

Turismo e impacto social: análise da instalação de um empreendimento hoteleiro sob a ótica da população local

Marcos Luiz Filippim¹

marcos.filippim@unoesc.edu.br

Valmir Emil Hoffmann²

ehoffmann@univali.br

José Elmar Feger³

joseelmar.feger@unoesc.edu.br

1 Universidade do Oeste de Santa Catarina (Unoesc) – Joaçaba, SC, Brasil

2 Universidade do Vale do Itajaí (Univali) – Balneário Camboriú, SC, Brasil

3 Universidade do Oeste de Santa Catarina (Unoesc) – Joaçaba, SC, Brasil

RESUMO

O turismo vem sendo apresentado como um importante vetor de desenvolvimento econômico e social. Por outro lado, também se observa que a atividade provoca impactos sociais indesejados. Este artigo apresenta resultados parciais de uma pesquisa que investiga os efeitos da instalação de um hotel em um município do Estado de Santa Catarina. Neste trabalho são discutidas as expectativas da população local em relação ao empreendimento e sua percepção do turismo em geral. A metodologia seguiu uma abordagem descritiva, de corte transversal, caracterizando-se como um estudo quantitativo. Os resultados indicam alta receptividade e uma expectativa otimista da população local em relação ao empreendimento. A geração de empregos e renda consiste em uma das principais aspirações dos moradores. Os resultados sugerem a necessidade de adoção de ações de responsabilidade social pelo empreendimento, visando minimizar os efeitos negativos da atividade e contemplar, pelo menos parcialmente, as demandas da comunidade receptor, além de orientar o estabelecimento de estratégias gerenciais.

Palavras-Chave: Turismo. Hotelaria. Impactos do turismo. Gestão social do turismo.

1. INTRODUÇÃO

A importância do turismo como instrumento de promoção do desenvolvimento consiste em objeto recorrente na literatura. Autores como Talavera (2001) e Ruschmann (1999) sustentam que a atividade pode revitalizar áreas economicamente estagnadas, desde que sejam observados os impactos e a sustentabilidade de sua exploração nas dimensões social, econômica, ambiental, cultural e geográfica.

A proposta do presente estudo situa-se em dimensionar objetivamente as expectativas da comunidade receptora acerca dos impactos positivos e negativos da instalação de um hotel no Município de Tangará, localizado no Meio-Oeste do Estado de Santa Catarina, que conta com uma população de 8.749 habitantes (IBGE, 2006) e fica a aproximadamente 400 km da capital, Florianópolis.

O diagnóstico da percepção da população autóctone em relação à instalação do empreendimento insere-se no contexto da preocupação com os efeitos sociais do turismo e justifica-se na medida em que fornece subsídios para a estruturação de uma política de ações sociais e relacionamento entre a organização e a comunidade, permite o atendimento de determinadas demandas desta e ainda contribui para o aprofundamento do debate teórico acerca da responsabilidade social no setor de turismo e hotelaria.

A opção metodológica deste trabalho seguiu uma abordagem descritiva de corte transversal. O cumprimento dos objetivos da pesquisa demandou a elaboração de um

questionário, que foi respondido pela população residente do município contemplado no estudo. Utilizou-se uma amostra aleatória composta por 159 respondentes.

O instrumento de pesquisa utilizou questões abertas e fechadas, assim como variações da escala de Likert para medição do grau de satisfação ou avaliação dos respondentes em relação a diversos aspectos do objeto de estudo. O conteúdo do questionário foi pré-codificado através de um *software* empregado na realização de pesquisas desse gênero. A mesma ferramenta permitiu a tabulação dos dados, assim como a construção dos gráficos e tabelas usados no tratamento dos resultados.

