolvimento econômico, com respeito ao meio ambiente e equidade social.

O nível de escolaridade da população da região é baixo, uma média de 2,7 anos entre jovens e adultos com idade entre 18 e 30 anos, e alto índice de analfabetismo entre os de idade acima de 40 anos, que tem grande a dificuldade de acesso à educação. Até o ano 2000 não havia nenhuma escola de ensino médio na região e as escolas existentes ofereciam apenas até a quarta série do ensino fundamental. Desde de então, o Colégio Estadual Alaor Coutinho (CEAL), que funciona na Praia do Forte desde de 1994 e oferecia somente o ensino fundamental, passou a oferecer o ensino médio.

O CEAL é o único a oferecer o ensino médio atende a população do litoral dos municípios Entre Rios e Mata de São João e somente poucos moradores dos 16 povoados mais próximos têm acesso aos cursos. O poder aquisitivo é muito baixo para se pagar

---

<sup>3</sup> Localizado na Costa dos Coqueiros –Município de Mata de São João -Litoral Norte da Bahia/ BR



passagens diariamente e o ônibus da prefeitura, que deveria fazer o transporte dos alunos, funciona de forma precária ou não funciona.

Esta escola tem cerca de mil alunos, distribuídos em seis turmas de ensino médio e seis de ensino fundamental. A idade média dos alunos do segundo grau é de 22 anos, e a maioria está concluindo os estudos na esperança de arrumar trabalho nos empreendimentos turísticos. Uma das reivindicações da comunidade é a abertura de turmas noturnas para atender àqueles que não têm condições de freqüentar a escola durante o dia. Conforme já citamos no presente artigo, uma das constatações desta pesquisa é o desejo da grande maioria da população em retomar os estudos. Além da falta de escolas, não existem cursos técnicos profissionalizantes nem de línguas estrangeiras, fundamentais para quem pretende um emprego no setor turístico.

O Eco-Resort Praia do Forte é exemplo de que investir em educação é um bom negócio para o empresário. No final de 1996, época em o Instituto de Hospitalidade iniciou o levantamento do perfil da mão-de-obra em potencial para atender a Costa do Sauípe, a empresa procurou mapear o grau de instruções de seus colaboradores e constatou que havia um número expressivo de empregados analfabetos e muitos outros com o primeiro grau incompleto. Apesar de a mão-de-obra ser considerada simpática e prestativa, percebeu-se a necessidade de elevar o nível de conhecimento dos funcionários para depois investir em treinamentos.

Assim, a empresa desenvolveu um programa de estudo interno, contando com a participação voluntária de alguns funcionários. Em seis meses foram alfabetizados alguns funcionários e oferecida a alternativa de Telecurso de Primeiro e Segundo Grau para os demais. O sucesso levou o hotel a investir numa metodologia própria, com a assessoria de um consultor pedagógico, e partir para um projeto mais amplo para atender a comunidade e, para isso, foi criado o Programa de Ensino Supletivo (PROES).

Os benefícios obtidos pelo Eco-Resort Praia do Forte com esta iniciativa foram comprovados pelas pesquisas de satisfação dos hóspedes, realizadas e auditadas anualmente por consultorias especializadas e idôneas. No ano 2000 a média de satisfação era de 8,92, expressada com notas de 0 a 10 nos 26 quesitos avaliados. No ano seguinte essa nota subiu 9,17. E o grau de satisfação registrado em 2002 atingiu a média de 9,54.

Uma questão muito interessante, constatada durante a pesquisa, é que os benefícios dos treinamentos oferecidos aos empregados dos hotéis são multiplicados dentro das comunidades. Quando um membro da família participa dos treinamentos de capacitação oferecidos pelos hotéis, principalmente quando é para trabalhar na área de alimentos e bebidas, ele recebe informações básicas de higiene, tais como: a importância de se lavar as mãos sempre que usar o banheiro, antes de comer e de manipular alimentos, importância de armazenar corretamente, tempo de exposição e prazo de validade dos produtos alimentícios, higiene e

limpeza na cozinha e banheiro, entre outras. Estas informações eram novidades para a maioria das pessoas que vivem nas comunidades visitadas. Agora, elas estão tomando conhecimento de cuidados simples, mas que são extremamente importantes para a saúde, através dos parentes e vizinhos que são treinados para trabalhar nos hotéis.

