



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
CENTRO DE EXCELÊNCIA EM TURISMO

## **Mestrado Profissional em Turismo**

# **UM ESTUDO SOBRE A NORMALIZAÇÃO E A CERTIFICAÇÃO DO TURISMO NO BRASIL: SITUAÇÃO ATUAL E PERSPECTIVAS**

**Cecília Said de Lavor**

Brasília-DF



## **Mestrado Profissional em Turismo**

# **UM ESTUDO SOBRE A NORMALIZAÇÃO E A CERTIFICAÇÃO DO TURISMO NO BRASIL: SITUAÇÃO ATUAL E PERSPECTIVAS**

**Cecília Said de Lavor**

**Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Maria Elenita Menezes Nascimento**

Dissertação apresentada ao Mestrado Profissional em Turismo da Universidade de Brasília como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Turismo.

Brasília-DF  
2009

Lavor, Cecília Said de

Um estudo sobre a normalização e a certificação do turismo no Brasil:  
situação atual e perspectivas / Cecília Said de Lavor. – Brasília, 2009.  
139 f. : il.

Dissertação (mestrado) – Universidade de Brasília, Centro de Excelência  
em Turismo, Mestrado em Turismo, 2009.

Orientadora: Maria Elenita Menezes Nascimento.

1. Normalização. 2. Certificação. 3. Sustentabilidade. 4. Turismo I.  
Nascimento, Maria Elenita Menezes. II. Título

CDU 338.482.2:658.8



## **Mestrado Profissional em Turismo**

# **UM ESTUDO SOBRE A NORMALIZAÇÃO E A CERTIFICAÇÃO DO TURISMO NO BRASIL: SITUAÇÃO ATUAL E PERSPECTIVAS**

**Cecília Said de Lavor**

Banca Examinadora:

---

Profa. Dra. MARIA ELENITA MENEZES NASCIMENTO (CET/UnB)  
Orientadora

---

Profa. Dra. DIRCE MENDES DA FONSECA (UNICEUB)  
Examinador Externo

---

Prof. Dr. NEIO LÚCIO DE OLIVEIRA CAMPOS (CET/UnB)  
Examinador Interno

*Aos meus pais, Tabajara e Lidia,  
minhas fontes de sabedoria e amor.*

## **AGRADECIMENTOS**

À minha orientadora, Prof<sup>a</sup>. Maria Elenita Menezes Nascimento, pela dedicação, profissionalismo e paciência.

Ao Ministério do Turismo, pela oportunidade e pela confiança depositada em mim.

Ao Departamento de Qualificação e Certificação e de Produção Associada ao Turismo e o Departamento de Relações Internacionais do Turismo, pela acolhida, compreensão e disponibilidade em fornecer informações.

Aos colegas e agora amigos do Mestrado, por enriquecerem nossas aulas com seus conhecimentos práticos, o companheirismo e as risadas. Sem eles esta caminhada certamente teria sido mais pesada e difícil.

### **Meus sinceros agradecimentos:**

A Tânia Mara do Valle Arantes, pelos ensinamentos práticos, Ana Lúcia Félix de Souza e Freda Azevedo Dias, pela disponibilidade e apoio.

A Livia Mari Kohiyama, Jean Claude Razel, Gustavo Timo, José Augusto A. K. Pinto de Abreu, José Wagner Fernandes, Júlio Félix e Dival Schmidt, pelo apoio com informações.

Aos colegas de Mestrado Ana Cristina Viana, Mário Rudá Pontes de Andrade, Patrícia da Cunha Albernaz e Rubens da Trindade, pela amizade, ajuda e apoio nos momentos de sufoco.

### **Meus agradecimentos especiais:**

A Deus, pela vida e por tudo que tem me dado para chegar até aqui.

Aos meus pais, Tabajara Ribeiro de Lavor e Lidia Said de Lavor, pelo exemplo e dedicação; aos meus irmãos Lucas, Gabriela, Licia e, de modo especial, André, e a toda minha família, pelas orações, apoio, amor, compreensão e respeito.

Finalmente, aos que colaboraram direta ou indiretamente para a concretização deste objetivo, o meu muito obrigada a todos!

## **RESUMO**

Nesta dissertação realizou-se um estudo exploratório da experiência internacional de quatro países e do Brasil sobre o funcionamento da normalização e certificação do turismo, com destaque para o Brasil. Os objetivos foram estudar as ações realizadas pelo Ministério do Turismo (MTur) no âmbito da normalização e da certificação em comparação com experiências internacionais; averiguar se o MTur tem seguido as tendências internacionais; identificar e analisar características relevantes em comum que possam ser aproveitadas no Brasil. Como resultado observou-se que há um direcionamento semelhante entre os países, no qual o Brasil tem estado alinhado, em especial quanto a questões como sustentabilidade, voluntariedade da adequação às normas e acesso gratuito. No entanto, há necessidade de aprimoramentos, especialmente no que diz respeito à articulação do setor, à comunicação com o consumidor e a tomada de decisões fundamentada em pesquisas mais aprofundadas para o turismo.

**Palavras Chave: Normalização, Certificação, Sustentabilidade e Turismo**

## **ABSTRACT**

This thesis presents an exploratory study on the international experiences of four countries and Brazil in tourism standardization and certification, with emphasis on Brazil's experience. The goals were to study the performance of the Ministry of Tourism (MTur) in standardization and certification comparing to the international experiences; verify if the MTur has followed international trends; identify and analyze relevant characteristics in common that can be better exploited in Brazil. The results show that there is a similar direction taken internationally, to which Brazil has been aligned, especially on issues such as sustainability, the voluntary adequacy to the standards and the free access to them. However, there is a need for improvements, especially regarding the interaction of the sector, the communication with the consumer and the decision making based on further research for the tourism sector.

**Key Words: Standardization, Certification, Sustainability and Tourism**



## LISTA DE FIGURAS

Figura 3.1 - Ciclo de Competitividade	41
Figura 3.2 - Processo de elaboração de uma norma	42
Figura 3.3 - Harmonização das Normas Técnicas dos Países do Mercosul	45
Figura 3.4 - Etapas da elaboração de uma norma no Brasil	47
Figura 3.5 - Sistema Brasileiro de Certificação no Turismo	55
Figura 4.1 - Selo Costa Rica: Certificación para la Sostenibilidad Turística	65
Figura 4.2 - Selo Chile: Sello Turístico de Calidad	69
Figura 4.3 - Selo Espanha: Marca de Calidad Turística Española	76
Figura 4.4 - Selo Nova Zelândia: Qualmark	84
Figura 4.5 - Nova Zelândia: Qualmark Green	86
Figura 4.6 - Nova Zelândia: Qualmark Meios de Hospedagem	87
Figura 4.7 - Nova Zelândia: Qualmark outras categorias	87
Figura 4.8 - Espanha: Identidade visual da Marca de Qualidade	94
Figura 5.1 - Fases percorridas no Brasil com vistas à qualidade no Turismo	101
Figura 5.2 - Objetivo do Programa Turismo 100%	113
Figura 6.1 - Logomarca Bem Receber	121
Figura 6.2 - Logomarca Aventura Segura	121
Figura 6.3 - Logomarca Turismo 100%	121
Figura 7.1 - Cenário desejado para a normalização e a certificação	125

## LISTA DE QUADROS

Quadro 4.1 - Níveis de Sustentabilidade da Costa Rica	65
Quadro 4.2 - Fases de desenvolvimento Costa Rica	85
Quadro 4.3 - Quadro comparativo das experiências internacionais	96
Quadro 6.1 - Quadro comparativo experiências internacionais e Brasil	116

## LISTA DE SIGLAS

ABETA – Associação Brasileira das Empresas de Turismo de Aventura  
ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas  
AENOR – Associação Espanhola de Normalização e Certificação  
AMN – Associação Mercosul de Normalização  
ANVISA – Agência Nacional de Vigilância Sanitária  
APEX – Agência de Promoção de Exportações e Investimentos  
BID – Banco Interamericano de Desenvolvimento  
CGQC – Coordenação-Geral de Qualificação e Certificação  
CONMETRO – Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial  
COPANT – Comissão Panamericana de Normas Técnicas  
DCPAT – Departamento de Qualificação e Certificação e de Produção Associada ao Turismo  
GVBS – Grupos Voluntários de Busca e Salvamento de Turismo de Aventura  
IAF – International Accreditation Forum  
IH – Instituto de Hospitalidade  
INMETRO – Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial  
ISO – International Organization for Standardization  
MTur – Ministério do Turismo  
OMC – Organização Mundial do Comércio  
OMT – Organização Mundial do Turismo  
ONN – Organismo Nacional de Normalização  
RAC – Regulamento de Avaliação da Conformidade

# SUMÁRIO

<b>CAPÍTULO 1.....</b>	<b>15</b>
<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>15</b>
<b>1.1 Apresentação do Tema.....</b>	<b>15</b>
<b>1.2 Definição do Problema de Pesquisa.....</b>	<b>17</b>
<b>1.3 Relevância do Tema e Justificativa .....</b>	<b>18</b>
<b>1.4 Objetivos da Pesquisa.....</b>	<b>20</b>
1.4.1 Objetivo geral.....	20
1.4.2 Objetivos específicos .....	20
<b>1.5 Metodologia.....</b>	<b>21</b>
1.5.1 Objeto .....	21
1.5.2 Universo.....	21
1.5.3 Coleta de dados.....	22
1.5.4 Análise e interpretação dos dados .....	23
<b>1.6 Estrutura da Dissertação.....</b>	<b>23</b>
<b>CAPÍTULO 2.....</b>	<b>25</b>
<b>CONTEXTUALIZAÇÃO (DOS PRESSUPOSTOS) DA NORMALIZAÇÃO E DA CERTIFICAÇÃO.....</b>	<b>25</b>
<b>2.1 O Turismo e a Sustentabilidade.....</b>	<b>25</b>
<b>2.2 A Normalização e a Certificação do Turismo Sustentável.....</b>	<b>27</b>
2.2.1 Sustentabilidade <i>versus</i> Competitividade.....	29
<b>2.3 Alguns desafios da Implementação de Programas de Normalização e Certificação .....</b>	<b>31</b>
<b>2.4 A Função do Governo.....</b>	<b>33</b>
<b>2.5 Considerações .....</b>	<b>35</b>
<b>CAPÍTULO 3.....</b>	<b>37</b>
<b>PROCEDIMENTOS NECESSÁRIOS À NORMALIZAÇÃO E CERTIFICAÇÃO.....</b>	<b>37</b>
<b>3.1 Definições conceituais e referências .....</b>	<b>37</b>
3.1.1 Normas .....	37
3.1.1.1 Norma <i>versus</i> Regulamento.....	38
3.1.2 Normalização .....	39

3.1.3 Normalização <i>versus</i> Normatização.....	41
<b>3.2 Processo de Normalização Internacional e o Comitê Técnico de Turismo e Serviços Relacionados (TC 228)</b> .....	<b>42</b>
<b>3.3 Normalização no Mercosul e o Comitê Setorial Mercosul de Turismo (CSM 23)</b> .....	<b>45</b>
<b>3.4 Processo de Normalização Nacional e o Comitê Brasileiro de Normalização em Turismo (CB 54)</b> .....	<b>46</b>
<b>3.5 Entidades Envolvidas na Normalização e na Certificação do Turismo no Brasil</b> .....	<b>49</b>
3.5.1 International Organization for Standardization (ISO).....	49
3.5.2 Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) .....	51
3.5.3 Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (INMETRO) .....	51
3.5.4 Organismos certificadores.....	53
<b>3.6 Certificação</b> .....	<b>53</b>
3.6.1 O Processo de certificação .....	54
3.6.1.1 Acreditação .....	56
3.6.1.2 Avaliação de conformidade .....	57
3.6.2 Classificação da certificação quanto ao foco.....	58
3.6.2.1 Certificação de sistemas de gestão.....	59
3.6.2.2 Certificação de pessoas .....	59
<b>3.7 Considerações</b> .....	<b>60</b>
 <b>CAPÍTULO 4</b> .....	 <b>61</b>
<b>EXPERIÊNCIAS INTERNACIONAIS EM NORMALIZAÇÃO E CERTIFICAÇÃO</b> .....	<b>61</b>
<b>4.1 Frames para Análise</b> .....	<b>61</b>
<b>4.2 Costa Rica: Certificación para la Sostenibilidad Turística (CST)</b> .....	<b>62</b>
4.2.1 Justificativa e características.....	62
4.2.2 Organização do programa.....	63
4.2.3 Programa .....	64
4.2.4 Classificação .....	65
4.2.5 Incentivos .....	66
<b>4.3 Chile: Sello Turístico de Calidad</b> .....	<b>67</b>
4.3.1 Justificativa e características.....	68
4.3.2 Organização do programa.....	68

4.3.3 Programa .....	68
4.3.3.1 Normas para o Turismo de Aventura .....	70
4.3.4 Classificação .....	72
4.3.5 Incentivos .....	73
<b>4.4 Espanha: Marca de Calidad Turística Española .....</b>	<b>73</b>
4.4.1 Justificativa e características.....	74
4.4.2 Organização do programa.....	75
4.4.3 Programa .....	76
4.4.3.1 O Instituto para a Qualidade Turística Espanhola (ICTE) e as normas espanholas .....	77
4.4.4 Classificação .....	78
4.4.5 Incentivos .....	81
<b>4.5 Nova Zelândia: Qualmark .....</b>	<b>82</b>
4.5.1 Justificativa e características.....	82
4.5.2 Organização do programa.....	83
4.5.3 Programa .....	83
4.5.3.1 Turismo responsável Qualmark (Qualmark Green) .....	85
4.5.4 Classificação .....	86
4.5.5 Incentivos .....	87
<b>4.6 Análise dos Processos de Certificação e Normalização por País .....</b>	<b>88</b>
4.6.1 Costa Rica .....	88
4.6.2 Chile.....	90
4.6.3 Espanha.....	91
4.6.4 Nova Zelândia.....	92
<b>4.7 Análise Global das Experiências dos Países.....</b>	<b>93</b>
4.7.1 Outras características observadas .....	95
<b>CAPÍTULO 5.....</b>	<b>97</b>
<b>POLÍTICA PÚBLICA DE NORMALIZAÇÃO E CERTIFICAÇÃO NO BRASIL.....</b>	<b>97</b>
<b>5.1 Plano Nacional de Turismo 2003/2007 .....</b>	<b>97</b>
<b>5.2 Plano Nacional de Turismo 2007/2010 .....</b>	<b>98</b>
5.2.1 Programa de normatização do turismo .....	101
5.2.2 Programa de certificação do turismo.....	102
<b>5.3 Ações Desenvolvidas pelo Ministério do Turismo .....</b>	<b>103</b>
5.3.1 Projeto acesso às normas.....	104

5.3.2 Programa Bem Receber .....	105
5.3.2.1 Programa de Certificação em Turismo Sustentável (PCTS) .....	108
5.3.3 Programa Aventura Segura.....	109
5.3.4 Programa Turismo 100% .....	111
<b>5.4 Considerações .....</b>	<b>113</b>
<b>CAPÍTULO 6.....</b>	<b>115</b>
<b>ANÁLISE DA POLÍTICA BRASILEIRA À LUZ DAS EXPERIÊNCIAS ANALISADAS</b>	<b>115</b>
<b>6.1 Análise do Quadro Comparativo .....</b>	<b>115</b>
6.1.1 Certificação de empreendimentos e pessoas .....	117
6.1.2 Certificação de destinos.....	117
6.1.3 Órgão que lidera o processo .....	118
6.1.4 Incentivos.....	118
6.1.5 Acesso gratuito às normas.....	118
6.1.6 Preocupação com a sustentabilidade.....	119
6.1.7 Segmentos.....	119
6.1.8 Voluntariedade da utilização das normas e da certificação.....	119
<b>6.2 Outras Características Observadas.....</b>	<b>120</b>
6.2.1 Planejamento fundamentado em pesquisas e utilização de projetos piloto.....	120
6.2.2 Articulação do setor .....	121
6.2.3 Identidade visual .....	121
<b>6.3 Considerações .....</b>	<b>122</b>
<b>CAPÍTULO 7.....</b>	<b>123</b>
<b>CONCLUSÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>123</b>
<b>7.1 Análise e Considerações.....</b>	<b>123</b>
<b>7.2 Sugestões para pesquisas futuras .....</b>	<b>127</b>
<b>7.3 Recomendações .....</b>	<b>128</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>129</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>135</b>

# CAPÍTULO 1

## INTRODUÇÃO

### 1.1 Apresentação do Tema

No atual cenário de competitividade do mercado turístico, a busca pela excelência e o aumento da produtividade são fatores fundamentais para que as empresas se mantenham em atividade.

Atualmente, o ambiente globalizado no qual as empresas turísticas desenvolvem suas atividades aumenta a competição entre elas, visto que devem se comparar não apenas com empresas de seu próprio país (que poderiam estar igualmente preparadas), mas também com organizações de outras áreas e países [...] (PEREZ, 2006, p. 14)

As características necessárias ao bom funcionamento de uma empresa ou ao bom desempenho de um funcionário dependem de normas técnicas que, em geral, procuram solucionar problemas e potencializar ações e investimentos.

Normalização é uma atividade que estabelece, em relação a problemas existentes ou potenciais, prescrições destinadas à utilização comum e repetitiva com vistas à obtenção do grau ótimo de ordem em um dado contexto (ABNT, 2008) <sup>1</sup>.

A normalização, portanto, tem papel fundamental na busca pela melhoria dos serviços, impactando de forma direta a otimização de esforços e recursos. Sendo assim, a criação e a utilização de normas técnicas, em princípio, são bastante vantajosas, tanto para o setor público quanto para o privado, visto que podem aumentar a competitividade e aperfeiçoar a utilização de recursos.

No entanto, a simples criação de normas técnicas não produz nenhum resultado. É preciso que elas tenham credibilidade para que sejam implementadas e,

---

<sup>1</sup> ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS (ABNT). Disponível em: <<http://www.abnt.com.br/default.asp?resolucao=1024X768>> Acesso em: 21 nov. 2008.



por este motivo, são construídas em conjunto com a sociedade. De acordo com o Ministério de turismo (2005, p.29)

O processo de normalização é dinâmico e envolve a participação de diversas partes nela interessadas, incluindo as empresas envolvidas na cadeia de fornecimento, os consumidores, os institutos de pesquisa e universidades, o governo e outros eventuais interessados nos resultados da normalização como os trabalhadores ou representantes das comunidades envolvidas.