Em função da dimensão recomendada pela organização do evento, este artigo apresenta um corte dos resultados obtidos e está dividido em quatro partes, além desta introdução. No próximo bloco apresenta-se uma breve revisão teórica acerca da temática da responsabilidade social nas organizações, em especial as turísticas, além de aspectos inerentes ao impacto do turismo sobre as comunidades receptoras. No bloco seguinte apresenta-se a metodologia adotada. Na quarta parte, são discutidos os resultados obtidos na pesquisa e, em seguida apresentam-se as conclusões do estudo.

2. TURISMO, IMPACTOS DA ATIVIDADE E RESPONSABILIDADE SOCIAL

Uma das preocupações emergentes nos estudos relacionados ao turismo tem sido os efeitos desse fenômeno ou atividade sobre as comunidades receptoras. Na vasta literatura existente (RUSCHMANN, 1999, TALAVERA, 2001, DONAIRE, 2000), pode-se encontrar desde as mais pessimistas leituras, que tecem uma contundente crítica aos deletérios impactos do turismo, até os mais passionais apologistas, para quem a atividade consiste na panacéia de todos os males, um poderoso instrumento de produção de renda e desenvolvimento socioeconômico.

A Organização Mundial do Turismo (1995) traz a seguinte definição conceitual para o termo Turismo: “as atividades que as pessoas realizam durante sua viagens e estadas em lugares distintos do seu domicílio habitual, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano, com fins de lazer, negócios ou outros”. Evidentemente, a realização dessas atividades pelos turistas demanda uma série de serviços e equipamentos no destino, que compõem a oferta turística.

A produção e operação desses serviços e equipamentos apresenta reflexos sobre a comunidade local em diferentes dimensões, como econômica, social, cultural, antropológica, ambiental, política, entre outras. Conforme Nishimura (2000), 52 setores da economia são impactados diretamente pelo turismo. Não se pretende, com tal assertiva, propor que o turismo seja a panacéia de todos os males, até porque a literatura indica que os impactos não são necessariamente positivos. No entanto, o dimensionamento do papel do turismo sobre os destinos e localidades, proposto no presente trabalho, consiste em um exercício que pode contribuir para o entendimento dos mecanismos de desenvolvimento local e regional em uma perspectiva de sustentabilidade. Swarbrooke (2000) observa que há uma interpenetração de áreas e setores quando se observa o turismo na condição de promotor do desenvolvimento: “É preciso [...] ver o turismo sustentável como parte de um sistema mais amplo de desenvolvimento sustentável, um sistema aberto no qual cada elemento afeta os demais. Uma mudança em qualquer elemento suscitará uma reação em cadeia nos outros elementos do sistema” (SWARBROOKE, 2000, p. 111).

Sabe-se que os efeitos do turismo não se processam de forma idêntica em todos os destinos ou para todas as pessoas envolvidas, pois implicam em determinadas especificidades. No entanto, pode-se afirmar que a atividade turística causa impactos de várias ordens,

cabendo ao planejamento com base em premissas de sustentabilidade a árdua tarefa de maximizar os benefícios e minimizar os custos, sejam eles econômicos, sociais, ambientais ou culturais.

No que tange à receptividade da população, objeto primaz deste estudo, aplica-se a classificação de Pelegrini Filho (apud DONAIRE, 2000), que indica quatro fases do turismo, as quais estão sintetizadas a seguir:

- 1ª fase – Turismo Brando – fluxo bem-vindo, gerador de negócios, empregos, bom para a comunidade;
- 2ª fase – transforma-se em turismo de massa – caracteriza-se pela saturação, ameaça ao núcleo receptor e seus recursos naturais, impõe novos padrões de comportamento e implica na rejeição pela comunidade receptora;
- 3ª fase – recuperação – corresponde à análise das perdas irreversíveis e providências no sentido da minimização dos impactos;
- 4ª fase – reconciliação – caracteriza-se pela pesquisa de projetos dimensionados e adequados à realidade local, visando a preservação dos recursos.