Todos os funcionários entrevistados durante a pesquisa, que durante o treinamento receberam as informações citadas anteriormente, afirmaram que repassam os conhecimentos para os familiares, amigos e vizinhos. Em diversas casas visitadas foram observados os cuidados com as panelas e potes d'água, sempre cobertos com panos limpos.

### ***Parte III – Expansão da Presença Comercial Brasileira***

#### ***Aspectos Macroeconômicos***

A análise macroeconômica das últimas décadas demonstra que as principais variáveis que influenciam o fluxo de turismo são: a política cambial, que quando incerta produz oscilações que prejudicam o setor; o valor da taxa de câmbio, que reflete na capacidade do brasileiro de consumir destinos turísticos internacionais e torna o Brasil mais competitivo no exterior para turistas que buscam preço baixo; a renda da população brasileira, que sendo baixa inviabiliza o aumento da demanda por produtos turísticos de qualquer natureza.

O estudo realizado pela Conferência das Nações Unidas para o Comércio e Desenvolvimento<sup>4</sup> (UNCTAD) mostra que:

(1) apesar do aumento do número de turistas internacionais no Brasil, as oscilações do saldo do Balanço de Pagamentos devem-se principalmente ao contexto macroeconômico que impossibilita o aumento da saída de brasileiros ao exterior;

(2) que as condições macroeconômicas, embora contribuam, não são determinantes do aumento do fluxo de turistas internacionais;

---

<sup>4</sup> United Nations Conference for Trade and Development.

(3) que a expansão da indústria turística brasileira está principalmente relacionada à política cambial e ao aumento da renda da população brasileira.

O estudo da UNCTAD nos conduz ao segundo paradoxo do desenvolvimento turístico – o econômico . Considerando que a distancia geográfica do país para os grandes mercados emissores é um fator limitante ao turismo internacional e a grande parcela da população brasileira concentrada na camada de baixa renda, o estudo concluiu que o saldo superavitário da conta turismo baseia-se no paradoxo do crescimento pelo não crescimento.

Ou seja, a possibilidade do crescimento do turismo internacional contribuir para o equilíbrio do Balanço de Pagamentos, através do saldo superavitário da conta Turismo, só será viável se não houver enriquecimento da população de baixa renda pois para que a Conta Viagens seja superavitária é necessário evitar o aumento do consumo de viagens internacionais.

## Bibliografia

- BARIOULET**, Hervé & **VELLAS**, François. *Checklist for Tourist Projects based on Indicators of Sustainable Tourism*. Groupe Développement, 2000
- BARROSO**, Luis Roberto. 2000. *A propriedade das águas na Constituição*. Brasília: R.CEJ, n.12, pp. 17-20, set/dez.
- BRANDÃO**, Carlos Rodrigues. *Pesquisa Participante*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1983.
- BOFF**, Leonardo. *Ecologia: grito da Terra, grito dos pobres*. São Paulo: Ática, 1995
- BUTLER**, R.W.. 1980. *The Concept of a Tourism Area Life Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources*. Canada: The Canadian Geographer 24(1), p.8.
- COHEN**, Ernesto & **FRANCO**, Rolando. *Avaliação de Projetos Sociais*. 4º edição. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.
- COOPER**, Chris – **FLETCHER**, John Wanhill, **STEPHEN**, Gilbert David, **SHEPHERD**, Rebecca. *Turismo, Princípio e Prática*. 2º edição. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- COOPER**, Malcolm. 1997. *Some Reflections on the Implications of GATS for Emerging Tourism Destinations*. *Pacific Rim Tourism*.

*Center for Tourism Studies. Waiariki Polytechnic . New Zeland:  
Cab International.*

**DIAZ BENEVIDES,** David. 2001. Is the Socio-Economic Sustainability of International. Tourism Assured under Hyper-competitive Conditions? Paper prepared for the Third Tourism Summit, Chamonix. Geneva: 5-7 December, 2001.