Uma vez desenvolvidas, estas normas devem ser aplicadas, podendo ser tanto de forma voluntária quanto compulsória, de acordo com cada caso. Geralmente, elas são de uso voluntário e, neste caso, os produtos e serviços podem ser fornecidos sem que as normas do respectivo mercado sejam atendidas. Há situações, entretanto em que sua utilização é necessária, como por exemplo para o comércio entre países e, neste contexto, as normas podem ser então consideradas “barreiras técnicas”.

A certificação consiste na declaração, efetuada por um organismo de certificação, de que um produto, processo, sistema ou pessoa está em conformidade com requisitos especificados. Esta declaração pode ter a forma de um certificado de conformidade ou a aposição de uma marca ao produto ou sua embalagem (marca de conformidade). (BRASIL, 2005, p. 33).

Neste sentido, a certificação é considerada em muitos setores um fator diferencial na competição por mercados, uma vez que pode garantir a conformidade de um produto, serviço ou sistema de gestão. Para que, de fato, a certificação ocorra, é necessário que haja organismos de certificação, os quais são responsáveis por declarar se o bem, o serviço, o processo ou o sistema está em conformidade com a respectiva norma.

No Brasil foram realizadas algumas ações na tentativa de estruturar o processo da normalização e da certificação do turismo, especialmente após a criação do Ministério do Turismo (MTur) em 2003. Paralelamente, outros países têm desenvolvido suas experiências com o objetivo de melhorar a qualidade de seus serviços e se manterem competitivos no mercado turístico.

## 1.2 Definição do Problema de Pesquisa

A qualificação de pessoas e empreendimentos no turismo é de fundamental importância para o sucesso do setor no atual cenário de competitividade entre os mercados. Todavia, em certos contextos, a qualificação dos serviços e dos trabalhadores pode ser posta em prova, pode requerer comprovação ou a necessidade de seguir padrões previamente estabelecidos para que seja realmente comprovada, aceita e comercializada. Neste contexto é que a normalização e a certificação são inseridas.

A certificação ao contrário da qualificação, ainda é bastante questionada pelo poder público e pelo empresariado quanto a sua real importância dentro do mercado do turismo. Dentre os questionamentos podem ser destacados os seguintes:

- a) Qual a importância da certificação para o turismo?
- b) Qual a diferença real gerada pela existência de um programa federal de certificação?
- c) A conscientização das boas práticas e os processos no trabalho e no empreendimento são suficientes (para quê?);
- d) A certificação é de fato um diferencial no mercado turístico?
- e) A certificação é realmente uma tendência a ser seguida?

No quadro contemporâneo do turismo brasileiro, o que se tem observado é que o profissional ou a empresa pode seguir todas as normas estabelecidas, porém pode não querer ser certificado, visto que existe um determinado custo para se estabelecer o processo de certificação e também dúvidas quanto as suas vantagens.

Outro fator que, de modo geral, pode ser percebido é a falta de informação do empresariado quanto ao que se espera de um processo de regulamentação, normalização e certificação, além de certa descrença em iniciativas políticas como projetos de lei para regulamentação, como destaca Basile (2005) <sup>2</sup>:

[...] a grande questão é que os projetos de lei em curso, mesmo que tenham boas intenções, comprovam o despreparo de nossos representantes no entendimento dos problemas e na elaboração de propostas para solucioná-los.

Devemos também ser realistas e perguntar se essas iniciativas não são apenas mais uma tentativa de busca de visibilidade política, cuja

---

<sup>2</sup> BASILE, Sílvia. **Normalização e Certificação no Turismo**. 2005. Disponível em: <[www.feriasvivas.org.br](http://www.feriasvivas.org.br)> Acesso em 14 mai. 2007.

conseqüência é a informalidade, a corrupção e a burocracia sem viabilidade prática.

Diante desse contexto surgem inúmeros questionamentos: Como convencer os empresários sobre as vantagens da certificação? Há argumentação suficiente, fundamentada nas vantagens competitivas a serem geradas por esse processo? Os turistas procurarão hospedar-se em um hotel ou pousada que tenha certificação? Ou para eles outros fatores serão mais relevantes no processo de escolha, como localização, preço, atrativo, facilidades?

Existe ainda um outro aspecto que pode influenciar na aceitação do setor à normalização como fator de competitividade é que, de fato, a importância das normas deve chegar ao público consumidor para que atinja efetivamente resultados relevantes ao mercado. Mas pode-se afirmar que o consumidor confere a devida importância à qualidade e às questões relativas à sustentabilidade socioeconômica, ambiental, entre outras? Em caso negativo, seria possível modificar este comportamento?

Todas essas questões são debatidas constantemente entre os organismos envolvidos na problemática da normalização. Sendo assim, é interesse desse estudo investigar quais os rumos que estas discussões têm tomado e como o assunto tem sido tratado e desenvolvido nacional e internacionalmente.

Neste sentido, a questão que se objetiva responder, por meio dessa pesquisa, é se a política de normalização e certificação do MTur tem avançado de forma positiva, tendo como parâmetro as experiências de outros países com sucesso reconhecido internacionalmente.

### **1.3 Relevância do Tema e Justificativa**

Como ocorre nas mais diversas áreas ligadas a serviços, o setor de turismo também é sensível às exigências do mercado, em especial, por interagir com outros setores. Em geral, o turismo resulta de uma rede de relações entre entidades e poderes (empresas, trabalhadores, governo, indústria), cada qual com suas especificidades, procurando ajustar-se de modo a permitir a fluidez dessas relações.

O Governo Federal, por meio do MTur, reconhece este cenário diversificado e complexo e tem procurado posicionar-se como facilitador das relações entre os diversos atores, fortalecendo as entidades responsáveis e auxiliando na articulação entre elas.

Como exemplo, o Departamento de Qualificação e Certificação e de Produção Associada ao Turismo (DCPAT), por meio da Coordenação-Geral de Qualificação e Certificação (CGQC), tem realizado desde o ano de 2003 parcerias significativas com a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), com a Associação Brasileira de Turismo de Aventura (ABETA), dentre outras.

Por haver trabalhado na referida Coordenação, tive a oportunidade de perceber a dificuldade de obtenção de informações a respeito da normalização no turismo. Apesar de sua importância, a Normalização e a Certificação não são temas considerados prioritários no setor turístico. Eles são colocados à parte devido à maior atenção que outros aspectos da qualificação profissional e empresarial recebem. Desta forma, as literaturas relacionadas ao tema são extremamente difusas e de difícil acesso, sendo necessário um esforço considerável para a obtenção de informações. No MTur, como em outros órgãos, o conhecimento em geral é disperso devido à rotatividade de funcionários e servidores, prejudicando, assim, a qualidade dos trabalhos desenvolvidos. De acordo com a Perez (2006, p.14):

Uma política de Turismo eficaz, que rentabilize os investimentos da iniciativa privada e aplique os recursos públicos onde for mais necessário, requer o conhecimento científico da realidade e a disponibilidade de informação de caráter prospectiva. Isso é especialmente importante no setor turístico, que se caracteriza por seu dinamismo, sazonalidade e interoperatividade com os outros setores produtivos.

Sendo assim, é relevante para o MTur que haja uma pesquisa que contemple as informações essenciais a respeito do tema, de modo a contextualizar a normalização, suas aplicações no turismo e discussões.

É importante, também, que os agentes públicos tenham subsídios para tomar decisões acertadas. A pesquisa turística, neste sentido, permite:

Entender os eventos que são produzidos pelo setor, internamente e em seu ambiente. Proporciona, portanto, informação para auxiliar as pessoas que têm papel decisório e os planejadores de políticas, para que entendam as

situações específicas em que o setor se envolve e para que se preparem para as mudanças requeridas. (PEREZ, 2006, p.5)

O presente trabalho mostra-se relevante para o MTur como forma de compilar as informações relativas ao tema proposto — que se encontram dispersas — e apresentar um estudo do comportamento e das tendências do turismo internacionalmente, como parâmetro para avaliar se as ações realizadas no Brasil no âmbito da normalização e da certificação têm seus objetivos traçados de modo a alcançar resultados relevantes para o país.

## **1.4 Objetivos da Pesquisa**

### 1.4.1 Objetivo geral

A pesquisa proposta tem por objetivo estudar as ações realizadas pelo MTur no âmbito da normalização e da certificação, utilizando experiências internacionais como parâmetro comparativo.

### 1.4.2 Objetivos específicos

- Apresentar o panorama da atual política de normalização e certificação no turismo, incluindo as diferentes abordagens e linhas de pensamento em debate e as escolhas feitas internacionalmente;
- Construir um entendimento teórico por meio de um levantamento das informações relevantes ao tema, tais como definições, principais entidades envolvidas e funções;
- Identificar as boas práticas em quatro países com qualidade reconhecida internacionalmente em normas e certificação no turismo — Costa Rica, Chile, Espanha e Nova Zelândia — e analisar suas principais características, com vistas a uma comparação com as ações brasileiras;
- Analisar as ações brasileiras em normalização e certificação no turismo, discutindo o direcionamento que tem sido dado.

## 1.5 Metodologia

Para construção desta pesquisa, foram adotados princípios e procedimentos metodológicos a fim de proporcionar organicidade e consistência ao seu desenvolvimento. Para tanto, foi realizado um estudo exploratório e de natureza qualitativa. Para a OMT “a pesquisa qualitativa é utilizada quando a informação disponível é pobre em dados, mas rica em descrições das variáveis e não é facilmente tratável com dados estatísticos”. (PEREZ, 2006 p.11). Portanto, foram empregados na pesquisa métodos qualitativos de coleta e análise de dados, com utilização de técnicas de pesquisa bibliográfica e análise documental.

A avaliação de natureza qualitativa foi escolhida por ser a mais apropriada para levantar os principais conceitos relacionados à normalização, bem como para possibilitar uma pesquisa exploratória com o intuito de identificar a relação do tema proposto ao turismo.

Trata-se de uma pesquisa descritiva e não experimental, pois apresenta estudo e descrição das características, propriedades e relações existentes na realidade pesquisada (RAMPAZZO, 2002). Além disso, é “o tipo de estudo mais adequado quando o pesquisador necessita obter melhor entendimento a respeito do comportamento de vários fatores e elementos que influem sobre determinados fenômenos” (OLIVEIRA, 2001, p.114).

### 1.5.1 Objeto

O objeto deste estudo é a normalização e a certificação do turismo no Brasil. Entretanto, para se estabelecer um parâmetro comparativo, foram estudadas também experiências internacionais de sucesso nesse setor.

### 1.5.2 Universo

O estudo abrange a política de normalização e certificação do MTur no Brasil desde sua criação em 2003 até o final de 2008. Foram pesquisados também quatro

países (Costa Rica, Chile, Espanha e Nova Zelândia) com o objetivo de se estabelecer um parâmetro de comparação com as ações de normalização e certificação do turismo no Brasil.

### 1.5.3 Coleta de dados

A coleta de dados foi realizada por meio de pesquisas e análise documental em duas fases distintas, uma centrada nos conceitos e discussões acadêmicas e a outra centrada na análise das experiências internacionais e do Brasil.

Na primeira fase foram estudados os debates acadêmicos da atualidade acerca do tema para identificar eventuais discussões internacionais realizadas acerca da normalização e da certificação. Por não haver literatura extensa sobre a normalização e a certificação do turismo, esta etapa foi realizada com base em artigos científicos.

Nesta fase foi realizada, ainda, uma pesquisa intensiva para a definição dos termos e dos procedimentos relacionados ao tema. Foram levantados os conceitos envolvidos e a forma como são aplicados no turismo. Esta foi considerada uma fase importante do trabalho, uma vez que não havia trabalhos que apresentassem as características da normalização e da certificação no âmbito do turismo. As informações encontravam-se difusas e em geral aplicadas a outras áreas de conhecimento.

Na segunda fase foram estudadas as experiências internacionais em normalização e certificação de quatro países<sup>3</sup>. A maior parte das informações foi obtida por meio de documentos oficiais, que representam as fontes primárias do trabalho, além de outras fontes de informação, tais como: artigos científicos, *websites* e participação em seminários.

Foi realizada, em seguida, uma pesquisa dentro do MTur, universo delimitado para este trabalho, para identificar as ações realizadas que visam o desenvolvimento das normas e certificações no Brasil. Para tanto, foram pesquisados os materiais

---

<sup>3</sup> De acordo com EcoBRASIL (2003, p.28), para se transformar um assunto da atualidade em tema científico, além de delimitar o âmbito geográfico e cronológico do trabalho é necessário construir uma tipologia. Para isso deve-se “indagar se todos esses tipos possuem características comuns que sirvam para definir um modelo abstrato...” ou se os aspectos observados cobrem “uma série multiforme de experiências muito diferentes”. Afirma ainda o autor que para construir uma tipologia fidedigna pode-se construir uma tabela que considere as características possíveis.

produzidos pelo próprio MTur (projetos, programas, publicações de material etc.), por meio dos quais foi possível identificar os principais objetivos da instituição e as ações realizadas para alcançá-los.

É importante ressaltar que o referencial bibliográfico relacionado à normalização é bastante extenso, embora não o sejam no que tange ao turismo e suas especificidades comerciais e competitivas. Nesse caso as informações, em sua maioria, encontram-se em *websites* das instituições envolvidas no setor e em materiais resultantes de fóruns e reuniões internacionais.

#### 1.5.4 Análise e interpretação dos dados

Após a coleta de dados, as informações obtidas foram ordenadas e organizadas possibilitando a realização de interpretações. Para isso, foi desenvolvido um quadro comparativo das experiências internacionais (*vide* Capítulo 4), objetivando uma melhor visualização das informações e uma interpretação sistematizada dos fenômenos estudados.

Este quadro foi desenvolvido servindo como um parâmetro para analisar as ações brasileiras, visando identificar a existência ou não de padrões aplicáveis a todos os casos. Foram identificadas diferenças e características em comum entre os países pesquisados.

Foi elaborado também, outro quadro em que foi estabelecida uma comparação entre as experiências internacionais e as ações brasileiras no que se refere a normalização e a certificação do turismo (*vide* Capítulo 5), com o objetivo de verificar se o Brasil tem se aproximado das tendências internacionais consideradas bem sucedidas. Entretanto, é importante ressaltar que não se trata de um estudo comparativo.

### 1.6 Estrutura da Dissertação

Este trabalho foi estruturado em sete capítulos. No capítulo 1 é apresentada a caracterização e contextualização da normalização e da certificação, o problema a



ser abordado, os objetivos da realização da pesquisa, as ferramentas utilizadas ao longo do trabalho e a estruturação da pesquisa.

O capítulo 2 apresenta o referencial teórico, com o objetivo de contextualizar o tema de estudo e identificar o rumo que têm tomado as principais discussões teóricas acerca da normalização e da certificação no turismo.

O capítulo 3 traz uma contextualização do tema da pesquisa e expõe o funcionamento da normalização e da certificação, as principais entidades envolvidas e suas funções. Foram abordados os seguintes aspectos: a normalização e a certificação, sua aplicação ao turismo e os principais conceitos utilizados no decorrer da pesquisa.

No capítulo 4 foram apresentadas as experiências em normalização e certificação de quatro países que se destacam no cenário internacional — Costa Rica, Chile, Espanha e Nova Zelândia — e um quadro comparativo apontando as principais características de cada país.

O capítulo 5 expõe a política adotada pelo Brasil para a normalização e a certificação do setor turístico, apresentando os programas e projetos realizados pelo MTur desde a sua criação em 2003 até o ano de 2008, bem como as prioridades que têm sido dadas atualmente.

No capítulo 6 contém uma comparação entre as experiências dos quatro países estudados e a experiência do Brasil. Entre os aspectos avaliados estão a entidade organizadora, as formas de incentivo utilizadas, a certificação ou não de pessoas, entre outros.

Finalmente, o último capítulo apresenta algumas considerações relevantes sobre o tema normalização e certificação do turismo, identifica questionamentos que possam ser objeto de pesquisas futuras, bem como algumas sugestões e principais conclusões.

## **CAPÍTULO 2**

### **CONTEXTUALIZAÇÃO (DOS PRESSUPOSTOS) DA NORMALIZAÇÃO E DA CERTIFICAÇÃO**

Este capítulo expõe as principais discussões teóricas acerca da normalização e da certificação no turismo. Nota-se que grande parte da literatura trata da normalização e, principalmente, da certificação do turismo sustentável. Desta forma, faz-se necessário apresentar um breve histórico da relação entre o turismo e a sustentabilidade, para posteriormente identificar a abordagem das normas e da certificação neste contexto.

É importante ressaltar que não é interesse deste trabalho discutir os conceitos de sustentabilidade, bastante debatidos no meio acadêmico, mas sim identificar de que modo essas discussões têm influenciado a forma de se pensar e estruturar o turismo, e, mais especificamente, a maneira como têm influenciado a questão da normalização e da certificação do turismo no Brasil.

#### **2.1 O Turismo e a Sustentabilidade**

A preocupação com o meio ambiente foi o fator que norteou as discussões relacionadas à sustentabilidade desde seu princípio, ganhando mais força no meio acadêmico a partir da década de sessenta. Entretanto, a abrangência do conceito de sustentabilidade foi aumentando gradativamente, passando a incluir, de forma especial a partir dos anos noventa, além do meio ambiente, aspectos econômicos e socioculturais. Foi neste período que a questão da sustentabilidade se aproximou com maior ênfase do setor turístico. (BRAMWELL e LANE, 1993; MOWFORTH e MUNT, 1998 apud SAARINEN, 2006).

Em seguida, a sustentabilidade no turismo começa a ter relevância na comercialização do setor. De acordo com um estudo realizado pelo MTur, entre 1998 e 2002, a respeito da Competitividade do Turismo Brasileiro, o tema

sustentabilidade no setor turístico surge juntamente com o discurso sobre a importância da realização de diagnósticos econômicos setoriais nacionais, os quais teriam o papel de nortear as negociações.