Esta classificação tende a sofrer ligeiras alterações, conforme o autor que a descreve, mantendo, no entanto a perspectiva. Mais uma vez vale destacar a importância do planejamento nesse processo, sem o qual a terceira e quarta fases normalmente não ocorrem.

De acordo com Ruschmann (1999), os efeitos do turismo se fazem sentir em várias dimensões, tais como ambiental, econômica, social, cultural e outras, sendo que esses efeitos podem ser positivos e negativos.

No campo econômico, Airei (apud RUSCHMANN, 1999) cita três categorias para os impactos: efeitos primários, que se referem aos gastos dos turistas no local visitado, provocando a produção de receita para esses destinos; os efeitos secundários, que dizem respeito à absorção dos gastos em outros setores da economia; e os efeitos terciários, relacionados aos investimentos que são estimulados pela atividade turística. Tais investimentos proporcionam a criação de empregos diretos e indiretos. Nesse sentido, Lage e Milone (2000) classificam em três categorias a geração de empregos decorrentes da atividade, as quais foram sintetizadas a seguir:

- a) Empregos relacionados com a direção e o funcionamento da indústria turística de forma direta;
- b) Empregos decorrentes do desenvolvimento da indústria turística, tais como transportes, bancos, agricultura, etc.;
- c) Empregos indiretos resultantes do turismo, que surgem como derivados dos recursos gerados pelas atividades produtivas da população local.

Além desses aspectos, os efeitos econômicos se fazem sentir nas atividades empresariais através de investimentos para atender à demanda dos turistas e também de outros setores. Ruschmann (1999, p. 44) menciona a construção de hotéis, equipamentos de lazer e entretenimento, restaurantes, centros de convenções e outros, como exemplos de investimentos diretos e pondera que, no que tange ao desenvolvimento regional, o turismo contribui para criar renda e empregos em áreas economicamente estagnadas e evita o êxodo rural. Palomo (apud RUSCHMANN, 1999, p. 44) relaciona os seguintes efeitos positivos sobre as comunidades receptoras:

Aumento da renda dos moradores locais;

Melhoria dos níveis cultural e profissional da população;

Expansão do setor de construção civil;

Industrialização básica na economia da região;

Melhoria da estrutura econômica e social;

Atração de mão-de-obra.

Os impactos econômicos, no entanto, também podem apresentar efeitos negativos. Nesse sentido, Ruschmann (1999) menciona o abandono de atividades primárias pelas populações autóctones para a busca de empregos no setor turístico; a situação de dependência de alguns destinos em relação ao turismo como atividade quase exclusiva, o que pode levar ao colapso econômico no caso de uma diminuição do fluxo; a inflação e aumento abusivo de preços, além da especulação imobiliária, o que marginaliza a população local, em especial os mais carentes; e a sazonalidade da atividade turística, que provoca transtornos e desemprego nos períodos de baixa ocupação.

Na esfera das transformações de ordem social e cultural, recorre-se novamente a Ruschmann (1999) que enumera alguns impactos, os quais serão sintetizados a seguir. Note-se que são arrolados tanto impactos positivos, quanto negativos:

- A ocorrência do chamado “efeito demonstração”, que se caracteriza pelo fato de que um alto número de turistas acaba estimulando hábitos desconhecidos e, por vezes, inacessíveis à população local;
- Alteração de princípios de moralidade tradicionais das localidades visitadas, tais como aumento da prostituição, criminalidade e jogo organizado;
- Disseminação de doenças endêmicas. Note-se que, por outro lado, o turismo também pode promover um efeito contrário, da melhoria das condições de saúde;
- Necessidade de importação de mão-de-obra qualificada e produtos específicos para atendimento dos turistas;
- Ocorrência de conflitos entre turistas e residentes, em áreas de turismo religioso;
- Comprometimento da autenticidade e espontaneidade de manifestações culturais;
- Valorização do artesanato;
- Valorização da herança cultural;
- Orgulho de pertencer a uma etnia;
- Valorização e preservação do patrimônio histórico;
- Descaracterização do artesanato;
- Vulgarização de manifestações tradicionais;
- Arrogância cultural;
- Destruição do patrimônio histórico.