**FERNANDES,** Florestan. *Comunidade e Sociedade.* São Paulo: Companhia Editora Nacional/USP, 1973.

**FONT,** Xavier. 2003. *Which Tourism Rules? Green Standards and GATS.* Elsevier (UK): Annals of Tourism Research, vol31. n1, pp. 139-156.

**FLOOK,** Alan. 2001. The Changing Structure of International Trade in Tourism Services: The Tour Operators Perspective. *East Sussex (UK): International Federation of Tour Operators.*

**FLORES,** Maureen. 2003. *How Sustainable Tourism is Being Trade Under The General Agreement of Tariff and Services.* Brazil: Fundação Getulio Vargas. 2004

**FLORES,** Maureen. *Revisiting Butler. A Developing Country Approach.* Fundação Getulio Vargas and SENAC Editora. Brasil, Rio de Janeiro: 2006 (to be published).

- GASTAL**, Susana (organizadora). *Turismo investigação e crítica* .  
São Paulo : Contexto, 2002.
- GARRIDO**, Inez, **MENDONÇA**, Érico & **VASCONCELOS**, Socorro. O  
*Caso da Costa do Descobrimento/Bahia-Brasil*. 2º edição.  
Salvador: Omar G., 2002.
- LAGE**, Beatriz H. G. , Milone Paulo C. *Turismo, Teoria e Prática*-.  
São Paulo: Atlas , 2000
- LOPES**, João Roberto, **LOUREIRO**, Carlos F.B & **WEID**, Nahyda  
Von der. *Parceria, Compromisso e Risco. Democracia Viva*. Rio  
de Janeiro, nº 9, p. 58-63, Novembro 2000/Fevereiro 2001.
- MONTEIRO**, M.I. & **ZAGO**, A. S. *Crimes ambientais. A nova  
Responsabilidade da empresa*. Revista Direito Ambiental, v.12  
ano 3 p.100, 1998.
- PAIVA**, Maria das Graças de Meneses. *Sociologia do Turismo*.  
Campinas: Papirus, 6º edição, 2001
- PANAYOTOU**, Theodore. 2000. *Environmental Sustainability and  
Services in Developing Global City Regions*. CIDE Working  
Paper n. 55. Center for International Development at Harvard  
University.
- ROUSSEAU**, Jean-Jaques. Do Contrato Social. São Paulo : Abril  
Cultural , 1978 (Coleção Os Pensadores ).
- THEOBALD**, William F, Organizador. *Turismo Global*. São Paulo:  
Editora Senac, 1998.



- United Nations..** 1998. *International Trade in Tourism and Related Services: Issues and Options for Developing Countries*. Document number TD/B/COM.I/EM.6/2. New York.
- United Nations.** 1999. Tourism and Sustainable Development. Sustainable Tourism: A Local Authority Perspective. *Background Paper # 3*. Commission on Sustainable Development Seventh Section.
- UNCTAD.** 2002. *Advanced Training Tools for Negotiations on Trade in Services*. Draft, unedited version. (<http://www.unctad.org/commdip>)
- UNEP.** 2002. *Integrated Assessment of Trade and Trade-Related Policies. UNEP Country Projects – Round II. A Synthesis Report*. United Nations New York and Geneva.
- UNEP.** 2001. *Reference Manual for the Integrated Assessment of Trade-Related Policies*. United Nations New York and Geneva.
- VELLOSO,** João Paulo dos Reis, Coordenador. *Estratégia Social e Desenvolvimento- Fórum Nacional : Como Evitar Uma Nova “Década Perdida”*. Rio de Janeiro : José Olímpio, 1992.
- WHELDALL,** Kevin & HERRIOT, Peter, Organizadores. *Comportamento Social – Problemas Fundamentais e Importância Social - Curso Básico de Psicologia* . Rio de Janeiro: Zahar editores, 1976.