Com o intuito de direcionar as ações do turismo relacionadas à sustentabilidade, no ano de 2005 o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA) <sup>4</sup> e a Organização Mundial do Turismo (OMT) <sup>5</sup> publicaram seu conceito de Turismo Sustentável que se resume em uma forma de “turismo que considera plenamente seus impactos econômicos, sociais e ambientais atuais e futuros, atendendo às necessidades de visitantes, indústria, meio ambiente e sociedades anfitriãs” (tradução nossa) (UNEP e UNWTO, 2005, p. 12).

Os debates acerca do conceito de turismo sustentável ainda não se esgotaram, pois há também os aspectos, econômico e sociocultural, que constantemente são trazidos à tona por especialistas. Neste trabalho é interessante destacar a idéia da necessidade de sustentabilidade política no turismo, uma vez que a participação das comunidades locais, a qual envolve os conceitos de democratização e inclusão, seria um fator fundamental para a sustentabilidade turística de um destino (GUNN, 1994; HART, 1998; MURPHY, 1983; PIGRAM, 1990, SIMMONS, 1994 apud CHOI e SIRAKAYA, 2006).

No caso da normalização e da certificação no turismo, alguns especialistas apontam a importância da ampla participação, tanto no processo de elaboração das normas — que garantiria a criação de normas que refletissem as necessidades do setor — quanto nos debates sobre a melhor maneira de se promover a aplicação dessas normas, seja por meio da certificação ou não. Esta importância dada à participação da população, reconhecida pelos especialistas na área do turismo (*vide* Capítulo 5), vai ao encontro das idéias defendidas por Saarinen (2006), que considera este aspecto a terceira tradição nos discursos de turismo sustentável.

Sendo assim, neste estudo a palavra “sustentabilidade” será utilizada sempre em um sentido que abranja os aspectos de durabilidade e preocupação com os aspectos econômicos, sociais, ambientais e culturais, incluindo-se também a sustentabilidade política no sentido da participação da população nos processos de tomada de decisão e implementação de ações.

---

<sup>4</sup> Em inglês, UNEP – United Nations Environment Program.

<sup>5</sup> Em inglês, UNWTO – United Nations World Tourism Organization.

## 2.2 A Normalização e a Certificação do Turismo Sustentável

No início dos anos noventa, mais especificamente após a realização do movimento ECO 92, destacou-se a necessidade de se impor princípios de desenvolvimento sustentável por meio dos processos socioeconômicos em andamento, sendo o turismo considerado um desses processos com grande potencial para se alcançar os objetivos de sustentabilidade. (BERRY e LADKIN 1997; PIGRAM e WAHAB 1997 apud SAARINEN, 2006).

A Organização Mundial do Comércio (OMC) definiu, em 2002, o desenvolvimento sustentável no turismo como um processo de:

(a) Envolvimento das comunidades locais na concepção, desenvolvimento, aperfeiçoamento, gestão e preservação de todos os recursos utilizados em projetos de turismo, em particular recursos culturais e ambientais; (b) Implementação de padrões de qualidade e ambientais em concordância com as organizações internacionais relevantes para os projetos de turismo, em acordo com os requisitos do Artigo IV [Regulação Doméstica]; e (c) Alocação de renda do turismo para prevenir a degradação de recursos locais e para suprir as necessidades da oferta de serviços turísticos no futuro (OMC 2002 apud BENDELL e FONT, 2004, p. 141).

Existem outras definições similares, porém, por meio desta é possível perceber, em linhas gerais, determinadas diretrizes necessárias para se buscar a sustentabilidade em um destino turístico.

O pensamento de se estruturar o turismo sustentável através de critérios a serem seguidos — reflexão que mais tarde abriria espaço para se pensar em normalização e certificação — pode ser notado em alguns estudos, como no artigo *Beyond the Rhetoric of Sustainable Tourism* de Garrod e Fyall (1998), no qual se afirma que “para que o conceito de turismo sustentável seja aplicável é necessário instituir alguma forma de estrutura de mensuração, por meio da qual o progresso para alcançar o objetivo (...) seja avaliado”. (GARROD e FYALL, 1998, p. 205).

A literatura a respeito de normas e certificação no turismo é voltada em grande parte para a questão da certificação do turismo sustentável, sendo a palavra “sustentável”, frequentemente, focada no meio ambiente. Contudo, há discussões que podem ser trazidas a outros contextos dentro do turismo.

A atividade turística, assim como a sustentabilidade, é de complexa delimitação, o que dificulta qualquer tipo de estruturação e o estabelecimento de diferentes critérios e normas. Font (2002) alega que “devido às variadas definições

de sustentabilidade e ecoturismo, bem como as discordâncias sobre o que está dentro ou fora do turismo, esta é uma indústria difícil de regular”. (FONT, 2002, p.197).

Entretanto, nas últimas décadas o setor vinha sofrendo pressões para se inserir no contexto global de padronização. Na prática, cada país começou a se organizar de uma maneira, mas em diversos países o que ocorreu foi que cada subsetor do turismo começou a se organizar separadamente. Essa separação, se não for acompanhada de um planejamento, pode gerar medidas incompletas e ineficientes (SASIDHARAN et al., 2002 apud FONT e HARRIS, 2004), além de incoerentes entre si (TEPELUS e CÓRDOBA, 2005), pois sua delimitação é imprecisa por necessariamente lidarem com diversos interesses conflitantes.

De acordo com Bendell e Font (2004), a grande quantidade de programas e certificações voluntárias adotadas por empresas do setor seria a resposta lógica à pressão social, ao mesmo tempo em que evitaria uma interferência rígida do governo. Os autores também salientam que a pouca intervenção do governo nos mercados estaria sendo suprida por grupos ativistas da sociedade, os quais constroem suas próprias estruturas de regras para a economia global.

Essa resposta do empresariado foi considerada por alguns estudiosos como uma forma de aumentar a qualidade do setor turístico e, conseqüentemente, sua competitividade, além de estimular a adoção de medidas que contribuem para a sustentabilidade. (BUCKLEY, 2002; FONT, 2001; HONEY, 2002, UNEP 1998 apud FONT e HARRIS, 2004).

Bendell e Font (2004) apontam que as iniciativas de normalização e certificação estariam comumente direcionadas ao setor hoteleiro. Isso ocorre devido ao fato de o setor já ter alcançado certo nível de padronização. Ressaltam também que, de acordo com a OMT, a maioria dessas iniciativas está localizada na Europa.

Alguns estudos realizados no ano de 2005 mostram que as questões ambientais são as mais abordadas, havendo poucos países que focalizam a questão social — geralmente os países em desenvolvimento —, sendo que a maior parte abrange somente questões trabalhistas e deixam de lado os benefícios à comunidade e os impactos sociais. (FONT e HARRIS, 2004; TEPELUS e CÓRDOBA, 2005).

Uma das explicações para isso pode estar relacionada ao fato de que “critérios e avaliações com viés social ainda são considerados cientificamente

incertos e sem credibilidade” (SAIDHARAN et al., 2002, apud FONT e HARRIS, 2004, p. 991).

Esta visão tem se modificado nos últimos anos, sendo possível observar em diversos países, inclusive no Brasil, normas e iniciativas que têm se voltado cada vez mais às questões sociais. Vale ressaltar que aspectos como direitos humanos e a geração de oportunidades econômicas para pessoas com baixa renda foram postas em debate somente nos países em desenvolvimento. (FONT e HARRIS, 2004). Entretanto, ações de inclusão da população local, diminuição dos impactos sociais, entre outros fatores, são de difícil prática em qualquer país. Como exemplo é possível citar a geração de emprego, a gestão da oferta, o apoio aos produtores locais de alimentos e artesanato e o envolvimento da comunidade nas decisões e ações relacionadas ao turismo. (FONT e HARRIS, 2004). Além disso, geralmente esses requisitos deparam-se com interesses conflitantes, comumente dos setores econômico e político.

### 2.2.1 Sustentabilidade *versus* Competitividade

A busca por uma padronização com base em critérios fundamentados na sustentabilidade foi uma resposta a pressões, maiores ou menores de acordo com o país, de setores da sociedade para que se possa ter garantias mínimas de qualidade e para que fatores de sustentabilidade possam ser implementados em produtos e serviços.

Além da pressão social, essa busca por normas que prezem pela sustentabilidade passa a ser um fator competitivo. Isso ocorre porque a chegada de novos hotéis em um destino, por exemplo, poderá, dependendo das políticas de monitoramento ambiental implantadas localmente, aumentar ou reduzir o valor comercial do destino turístico como produto ao longo do tempo.

De acordo com o Ministério do Turismo (2007, p. 11), este “fenômeno é chamado de *paradoxo do desenvolvimento turístico, ou o paradoxo ambiental*”. Os investidores optam por destinos “paradisíacos”, mas, como consequência da falta de integração entre as políticas de turismo e de meio ambiente, a atividade turística acaba contribuindo para a degradação do destino, reduzindo o retorno do investimento realizado. Desta forma, a preocupação com a sustentabilidade,

ambiental ou não, passa a ser uma questão também econômica para os envolvidos, uma vez que se torna fator fundamental para a sobrevivência do local como destino turístico.

Font e Harris, (2004) chamam a atenção para o fato de que algumas normas podem prejudicar os países mais pobres, bem como os pequenos empreendimentos, devido ao custo existente para a implementação de determinados procedimentos, isso os traria desvantagens competitivas no mercado turístico.

De modo especial, os países em desenvolvimento, como o Brasil, necessitam incluir entre as negociações a delicada questão do desenvolvimento sustentável, pois algumas questões importantes ainda não foram estudadas pelos países negociadores, como, por exemplo, “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” (Ministério do Turismo, 2007, p.11).

De fato, há discordâncias quanto ao fato dos critérios de sustentabilidade funcionarem como barreiras ou como facilitadores. Barreiras comerciais para atividades ligadas ao setor de serviços, como o turismo, tendem a ser mais sutis que as barreiras para produtos físicos devido a sua intangibilidade, sendo que a legislação e as práticas administrativas seriam seus instrumentos-chave. (FAVED e FLETCHER, 2002 apud BENDELL e FONT, 2004).

Diversas empresas e organizações defendem que uma maior liberalização ajudaria a promover a sustentabilidade no turismo. (BENDELL e FONT, 2004). Outras argumentam que limitar a entrada de empresas estrangeiras — por meio de requisitos de cidadania, restrições quanto ao tamanho das empresas, limites de propriedades, entre outros — seria um mecanismo para assegurar a sustentabilidade de recursos locais. (WOODROFFLE, 2002 apud BENDELL e FONT, 2004).

Porém, esta é uma questão ainda muito debatida, já que existe uma diferença sutil entre permitir que se estabeleçam medidas necessárias para proteger o ambiente, incentivando o desenvolvimento sustentável, e usar a sustentabilidade como discurso para discriminar empresas estrangeiras. Além disso, acredita-se que disputas comerciais relacionadas a normas para o turismo sejam menos prováveis que em outros setores. (BUCKEY, 2002 apud BENDELL e FONT, 2004).

### **2.3 Alguns desafios da Implementação de Programas de Normalização e Certificação**

As iniciativas de cada subsetor do turismo, bem como a adoção de selos diferentes em cada país, foram surgindo com maior intensidade a partir da década de noventa, com o intuito de responder às pressões da sociedade e fornecer parâmetros a consumidores, investidores, setor público e empresários.

Font e Harris (2004) apontam que o objetivo geral é de que o selo seja reconhecido pelos consumidores e canais de distribuição, gerando um valor agregado, de modo a conduzir sua aceitação no mercado. No entanto, o objetivo de nortear a comercialização e os investimentos é dificultado pela enorme quantidade de certificados existentes.

Lübbert (2001 apud FONT, 2002, p. 197) salienta que “há uma grande quantidade de selos ambientais, com variações de qualidade, critérios, conteúdo e abrangência, o que causa confusão no consumidor a ponto de preferir ignorá-los”. Assim sendo, Garrod e Fyall (1998) afirmam que, ao invés de solucionar a questão da sustentabilidade, essa variedade de parâmetros pode acabar por banalizá-la.

De acordo com Bendell e Font (2004), a maioria dos programas de certificação tinha, em 2004, menos de dez anos de existência e a porcentagem de empresas de seus mercados-alvo certificadas era estimada em menos de 2%. Apesar do crescimento consistente nos primeiros anos de funcionamento, apenas 20% daqueles com 5 a 7 anos de existência registraram um aumento significativo no número de suas adesões a cada ano. Existem poucas empresas certificadas por programas e são, geralmente, de pequeno porte. Apenas um pequeno número de programas atinge mais de 5% das empresas de um subsetor do turismo em um dado destino.

Esse quadro, para comercializações de varejo, focadas em um público exigente e ambientalmente amigável, pode ser aceitável. Entretanto, para serviços que são consumidos no local onde são produzidos — muitas vezes em larga escala — e que, portanto, não podem ser transportados para os mercados exigentes, estes resultados não representam impactos significativos nos destinos.

A pouca adesão a esses programas de certificação demonstra que não há interesse por parte do empresariado do setor turístico, que não percebe vantagens em empenhar esforços na obtenção dos selos disponíveis. Para Bendell e Font,



(2004, p.144), “o pequeno porte dos programas vigentes sugere que eles criam práticas anti-competitivas, mas isso pode mudar caso estes programas cresçam”.

Normas que promovam melhorias na gestão, geralmente envolvendo ações de melhor aproveitamento dos recursos naturais e aumento de produtividade e eficiência — considerados *benefícios internos* —, tendem a atrair adesões em curto prazo. Porém, uma vez que a expertise foi absorvida e implementada, as empresas participantes necessitam de resultados palpáveis em termos de mercado consumidor — chamados de *benefícios externos* — para que não recuem (BENDELL e FONT, 2004).

Os benefícios internos são mais fáceis de ser comprovados e, no Brasil, vêm sendo percebidos pelas empresas que decidem por implementar as normas (*vide* Capítulo 5), mas os benefícios externos não são tão claros. Há informações confusas sobre a disposição dos consumidores em pagar maiores valores por “viagens sustentáveis” e, em outros setores, pesquisas mostraram que há diferença entre declarar que pagariam mais e de fato chegar a fazê-lo. (MIHALIC<sup>6</sup> 2001 apud BENDELL e FONT, 2004).

Todavia, pesquisas recentes mostram que este comportamento vem mudando. De acordo com uma pesquisa mundial da consultoria europeia TNS Sofres (MAMBRINI, 2009), 90% dos turistas optam por lugares que valorizam a preservação da natureza e o desenvolvimento social na hora de escolher seus destinos. Dos entrevistados, “69% concordam em pagar 30% a mais para garantir o desenvolvimento local e a preservação do meio ambiente”. (MAMBRINI, 2009).

Os dados desta pesquisa mostram somente a intenção do consumidor, porém, os empreendimentos que adotam práticas sustentáveis — que incluem, por exemplo, o aquecimento solar da água, o uso de alimentos locais, a reciclagem e a compostagem do lixo, a educação ambiental para a população da região e a recuperação de nascentes — percebem diferenças na rentabilidade de seus negócios. Isso ocorre porque “os chamados viajantes responsáveis gastam em média US\$ 104 por dia, contra US\$ 76 de um turista comum, de acordo com a Organização Mundial do Turismo” (MAMBRINI, 2009)<sup>6</sup>.

---

<sup>6</sup> MAMBRINI, Verônica. Férias verdes e luxuosas. **ISTO É Independente**, 28 abr. 2009. Disponível em: <<http://www.terra.com.br/istoe/edicoes/2059/ferias-verdes-e-luxuosas-132341-1.htm>> Acesso em: 11 jun. 2009.

Entretanto, há uma fragmentação excessiva no estabelecimento de parâmetros e selos. De acordo com Bendell e Font (2004), os consumidores que queiram consumir produtos responsáveis necessitam de uma sinalização confiável e simples, da mesma forma que os investidores que queiram apoiar empresas responsáveis precisam se apoiar em critérios consistentes.

De fato, devido à difícil definição de sustentabilidade e delimitação do campo do turismo, os aspectos a serem abordados para uma possível normalização do setor tornam pouco viável uma unificação. Sendo assim, diversos países adotaram a iniciativa de fragmentar a normalização, para atender às especificidades de cada subsetor, mas ao mesmo tempo buscar a unidade de normas para o mesmo subsetor (ao invés de várias normas, uma em cada região do país para o turismo de aventura, por exemplo) e a unidade visual para as certificações, de modo a facilitar a utilização desses parâmetros, especialmente para os consumidores.

## **2.4 A Função do Governo**

A partir do momento em que a utilização de normas no turismo foi se tornando um processo, que se ampliou de forma mais enfática na última década e muitas vezes sem a participação efetiva do setor público, o governo vem buscando identificar seu papel. Um dos motivos para isso é que a existência de normas pode competir ou complementar o trabalho regulatório do setor público. Bendell e Font (2004) explicam que a existência de uma norma pode influenciar em condenações ou em isenções de responsabilidades penais. Além disso, consumidores, membros de uma comunidade que se sintam lesados, ou até mesmo empresas podem utilizar normas como referência em ações judiciais.

Outro motivo é o interesse do governo em promover a qualidade dos produtos e serviços no país, para assegurar sua competitividade e resguardar os cidadãos de seus direitos como consumidor.

Por esta razão, a normalização e a certificação no turismo contam em grande parte com o apoio do setor público no sentido de promover a elaboração de normas por meio de um processo participativo, bem como no de implementar programas de certificação e facilitar a adesão de interessados. Bendell e Font (2004) estimam que, sem este apoio do governo, cerca de dois terços dos programas não sobreviveriam

e destacam o fato de que, na maioria das vezes, o setor público age da seguinte forma: realizando alterações na legislação, fornecendo incentivos (financeiros ou não), ou fazendo com que a certificação seja compulsória.

Com base no relatório da OMT de 2002, Bendell e Font (2004) apontam que o papel do governo tem sido o de promover incentivos. Vinte dos cinquenta e nove programas nesse relatório são liderados por agências do governo, e outros dezoito têm sua participação por meio de apoio financeiro direto, apoio de marketing, apoio especializado em elaboração de normas, procedimentos de avaliação, ou por meio de procedimentos de fiscalização acompanhando os organismos certificadores. As agências governamentais envolvidas geralmente incluem tanto o Ministério do Meio Ambiente (ou órgão equivalente) quanto os órgãos de turismo. O apoio financeiro se mostra crucial na metade dos programas, por isso são disponibilizados concessões e empréstimos.

A divulgação também é apontada como um dos principais incentivos às empresas. Cerca de 64% dos programas têm o envolvimento do governo na divulgação e orientação sobre as melhores práticas. Vários programas possuem apoio governamental por meio da inclusão dos empreendimentos em listagens de meios de hospedagem e em listagens de mercados preferenciais (como turismo ecológico). Os governos também promovem essas empresas em feiras de turismo e em *websites* oficiais dessa área. Segundo as estatísticas do *Scottish Tourism Board*, alguns programas alegam que os meios de hospedagem certificados apresentam taxas de ocupação até 10% maiores que as empresas não certificadas. (FONT e BUCKLEY, 2001 apud BENDELL e FONT, 2004).

Esses dados podem levar à conclusão de que o apoio promocional aos programas de certificação é um dos fatores que levam a essa taxa de ocupação mais alta, apesar de que a promoção preferencial é uma questão ainda em debate, com fortes argumentos contrários por parte das empresas que não têm condições de aderir em primeira instância, como é o caso das pequenas empresas de ecoturismo. (Bendell e Font 2004).

Além dos incentivos, os estudiosos apontam a necessidade de uma entidade gestora para o alinhamento dos objetivos do setor, bem como no auxílio à organização das ações. Este alinhamento exige esforços para se promover uma ampla participação dos atores envolvidos.

Todo o processo de mudança exige e implica uma capacidade e competências da entidade gestora para reunir e refletir em conjunto com autarquias, associações representativas, peritos e outros interessados no setor sobre o trabalho que há a desenvolver. (UNIVERSIDADE DO ALGARVE, 2001, p. 31).

A Comissão Europeia também destaca a importância da transparência e do diálogo ao longo do processo de elaboração e implementação das normas e das ações a serem desenvolvidas, assim como a necessidade de se desenvolver um consenso entre as partes interessadas. (Bendell e Font, 2004).

Marzano e Scott (2009), por outro lado, defendem que a literatura do turismo tende a romantizar as interações entre os atores envolvidos (*stakeholders*), muitas vezes considerados meramente em termos de unidade e colaboração, esquecendo-se de estudar de que forma eles utilizam o poder para atingir ou impor seus interesses.

No entanto, o processo de desenvolvimento e implementação de políticas públicas do turismo vem sendo debatido de forma mais intensa desde a última década devido à sua crescente complexidade e à proliferação de parcerias inter-setoriais. E, de acordo com Stevenson, Airley e Miller (2008), há um crescente número de pesquisas que apóiam a ideia da utilização de abordagens múltiplas para uma melhor compreensão da elaboração de políticas.

## **2.5 Considerações**

Há debates diversificados acerca da normalização e da certificação do turismo. São perceptíveis nos estudos os conflitos quanto aos limites da normalização, que necessariamente lidam com interesses conflitantes: para uns as normas devem ser exigentes quanto aos parâmetros de sustentabilidade e para outros essa exigência gera exclusão dos países e empresas que têm menos condições.

Existem também dúvidas no que se refere à geração de vantagens competitivas quanto ao reconhecimento dos certificados por parte dos consumidores, que ainda se encontram pouco informados a respeito das normas, além de confusos devido à quantidade de certificados existentes. Ao mesmo tempo,

os benefícios internos em uma empresa, gerados pela adequação às normas de procedimentos, indicam boa aceitação dos empresários, apesar de estarem difundidos em pequena parcela do mercado-alvo.

A importância do auxílio do governo parece ser um ponto pacífico para a sobrevivência dos programas de normalização e certificação, e pode-se dizer que há consenso quanto à necessidade de um ente que coordene as ações. Não há dúvidas quanto à diversidade de atores envolvidos, aspectos e interesses a serem considerados, o que dificulta a unificação das normas, por exemplo, mas existe a necessidade de que os esforços sejam coordenados para se evitar uma multiplicidade de normas e selos para um único subsetor e também para que as informações cheguem até o consumidor de forma unificada.

## CAPÍTULO 3

### PROCEDIMENTOS NECESSÁRIOS À NORMALIZAÇÃO E CERTIFICAÇÃO

O objetivo neste capítulo é refletir sobre o tema desta dissertação e descrever como ocorre o funcionamento da normalização e da certificação, destacando as principais entidades envolvidas nesse processo e suas funções. Serão apresentados os conceitos de normalização e certificação, bem como sua aplicação no turismo.

#### 3.1 Definições conceituais e referências

##### 3.1.1 Normas

As normas começaram a se fazer necessárias no período da revolução industrial para que a comercialização de produtos pudesse se expandir. A padronização tornou possível a compatibilidade de peças e bens que seriam largamente comercializados. Com o passar do tempo, sua criação passou a ser garantia de aceitação no mercado e de qualidade, pois elas tendem a ser periodicamente aprimoradas de modo a otimizar a qualidade dos produtos e serviços.

A criação da *International Organization for Standardization* (ISO) no ano de 1947, certamente foi um marco na organização dos trabalhos que visam alcançar um consenso em soluções que satisfaçam tanto a indústria quanto a sociedade, uma vez que as normas, atualmente, proporcionam uma linguagem tecnológica comum entre provedores e clientes. Esta linguagem por sua vez, facilita o comércio e a transferência de conhecimento. (Rica, 2008).

De acordo com a ISO, as normas constituem-se em:

Documento, estabelecido por consenso e aprovado por um organismo reconhecido, que fornece, para um uso comum e repetitivo, regras, diretrizes ou características para atividades ou seus resultados, visando à obtenção de um grau ótimo de ordenação em um dado contexto.<sup>7</sup>

As normas devem fundamentar-se nos resultados consolidados da ciência, da tecnologia, da experiência, e devem buscar a promoção de benefícios ótimos para todos. (RICA, 2008).

Vale ressaltar que a palavra “norma” pode transmitir uma idéia de “regra que se deve seguir” e, por isso, muitas vezes existe a compreensão errônea de que uma norma tem a validade de uma regulamentação ou legislação. Porém, as normas são voluntárias e somente as autoridades reguladoras podem decidir sobre a utilização ou não delas para o apoio de sua regulamentação técnica. Os organismos de normalização não têm essa competência.

### 3.1.1.1 Norma *versus* Regulamento

Frequentemente a idéia de norma é confundida com a de regulamento. Entretanto, existem diferenças conceituais categóricas que permitem estabelecer uma diferenciação entre elas. Enquanto as normas têm caráter voluntário, o regulamento é um “documento que contém regras de caráter obrigatório e que é adotado por uma autoridade”. (ABNT, 2008)<sup>8</sup>.

Há situações em que um regulamento em dado momento necessita de parâmetros, valores, medidas ou informações extras para sua eficácia e cumprimento, diante disso resolve-se citar, dentro do corpo deste regulamento, uma norma que contenha tais parâmetros. A partir desse momento a adoção da norma citada passa a ter caráter compulsório. Contudo, é importante ressaltar que a norma citada não se transforma em regulamento, ela continua sendo uma norma dentro dele, mas sua adoção passa a ser compulsória, já que, para que o regulamento seja cumprido, suas especificações estarão num documento extra que é a norma citada. (VIEIRA, 2009).

---

<sup>7</sup> ISO/IEC Guia 2:1996, ISO/IEC Diretivas, Parte 2: 2001

<sup>8</sup> ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS (ABNT). Disponível em: <<http://www.abnt.com.br/default.asp?resolucao=1024X768>> Acesso em: 21 nov. 2008.

### 3.1.2 Normalização

De acordo com a ABNT (2009), a normalização é uma atividade que estabelece, em relação a problemas existentes ou potenciais, prescrições destinadas à utilização comum e repetitiva com vistas à obtenção do grau ótimo de ordem em um dado contexto<sup>9</sup>.

A organização de um setor por meio de normas representa uma significativa contribuição em relação a diversos aspectos da vida cotidiana. Elas apresentam as características desejadas em determinados produtos e serviços tais como: qualidade, responsabilidade ambiental, segurança, confiabilidade e eficiência.

Se os produtos e serviços correspondem às expectativas dos consumidores, há uma tendência a não se perceber a importância das normas. No entanto, quando os padrões não se encontram tal como são desejados, rapidamente se percebe sua pouca qualidade, sua inadequação, sua incompatibilidade com os equipamentos já existentes, sua falta de segurança entre outros aspectos. Geralmente, quando os produtos, sistemas, equipamentos e dispositivos funcionam bem e com segurança, é porque estão de acordo com as normas.

Quando a maior parte dos produtos e serviços de uma determinada atividade está em conformidade com Normas Internacionais, pode-se dizer que existe uma normalização em escala industrial. Os *stakeholders* de cada área de interesse chegam a um consenso sobre as especificações e critérios a serem aplicados na classificação de materiais que se resumem em produtos manufaturados e oferta de produtos, testes e análises, terminologias e oferta de serviços. Assim, as Normas Internacionais fornecem uma estrutura ou “linguagem tecnológica comum” que serve como referência entre os fornecedores e seus clientes. Isso facilita a comercialização e a transferência de tecnologia entre as empresas e países.

De acordo com a ABNT (2009), a normalização é relevante para a qualidade e a comercialização de bens e serviços, pois concentra esforços no sentido de desenvolver, manufaturar e ofertar produtos e serviços com maior segurança e eficiência; facilitar o comércio entre os países, tornando-o mais justo; fornecer aos governos as bases técnicas para saúde, segurança e legislação ambiental;

---

<sup>9</sup> De acordo com a ISO: “La normalización es el proceso por el cual se acuerdan soluciones para problemas o situaciones repetidas con el objetivo de alcanzar un óptimo grado de orden en un contexto dado” (ISO/IEC Guía 22004).



compartilhar avanços tecnológicos e boas práticas de gestão; disseminar as inovações; salvaguardar os consumidores dos produtos e serviços e fornecer soluções a problemas comuns, facilitando assim a vida das pessoas.

É facilmente perceptível a ligação da normalização com o turismo na medida em que se analisam os benefícios esperados pela utilização das normas. Segundo a ABNT (2008) <sup>10</sup>,

**Economia:** Proporcionar a redução da crescente variedade de produtos e procedimentos;

**Comunicação:** Proporcionar meios mais eficientes na troca de informação entre o fabricante e o cliente, melhorando a confiabilidade das relações comerciais e de serviços;

**Segurança:** Proteger a vida humana e a saúde;

**Proteção do Consumidor:** Prover a sociedade de meios eficazes para aferir a qualidade dos produtos;

**Eliminação de Barreiras Técnicas e Comerciais:** Evitar a existência de regulamentos conflitantes sobre produtos e serviços em diferentes países, facilitando assim, o intercâmbio comercial.

A essas expectativas é possível acrescentar, também para o turismo, a questão da sustentabilidade. As normas elaboradas podem contribuir para uma melhor sustentabilidade ambiental, social, econômica, entre outros, o que é uma tarefa complexa devido ao grande número de elementos a serem considerados.

No atual cenário econômico de competitividade acirrada no mercado turístico, as empresas dependem de sua capacidade de incorporação de novas tecnologias de produtos, processos e serviços. A competição internacional entre as empresas eliminou as tradicionais vantagens baseadas no uso de fatores abundantes e de baixo custo e a preocupação com a sustentabilidade, em seus diversos aspectos, vem tomando importância crescente.

Existe a preocupação de que as normas não se tornem obsoletas e, por isso, são periodicamente revisadas como forma de assegurar que as soluções propostas estejam de acordo com a realidade de cada momento (RICA, 2008). Por isso, a aplicação das normas é um aspecto que vem sendo cada vez mais considerado — atualmente de forma mais intensa no mercado internacional — para a competitividade de um serviço ou até mesmo de um destino, como mostra a Figura 3.1.

---

<sup>10</sup> ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS (ABNT). Disponível em: <<http://www.abnt.com.br/default.asp?resolucao=1024X768>> Acesso em: 21 nov. 2008.



Figura 3.1 – Ciclo de Competitividade  
Fonte: ABNT, FOMIN, BID, 2006

Neste contexto, a normalização também é utilizada, cada vez mais, como um meio para se alcançar a redução de custo da produção e do produto final, mantendo ou melhorando sua qualidade de acordo com as expectativas mais atuais do mercado e contribuindo para uma maior competitividade dos produtos, serviços ou destinos.

### 3.1.3 Normalização *Versus* Normatização

Comumente o termo “normatização” é encontrado em *websites*, seminários e textos relacionados à criação de normas, o que pode gerar dúvidas quanto ao uso mais apropriado da palavra para o contexto dessa dissertação.

Embora o sistema lingüístico da língua portuguesa permita o registro dos dois vocábulos, “normalização” e “normatização”, essa última ainda não consta no Vocabulário Ortográfico da Língua Portuguesa, da Academia Brasileira de Letras.

Determinadas palavras possuem um significado geral e, às vezes, um significado específico diferente. No entanto, a terminologia técnica utiliza apenas a palavra “normalização”, embora o termo normatização já tenha adquirido uso freqüente entre profissionais de diversas áreas.

Além disso, uma pesquisa mais detalhada mostra que a palavra “normalização” é também adotada pelos organismos de normalização do mundo todo e tem seu uso consagrado no Brasil há mais de 60 anos. Sua grafia na língua portuguesa segue o mesmo padrão de outras línguas latinas como italiano

(normalizzazione), espanhol (normalización), francês (normalisation), além do alemão (normalisierung).

A ABNT adota a palavra “normalização” por considerá-la como o termo que melhor se enquadra na tarefa exercida, de acordo com aquela que se encontra no Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa, que define “normalizar” como “estabelecer norma(s) para normatizar, padronizar, uniformizar”.

Sendo assim, neste trabalho será utilizado o termo “normalização”, devido a sua definição e também por ser o mais apropriado na visão dos organismos relacionados ao tema proposto.

### 3.2 Processo de Normalização Internacional e o Comitê Técnico de Turismo e Serviços Relacionados (TC 228)

A normalização internacional segue rigoroso cronograma de procedimentos. As normas criadas internacionalmente não geram obrigatoriedade nos países, no entanto, podem tornar-se referência para outras normas ou para questões comerciais e, por isso, não podem ser ignoradas. Da mesma forma, as normas internacionais podem tomar como base normas nacionais, regionais ou locais as quais o grupo de estudo estruturado julgar convenientes.

A partir da Figura 3.2, é possível visualizar como ocorre a elaboração de uma norma.

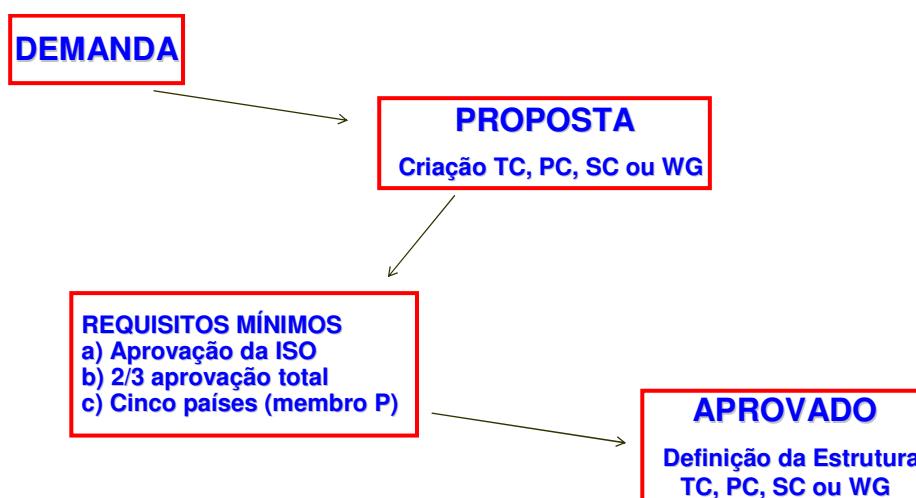


Figura 3.2 - Processo de elaboração de uma norma  
Fonte: VIEIRA, 2009

Conforme apresentado na Figura exposta acima, para que sejam elaboradas normas em determinado assunto é necessário que surja uma demanda por parte de especialistas, de algum Organismo Nacional de Normalização (ONN), do setor etc. No caso do turismo, especialistas da Espanha — por meio da Associação Espanhola de Normalização e Certificação (AENOR) — e da Tunísia — por meio do Instituto Nacional da Normalização e da Propriedade Intelectual (INNORPI) — identificaram a demanda pela criação de uma estrutura de estudo na ISO para elaboração de normas internacionais sobre turismo e assuntos relacionados.

Depois de identificada uma demanda, a ISO analisa dois aspectos: o primeiro é a pertinência do assunto e o segundo é a existência de outros grupos que estejam debatendo o assunto, para que se possa alinhar as ações, caso já existam.

Passada esta fase, ocorre uma análise da abrangência do projeto para que se faça uma proposta de criação de estrutura de estudo<sup>11</sup>. No caso do turismo, a AENOR e o INNORPI formalizaram a proposta de criação de uma estrutura de estudo e circularam, em busca de aprovação, entre todos os países membros da ISO. A proposta deve receber aprovação de 2/3 dos países membros da ISO e confirmação de que pelo menos cinco países se comprometem a participar como membro P (Participante).

No caso da AENOR e do INNORPI a proposta foi aprovada, o que mostra o reconhecimento dos países quanto às novas exigências do mercado e à necessidade de se criar um comitê que cuide exclusivamente das normas para o turismo. E seguindo estes procedimentos foi criado o Comitê Técnico TC 228 - “Turismo e Serviços Relacionados”-, no ano de 2005, o qual apresenta por escopo:

Normalização da terminologia e especificações de serviços oferecidos pelos provedores de serviços turísticos, incluindo atividades relacionadas, destinos turísticos, requisitos das instalações e equipamentos usados por eles, para prover os turistas, fornecedores e consumidores com critérios para tomada de decisões<sup>12</sup>.

Deste Comitê Técnico fazem parte 64 países, sendo que 53 são membros P (participantes com direito a voto) e 11 são membros O (observadores, sem direito a

---

<sup>11</sup> Os estudos podem ser estruturados como: TC (Comitê Técnico); PC (Projeto de Comitê); SC (Subcomitê); ou WG (Grupo de Trabalho), de acordo com a abrangência dos estudos.

<sup>12</sup> Disponível em: <[www.iso.org](http://www.iso.org)> Acesso em: 24 jan. 2009.

voto). Esta opção é feita por cada país no momento de sua adesão. A OMT participa como ouvinte deste Comitê e apóia os processos de normalização.

O tema Turismo de Aventura é objeto de discussão no TC 228, devido à demanda de seus membros, havendo a possibilidade do Brasil se apresentar como protagonista neste aspecto, considerando todo o esforço que vem sendo feito para desenvolver normas técnicas para este segmento no país. Para isso, de acordo com o Ministério do Turismo, o Brasil já foi consultado para apresentação de proposta, havendo também articulações com outros organismos de normalização.

Tendo em vista que os posicionamentos nas reuniões são nacionais e não individuais, tornam-se necessárias reuniões preparatórias em nível interno, para que os assuntos sejam amplamente discutidos e o posicionamento mais adequado para o país seja levado e defendido pela delegação que o representará.

Isso ressalta mais uma vez uma característica marcante do processo de normalização, que é a participação de todos os envolvidos, com amplos debates, para que as normas de fato correspondam a referências concretas de características e procedimentos no universo em que estão inseridas.

A criação de normas deve ser sempre imparcial, uma vez que a imparcialidade é de interesse geral e, portanto, defendida por todos. No entanto, de acordo com os especialistas, durante as reuniões para elaboração de normas as negociações são bastante duras, uma vez que interesses comerciais estão em jogo. (VIEIRA, 2009).

Desta forma, ocorrem casos em que um país pode não ter interesse no estabelecimento de certos requisitos que podem prejudicar seu país, como exigências quanto à sustentabilidade ambiental que demandem tecnologias muito dispendiosas.

Esses impasses são resolvidos com muito debate e podem não ser solucionados, mas a abertura que, de fato, é dada na normalização internacional, permite que todos tenham ao menos a possibilidade de colocar seus interesses em discussão.

### 3.3 Normalização no Mercosul e o Comitê Setorial Mercosul de Turismo (CSM 23)

No âmbito do Mercosul existe a Associação Mercosul de Normalização (AMN), único organismo responsável pela gestão da normalização no âmbito do Mercosul. A AMN tem por finalidade a promoção do desenvolvimento da normalização em seus países membros em benefício da integração e cooperação entre eles e busca harmonizar as normas de seus países-membros, conforme demonstrado na Figura 3.3 a seguir. Dentro da AMN, o Brasil, representado pela ABNT, não só participa como membro nas reuniões do Comitê Setorial Mercosul de Turismo (CSM 23), como também possui a coordenação do Comitê.

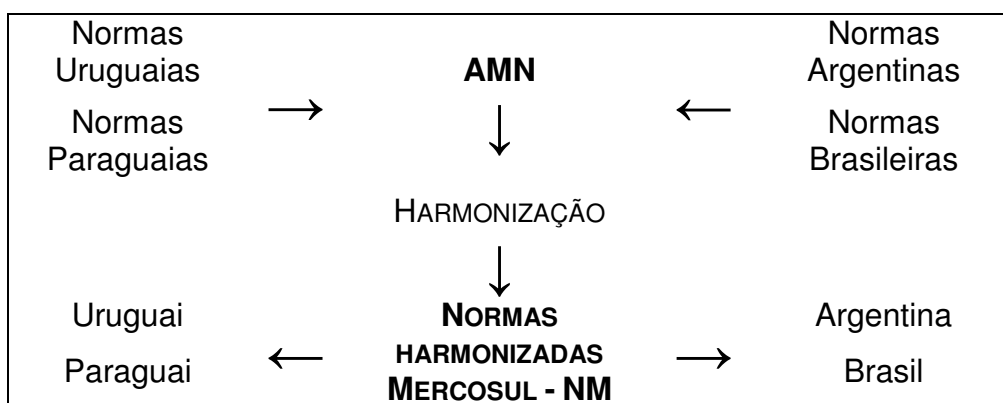


Figura 3.3 – Harmonização das normas técnicas dos países do Mercosul  
Fonte: CNI, 2009

O CSM 23 busca estabelecer programas de normalização do setor para posterior aprovação da AMN. O seu campo de atuação é a “Normalização no campo do Turismo, incluindo a normalização de ocupações e competências de pessoal, produtos e serviços específicos do setor de Turismo” (AMN, 2009) <sup>13</sup>. Este comitê setorial possuía, até o período contemplado por esta pesquisa, quatro projetos de normas em seu campo de trabalho, quais sejam:

- Guía para la interpretación de la norma ISO 9001:2000 en servicios turísticos;
- Gestión de la calidad, la seguridad y ambiental en balnearios – Requisitos;
- Segurança de alimentos - Manipulador que atua em estabelecimento de serviço de alimentação no setor de turismo;

<sup>13</sup> AMN. Disponível em: <[www.amn.org.br](http://www.amn.org.br)> Acesso em: 09 fev. 2009.

- Segurança de Alimentos para Supervisor que atua em estabelecimento de serviços de alimentação do setor de turismo.

Destes projetos, os dois últimos utilizam como base as normas brasileiras já consolidadas nacionalmente. Isso mostra que a união de países de forma regional tem o intuito de intercambiar os avanços nas normas e aproximar seus produtos e serviços a fim de que possam utilizar uma linguagem única e diminuir as barreiras existentes.

As normas Mercosul, uma vez aprovadas, são automaticamente adotadas como normas nacionais pelos seus membros, ou seja, se tornam normas brasileiras (NBR), substituindo e cancelando eventuais NBRs conflitantes na época da sua adoção. Essas normas adotadas como normas brasileiras são identificadas pela sigla NBR NM<sup>14</sup> (CNI, 2009).

### **3.4 Processo de Normalização Nacional e o Comitê Brasileiro de Normalização em Turismo (CB 54)**

O processo de normalização no Brasil apresenta como princípio a necessidade de ser democrático e participativo, isto é, envolver as diversas partes interessadas, tais como fornecedores, produtores, consumidores, institutos de pesquisa, governo, dentre outros. Esses atores deverão participar da criação das normas, que serão baseadas em consenso, após ampla discussão.

A criação de uma norma, por sua vez, deve partir de uma demanda da sociedade e não ser imposta pelo organismo normalizador. A partir disso, é criado um Comitê Técnico, os chamados TCs, que são os órgãos de trabalho responsáveis pela elaboração das normas e outros documentos normativos. (Rica, 2008).

Os Comitês Técnicos podem ser subdivididos em Subcomitês (SCs) e Grupos de Trabalho (WGs), de acordo com a especificidade de cada demanda. Após cumprirem as etapas de pesquisa e de elaboração de um projeto de norma, a proposta é apresentada à sociedade por meio de uma consulta nacional, período em que as normas ficam disponíveis para apreciação e questionamento de todos os interessados.

---

<sup>14</sup> Esta é a forma como as normas são citadas: NBR (Norma Brasileira) NM (Norma Mercosul).

Após a consulta nacional, os resultados são avaliados. Se o projeto for aprovado é convertido em norma, caso contrário é reformulado e passa por nova consulta nacional. Esta situação vai ao encontro de uma das principais características da normalização, a necessidade de consenso.

Por meio da visualização da Figura 3.4, podem ser contempladas as etapas da elaboração de uma norma no Brasil.



Figura 3.4 – Etapas da elaboração de uma norma no Brasil  
Fonte: ABNT, 2009

Diante do exposto, identificam-se os seguintes itens de elaboração:

- Demanda: trata-se da necessidade da normalização de determinado tema, manifestada à ABNT por qualquer interessado (representante do governo, setor produtivo, consumidores, entre outros);
- Programa de Normalização: é a relação de temas previstos a serem normalizados pelo Comitê Técnico. Manifestada a demanda, o tema é encaminhado ao Comitê Técnico responsável, onde será exposto aos diversos setores envolvidos. Após consenso quanto à necessidade da normalização e sua prioridade, o tema é inserido no Programa de Normalização do Comitê Técnico relacionado;



- **Elaboração do Projeto de Norma:** é o processo no qual a Comissão de Estudo é formada, composta por representantes das partes interessadas. A Comissão possui a responsabilidade de desenvolver, por consenso, o texto a ser submetido à Consulta Nacional;
- **Consulta Nacional:** trata-se do processo em que o Projeto de Norma, elaborado pela Comissão de Estudo, é submetido à apreciação da sociedade. Durante este processo, qualquer interessado pode se manifestar, sem qualquer ônus, a fim de recomendar à Comissão de Estudo autora sua aprovação tal como apresentado, sua aprovação com sugestões ao texto ou sua não aprovação, devendo apresentar as objeções técnicas que justifiquem sua manifestação;
- **Análise do Resultado da Consulta Nacional:** esta é a fase em que a Comissão de Estudo autora do Projeto de Norma submetido à Consulta Nacional se reúne, com a participação de todos os interessados que se manifestem durante o processo de Consulta, a fim de deliberarem, por consenso, se este Projeto de Norma deve ser aprovado como Norma Brasileira. Caso o projeto seja alterado tecnicamente como resultado das sugestões ou objeções técnicas oriundas da Consulta Nacional, a Comissão deve submetê-lo a nova Consulta Nacional como 2º Projeto de Norma. Caso o projeto receba objeções técnicas que justifiquem que o tema proposto ainda não possui o consenso necessário para sua aprovação como Norma Brasileira, a Comissão de Estudo autora poderá solicitar seu cancelamento junto a ABNT (ABNT, 2009).

No ano de 2002 a ABNT criou o Comitê Brasileiro de Normalização em Turismo (CB 54), que se constitui como o órgão de planejamento, coordenação e controle das normas relacionadas ao turismo. O CB 54 é o responsável pela normalização da hotelaria, de restaurantes e refeições coletivas, do agenciamento e operação de turismo, além da normalização de ocupações e competências de pessoal, produtos e serviços específicos desse setor. Também é sua responsabilidade a elaboração de normas de terminologia para as ocupações e competências de atividades do turismo. (ABNT/CB 54, 2009). Até o ano de 2008, período de realização desta dissertação, existiam dezoito Comissões de Estudo no CB 54 no campo do turismo.

Os procedimentos adotados pela ABNT para elaboração das normas já são consolidados e na prática vêm possibilitando a criação de normas com padrão de

excelência. Exemplo disso é o processo de normalização para o Turismo de Aventura, que teve efetiva participação dos interessados, gerando normas que têm sido utilizadas como base para a criação de normas regionais e internacionais.

### **3.5 Entidades Envolvidas na Normalização e na Certificação do Turismo no Brasil**

Diversas entidades participam de alguma forma dos processos de normalização e certificação. Para efeitos deste trabalho, serão tratadas somente aquelas com relevância para a compreensão dos objetivos estabelecidos e que estão envolvidas de alguma forma com a normalização e a certificação do turismo no Brasil: ISO, ABNT, INMETRO e os organismos certificadores.

#### *3.5.1 International Organization for Standardization (ISO)*

No ano de 1946, em uma reunião realizada em Londres, com a presença de delegações de 25 países, foi decidida a criação de uma nova organização internacional que teria por objetivo a facilitação da coordenação e unificação internacional dos padrões industriais. Esta nova organização, denominada como ISO, iniciou seus trabalhos oficialmente em 23 de fevereiro de 1947 em Genebra na Suíça. Atualmente, se constitui em uma rede de institutos de normalização nacionais de 157 países, possuindo um membro por país, com o Secretariado Central situado em Genova, na Suíça.

Em geral, acredita-se que a sigla ISO venha da nomenclatura “*International Organization for Standardization*”. No entanto, o termo ISO é de origem grega, “*isos*” que significa “igual”. Desta forma, o nome mantém-se o mesmo em todos os países, reafirmando o ideal de igualdade da instituição.

A ISO é uma organização não-governamental que, ao contrário do sistema das Nações Unidas, não possui membros de delegações de governos nacionais. Entretanto, ocupa uma posição importante entre os setores público e privado, já que muitos de seus institutos-membros são partes da estrutura governamental de seus países, ou são dirigidos por seus governos, ao mesmo tempo em que alguns

membros têm suas raízes no setor privado, e foram fundados por parcerias nacionais de associações de indústrias.

Sendo assim, a ISO possui a capacidade de agir como uma organização que une os setores público e privado e promove o consenso na busca de soluções que favoreçam tanto os interesses do mercado quanto as necessidades da sociedade.

Atualmente, é a organização que mais desenvolve e publica normas internacionais, possuindo mais de 16.500 padrões internacionais e outros tipos de documentos normativos em seu portfólio atual. O seu programa de trabalho abrange desde padrões para atividades tradicionais, como agricultura e construção, engenharia mecânica e manufatura e distribuição, até transporte, aparelhos médicos, tecnologias da informação e de comunicação e também normas para boas práticas de gestão e diversos tipos de serviços.

Especificamente para o turismo, a ISO apresenta, por meio do TC 228, a norma ISO 18513:2003, que trata da terminologia dos serviços turísticos — notadamente hotéis e outros tipos de acomodação —, definindo a terminologia utilizada no setor. Além dela, existem outras seis normas relacionadas ao turismo, sendo todas a respeito dos requisitos mínimos de segurança no treinamento de mergulhadores.

Os membros da ISO são os Institutos de Normalização nacionais com maior representatividade em seus países, sendo estabelecido apenas um membro por país. Cada “membro efetivo” tem direito a um voto, independentemente da dimensão e da força econômica de seu país. Os “membros correspondentes” pagam taxas reduzidas e podem participar de qualquer corpo técnico como observadores, sem direito a voto. Os “membros assinantes” também pagam taxas reduzidas e são institutos de países com uma economia de pequena representação, mas que querem manter contato com a normalização internacional.

Todas as decisões estratégicas são reportadas aos seus membros, que se reúnem em Assembléia Geral anualmente. As propostas submetidas a eles são desenvolvidas pelo Conselho ISO, que se assemelha a uma comissão de diretores de uma empresa, e extraídas dos membros como um todo. Esse conselho se reúne duas vezes ao ano e seus participantes são rotativos, para que seja assegurada a representatividade dos países e instituições.

A ISO faz parceria com a Organização Mundial do Comércio (OMC), cujos trabalhos contribuem com a redução de barreiras técnicas no comércio. Além disso,

seus comitês técnicos atuam em cooperação com mais de 600 organizações internacionais e regionais.

Muitos dos membros da ISO pertencem a organizações regionais de normalização reconhecidas, que representam a África, os países Árabes, a região do *Commonwealth* dos Estados Independentes, a Europa, a América Latina, a região do Pacífico e os países do sudeste da Ásia. Estes parceiros regionais (*vide* Apêndice A) se comprometem a adotar os padrões da ISO como padrões nacionais.

### 3.5.2 Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT)

A Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) foi criada em 1940 sendo estabelecida como uma organização sem fins lucrativos visando à preparação de normas nacionais. Em 1962, a Lei Federal n.º. 4.150 deu à ABNT o status de Organização de Utilidade Pública. Mais tarde, em 1973, a lei 5.966 criou o Sistema Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial e em 1992 a ABNT foi declarada o único Fórum Nacional de Normalização, sendo responsável pelo gerenciamento do Processo Brasileiro de Normalização.

A ABNT é um membro fundador da ISO, contribuiu na fundação da Comissão Panamericana de Normas Técnicas (COPANT) e tem participado da estruturação da Associação Mercosul de Normalização (AMN), sendo responsável pelo Secretariado Executivo.

Além disso, a ABNT tem trabalhado ativamente na certificação de produtos desde 1950 e vem desenvolvendo diferentes programas com o objetivo de suprir as necessidades das empresas brasileiras. A ABNT estabelece e gerencia as características de conformidade com as normas aplicadas em esquemas de certificação de produtos de forma compulsória ou voluntária.

### 3.5.3 Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (INMETRO)

O Instituto Nacional da Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (INMETRO) é uma autarquia federal, vinculada ao Ministério do Desenvolvimento,

Indústria e Comércio Exterior. Foi criado no ano de 1973 e tem por objetivo “fortalecer as empresas nacionais, aumentando a sua produtividade por meio da adoção de mecanismos destinados à melhoria da qualidade de produtos e serviços” (INMETRO, 2009) <sup>15</sup>.

O Brasil segue o exemplo dos sistemas internacionais mais modernos, em que somente um organismo credenciador por país ou economia é reconhecido e há uma clara separação entre as atividades de certificação e de acreditação.

O INMETRO é o único organismo de acreditação do SINMETRO<sup>16</sup>, além de ser o responsável pelo reconhecimento internacional do Sistema Brasileiro de Certificação (SBC). Algumas de suas funções e responsabilidades são descritas a seguir.

- Tomar como referência os princípios e políticas adotados no âmbito do SBC, os guias ABNT ISO/IEC e outros documentos elaborados pelos foros regionais e internacionais, para harmonizar o seu processo de acreditação com o de outras economias.
- Representar o SBC nos foros nacionais, regionais e internacionais, visando o reconhecimento internacional do sistema;
- Adotar princípios, implementar políticas, estabelecer critérios e preparar os documentos necessários à acreditação dos organismos de certificação de produtos, sistemas, serviços, pessoas e de organismos de treinamento, no âmbito do SBC;
- Conceder, manter, reduzir, suspender e cancelar a acreditação de organismos de certificação, no âmbito do SBC;
- Articular, com os demais órgãos públicos, as ações que garantam o efetivo cumprimento da certificação compulsória. (INMETRO, 2009):

Ao INMETRO cabe a tarefa de harmonizar os diferentes interesses dos diversos segmentos da sociedade. Por esse motivo, os estudos de viabilidade técnica realizados, o desenvolvimento, a implementação e o acompanhamento das avaliações devem ser conduzidos de modo a assegurar a credibilidade dos programas.

Pode-se dizer que o instituto vem conquistando certa confiabilidade ao longo de sua existência, como demonstra sua credibilidade junto aos organismos

---

<sup>15</sup> INMETRO. Disponível em: <<http://www.inmetro.gov.br/credenciamento/>> Acesso em: 26 jan. 2009.

<sup>16</sup> Sinmetro - Sistema Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial.

internacionais e aos consumidores brasileiros. Segundo pesquisa do IBOPE realizada em 2005, 62% da população o conhecem, 86% dos que conhecem confiam e 85% utilizam as informações fornecidas por ele para suas decisões de compra.

#### 3.5.4 Organismos certificadores

A acreditação dos organismos certificadores é um processo voluntário. Até o período compreendido por este trabalho o INMETRO acreditou uma empresa para o turismo e outras duas empresas estavam passando por esse processo. A empresa acreditada foi a Falcão Bauer<sup>17</sup>, em março de 2009. É importante salientar que a atuação desses organismos não foi relevante devido ao estágio inicial em que se encontram.

### 3.6 Certificação

A certificação é uma forma de assegurar ao consumidor de que um determinado produto ou serviço obedece a regras mínimas de qualidade e de que possui características que espera encontrar.

Segundo a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA), a certificação é um:

Conjunto de atividades desenvolvidas por organismo independente da relação comercial, com o objetivo de atestar publicamente, por escrito, que determinado produto, processo ou serviço está em conformidade com os requisitos especificados. (EMBRAPA, 2009)<sup>18</sup>

Nesse sentido, a certificação é uma ferramenta para que o consumidor tenha a confiança de que o produto ou serviço passou por uma avaliação realizada por um organismo independente, além de aumentar a liberdade de escolha e fomentar um mercado não só livre, mas também confiável.

---

<sup>17</sup> Instituto Falcão Bauer da Qualidade.

<sup>18</sup> Disponível em:

<<http://sistemasdeproducao.cnptia.embrapa.br/FontesHTML/Maca/ProducaoIntegradaMaca/glossario.htm>>

Para o turismo, que apresenta por característica o envolvimento de diversas opções de consumo durante o processo de escolha de um destino, de um hotel, de um passeio ou restaurante, a certificação faz parte de um debate significativo. Diferentemente das situações ordinárias de consumo, ao turismo acrescenta-se o fato de que o consumidor, geralmente, tem a necessidade de realizar escolhas à distância, uma vez que ele se desloca de seu ambiente para outro ao qual não pertence e, sendo assim, existe a necessidade de garantias com relação ao produto ou serviço que está sendo adquirido.

Diante disso, a existência da certificação em diversos setores do turismo pode significar uma maior liberdade e consciência nas escolhas feitas pelo turista, pois garantiria a conformidade<sup>19</sup> do produto ou serviço com determinadas normas mínimas de qualidade e segurança.

### 3.6.1 O Processo de certificação

A certificação — que pode ser de produtos ou serviços, sistemas de gestão e pessoas — é por definição realizada pela chamada terceira parte, isto é, por uma organização independente acreditada para executar essa modalidade de Avaliação da Conformidade. Existe a primeira e a segunda parte que são, respectivamente, o produtor e o consumidor, a terceira parte é aquela que não tem interesse como produtor ou consumidor. Sua participação é necessária para que a Avaliação de Conformidade seja realizada de forma independente.

Para que a certificação aconteça, é necessário que haja normas, organismo acreditador e organismo(s) de certificação<sup>20</sup>.

No setor turístico do Brasil, este procedimento é estruturado conforme demonstrado da Figura 3.5.

---

<sup>19</sup> Conformidade significa indicação ou julgamento de que o produto, as atividades ou serviços atendem às exigências da especificação relevante. (EMBRAPA Glossário. Disponível em: <<http://sistemasdeproducao.cnptia.embrapa.br/FontesHTML/Maca/ProducaoIntegradaMaca/glossario.htm>> Acesso em: 29 jan. 2009).

<sup>20</sup> Ou “organizações acreditadas”; ou “organismos certificadores”; ou ainda “Organismo de Avaliação da Conformidade - OAC”.



Figura 3.5 – Sistema Brasileiro de Certificação no Turismo  
Fonte: MINISTÉRIO DO TURISMO, 2007.

As normas, conforme visto anteriormente, são regras, diretrizes e características estabelecidas por consenso e que devem buscar a promoção de benefícios para todos.

O organismo acreditador é aquele que atesta a competência técnica dos organismos de certificação. A acreditação é realizada, sobretudo em sistemas nacionais e é efetuada com base em normas e guias internacionais, mediante a realização de auditorias. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2005).

A acreditação é voluntária para os organismos, isto é, eles optam por buscar ou não a acreditação. No Brasil, quem desempenha a função de organismo nacional de acreditação para organismos de certificação dentro do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade é o INMETRO, que é assessorado pelos comitês técnicos do Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (CONMETRO) na preparação dos documentos que servem de base para a acreditação.

O organismo de certificação é aquele que possui competência para declarar que um produto, processo, sistema ou pessoa está em conformidade com requisitos especificados. “Esta declaração pode ter a forma de um certificado de conformidade ou a aposição de uma marca ao produto ou sua embalagem (marca de conformidade)” (BRASIL, 2005, p.33). Esses organismos, chamados de terceira parte, podem ser públicos ou privados, mas é necessário que sejam independentes dos fornecedores do produto, processo ou serviço, bem como de quem representa seus interesses. Isso é indispensável para que o processo de certificação seja considerado transparente e confiável.



### 3.6.1.1 Acreditação

A acreditação é um processo no qual o organismo acreditador declara que um determinado organismo está apto a realizar avaliações de conformidade.

A Acreditação é atestação de terceira parte relacionada a um organismo de avaliação da conformidade, comunicando a demonstração formal da sua competência para realizar tarefas específicas de avaliação da conformidade. No INMETRO é de caráter voluntário e representa o reconhecimento formal da competência de um Organismo de Avaliação da Conformidade - OAC para desenvolver tarefas específicas, segundo requisitos estabelecidos (INMETRO, 2009)<sup>21</sup>.

Deve-se ressaltar que a Acreditação é concedida com base em normas e guias internacionais ou consagrados internacionalmente e reconhecidos no Sistema Brasileiro de Certificação (SBC). Há casos específicos em que são considerados critérios adicionais estabelecidos pelo INMETRO, o setor específico ou documentos formalmente reconhecidos.

A Acreditação de Organismos de Certificação engloba os sistemas de gestão, produtos e pessoas. A Acreditação de sistemas de gestão é concedida com base nos códigos do IAF<sup>22</sup>, já a de produtos é concedida por produto ou família de produtos e a de pessoas é concedida por atividade.

Para o turismo, há alguns documentos que regulamentam a acreditação de algumas atividades e serviços, tais como: Portaria n.º. 387, de 23 de outubro de 2007 - Regulamento de Avaliação da Conformidade para Sistema de Gestão da Sustentabilidade para Meios de Hospedagem -, e NIT-DICOR-Y - Critério para Acreditação de Organismos de Certificação de Sistemas de Gestão da Sustentabilidade dos Meios de Hospedagem.

Os critérios de Acreditação devem ser desenvolvidos de modo a não abrir espaço para perseguições ou favorecimentos. Esses critérios para o turismo constam nos chamados Regulamentos de Avaliação da Conformidade (RACs).

---

<sup>21</sup> INMETRO. Disponível em: <<http://www.inmetro.gov.br/credenciamento/>> Acesso em: 26 jan. 2009.

<sup>22</sup> IAF – International Accreditation Forum

### 3.6.1.2 Avaliação de conformidade

A verificação da aplicação das normas é feita por meio de um processo chamado Avaliação de Conformidade (AC). Avaliar a conformidade significa verificar se os produtos, materiais, serviços, sistemas, processos ou pessoas estão em conformidade com as especificações de uma determinada norma. Diversos produtos e serviços precisam passar por essa avaliação antes de serem comercializados. No caso da ISO, os padrões para a Avaliação de Conformidade representam um consenso internacional com base nas melhores práticas, o que contribui para a consistência das avaliações de conformidade.

Avaliação de Conformidade é um Processo sistematizado, acompanhado e avaliado, de forma a propiciar adequado grau de confiança de que um produto, processo ou serviço, ou ainda um profissional, atende a requisitos pré-estabelecidos em normas e regulamentos técnicos com o menor custo para a sociedade (INMETRO, 2009)<sup>23</sup>.

A atividade de Avaliação de Conformidade começou de forma estruturada no Brasil na década de 80. Alguns dos primeiros produtos e serviços a terem sua conformidade avaliada foram: o transporte de cargas perigosas, a segurança veicular e os capacetes de motociclistas. Em sua fase inicial as certificações eram conduzidas pelo INMETRO, mas a partir de 1992 passaram a ser conduzidas por organismos acreditados por ele. (INMETRO, 2009).

Os principais objetivos de um processo de avaliação da conformidade são: informar e proteger o consumidor, em particular quanto à saúde, segurança e meio ambiente; propiciar a concorrência justa; estimular a melhoria contínua da qualidade; facilitar o comércio internacional e fortalecer o mercado interno.

O êxito na busca por esses objetivos requer que a AC seja realizada de forma isenta e transparente. Este é o ambiente desejado, embora a prática de outros setores da economia, com mais experiência na certificação, demonstre a dificuldade de se lidar com os diversos interesses envolvidos.

O próprio turismo já passou por períodos em que teve de lidar com situações semelhantes, por ocasião da classificação hoteleira na década de 90 (ABIH, 2009). Quando um empreendedor deseja determinado “selo” e submete-se a uma avaliação para receber uma classificação, ele quer que seu empreendimento seja classificado

---

<sup>23</sup> Disponível em: <<http://www.inmetro.gov.br/credenciamento/>>

da melhor forma possível. Isso pode gerar problemas de toda ordem, como a eventual tentativa de negociação com os avaliadores, a não aceitação da classificação dada, ou a auto-classificação não autorizada, causando fracasso da tentativa empreendida.

Por esse motivo, para que consumidores, setores produtivos e reguladores tenham confiança nos programas de Avaliação da Conformidade, existe um esforço a fim de que todo o processo tenha critérios muito bem estruturados e definidos e que seja realizado da forma mais aberta possível. São observados ainda, no desenvolvimento dos programas de avaliação da conformidade de produtos, processos ou serviços, os preceitos do Acordo de Barreiras Técnicas ao Comércio, da Organização Mundial do Comércio.

Por fim, cabe destacar que o Brasil precisa observar tais princípios, bem como as práticas, normas e guias internacionais para que tenha seus programas de Avaliação da Conformidade reconhecidos junto aos devidos fóruns internacionais.

No turismo, podem ser citadas as normas e portarias que regulamentam a avaliação de conformidade:

- NBR 15333 - Meios de hospedagem - Sistema de gestão da sustentabilidade - Requisitos de competência. Aplica-se a todas as organizações que necessitam realizar auditorias internas ou externas de sistemas de gestão da sustentabilidade em meios de hospedagem ou gerenciar um programa de auditoria;
- Portaria nº. 228, de 21 de setembro de 2006 - Regulamento de Avaliação da Conformidade para Sistema de Gestão da Segurança em Turismo de Aventura;
- NIT-DICOR-051 - Critério para Acreditação de Organismo de Certificação de Sistema de Gestão da Segurança em Turismo de Aventura;
- ABNT NBR ISO/IEC 17021 - Avaliação de conformidade - Requisitos para organismos que fornecem auditoria e certificação de sistemas de gestão.

### 3.6.2 Classificação da certificação quanto ao foco

Segundo a ABNT NBR ISO/IEC 17011:2005 (Avaliação de conformidade - Requisitos gerais para organismos de Acreditação que realizam a Acreditação de

organismos de avaliação de conformidade <sup>24</sup>), os organismos de Avaliação da Conformidade são organizações que fornecem os seguintes serviços: certificação de sistemas de gestão, de produtos, de pessoas, de ensaios, de calibração e de inspeção.

Neste trabalho, serão abordadas a Certificação de Sistemas de Gestão e a Certificação de Pessoas, uma vez que são eles que têm sido utilizados no turismo no Brasil.

#### 3.6.2.1 Certificação de sistemas de gestão

A certificação dos Sistemas de Gestão atesta a conformidade do modelo de gestão de fabricantes e prestadores de serviço em relação a requisitos normativos. Os sistemas clássicos na certificação de gestão são os de qualidade, baseados nas normas NBR ISO 9001 e de gestão ambiental, conforme as normas NBR ISO 14001.

Existem, no entanto, outros sistemas de gestão, também passíveis de certificação, oriundos de iniciativas setoriais como os sistemas desenhados pelas normas do setor automobilístico QS 9000 e AVSQ 94, citando as mais importantes.

No setor do turismo, existe a norma NBR 15331, que é a norma de Sistema de Gestão da Segurança para Turismo de Aventura, e a Norma Técnica NBR 15401, a qual se constitui em Sistema de Gestão da Sustentabilidade para meios de hospedagem. Há, também, outras normas para sistemas de gestão que se aplicam ao turismo: NBR ISO 9001 (Sistema de Gestão da Qualidade); NBR ISO 14001 (Sistema de Gestão Ambiental) e NBR 14900 (Sistema de Gestão da Análise de Perigos e Pontos Críticos de controle na manipulação de alimentos).

#### 3.6.2.2 Certificação de pessoas

De acordo com o INMETRO (2008), a certificação de pessoas avalia as habilidades e os conhecimentos de algumas ocupações profissionais, e pode incluir, dentre outras, as seguintes exigências: formação (a exigência de certo nível de

---

<sup>24</sup> Este é o nome da norma.

escolaridade visa assegurar o nível de capacitação); experiência Profissional (a experiência prática em setor específico permite maior compreensão dos processos envolvidos e identificação rápida das oportunidades de melhorias); habilidades e conhecimentos teóricos e práticos (a capacidade de execução é essencial para atuar e desenvolver-se na atividade).

Há uma lista de normas para ocupações profissionais no setor do turismo (*vide* Apêndice B). Dentre elas podem ser citadas a NBR 15285, que normaliza as competências mínimas exigidas de um condutor de Turismo de Aventura, independente de qual atividade esteja sendo exercida e a NBR 15080, que diz respeito aos Agentes de Viagens.

Sempre que houver a finalidade de se certificar formalmente as atividades do setor, são essas normas (as já publicadas) que devem ser tomadas como parâmetro nas avaliações de conformidade.

### **3.7 Considerações**

É possível perceber que a normalização no Brasil apresenta uma determinada estruturação e funcionamento as quais atendem às demandas da sociedade e às exigências internacionais no que diz respeito ao turismo.

Quanto à certificação, o INMETRO, que é o organismo responsável pela Acreditação, apresenta as condições necessárias para a realização dos trabalhos na área do turismo tanto em sua estrutura quanto em sua credibilidade no mercado nacional. No entanto, ainda há uma carência de organismos certificadores, bem como de uma delimitação dos direcionamentos que o setor turístico busca na certificação.

No capítulo seguinte serão apresentados os quatro casos internacionais destacados, com o intuito de extrair experiências no âmbito da normalização e da certificação que possam servir como base para uma comparação com as ações brasileiras.

## CAPÍTULO 4

### EXPERIÊNCIAS INTERNACIONAIS EM NORMALIZAÇÃO E CERTIFICAÇÃO

Serão apresentadas neste capítulo as experiências em normalização e certificação de quatro países que se destacam no cenário internacional: Costa Rica, Chile, Espanha e Nova Zelândia. Foram expostas as razões pelas quais cada um foi escolhido para este estudo. No entanto, é necessário ressaltar que alguns aspectos influenciaram nessas escolhas, pois, além destes países possuírem experiências bem sucedidas neste âmbito, apresentam características semelhantes ao Brasil, seja no perfil socioeconômico, na localização geográfica ou nas características naturais.

#### 4.1 *Frames* para Análise

Em meio a uma infinidade de informações encontradas a respeito da forma como cada um desses países trabalha com a qualidade do turismo por meio das normas e da certificação, foram selecionadas as mais relevantes para este estudo, tais como: características principais, organização do programa (entidades envolvidas), programa (funcionamento), classificação, incentivo e outras informações consideradas relevantes em cada caso.

Ao analisar essas informações, outras questões importantes puderam ser respondidas e foram organizadas em um quadro comparativo, com o objetivo de, posteriormente, possibilitar uma comparação entre as características identificadas e a experiência brasileira.

As principais fontes de informação para este capítulo foram os *websites* relativos aos programas, planos de turismo, documentos, além de *websites* vinculados aos governos de cada país. Por se tratar de uma pesquisa qualitativa, não houve qualquer ênfase nos números apresentados como resultado dos

programas, visto que não é o foco aqui avaliar a eficácia dos programas, pois já são internacionalmente reconhecidos, mas sim tentar identificar os fatores que os levam ao sucesso.

#### **4.2 Costa Rica: *Certificación para la Sostenibilidad Turística (CST)***

O primeiro exemplo a ser considerado é Costa Rica, um país localizado na América Central que apresenta uma atividade turística arraigada na exploração de suas praias. Esse fator faz com que o país seja passível de comparação com o Brasil, uma vez que o turismo brasileiro, apesar de sua diversidade de oferta, apresenta boa parte de suas atividades concentradas no litoral. O país tem uma economia dependente do turismo e sua biodiversidade o torna um destino potencial para o ecoturismo. No entanto, o governo tem consciência de que a exploração sexual de crianças e adolescentes no turismo é um grave problema a ser enfrentado no país.

Apesar de ainda apresentar dificuldades no controle da inflação e de 20% de sua população ser considerada pobre, o país tem atraído a atenção dos investidores estrangeiros devido à sua estabilidade política e aos índices relativamente altos na educação, bem como aos incentivos fiscais oferecidos nas áreas de livre comércio. (CIA, 2009).

##### **4.2.1 Justificativa e características**

Costa Rica é considerado como líder do turismo sustentável, sabendo se projetar com destaque neste campo. Precisamente, para contribuir na elaboração de uma solução integral e global ao problema de sustentabilidade, o Instituto Costarricense de Turismo (ICT) desenvolveu a Certificação para a Sustentabilidade Turística (CST). Seu modelo de sustentabilidade leva em conta aspectos da infraestrutura turística, aspectos sociais, culturais e patrimoniais próprios das comunidades locais.

O propósito da CST consiste em converter o conceito de sustentabilidade em algo real, prático e necessário no contexto da competitividade turística do país, com vistas a melhorar a forma pela qual se utilizam os recursos naturais e sociais, a incentivar a participação ativa das comunidades locais e a disponibilizá-la com uma nova ferramenta de apoio para a competitividade do setor empresarial (TURISMO SOSTENIBLE, 2009).

Dessa forma, o programa para a certificação turística do Instituto Costarricense tornou-se uma ferramenta para promover o desenvolvimento sustentável do país com reconhecimento internacional. O CST foi reconhecido pela OMT como um dos programas que têm conseguido transformar a forma como se faz turismo. (VISIT COSTA RICA, 2009).

#### 4.2.2 Organização do programa

A responsabilidade pelo programa de certificação turística é do ICT, que tem a função de coordenar sua execução e implementação. No entanto, o Instituto conta com o apoio de um Comitê Nacional de Acreditação, oficializado pelo Decreto 27235-MEIC-MINAE, do qual participam todos os setores relacionados ao tema. Desta forma, o meio acadêmico está representado pela *Universidad de Costa Rica* e o *Instituto Centroamericano de Administración de Empresas* (INCAE). O setor privado tem sua representação por meio da Câmara Nacional de Turismo, os organismos internacionais estão representados pela União Internacional para a Conservação da Natureza (UICN) e o *Consejo de la Tierra* e o setor público pelo Ministério do Meio Ambiente e Energia (MINAE) e a *Instituto Nacional de Biodiversidad* (INBIO). (VISIT COSTA RICA, 2009).

Além desse Comitê, a organização nacional do programa tem o respaldo de um Comitê Técnico formado por profissionais de diversas áreas, o qual foi criado com a missão de formular os parâmetros e indicadores, de estabelecer os procedimentos metodológicos para a realização das avaliações, de executar, de supervisionar e de auditar as avaliações, além de propor as estratégias para comercializar o programa. (TURISMO SOSTENIBLE, 2009).



### 4.2.3 Programa

O CST consiste em um programa que pretende categorizar e certificar as empresas turísticas na medida em que suas operações se aproximam de um modelo-padrão de sustentabilidade. Para isto são avaliados os seguintes âmbitos fundamentais:

- Entorno Físico-Biológico: avalia a interação entre a empresa e o meio ambiente, considerando fatores como a implementação de políticas e programas de sustentabilidade, o tratamento das águas residuais, a proteção da flora e fauna, dentre outros;
- Planta de Serviço (para meios de hospedagem): inspeciona os aspectos relacionados aos sistemas e processos internos da empresa, principalmente quanto ao manejo dos dejetos e a utilização de tecnologias para economizar luz e água;
- Gestão do Serviço (para agências operadoras): abrange o processo pelo qual a empresa, considerando todos os elementos exógenos e endógenos, desenha um produto turístico de acordo com as tendências de mercado e as características próprias do país e de cada localidade.
- Cliente: aprecia as ações que a empresa realiza para convidar o cliente a participar na implementação das políticas de sustentabilidade;
- Entorno Socioeconômico: avalia a identificação e a interação do estabelecimento com as comunidades locais, analisando, por exemplo, a forma como os hotéis respondem ao crescimento e desenvolvimento da região, por meio da geração de emprego e de benefícios em prol da coletividade.

Para cada um dos âmbitos citados foram desenvolvidas, em forma de questionário, perguntas específicas que visam avaliar em que aspectos a empresa cumpre com os padrões pré-estabelecidos. Cada uma das questões representa um elemento da sustentabilidade, que a empresa deve buscar para obter classificação em algum dos níveis que foram determinados.

O CST tornou-se um ponto importante para toda a indústria turística do país, já que para o setor turístico nacional representa uma marca que permite à Costa Rica se diferenciar como destino, ao oferecer um produto turístico com uma conotação de sustentabilidade. O selo utilizado para divulgação das instituições

avaliadas e que está em conformidade com os requisitos pode ser visualizado por meio da Figura 4.1.



Figura 4.1 – Selo Costa Rica: Certificación para la Sostenibilidad Turística  
Fonte: TRAVEL EXCELLENCE, 2009.

#### 4.2.4 Classificação

Os níveis de classificação correspondem a estágios cada vez mais avançados no caminho ou processo de sustentabilidade avaliado. Conforme demonstrado no Quadro 4.1, os níveis se iniciam em “0”, nível com menos de 20% de adequação às normas, e culminam com a obtenção do nível “5”, situação na qual o empreendimento é considerado exemplar em termos de sustentabilidade:

**Quadro 4.1 - Níveis de Sustentabilidade da Costa Rica**

Fonte: CST, 2009

<b>Níveis de Sustentabilidade da Costa Rica</b>	
<b>Nível</b>	<b>% de Adequação</b>
0	< 20
1	20-39
2	40-59
3	60-79
4	80-90
5	> 95

Para que a idéia de sustentabilidade seja mantida, os diferentes âmbitos mencionados anteriormente devem ser cumpridos de forma proporcional. Por exemplo, para se atingir o nível 4 é necessário que se cumpra com pelo menos 80% das condições estabelecidas para os aspectos: entorno físico-biológico, planta de serviço/gestão do serviço, cliente e entorno socioeconômico. Sendo assim, há um

incentivo para que as empresas se aperfeiçoem no modelo de sustentabilidade, conferindo a mesma importância a cada um dos aspectos avaliados.

O próprio *website* do CST <sup>25</sup> apresenta uma ferramenta com a qual o usuário pode realizar uma busca por hotéis ou agências, direcionando-a por meio dos seguintes critérios: nível do estabelecimento (1 a 5), província, e tipo (cidade, montanha ou praia) no caso dos hotéis. Já com relação às agências: nível (1 a 5), província, tipo de atividade (aventura, saúde, cultura etc.) e local de origem.

#### 4.2.5 Incentivos

A categorização por níveis está associada a uma estrutura gradual de incentivos diretos que as empresas poderão desfrutar, sendo que quanto maior for o nível, maiores os benefícios que poderão obter em promoções diferenciadas (particular para o CST) nacionais e internacionais: capacitação, apoio para participação em feiras e eventos, entre outros.

A empresa que obtiver a certificação terá benefícios de acordo com a estratégia de mercado do ICT, uma vez que a marca CST está ligada à Campanha promocional de Costa Rica como destino.

De acordo com o portal Visit Costa Rica (2009), as empresas certificadas ficam total ou parcialmente isentas do pagamento de taxas para a inscrição em feiras internacionais, podem utilizar a marca CST em seu material promocional (que os identifica como sustentáveis) e são incluídas nos portais: [www.turismo-sostenible.co.cr](http://www.turismo-sostenible.co.cr), [www.sustainable-tourism.co.cr](http://www.sustainable-tourism.co.cr), [www.turismo-sostenible.com](http://www.turismo-sostenible.com), [www.sustainabletourism-cst.com](http://www.sustainabletourism-cst.com) e [www.visitcostarica.com](http://www.visitcostarica.com).

O empresário do setor turístico considera o CST como uma possibilidade de contar com um novo elemento de competitividade, fundamentado em uma nova forma de diferenciação de seu produto, um aspecto apoiado e impulsionado pelo ICT nas campanhas de promoção turísticas nacionais e internacionais, como forma de incentivo ao esforço empresarial. Além disso, o empresário promove a economia e a utilização eficiente dos recursos, gerando um impacto positivo sobre a relação custo-benefício da empresa.

---

<sup>25</sup> <<http://www.turismo-sostenible.co.cr/ES/entrada.phtml>>

O turista com isso obtém a vantagem de que, ao selecionar uma empresa com o logotipo CST, estará seguro de que nela se realizam ações em todos os processos da gestão empresarial, a fim de evitar impactos negativos no ambiente, cultura e sociedade.

Os outros setores produtivos têm o CST como um programa de vanguarda, que cria oportunidades para o desenvolvimento de empresas fornecedoras de bens e serviços com uma orientação para a sustentabilidade. Isso ocorre porque a maior utilização de produtos recicláveis, reutilizáveis, equipamentos para economia de energia e água e outros fatores, abre as portas para um novo mercado de produtos ambientais e socialmente sustentáveis.

#### **4.3 Chile: *Sello Turístico de Calidad***

País vizinho do Brasil, o Chile vem assumindo cada vez mais o papel de liderança internacional devido a seu status de país estável e democrático. (CIA, 2009). Sólidas políticas econômicas aplicadas desde a década de 80 têm possibilitado um contínuo crescimento, contribuindo com a manutenção da democracia no país e reduzindo a pobreza pela metade.

É um dos países com o maior número de acordos bilaterais ou regionais de comércio, totalizando 57. Este número inclui acordos com a União Européia, Mercosul, China, Índia, Coréia do Sul e México. De acordo com a CIA (2009), nos últimos cinco anos os investimentos estrangeiros diretos quadruplicaram alcançando cerca de US\$ 17 bilhões em 2008.

Desta maneira, o país vem experimentando, também, um aumento significativo na atividade turística nos últimos quinze anos, com fundamentos na estratégia de desenvolvimento do país, que se caracteriza pela abertura comercial já mencionada e a inserção nos mercados internacionais. Segundo o Ministério da Economia do Chile (2009), a política econômica adotada proporcionou um impacto particularmente expressivo nos setores exportadores e importadores, incluindo o setor do turismo.

#### 4.3.1 Justificativa e características

O Sistema de Qualidade chileno é reconhecido internacionalmente porque consegue operar em acordo com a metodologia internacional de normalização (*vide* Capítulo 3), bem como aproveitar as experiências internacionais e considerar todos os requisitos contemplados nas leis, regulamentos, normas e orientações relacionados ao tema (CALIDAD TURÍSTICA, 2009). Além disso, tem produzido resultados perceptíveis para a qualidade turística do país.

#### 4.3.2 Organização do programa

A implementação do *Sello Turístico de Calidad* foi uma iniciativa do Instituto Nacional de Normalização (INN) e do Serviço Nacional de Turismo (SERNATUR)<sup>26</sup>, e é financiado pela Innova Chile<sup>27</sup>. (SERNATUR, 2009).

As normas foram feitas com a participação dos seguintes representantes: o setor público, com o SERNATUR e o Serviço Nacional do Consumidor (SERNAC); os prestadores de serviços turísticos, com as Federações e Associações Gremiais, as empresas e guias de turismo; a academia com as Universidades e os Organismos Técnicos de Capacitação (OTEC); além do Instituto Nacional de Normalização (INN), que atua como articulador do desenvolvimento das normas para o setor do turismo<sup>28</sup> e é o representante do país junto a ISO. (INN, 2009).

#### 4.3.3 Programa

O Plano Integral de Qualidade Turística para o Chile (PICTur) foi elaborado pelo SERNATUR e tem como meta gerar condições favoráveis nos diversos setores turísticos para a implantação de uma Marca de Qualidade Turística chilena, representado pelo selo exposto a seguir na Figura 4.2.

---

<sup>26</sup> Órgão público dependente do Ministério de Economia, Fomento e Reconstrução, encarregado de promover e difundir o desenvolvimento da atividade turística do Chile.

<sup>27</sup> Agência pública. <[http://www.corfo.cl/acerca\\_de\\_corfo/innova\\_chile/que\\_es\\_innovachile](http://www.corfo.cl/acerca_de_corfo/innova_chile/que_es_innovachile)> Acesso em: 10 fev. 2009.

<sup>28</sup> A INN é uma fundação de direito privado e é um organismo técnico, sem fins lucrativos.



Figura 4.2 – Selo Chile: Sello Turístico de Calidad  
Fonte: CALIDAD TURÍSTICA, 2009.

Com o propósito de colocar em prática o Sistema Normativo para a Qualidade dos Serviços Turísticos previsto no Plano Nacional de Turismo e, assim, transformar o Chile em um destino turístico competitivo em nível mundial, os setores público e privado se uniram, em 2003, para trabalhar coordenadamente na criação de normas técnicas de qualidade em todos os setores da atividade turística. O cumprimento dessas normas de qualidade turística é comprovado por meio de um selo de qualidade distintivo identificando as empresas certificadas.

O objetivo desse plano é permitir que os atores do sistema turístico possam promover a qualidade dos seus serviços, atrair turistas mais exigentes e responder satisfatoriamente às suas expectativas. A implantação de um sistema de qualidade permite que o empresário conte com um respaldo normativo sobre a gestão de seu negócio, além de estimular a capacitação do recurso humano que trabalha no setor e as ofertas e as vantagens competitivas dos produtos turísticos nacionais.

Foi determinado no Plano o uso do destino como unidade básica de gestão para responder à necessidade de uma estrutura lógica de ação do Estado em conjunto com o setor privado e demais organismos representativos de sua composição interna. Foi escolhido o destino porque é a estrutura que se vincula mais estreitamente com a motivação da viagem (decisão de compra, que, na maioria das vezes, se dá em função de um serviço em particular que se tornou notório e se transformou em um produto em si mesmo) e porque os serviços turísticos se encontram intimamente ligados a seu contexto. (SERNATUR, 2009).

Além disso, o governo chileno afirma que a sustentabilidade do destino é crucial para a sobrevivência e competitividade da oferta empresarial, já que mesmo que esta oferta seja de boa qualidade e eficiente, se o destino em que ela opera não

for gerido adequadamente e apresentar processos de deterioração e degradação evidentes, a oferta empresarial sucumbirá junto ao destino.

A certificação tem uma vigência de três anos e é feita a partir das normas criadas para os serviços de meios de hospedagem, turismo de aventura, guias de turismo, agências de viagem e operadoras de turismo. Inclui, também, um sistema de difusão dessas normas nos mercados nacional e internacional, além de contar com o reconhecimento do comitê Técnico da ISO e da Organização Mundial do Turismo.

As normas são de caráter voluntário e somente tornam-se obrigatórias caso sejam citadas em alguma regulamentação (resolução, decreto ou lei). No entanto, de acordo com o governo chileno, o projeto da lei do turismo no Chile encontra-se em fase de tramitação e deverá estabelecer a obrigatoriedade da certificação para o turismo de aventura, mantendo-se opcional para as outras atividades turísticas. (CHILE, 2009)

O Sistema de Qualidade para os Serviços Turísticos chileno está em constante processo de implantação, sendo que, de acordo com a SERNATUR, foram criadas mais de 50 normas - 27 oficiais e 23 em processo de oficialização -, um selo de qualidade que autentica o processo permitindo sua homologação, uma página informativa na Internet e diversos pilotos de certificação em diferentes regiões.

As normas são de livre acesso e se encontram disponíveis no *website* do Serviço Nacional de Turismo<sup>29</sup>, e no *website* Calidad Turística<sup>30</sup>.

#### 4.3.3.1 Normas para o Turismo de Aventura

Por entender como certo que algumas atividades turísticas colocam os turistas em situação de risco em diferentes escalas, o projeto de lei N° 1092-355 torna obrigatórias as normas de segurança para as atividades de Turismo de Aventura e, além disso, busca criar mecanismos de fiscalização<sup>31</sup>. (CHILE, 2009).

---

<sup>29</sup> Disponível em <<http://www.sernatur.cl>>

<sup>30</sup> Disponível em <<http://www.calidadturistica.cl/>>

<sup>31</sup> Proyecto de Ley N°. 1092-355.

Para ajudar na implementação das normas criadas para o Turismo de Aventura foi publicado um documento chamado “Guia para Implementação das Normas de Qualidade Turísticas de Turismo de Aventura”, contendo pautas e exemplos que facilitam a implementar as normas de qualidade, por parte de entidades interessadas em melhorar a qualidade de sua gestão e de seus serviços.

Além desse guia, questionários foram desenvolvidos para apoiar as entidades do setor turístico na familiarização com o sistema de qualidade e no desenvolvimento de um processo de auto-avaliação guiado, para reconhecer o status da organização em relação aos requisitos mínimos estabelecidos pelas normas. A partir dos resultados obtidos por meio desses questionários, as entidades podem planejar as ações a serem seguidas para atendimento às exigências.

As normas chilenas de Turismo de Aventura estabelecem os requisitos mínimos gerais de gestão e de qualidade que devem ser cumpridos pelas entidades que prestam serviços, assim como os serviços de outros guias especializados, para fins de obtenção da certificação. O Guia de *Trabajo para la Implementación de Normas de Calidad Turística* (SERNATUR, 2009) estabelece, entre outras coisas, que:

[...] toda pessoa natural ou jurídica que ofereça o serviço guiado de atividades de turismo de aventura deve possuir um organograma básico de funcionamento e descrição de cargos e divisão de responsabilidades quando seu pessoal for maior ou igual a três pessoas<sup>32</sup>.

A descrição dos cargos permite o detalhamento dos requisitos que cada pessoa deve cumprir para ocupar um posto específico dentro da organização e as tarefas que devem ser desenvolvidas.

Os requisitos específicos estabelecidos pelas normas sobre a realização das atividades de aventura se resumem em contar com programas que descrevam suas atividades; estabelecer documentação contratual com os clientes; disponibilizar aos turistas seguros de acidentes pessoais para o desenvolvimento da atividade de Turismo de Aventura; contar com planos de gestão de riscos, com planos de resposta a situações de emergências e com gestão de reclamações dos clientes. (CHILE, 2009).

---

<sup>32</sup> Disponível em <<http://www.sernatur.cl>>



Todos os passos para implantação do sistema são explicados no documento, que está disponível gratuitamente no *website* do SERNATUR<sup>33</sup>. O portal dispõe, inclusive, de modelos de tabelas e formulários de cadastramento, de acompanhamento e de conhecimento e aceitação de riscos para o turista. As informações são fundamentadas, em sua maioria, nas 27 normas chilenas para o Turismo de Aventura e em três normas ISO sobre o mesmo tema.

As normas de qualidade turística chilenas apresentam a figura da certificação de pessoas apenas no Turismo de Aventura, e para os chamados “Guias de Turismo Especializados”:

As normas de qualidade turística requerem que as atividades guiadas de turismo de aventura sejam dirigidas por guias especializados certificados na norma chilena NCh 2950<sup>34</sup>, além da norma específica da atividade (CHILE, 2009, p.56). (Tradução nossa.)