Além dos fatores até aqui mencionados, também se registra a ocorrência de efeitos sobre o ambiente natural, sendo que estas também podem apresentar um viés positivo ou negativo, dependendo do tipo de exploração realizada. Entre os impactos ambientais positivos Ruschmann (1999, p. 56-57) destaca o desenvolvimento de programas de conservação e conservação de áreas naturais, assim como de sítios de monumentos históricos; os investimentos em medidas preservacionistas, normalmente realizados pelos empreendedores, interessados na manutenção da atratividade dos recursos naturais; a descoberta ou acesso a aspectos naturais em áreas que anteriormente não eram valorizadas; a destinação de parcela da renda gerada pela atividade turística para a implantação de medidas de preservação; a interação cultural e compreensão mútua entre os povos; a recuperação psicofísica dos turistas,

em função de atividades de entretenimento e descanso, assim como do distanciamento do cotidiano; e a valorização do convívio com a natureza, aliada a uma utilização mais eficiente dos espaços naturais.

Em que pesem tais vantagens decorrentes da exploração turística, a atividade também pode acarretar efeitos nocivos ao ambiente natural, tais como a poluição do ar, da água, do ambiente e sonora; a destruição de paisagens naturais e de áreas agropastoris; a destruição ou alteração de hábitos da fauna e da flora; a degradação da paisagem, de sítios históricos e de monumentos; a ocorrência de congestionamentos em áreas de turismo massivo; o surgimento de conflitos e tensões sociais decorrentes do excesso de pessoas em determinada região; a incapacidade de atendimento dos sistemas de fornecimento de água e saneamento (RUSCHMANN, 1999). Alguns desses impactos não são sentidos de imediato pela comunidade receptora, sendo mais evidentes quando a atividade turística se massifica.

3. METODOLOGIA DA PESQUISA

A pesquisa trata-se de um estudo de caso e apresenta um caráter descritivo de corte transversal. Utilizou-se um questionário como instrumento de coleta de dados, sendo que o mesmo foi respondido pela população residente do município contemplado no estudo.

O instrumento de pesquisa utilizou questões abertas e fechadas, assim como variações da escala de Likert para medição do grau de satisfação ou avaliação dos respondentes em relação a diversos aspectos do objeto de estudo. O conteúdo do questionário foi pré-codificado através de um *software* empregado na realização de pesquisas desse gênero. A mesma ferramenta permitiu a tabulação dos dados, assim como a construção dos gráficos e tabelas usados no tratamento dos resultados.

O universo da pesquisa foi estimado em 8.749 pessoas. Destas, entrevistou-se uma amostra de 159 respondentes dentre os quais 85 eram mulheres, o que equivale a 53,5% e 66 homens, ou 41,5%. Houve ainda 8 pessoas (5,0%) que não indicaram resposta a esta questão. A amostra foi obtida de forma aleatória.

A prospecção realizada no presente trabalho investiga as expectativas de uma pequena comunidade localizada no Meio-Oeste do Estado de Santa Catarina em relação à instalação de um hotel e os resultados serão apresentados no bloco a seguir.

4. RESULTADOS DA PESQUISA

As idades dos respondentes são apresentadas na Tabela 1. Nota-se que há maior concentração na faixa entre 19 e 35 anos.

Faixa etária	Quantidade	Percentual
Até 18 anos	16	10,1%
De 19 a 35 anos	79	49,5%
De 36 a 45 anos	30	18,9%
De 46 a 60 anos	20	12,6%
61 anos ou mais	8	5,1%
Não resposta	6	3,8%

Fonte: Os autores (2005)

Tabela 1 – Idade dos respondentes

Como os atrativos relacionados ao meio rural são abundantes na região perguntou-se acerca do local de residência dos respondentes, sendo que uma parcela de 15,1% (24 pessoas)

reside no campo, enquanto 128, ou 80,5% vivem na cidade e 7 pessoas não responderam a questão.

No quesito estado civil, 44% dos entrevistados são solteiros; 42,8% casados ou equivalente, 5,7% separados ou equivalente e 2,5% viúvos. Houve 8 não respostas, o que equivale a 5,0%.

O nível de escolaridade dos respondentes mostrou que 30,8% possuem apenas o ensino médio incompleto sendo que os que o têm completo são apenas 6,9% da amostra; 26 pessoas (ou 16,4%) possuem o ensino fundamental. Quanto ao ensino superior 27,0% não tem o curso completo e 15,1% já são graduados, o que pode ser considerado um número relevante em relação ao percentual de brasileiros que atingem esse nível.

Um grande número de profissões/ocupações foram citadas na pesquisa, sendo que para facilitar a análise essas profissões foram divididas em 9 categorias por ordem de maior frequência, as quais são: comerciário (11 respondentes), empresário (5 respondentes), comerciante (4 respondentes), contador (4 respondentes), motorista (3 respondentes), agricultor (3 respondentes), professor (3 respondentes), técnico agrícola ou agropecuário (3 respondentes). Somaram um número de 43 as demais profissões/ocupações que foram enquadradas na categoria “outras” havendo ainda 7 pessoas que não responderam a essa questão.

Traçado este breve perfil dos respondentes, passou-se às questões relacionadas à implantação do hotel, que estava no início de sua construção na ocasião da pesquisa. Observou-se que 94,3% dos entrevistados afirmam que sabiam da construção do empreendimento, 4,4% não responderam e apenas 1,3% não tinham conhecimento a respeito. Essa informação indica que houve uma eficiente difusão da notícia da implantação do equipamento turístico.

A Tabela 2 apresenta a forma como os respondentes ficaram sabendo. Note-se que a informação obtida através de amigos é bastante importante. Outro dado relevante é que 14,5% da amostra participou de reuniões de apresentação ou lançamento do empreendimento, o que configura um número alto, se estimarmos que o percentual irá se repetir na mesma proporção na população total.

Forma como ficou sabendo do empreendimento	Quantidade	Percentual
Através de amigos	88	55,3%
Através de notícias da imprensa	27	17,0%
Através de anúncio (folder, outdoor, rádio, televisão, outro)	30	18,9%
Através de participação em reunião ou evento de lançamento do empreendimento	23	14,5%
Outras formas	6	3,8%
Não resposta	9	5,7%

Fonte: Os autores (2005)

Tabela 2 – Forma como ficou sabendo da construção do hotel

A avaliação dos respondentes em relação à instalação do empreendimento revela uma expectativa bastante alta, sendo considerada uma iniciativa boa ou excelente por 89,3%, conforme pode-se observar na Tabela 3.

Essa tendência confirma-se em outra questão, que identificou que 72,3% dos respondentes se dizem muito favoráveis ao desenvolvimento de atividades turísticas no município, sendo que outros 22,0% são parcialmente favoráveis e 3,1% não são nem a favor e nem contra. Apenas 1,9% são total ou parcialmente contra a atividade.

Avaliação	Quantidade	Percentual
-----------	------------	------------

Muito ruim	7	4,4%
Ruim	1	0,6%
Indiferente	3	1,9%
Bom	45	28,3%
Excelente	97	61,0%
Não resposta	6	3,8%
Total	159	100%

Fonte: Os autores (2005)

Tabela 3 – Avaliação da iniciativa de instalação do empreendimento

A Tabela 4 apresenta os impactos que os respondentes acreditam que serão gerados pela instalação do empreendimento. Note-se que foram relacionados tanto impactos positivos como negativos. As respostas foram ordenadas em uma escala de notação que vai de 1 a 5, sendo que 1 representa sem importância; 2, pouco importante; 3, importância mediana; 4, importante; e 5, muito importante. A notação indica a média alcançada em cada aspecto avaliado para possibilitar a mensuração de cada quesito em relação aos demais.

Quando avaliados individualmente, os aspectos levantados encontram-se, em sua maioria, em uma faixa de importância mediana. No entanto, se tomados em perspectiva, os dados indicam que os respondentes acreditam que os maiores impactos serão relacionados ao incremento da atividade turística, divulgação da comunidade, melhoria dos ambientes e equipamentos de lazer e geração de novos negócios. Em um bloco intermediário encontram-se os seguintes aspectos: oportunidades de lazer, geração de renda para o empreendimento, criação de empregos e geração de renda para a comunidade. Os impactos avaliados como menos relevantes, uma vez que ficaram abaixo da média do conjunto são: impactos positivos para o ambiente, aumento no custo de vida, impactos negativos para o ambiente, e redução do custo de vida.

Impacto considerado	Valor médio
Incremento da atividade turística no município	3,88
Divulgação da comunidade	3,86
Melhoria de ambientes e equipamentos para práticas de atividades de lazer	3,65
Geração de novos negócios	3,56
Oportunidades de lazer	3,46
Geração de renda para o empreendimento	3,39
Criação de empregos	3,26
Geração de renda para a comunidade	3,21
Impactos positivos para o ambiente	3,07
Aumento no custo de vida	2,33
Impactos negativos para o ambiente	2,01
Redução do custo de vida	1,87
Conjunto	3,13

Fonte: Os autores (2005)

Tabela 4 – Impactos que serão gerados pela instalação do hotel

Perguntou-se aos respondentes se consideravam que a população local estava preparada para receber os turistas. Os resultados indicam que 2,5% acredita que a comunidade está muito bem preparada; 15,1% a consideram bem preparada; 43,4% avalia como mediamente preparada; 12,6% acham pouco preparada e 21,4% acreditam que a população não está preparada para receber turistas. Não responderam esta questão 8 pessoas (5,0%).

Da amostra de 159 entrevistados, 141 destes (88,7%) responderam que gostariam de se hospedar ou participar de atividades de lazer no hotel, sendo que apenas 10 respondentes

(6,3%) disseram que não teriam interesse em usufruir do empreendimento. Não responderam a essa questão 8 pessoas.

Questionados acerca dos efeitos da instalação do hotel para si próprios, observou-se que 86,8% dos respondentes acredita que será positiva, enquanto apenas 7,5% julgam que os efeitos lhes serão negativos e ainda 5,7% não responderam a essa questão. Instados a justificar essa resposta, ou seja, por que a implantação do empreendimento seria positiva ou negativa, os respondentes apresentaram um número considerável de aspectos diferentes, sendo que para facilitar a análise, estes foram agrupados em 10 categorias por ordem de maior frequência, conforme indicado na Tabela 5.

Aspecto	Quantidade	Percentual
Geração de empregos	30	24,2
Incremento comercial	24	19,3
Desenvolvimento do turismo	21	17,0
Acomodações para turistas e viajantes	12	9,6
Nova opção de lazer	9	7,2
Movimentação da economia local	5	4,0
Aumento da renda para os munícipes	5	4,0
Desenvolvimento do município	4	3,3
Divulgação ou valorização do município	3	2,6
Estímulo para instalação de novos empreendimentos	2	1,6
Outras	9	7,2

Fonte: Os autores (2005)

Tabela 5 – Expectativa dos moradores em relação à instalação do empreendimento

A natureza das respostas evidencia que a maioria dos respondentes concentra suas expectativas na geração de benefícios econômicos e sociais, com destaque para a geração de emprego e renda. Um aspecto que chama a atenção é o fato de que benefícios de ordem cultural e ambiental terem sido pouco citados nas respostas apresentadas, o que remete à necessidade de uma sensibilização da comunidade para essas áreas. Embora o presente trabalho não tenha um caráter prescritivo, considera-se que o sucesso da inserção do empreendimento na comunidade depende do atendimento de algumas dessas expectativas, sendo recomendável, a título de exemplo, a contratação da mão-de-bra local e, sempre que possível, aquisição de produtos de fornecedores da própria comunidade. Percebe-se também, que o setor comercial está otimista em relação ao hotel, demonstrando a percepção de que o empreendimento irá atrair consumidores e movimentação financeira positiva para a economia local.