**World Tourism Organization.** 2003. *The Compilation of Liberalization Measures of Interest to The Tourism Sector Committed or Otherwise Registered Under GATS and The Interactive Tourism Trade Negotiations Database (ITTND).*

**World Tourism Organization.** 2004. *Training Materials on Tourism and the GATS. Statistical Definitions of Tourism and Their Role for Trade Negotiations.*

**Worldwide Fund for Nature and Center for International Environmental Law.** (<http://www.panda.org/resources/programmes/trade>). *Preliminary Assessment of the Environmental & Social Effects of Trade in Tourism (2001)*

## **WTO Communications Documents**

### **1998**

- ❖ Services Sectoral Classification List, July , MTN.GNS/W/120.

### **1999**

- ❖ WT/GC/W/372 and S/C/W/127, 14 October .  
“Preparations for the 1999 Ministerial Council”.

### **2000**

- ❖ S/C/W/149, 23 May. The Dominican Republic. “The Conclusions and Recommendations of the Expert Meeting on Tourism Organized by UNCTAD.”
- ❖ S/CSS/W/9, 27 October. The Dominican Republic, El Salvador, and Honduras. “Replies to the Comments on the Proposed Annex on Tourism”.
- ❖ S/CSS/W/19, 5 December. The Dominican Republic, El Salvador, Honduras, Nicaragua, and Panama. “The Cluster of Tourism Industries.”

## **2001**

- ❖ S/CSS/W/54, 14 March. Canada. “Initial Negotiating Proposal on Tourism and Travel-Related Services.”
- ❖ *S/CSS/W/107, 26 September. Bolivia, the Dominican Republic, Ecuador, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Panama, Peru, and Venezuela. “Draft on Tourism”.*
- ❖ S/CSS/W/117, 2001. WTO Secretariat. “Assessment of Services Liberalization: Potentially Relevant Considerations and Criteria”.
- ❖ *S/CSS/W/125, 29 November. Mercosul. “Servicios de Turismo”.*

## **2002**

- ❖ TN/S/W 13, 10 June. Cuba, the Dominican Republic, Kenya, Nigeria, Pakistan, Senegal, and Zambia. “Assessment of Trade in Services”.

## **Outros Documentos e sites consultados**

\_\_\_\_\_ *AGENDA 21 - Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento- Rio de Janeiro, junho de 1992. São Paulo: Secretaria do Meio Ambiente do Estado de São Paulo, 1997.*

\_\_\_\_\_ *ECOPLAM, Projeto Sauípe – Estudo de Impactos Ambientais/Relatório de Impacto no Meio Ambiente (EIA/RIMA). Salvador, 1995.*

\_\_\_\_\_ *INFORME IBASE. Rio de Janeiro: Ibase, nº 23, Julho/Agosto 2002.*

\_\_\_\_\_ *INSTITUTO DE HOSPITALIDADE. Programa Costa dos Coqueiros – Projeto Desenvolvimento Sustentado. Volumes. 2, 3 e 5. Salvador, 1999.*









SITES - BALANÇO SOCIAL - [www.balancosocial.org.br](http://www.balancosocial.org.br)

\_\_\_\_\_ Banco Nacional de Desenvolvimento Social –  
[www.bndes.gov.br](http://www.bndes.gov.br)

\_\_\_\_\_ Fundação Getúlio Vargas – [www.fgv.org](http://www.fgv.org)

\_\_\_\_\_ Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas \_  
[www.ibase.br](http://www.ibase.br)

\_\_\_\_\_ Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística –  
[www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br)

\_\_\_\_\_ Instituto de pesquisa Econômica Aplicada – [www.ipea.gov.br](http://www.ipea.gov.br)

\_\_\_\_\_ Instituto Ethos – [www.ethos.org](http://www.ethos.org)

\_\_\_\_\_ Programa das nações Unidas para o Desenvolvimento\_  
[www.undp.org](http://www.undp.org)

\_\_\_\_\_ World Tourism Organization Web site. (<http://www.world-tourism.org>).

\_\_\_\_\_ World Trade Organization Web site. (<http://www.wto.org>).

COLABORADORES:



REALIZAÇÃO:

