

O Balanço Social como instrumento de monitoramento da atividade turística no Brasil

Ana Maria de Lima Luis Pérez Zotes
anam@latec.uff.br lpzotes@oi.com.br

1 Laboratório de Tecnologia, Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável (LATEC), Universidade Federal Fluminense, RJ, Brasil

2 Laboratório de Tecnologia, Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável (LATEC), Universidade Federal Fluminense, RJ, Brasil

RESUMO

O Turismo está sendo considerado na atualidade um dos maiores promotores de desenvolvimento econômico e social em todo o mundo. A sua capacidade de gerar empregos, renda e inclusão social oferece uma oportunidade sem precedentes de acelerar o crescimento econômico dos países. Suas matérias-primas são os recursos ambientais e as culturas das comunidades turísticas, requerendo a intervenção do Estado, pois o esgotamento desses recursos compromete a qualidade de vida das gerações atuais e futuras. Logo, o seu incremento deve ocorrer de forma controlada, principalmente nos países em desenvolvimento, como o Brasil, onde é emergente a superação de problemas como a pobreza e a exclusão social. Este cenário levou o governo brasileiro a criar, em 2003, o Plano Nacional do Turismo, que pretende gerar 1.200.000 novos empregos no país até 2007. Assim, são necessárias políticas públicas com parcerias público-privadas, engajamento das comunidades no planejamento e fiscalização do turismo. Neste sentido, este artigo propõe a adoção do Balanço Social por órgãos públicos e privados do setor turístico brasileiro como instrumento de monitoramento desta atividade. Trata-se de demonstrativo que oferece informações que permitem avaliar e comparar o que as organizações estão fazendo no contexto econômico e sócio-ambiental, contribuindo assim, para o desenvolvimento sustentável do país.

Palavras-chave: Turismo; Desenvolvimento Sustentável; Balanço Social; Emprego; Renda.

1. INTRODUÇÃO

A Indústria do Turismo é a que mais cresce no mundo atualmente, sendo uma das maiores geradoras de emprego e renda para as localidades. Está sendo mundialmente reconhecida por sua relevância para o desenvolvimento econômico, social e sustentável dos lugares. O Brasil possui um enorme potencial para atrair visitantes às diversas regiões do país, estando alguns destes destinos localizados nas áreas mais pobres, mas plenos de belezas naturais e diversidades culturais. Assim, esta atividade assume grande importância para o Brasil que precisa criar empregos, reduzir as desigualdades sociais e regionais e distribuir melhor a renda. Neste caso, o Estado precisa estar comprometido com esta atividade para que o incremento ocorra de forma equilibrada, minimizando os impactos negativos sobre as populações receptoras e sobre o meio ambiente, preservando as culturas locais. Para o sucesso da atividade deve haver uma parceria entre os stakeholders (partes interessadas) do Turismo e estes têm que estar comprometidos com os valores de responsabilidade social e ambiental para que o desenvolvimento ocorra de forma sustentável.

2. SITUAÇÃO PROBLEMA

A Gestão Pública do Turismo deve estar alinhada com a Gestão Pública do Governo Federal, que tem como foco o cidadão brasileiro e o conceito de desenvolvimento sustentável; o que no contexto do Turismo, significa dizer que progresso e desenvolvimento devem ocorrer garantindo a preservação da natureza, dos patrimônios culturais e influenciar positivamente a qualidade de vida das populações dos destinos turísticos. A Gestão Pública do Turismo, que já ocorre de forma participativa no Brasil, deve dotar seus stakeholders com instrumentos que permitam acompanhar e avaliar as influências positivas ou negativas no meio sócio-ambiental dos lugares. Para demonstrar à sociedade a sua responsabilidade social e ambiental, as organizações em todo o mundo vêm adotando o Balanço Social. No entanto, a apresentação deste demonstrativo, no Brasil, tanto por organismos públicos como por empresas do segmento do turismo ainda é muito incipiente.

3. OBJETIVO

Este trabalho propõe a apresentação do Balanço Social pelos órgãos públicos e empresas do segmento de Turismo, para desta forma demonstrar à sociedade o que estão fazendo para a preservação dos patrimônios naturais e culturais e melhoria de qualidade de vida dos lugares.

4. METODOLOGIA

Para este trabalho foi adotada a revisão bibliográfica sobre o tema abordado em livros, artigos e páginas da internet, em especial nas páginas do Ministério do Turismo. Foi ainda realizada pesquisa de campo no site do Instituto Brasileiro de Desenvolvimento, visando identificar entre as empresas que receberam o Selo Balanço Social e as organizações vencedoras do Prêmio Balanço Social nos últimos três anos, a aderência do setor turístico no Brasil. Tratou-se então de uma pesquisa quantitativa e exploratória, por abordar um tema novo, principalmente no que concerne a esfera pública e ao segmento turístico neste país.

5. O TURISMO NO CENÁRIO MUNDIAL

O Turismo é uma das principais atividades econômicas do planeta, respondendo por 01 (um) em cada 10 (dez) postos de trabalho em todo o mundo. Movimentou cerca de US\$3,5 trilhões em 2003, ou 10% do PIB mundial. Em 2002, 715 milhões de pessoas viajaram de um país para outro, movimentando US\$474 bilhões.

A importância do turismo no contexto internacional vem aumentando na última década. Trigueiro (2001) afirma tratar-se de uma fonte de divisas sem precedentes de outra atividade econômica. Comenta que em mais da metade dos 178 países representados nas Nações Unidas, o turismo é o maior ou o segundo maior negócio. Nos Estados Unidos, o turismo é a segunda indústria de prestação de serviços. O U.S. Travel Data Center estima que para cada dia em que 100 visitantes chegam aos Estados Unidos, eles criam 67 novos empregos, produzem US\$2,8 milhões em vendas no varejo e no setor de prestação de serviços, e geram US\$189 em impostos estaduais e vendas locais. Para os países do Caribe, a indústria do turismo gera mais de 70% de empregos e renda. Em Israel, é a indústria predominante no país, com cerca de 500.000 israelenses dependendo dele para a própria

sobrevivência. Em países como Espanha, Grécia e Áustria, o turismo representa mais de 20% das exportações.

TRIGUEIRO (2001) evidencia, ainda, que o turismo é também um fator vital para uma localidade, no que diz respeito a preservação ambiental. Existe uma relação muito estreita entre o turismo e o meio ambiente, à medida que uma localidade decide preservar suas áreas naturais, conservar seus monumentos históricos e arqueológicos e suas paisagens como produtos turísticos para conquistar pessoas.

O Turismo tem demonstrado ainda grande importância na integração dos povos de nacionalidades e culturas diferentes, exercendo um forte impacto sócio-cultural tanto sobre os visitantes, como no nível das populações dos destinos turísticos. O site do Fórum Mundial para a paz e para o desenvolvimento sustentável (2006), afirma que em suas diversas dimensões, o turismo tem amplo potencial para contribuir de forma decisiva para uma humanidade mais pacífica, com menos distância entre pobres e ricos, e mais consciente de se apoiar em processos produtivos sustentáveis.

6. O TURISMO NO BRASIL A SUA CONTRIBUIÇÃO PARA DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO SUSTENTÁVEL

O Brasil possui enorme potencial turístico. Possui uma gama de diversidades de riquezas naturais, culturais e históricas. Possui 17 áreas consideradas como patrimônio da humanidade pela UNESCO e abriga 40% das florestas tropicais do mundo. Cientes deste potencial e diante dos grandes problemas a serem enfrentados nas áreas sociais e de desenvolvimento econômico, o governo brasileiro criou, em abril de 2003, o Plano Nacional do Turismo - PNT, que foi adotado como elemento propulsor do desenvolvimento sócio-econômico do país. Este plano estabeleceu diretrizes, metas e programas a serem cumpridos para o quadriênio 2003/2007. O PNT serve de elo entre os governos federal, estadual e municipal, as entidades não governamentais, a iniciativa privada e a sociedade como um todo. Nesta parceria encontra-se a base para o sucesso da atividade turística. Esta gestão descentralizada propõe que as interações de toda a cadeia produtiva seja pautada em uma visão sistêmica e cooperada entre os diversos atores para que possa resultar em maior competitividade empresarial e proporcionar maior inclusão social. A proposta do PNT é que todos os Programas, Projetos e Ações tenham como pressupostos básicos a ética e a sustentabilidade, e suas ações sejam norteadas pelos seguintes vetores de governo: redução das desigualdades regionais e sociais, geração e distribuição de renda, geração de emprego e ocupação, e o equilíbrio do Balanço de Pagamentos.

A indústria do Turismo é extremamente complexa, por ser uma atividade multissetorial, envolvendo vários segmentos do mercado e impactando todas as camadas sociais dos locais receptores. Segundo OLIVEIRA (apud BARBOSA, 2004) salienta que o turismo pode gerar uma série de impactos negativos no meio ambiente e na cultura local, ameaçando o desenvolvimento do setor a médio e longo prazo. Torna-se, portanto, imperioso para a sustentabilidade desta indústria no Brasil o seu monitoramento e controle pelos entes governamentais e pelas organizações não governamentais, diante da grande oportunidade de investimentos que o setor apresenta.

7. BALANÇO SOCIAL – BREVE HISTÓRICO E REGULAMENTAÇÃO

A publicação do Balanço Social surgiu da cobrança da sociedade pela demonstração da responsabilidade social das empresas. Este movimento teve início nos anos 60 nos Estados Unidos da América e, na década de 70, na Europa, mais particularmente na França, Alemanha e Inglaterra. Em 1971 a companhia alemã STEAG produziu um balanço de suas atividades sociais. No entanto, o marco na história dos balanços sociais ocorreu na França, em 72, quando a empresa SINGER tornou público o primeiro Balanço Social da história das empresas. A partir daí, várias organizações francesas seguiram seu exemplo, até que em 12 de julho de 1977 foi aprovada a lei 77.769, que tornava obrigatória a realização de Balanços Sociais periódicos por todas as empresas com mais de 700 funcionários, caindo posteriormente para 300 funcionários.

No Brasil, o Balanço Social realizado em 1984 pela empresa estatal baiana Nitrofértil, é reconhecido como o primeiro documento do gênero com o nome de Balanço Social. Ainda nos anos 80, o sistema Telebrás realizou seu primeiro Balanço Social e o Banespa em 1992. A partir dos anos 90, algumas poucas empresas passaram a divulgar de forma sistemática em balanços e relatórios sociais quais as suas ações em relação à comunidade em torno, ao meio ambiente e ao seu corpo funcional. O movimento ganhou impulso, quando em 1997, o sociólogo Betinho iniciou uma campanha pela divulgação voluntária do Balanço Social.

Não existe um modelo obrigatório de Balanço Social. Mas o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase), em parcerias com diversas empresas públicas e privadas, criou um modelo que vem sendo adotado por diversas organizações. Dessas parcerias resultou, ainda, a criação do Selo Balanço Social e do Prêmio Balanço Social como incentivo a sua publicação. Por outro lado, o CFC – Conselho Federal de Contabilidade - introduziu uma Norma Brasileira de Contabilidade, a NBC T 15, publicada no Diário Oficial da União de 06.09.2004, legislação específica sobre a elaboração do Balanço Social. Esta norma foi aprovada pela Resolução CFC 1003/2004, entrando em vigor a partir de 1º de janeiro de 2006. Estabelece procedimentos para evidenciação de informações de natureza social e ambiental, com o objetivo de demonstrar à sociedade a participação e a responsabilidade social da entidade. Entendendo-se como Informações de natureza social e ambiental, a geração e a distribuição de riqueza, os recursos humanos, a interação da entidade com o ambiente externo e a interação com o meio ambiente. Portanto, este demonstrativo quando elaborado deve estar em acordo com esta norma e apresentada em conjunto com as demonstrações contábeis da entidade.

8. BALANÇO SOCIAL – UM DEMONSTRATIVO PARA A SUSTENTABILIDADE

O Balanço Social é um demonstrativo que reúne informações econômicas, sociais e ambientais, demonstrando a reversão dos investimentos da organização para sociedade. Suas informações permitem análises, tanto para as tomadas de decisões dos seus gerentes, como para os investidores, acionistas e para a sociedade como um todo. No entendimento de KROETZ (2000), antes de ser uma demonstração endereçada à sociedade, o Balanço Social é considerado uma ferramenta gerencial. Pois reunirá dados qualitativos e quantitativos sobre as políticas administrativas e sobre as relações entidades/ambiente, os quais poderão ser comparados e analisados de acordo com as necessidades dos usuários internos, servindo como instrumento de controle e auxílio para a tomada de decisões e na adoção de estratégias. As informações podem ser analisadas sob os mais diversos ângulos e deixam claras as interferências das ações da entidade no mundo, como deste para a organização.

RIBEIRO e LISBOA (apud DAVID e OTTI, 2003) identificam que há pelo menos três vertentes do Balanço Social: a de Recursos Humanos, a Ambiental e a do Valor Adicionado. Estas vertentes podem ser tratadas isoladamente, como também, em conjunto. Na sua concepção mais ampla, o Balanço Social envolve a demonstração da interação da empresa com os elementos que a cercam ou que contribuem para sua existência, incluindo o meio ambiente natural, a comunidade e economia local e recursos humanos.

Nas definições mais novas do Balanço Social, este demonstrativo incorpora novas vertentes, cada vez mais se aproximando dos modelos mundiais de sustentabilidade. O conceito difundido pelo Ibase, na internet, na página do Prêmio Balanço Social Aberje, Apimec, Ethos, Fides, Ibase (<http://www.premiobalancosocial.org.br/faq.asp>) evidencia o papel do Balanço Social no contexto atual:

Conhecido também como relatório de sustentabilidade ou relatório de responsabilidade social, é um demonstrativo elaborado anualmente pelas empresas para prestar contas das atividades e dos impactos econômicos, sociais e ambientais da organização. Reúne um conjunto de informações sobre projetos, benefícios e ações sociais e serve como instrumento estratégico para avaliar e multiplicar o exercício da responsabilidade social corporativa. No documento, a companhia expõe políticas internas e externas, explicitando o que faz por seus profissionais, dependentes, colaboradores e pela comunidade. Com isso, dá transparência a suas atividades, tornando públicos seus compromissos com o desenvolvimento sustentável.

A questão da sustentabilidade de vida no planeta trouxe um senso de responsabilidade comum em todo o globo terrestre. Desta forma, esta questão transformou-se em item de competitividade no mercado mundial. As empresas descobriram, segundo KANUK e SCHIFFMAN (apud FORMENTINI, 2002), que práticas éticas e socialmente responsáveis são negócios saudáveis que resultam em melhores vendas e que o contrário também é verdadeiro; percepções de falta de responsabilidade social por parte de uma empresa afetam negativamente as decisões de compra do consumidor. Neste sentido, a apresentação do Balanço social por órgãos governamentais e por empresas de Turismo será um diferencial para a colocação do produto turístico no mercado internacional. Noutro sentido, trata-se de um instrumento de transparência e prestação de contas que demonstrará à sociedade a medição de seu impacto econômico, social e ambiental, positivo ou negativo na vida das populações dos lugares de destino. Neste demonstrativo são apresentados resultados relativos a dois exercícios financeiros para que se possa estabelecer comparações e indicadores de desempenho das organizações. O que, ao longo do tempo, permitirá verificar o nível de sustentabilidade da organização. As informações que devem constar neste Demonstrativo, de acordo com a NBCT 15, são quantitativas e qualitativas. A seguir relaciona-se algumas que de um modo geral devem ser evidenciadas nos Balanços Sociais:

– Recursos Humanos

Devem constar dados referentes à remuneração, benefícios concedidos, composição do corpo funcional e as contingências e os passivos trabalhistas da entidade. Tais como remuneração bruta dos empregados, relação entre a maior e a menor remuneração, gastos com encargos sociais, gastos com capacitação profissional, gastos com educação (excluídos os de educação ambiental), gastos com saúde, informações relativas à composição dos recursos humanos, à ações trabalhistas;

- Interação da Entidade com o Ambiente Externo

Estas informações devem ser constituídas de dados relativos ao relacionamento com a comunidade na qual está inserida a entidade, e com todos os seus stakeholders, inclusive incentivos decorrentes dessa interação. Evidenciando-se os gastos com educação, exceto a ambiental, cultura, saúde e saneamento, esporte e lazer, número de reclamações recebidas por órgãos de defesa do consumidor, ações empreendidas pelas entidades para sanar ou minimizar as causas das reclamações;

- Interação com o meio ambiente

Devem ser evidenciados os investimentos e gastos com a manutenção nos processos operacionais para a melhoria do meio ambiente, gastos com a preservação e/ou recuperação de ambientes degradados, gastos com educação ambiental, quantidades de processos ambientais, administrativos e judiciais movidos contra a entidade, além de passivos e contingências ambientais;

- Demonstração da riqueza gerada e distribuída pela entidade conforme Demonstração do Valor Adicionado, definida na NBC T 3;
- Outras informações consideradas relevantes pela entidade.

9. O BALANÇO SOCIAL APLICADO AO SETOR TURÍSTICO NO BRASIL

O desenvolvimento do Turismo requer planejamento e gestão integrada, com parcerias público-privadas e com a participação das populações locais, disseminando uma atividade pautada pela ética e pelo cuidado com o bem-estar das comunidades. Esta por sua vez, deve aprender a valorizar e zelar pelos lugares e pela integridade dos turistas. Devendo se evitar o turismo desenfreado e o descontrole da atividade. É fundamental que se estabeleçam mecanismos de monitoramento e de indicadores de desempenho que permitam acompanhar não só a valorização econômica, mas também quais os impactos do turismo no meio ecológico e social, para que se possa garantir a sustentabilidade da atividade. O que implica dizer que o desenvolvimento do Turismo deve ocorrer de forma sustentável. O Relatório de BRUNDTLAND (1987) define o Desenvolvimento sustentável como “...àquele que *responde às necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de responder às suas necessidades.*” Onde o turismo sustentável tem como premissas o suporte ecológico de longo tempo, a ética e a equidade social para as comunidades locais. De forma que, o sucesso dessa atividade depende da conscientização de todos os stakeholders envolvidos.

O Balanço social aplicado ao Turismo assume a sua importância quando se percebe a complexidade do produto turístico. Envolve o inter-relacionamento entre o produto ofertado, a produção e serviços e as relações sociais, com uma diversidade de atores: o mercado, a comunidade local e o turista. Esta complexidade de relacionamentos muitas vezes camufla os impactos negativos só percebidos na linha do tempo, tornando a reversão do processo quase irreparável em se tratando de questões ambientais e mudanças sociais. Dessa forma, o Balanço Social pode atuar como ferramenta de acompanhamento e avaliação do desempenho da indústria turística, tornando-se um valioso instrumento de gestão para os governos federal, estadual e municipal e para toda a cadeia turística do país. Para a comunidade em geral, a oportunidade de interferir e cobrar dos organismos públicos exercendo o seu poder de cidadania.

O Balanço Social de órgãos públicos do segmento turístico podem apresentar, além dos indicadores já mencionados, outros relativos ao setor, tais como:

- Gastos com a capacitação dos funcionários públicos do setor de turismo;

- Gastos com programas de capacitação dos diversos segmentos envolvidos na atividade turística;
- Gastos com a qualificação de jovens das 18 a 24 anos da comunidade;
- Gastos com o incentivo a produção artesã pela comunidade;
- Gastos com o fomento de educação nas escolas municipais e estaduais relativamente a cultura e a preservação ambiental;
- Apoio a instituições envolvidas nos programas de turismo local;
- Relatório dos programas e parcerias desenvolvidos no contexto da responsabilidade social e ambiental, demonstrando o resultado dos programas;
- Gastos com programas de incentivo a atividade turística;
- Gastos com conservação ambiental;
- Gastos com a erradicação do turismo sexual;
- Gastos com o fomento e a valorização da cultura local envolvendo a comunidade;
- Gastos com os impactos no meio ambiente.

No caso das instituições privadas estas devem evidenciar quais as suas ações para melhoria das comunidades onde atuam, já que delas extrai a sua matéria, devendo agregar valor a vida dessas pessoas e ao meio ambiente. Diversos indicadores podem ser inseridos no Balanço Social pela atividade turística. Não devendo ser instrumento de propaganda. Deve apresentar a realidade do setor, com seus impactos negativos e positivos para seus stakeholders. Somente desta forma será um instrumento de melhoria para todos os envolvidos na indústria do turismo e para o país.

10. CONCLUSÃO

O Balanço Social de uma entidade pública deve ser pautado pela ética e pela verdade, não devendo ser instrumento político e simplesmente de divulgação. Trata-se da demonstração da responsabilidade pública do governo, que deve prestar contas do uso dos recursos postos a sua disposição para gerar o bem comum. Deve permitir ao cidadão identificar quais os serviços prestados pela entidade, avaliá-los e interagir com os órgãos públicos na busca pela melhoria dos serviços e por demandas para a sociedade, permitindo-lhe o exercício do controle social. No caso das organizações públicas de turismo, tendo em vista a sua participação no desenvolvimento econômico do país, esta responsabilidade aumenta, devido a sua capacidade de geração de emprego e renda com investimentos menores que em outras atividades. Dessa forma, recursos públicos foram canalizados para esta área em detrimento de outras, visando acelerar o desenvolvimento econômico e social do Brasil. Além disso, a indústria do turismo usa espaços ambientais e públicos como atrativos turísticos, que impactam diretamente a vida das populações dos locais envolvidos e o meio ambiente; onde o uso indiscriminado pode comprometer o desenvolvimento econômico sustentável. No que tange a apresentação do Balanço Social por entidades privadas do turismo, demonstrará o seu comprometimento com a responsabilidade social e ambiental e prestação de contas à sociedade, que deseja saber qual a contribuição da entidade para o meio social onde atua e, se ao se beneficiar dos atrativos dos lugares, também está contribuindo para a sua preservação.

Finalizando, o uso do Balanço social como ferramenta de monitoramento da atividade turística deve ser estimulado, uma vez que suas informações propiciam indicadores de medição do desempenho importantes para monitorar o impacto desta indústria na vida das comunidades. A sua forma de apresentação permite detectar qual a contribuição efetiva de cada organização, assim como a sua evolução. Pode-se ainda, medir os impactos positivos e negativos na sociedade e no meio-ambiente, assim como as ações preventivas e de

saneamento que estão sendo empregadas. Revela ainda quanto, como e o resultado das ações de fomento para a geração de emprego e renda no país. Trata-se de uma importante ferramenta para o planejamento do turismo, permitindo tanto ao governo, como as organizações privadas a correção de rumos na busca por um Turismo Sustentável, ou seja, economicamente viável, socialmente justo e ecologicamente suportável por longo prazo.

11. REFERÊNCIAS

BARBOSA, LUIZ GUSTAVO MEDEIROS; ZAMOR, FUAD SACRAMENTO. Políticas públicas para o desenvolvimento do turismo: o caso do município de Rio das Ostras. In: Encontro ANPAD, 28., 2004, Curitiba. Anais eletrônicos... Curitiba, 2004. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/enanpad2004-p-fr.html>>. Acesso em: 16 jul.2006.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. Portal brasileiro do turismo. Disponível em: <www.turismo.gov.br>. Acesso em: 13 jul. 2006.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. NBC T15 – Informações de natureza social e ambiental. Brasília, 2004. Disponível em: <http://www.cosif.br/mostra.asp?arquivo=rescfc1003nbct15>. Acesso em: 15 jul. 2006.

DAVID, AFONSO RODRIGUES DE; OTT, ERNANI. Balanço social: uma análise das informações evidenciadas pelas empresas. In: Encontro ANPAD, 27., 2003, Atibaia. Anais eletrônicos... Atibaia, 2003. Disponível em: < www.anpad.org.br/enanpad2003-trabs-apres-ccg-e.html>. Acesso em: 16 jul. 2006.

FÓRUM MUNDIAL PARA A PAZ E PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL. Disponível em: <http://www.desti-nations.net/>

FORMENTINI, MÁRCIA; OLIVEIRA, TIAGO MAINIERI. Ética e Responsabilidade Social – Repensando a comunicação empresarial. Revista Comunicação Organizacional. FAMECOS/PUCRS. Rio Grande do Sul. 2002. Disponível em: <http://www.pucrs.br/famecos/geacor>. Acesso em 13 jul.2006.

IBASE (BRASIL). Ibase e Balanço Social. Apresenta demonstrativo publicado anualmente reunindo um conjunto de informações sobre os projetos, benefícios e ações sociais dirigidas aos empregados, investidores, analistas de mercado, acionistas e à comunidade. Disponível em: <<http://www.balancosocial.org.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm>>. Acesso em 12 jul. 2006.

KROETZ, CESAR EDUARDO STEVENS. Balanço social: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2000.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. COMISSÃO BRUNDTLAND. Nosso futuro comum: relatório sobre desenvolvimento sustentável. Cambridge: Polity Press. 1987

ROCHA, MARGARIDA MARIA DE FRAGA. Desenvolvimento sustentável: referências e reflexões. Disponível em <http://www.braziltour.com/site/br/dados_fatos>. Acesso em: 12 jul. 2003.

TRIGUEIRO, CARLOS MEIRA. Marketing & turismo: como administrar o marketing turístico para uma localidade. Rio de Janeiro: Qualitymarket, 2001.

UNESCO. UNESCO no Brasil. Apresenta áreas de atuação, notícias, pesquisa e avaliação. Disponível em: <<http://www.unesco.org.br/>>. Acesso em: 12 jul. 2006.