4. CONCLUSÃO

A produção de informações acerca da expectativa da população local em relação à instalação de um empreendimento turístico, proposta central da presente investigação, se reveste de uma importância estratégica, tanto para a academia, quanto para os gestores do turismo, uma vez que os resultados, a um só tempo, auxiliam na conformação de uma teoria acerca dos impactos da atividade e também oferecem subsídios para decisões administrativas.

A pesquisa evidenciou que os moradores da área contemplada apresentam uma alta receptividade, assim como expectativas muito otimistas em relação à instalação do empreendimento. Este comportamento, que pode em princípio ser considerado positivo, implica também na responsabilidade dos gestores no sentido de equacionar soluções que contemplem tais demandas, com o objetivo de manter a amistosidade no relacionamento com a comunidade e compartilhar com a mesma os benefícios da exploração do turismo.

Uma das limitações da presente investigação consiste no fato de que, como o empreendimento encontra-se ainda em fase de implantação, não foi possível mensurar os reais impactos da atividade, e sim as expectativas em relação aos mesmos. Por outro lado, essa contingência permite a elaboração de um plano de ação para minimizar os efeitos negativos que a atividade possa gerar quando em efetivo funcionamento e também o estabelecimento de diretrizes para o atendimento das aspirações diagnosticadas no estudo.

A sustentabilidade de um empreendimento, em especial no ramo do turismo, demanda uma sintonia fina com a comunidade receptora, uma vez que esta também é objeto da visitação do turista.

5. REFERÊNCIAS

DONAIRE, D. *Considerações sobre a variável ecológica, as organizações e o turismo*. In: LAGE, B. H. G.; MILONE, P. C. *Turismo – teoria e prática*. São Paulo: Atlas, 2000. Parte II, cap. 6, p. 80-84.

IBGE. *Censo demográfico 2000 – malha municipal digital do Brasil*. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br>. Acesso em: 10 abr. 2006.

LAGE, B. H. G.; MILONE, P. C. Fundamentos econômicos do turismo. In: _____. *Turismo – teoria e prática*. São Paulo: Atlas, 2000. Parte I, cap. 1, p. 25-37.

NISHIMURA, J. Planejamento de um hotel voltado para negócios. In: LAGE, B. H. G.; MILONE, P. C. *Turismo – teoria e prática*. São Paulo: Atlas, 2000. Parte VI, cap. 20, p. 223-231.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. *Lo que todo gestor turístico debe saber*. Madrid: OMT, 1995.

RUSCHMANN, D. van de M. *Turismo e desenvolvimento sustentável: a proteção do meio ambiente*. 3. ed. Campinas: Papirus, 1999.

SWARBROOKE, J. *Turismo sustentável: turismo cultural, ecoturismo e ética*. São Paulo: Aleph, 2000.

TALAVERA, A. S. O rural como produto turístico: algo de novo brilha sob o sol? In: SERRANO, C.; BRUHNS, H. T.; LUCHIARI, M. T. D. P. *Olhares contemporâneos sobre o turismo*. 2. ed. Campinas: Papirus, 2001. Cap. 7, p. 151-170.

WORLD TOURISM AND TRAVEL COUNCIL. *Tourism satellite accounting*. Disponível em: <http://www.wttc.org/tsal.htm>. Acesso em: 10 fev. 2006.