Nas demais normas existem requisitos de avaliação para a qualidade dos serviços prestados, estabelecendo para o empreendimento a responsabilidade de monitorar essa qualidade por meio de questionários de autoavaliação, por exemplo. Estes questionários são ferramentas para descobrir informações valiosas sobre a necessidade de capacitação dos funcionários dentre outros aspectos.

#### 4.3.4 Classificação

A implementação do programa consiste na elaboração de um diagnóstico que identifique o grau de adequação aos requisitos estabelecidos em uma determinada norma de qualidade turística, na identificação das não conformidades e na realização de ações que permitam o cumprimento dos requisitos especificados.

Não há uma classificação complexa quanto ao nível de adequação às normas. Os empreendimentos são certificados quando estão em conformidade com os requisitos mínimos das normas correspondentes a sua atuação que consiste em meios de hospedagem e subdivisões (como alojamento familiar ou *bed&breakfast*, camping, termas...), Turismo de Aventura e subdivisões (canoagem, montanhismo,

---

<sup>33</sup> Disponível em <<http://www.sernatur.cl>>

<sup>34</sup> Normas para Guias de Turismo Especializados.

escalada e outros.), guias de turismo em cada uma de suas especializações, agências de viagem e operadoras de turismo.

#### 4.3.5 Incentivos

O SERNATUR divulga, por meio de seus mecanismos de difusão e promoção, aquelas entidades que passaram pelo processo de certificação de forma exitosa e conquistaram o Selo de Qualidade. (CALIDAD TURÍSTICA, 2009). Além disso, essas empresas têm acesso a um subsídio do Estado para a promoção turística internacional.

Não como incentivo, mas como forma de pressionar a certificação, a SERNATUR exige o Selo de Qualidade para que as empresas participem de licitações dos programas institucionais e promove que o governo contrate serviços turísticos certificados por meio do portal [www.chilecompra.cl](http://www.chilecompra.cl). Segundo a SERNATUR, isto ocorre porque o governo chileno considera como sua obrigação que os produtos e serviços pagos com recursos públicos sejam de qualidade. Desta forma, o selo criado por ele mesmo deve ser utilizado e valorizado como ferramenta suficiente para assegurar tal qualidade como forma de coerência.

#### **4.4 Espanha: *Marca de Calidad Turística Española***

A Espanha sofreu uma rápida modernização econômica, tendo entrado na União Européia no ano de 1986. No entanto, desde 2008 o país entrou em uma grave recessão, exacerbada pela crise econômica mundial. De acordo com a CIA (2009), após considerável sucesso nas políticas de redução da pobreza, chegando em 2007 a menos de 8%, o país sofreu um enorme aumento no desemprego durante os últimos meses de 2008, atingindo uma porcentagem superior a 13%, o que afetou diretamente o setor de serviços e, como conseqüência, o turismo.

#### 4.4.1 Justificativa e características

O setor turístico espanhol vem desenvolvendo diversas ações desde o início dos anos noventa, buscando alcançar a excelência na qualidade. Isso ocorreu devido à percepção das constantes mudanças na demanda turística e ao surgimento de novos destinos competidores. (ICTE, 2009).

Todas as ações desenvolvidas tiveram e têm como objetivo a diferenciação dos destinos por meio da qualidade. E este objetivo é comum aos setores público e privado da Espanha, que trabalham em parceria por meio de sucessivos programas estratégicos. Desta forma, foram elaborados pela Secretaria Geral de Turismo mecanismos de colaboração entre todos os atores envolvidos nos setores público e privado.

A administração turística do país decidiu apoiar o setor empresarial em sua necessidade de diferenciação por meio da qualidade. É importante observar que a iniciativa surgiu principalmente de uma demanda do setor privado, fundamentada na observação da demanda do consumidor. Isso nos mostra dois aspectos fundamentais dos trabalhos que envolvem qualidade turística no país: o primeiro é que a demanda do empresariado, visando uma política de qualidade, de fato torna o processo extremamente participativo e dinâmico, facilitando o papel do poder público e minimizando a necessidade de fiscalizações, punições e até mesmo de incentivos diretos. O segundo é que as ações são planejadas com base em pesquisas de demanda e não por outros interesses, como redução de custos, oportunismo etc.

O modelo espanhol vem sofrendo mutações com o passar dos anos, sempre acompanhando as tendências e necessidades dos consumidores e do mercado. Desde 1996 vem sendo implementado um macroprojeto conhecido como “*Sistema de Calidad Turística Española*”, tendo como recente parte integrante o “*Plan Integral de Calidad del Turismo Español (PICTE)*”. Atualmente há mais de dois mil estabelecimentos certificados com o selo da *Marca de Calidad Turística Española*. (ICTE, 2009). Este Sistema de Qualidade permitiu, entre outras coisas, o desenvolvimento de sistemas de qualidade específicos para diversos subsetores turísticos.

A certificação foi entendida como um passo natural para se atingir o objetivo de diferenciação pela qualidade. Na Espanha, “a política de federalização (autonomização das províncias) e a diversidade de referências internacionais

contribuem para reforçar a tendência de expansão da certificação, ainda mais em serviços”. (XAVIER e TIRONI, 1992, p.8).

De acordo com o Instituto para a Qualidade Turística Espanhola (ICTE), o Sistema de Qualidade estabelece as seguintes atuações para consolidar esta estratégia conjunta: apoio à criação de sistemas de qualidade em diversos subsetores turísticos; apoio à criação de uma marca única (*Marca de Calidad Turística Española*); apoio à criação de um ente gestor único (*Instituto para la Calidad Turística Española*) e o apoio à participação das organizações empresariais espanholas nos organismos internacionais de normalização (Grupos de trabalho na CEN e na ISO).

#### 4.4.2 Organização do programa

A Secretaria Geral de Turismo da Espanha prestou a assistência técnica necessária para o desenvolvimento dos sistemas de qualidade dos diferentes setores por meio do Sistema de Qualidade Turística Espanhola (SCTE) e com o apoio de diversas associações e federações empresariais do setor turístico espanhol. Neste processo, o Instituto para a Qualidade Turística Espanhola (ICTE) foi sendo trabalhado para se consolidar como ente gestor único em temas de qualidade para o setor turístico espanhol. (ICTE, 2009).

Quando o ICTE foi criado em 14 de abril de 2000, seis setores já haviam desenvolvido seu próprio sistema de qualidade e em todos havia um órgão gestor do sistema, que tinha por objetivo básico trabalhar na melhoria da qualidade daquele setor.

Estes setores acreditaram na conveniência da criação de um ente gestor único, com caráter intersetorial, responsável pela adequação dos objetivos comuns, permitindo uma economia considerável de esforços e reforçando a coerência do sistema, facilitando finalmente a credibilidade e a promoção necessária à Marca de Qualidade Turística Espanhola. (ICTE, 2009).

Desta forma, cada setor tem seu ente gestor único, com representação própria, e o conjunto desses setores forma um sistema único, centralizado no ICTE.

#### 4.4.3 Programa

Qualquer empresa turística espanhola pode aderir ao Sistema, desde que seu setor de atividade já esteja integrado ao ICTE. Para participar no Sistema de Qualidade Turística Espanhola bastam a vontade do empresário, seu compromisso de adequação às normas e, uma vez implantado e certificado, a continuidade no mesmo. A adesão e participação no Sistema são totalmente livres e voluntárias.

Para obter a certificação com a Marca “Q”, como pode ser contemplado por meio da Figura 8, a empresa, uma vez feita a adesão do sistema, deverá seguir um processo de implantação segundo as características de sua organização, contando para isso, se necessário, com a assistência técnica de apoio do próprio ICTE. A partir da adesão, a empresa tem dois anos para implantar o sistema e solicitar a auditoria. É o Comitê de Certificação do ICTE que, depois de haver passado a auditoria externa, e em função do resultado da mesma, concede ou nega finalmente a certificação à empresa.



Figura 4.3 – Selo Espanha: Marca de Calidad Turística Española  
Fonte: ICTE, 2009

Percebe-se que são necessários alguns passos para a obtenção da Certificação como: petição de adesão, recepção pelo estabelecimento da norma e questionário de auto-avaliação, formação inicial sobre o lançamento do projeto (familiarizar-se com a norma), auto-avaliação do estabelecimento (permite conhecer o estado do mesmo frente à norma), formação em ferramentas de qualidade para pessoas com responsabilidades na implantação do sistema, planos de melhoria a partir de documentação, implantação e ferramentas, solicitação de certificação, auditoria para a certificação e informe de auditoria, comitê de Certificação e seguimento do nível de Qualidade, obtenção da marca Q de qualidade, contrato Licença e Uso de Marca e auditorias de seguimento e renovação.

A participação ativa, que significa a implantação na empresa das técnicas e ferramentas de gestão da qualidade necessárias para o cumprimento dos requisitos das normas, supõe a dedicação interna dos recursos humanos e técnicos necessários para a melhoria do serviço. A opção pela certificação pode implicar custos nas melhorias dos estabelecimentos, custo das auditorias externas anuais necessárias, e uma vez certificados, o custo anual pelo uso e manutenção da Marca de Qualidade. Estes custos não são significativamente altos, visto que o ICTE é um instituto sem fins lucrativos para apoio ao setor empresarial no âmbito turístico.

A auditoria — avaliação da eficácia do Sistema de qualidade de um estabelecimento e de sua conformidade com respeito às normas de qualidade de Serviço — é realizada anualmente por uma entidade independente do estabelecimento e do próprio órgão de certificação. Está baseada em um procedimento que sistematiza a avaliação e proporciona critérios de valoração ao auditor com objetivo de minimizar a subjetividade implícita na apreciação das características do serviço.

Uma peculiaridade a ser apontada é que o consumidor participa ativamente na melhoria do estabelecimento por meio de um sistema de tratamento de reclamações e sugestões e de outro que consiste na aplicação de questionários.

#### 4.4.3.1 O Instituto para a Qualidade Turística Espanhola (ICTE) e as normas espanholas

O ICTE é um órgão espanhol privado, independente, sem fins lucrativos e reconhecido nos âmbitos nacional e internacional. Uma entidade de normalização, de gestão da marca de qualidade e de certificação para os serviços turísticos, constituída pelas associações e empresas que oferecem serviços turísticos com o apoio da Administração Central e Autônoma.

O seu objetivo é promover sistemas de qualidade como uma ferramenta de competitividade para a atividade do setor turístico. Para que isso ocorra, o Instituto estabelece os padrões mínimos de cumprimento obrigatório para cada uma de suas unidades de serviço de forma a garantir a qualidade do serviço final prestado ao cliente. As normas, que cobrem todos os serviços direta e indiretamente ligados ao cliente, buscam constituir um sistema dinâmico adaptado à realidade transformadora

do mercado. Nesse sentido, a atividade de normalização requer uma vigilância contínua das expectativas e dos requerimentos dos clientes, do desenvolvimento de novas tecnologias e da capacidade de oferta do setor, por isso o processo de revisão das normas é contínuo.

As normas foram elaboradas e aprovadas por entidades empresariais, instituições, associações, empresários e todos aqueles grupos setoriais sendo baseadas em diagnósticos de oferta e demanda, a partir dos quais se estabeleceram os requisitos e padrões de serviço e de processo que devem cumprir os estabelecimentos que desejam obter a marca Q de qualidade. É importante assinalar que as entidades interessadas cumprem com alguns requisitos mínimos de caráter intersetorial definidos pelo ICTE, que asseguram a coerência entre todas as normas setoriais desenvolvidas.

As normas desenvolvidas dentro do marco do ICTE são elaboradas buscando-se a complementaridade com a legislação vigente, tanto nacional como local, e total compatibilidade com a ISO9000, podendo uma empresa possuir ambas as certificações. Estas normas referem-se tanto aos processos empresariais (neste sentido são consistentes com a ISO9000), quanto ao serviço final entregue ao cliente. Isto é, combinam requisitos de sistema e de produto. Além disso, elas foram definidas compreendendo o conjunto normativo em três níveis: normativa não turística, o qual afeta temas de segurança, higiene e outros, normativa turística de cumprimento obrigatório e auto-regulação.

#### 4.4.4 Classificação

O SCTE desenvolve uma metodologia comum para todos os subsectores turísticos comprometidos com a melhoria na qualidade de seus produtos e serviços, além de criar uma marca única, a Marca de Qualidade Turística Espanhola. No entanto, o sistema também trabalha de maneira específica com cada subsector de serviços turísticos. Pode-se perceber que isso faz com que cada setor possa aprofundar seu sistema de qualidade e que a gestão seja facilitada por ser menos centralizada, ou seja, a responsabilidade pelo sucesso da implementação das normas é dividida com representantes dos setores.

Os Sistemas de Qualidade dos setores, citados a seguir, estão na fase mais avançada quanto à consolidação metodológica e à extensão de implantação: Hotéis e Apartamentos Turísticos, Agências de Viagem, Camping, Restaurantes, Estações de Esqui e Montanha e Meios de Hospedagem de Turismo Rural.

Os novos setores abarcados pelo Sistema de Qualidade, atualmente em fase de desenvolvimento são: Companhias aéreas, espaços naturais protegidos, transporte rodoviário e serviços turísticos municipais.

Com a finalidade de demonstrar esse envolvimento e a divisão de responsabilidades entre os organismos envolvidos, bem como o trabalho específico realizado para cada subsetor. São relacionadas e explicadas a seguir algumas divisões do Sistema de Qualidade, tais como: a) Hotéis e Apartamentos Turísticos; b) Agências de Viagem; c) Setor de Camping; d) Setor de Restaurantes; e) Estações de Esqui e Montanha e f) Casas Rurais.

#### a) Sistema de qualidade de hotéis e apartamentos turísticos

A Federación Española de Hoteles (FEH) e a Agrupación Hotelera de las Zonas Turísticas de España (ZONTUR) são os membros fundadores do Instituto para a Qualidade Hoteleira Espanhola (ICHE). Criada em 1996, é uma instituição privada sem fins lucrativos, que coordena os projetos realizados quanto à normalização, certificação e reconhecimento da Marca de Qualidade Turística.

#### b) Sistema de qualidade em agências de viagem

Um acordo entre as três associações do setor, AEDAVE, AMAVE e FEA AV, permitiu trabalhar para o desenvolvimento de um sistema único. No primeiro momento foi estruturado e desenvolvido seu sistema de qualidade por meio do diagnóstico do setor. Atualmente, está ocorrendo a implantação massiva em 200 agências de viagens em suas três tipologias: grande, micro e receptoras. Pretende-se continuar prestando assistência técnica às empresas nas quais já foram implantados outros sistemas de qualidade. As linhas de atuação dos modelos de



gestão implantadas nas centrais de grandes agências de viagem foram baseadas no sistema ISO 9000 e no modelo EFQM<sup>35</sup>.

#### c) Sistema de qualidade no setor de camping

Este sistema de qualidade se desenvolveu em 1994 de maneira piloto e, a partir daí, foi definido um conjunto de parâmetros e indicadores que permitiram ao empresário do turismo de camping comprovar a eficácia e eficiência de seu estabelecimento. Depois de diversas fases de estruturação e implantação o sistema foi reorganizado utilizando a metodologia intersetorial do SCTE. No momento atual, está ocorrendo a assimilação das certificações da primeira fase com a marca intersetorial, assim como a implantação massiva nos estabelecimentos. Há previsão para que se continue prestando assistência técnica àqueles campings com implantações de sistemas de qualidade anteriores.

#### d) Sistema de qualidade no setor de restaurantes

A Federação Espanhola de Restaurantes, Cafeterias e Bares somou esforços para melhorar o setor desenvolvendo seu sistema de qualidade, o que supôs um primeiro desenho de padrões de serviço. Após a fase de implantação piloto em seis regiões, que serviu para a validação e integração do sistema na metodologia intersetorial do SCTE, o projeto se encontra em sua fase de implantação massiva nos estabelecimentos das demais regiões. Também ocorre em outros setores, em que estão sendo iniciadas linhas de atuação para sua execução nas centrais de cadeias e grandes empresas de restauração de modelos de gestão baseados no ISO 9000 e no modelo EFQM.

#### e) Sistemas de qualidade de estações de esqui e montanha

---

<sup>35</sup> *European Foundation for Quality Management*. É um modelo que reconhece que há muitas abordagens possíveis para se conseguir o *excellence sustainable*. Baseia-se na suposição de que os resultados excelentes com respeito a desempenho, clientes, povos e sociedades são obtidos com a Liderança que dirige a política e a estratégia por meio das parcerias, dos recursos e dos processos. Disponível em: <[www.12manage.com](http://www.12manage.com)> Acesso em: 28 abr. 2009.

Assim como nos outros subsetores, a Associação de Estações de Esqui e Montanha percebeu a necessidade de desenvolver um sistema de qualidade no setor. Para alcançar este objetivo iniciaram-se as fases de diagnóstico do setor de estações e a estruturação da norma e ferramentas do sistema de qualidade. Após sua implantação piloto foi iniciada a fase de implantação massiva, fase atual, na qual a maioria das estações de esqui aderiu ao sistema. Prevê-se continuar a assistência técnica às estações com implantação de sistemas de qualidade anteriores a 2001.

#### f) Sistema de qualidade em meios de hospedagem de turismo rural

Por meio da Associação para a Qualidade do Turismo Rural (ACTR) o Sistema de Qualidade para Casas Rurais está sendo implementado na Espanha. Esse sistema envolve Comunidades Autônomas com participação institucional e com participação empresarial. Foram registradas mais de quatro mil casas rurais, quase todas integradas nas associações participantes no sistema, alcançando 80% dos estabelecimentos registrados oficialmente. Por outro lado, tanto no nível estatal como no nível de Comunidade Autônoma, foram realizadas apresentações do sistema, e a sua formação foi estendida a Técnicos das Comunidades Autônomas, a gerentes de qualidade das associações participantes e a empresários de casas rurais. Quanto à implantação desse sistema, foram firmados pelos empresários centenas de protocolos de adesão e diversas casas receberam assistência técnica completa ou parcial.

#### 4.4.5 Incentivos

A Espanha considera como maior incentivo, sobretudo a promoção dos estabelecimentos que alcancem o nível exigido, os quais podem ostentar o selo distintivo da qualidade dos serviços (Marca de Qualidade Turística Espanhola). O ICTE aposta também no retorno financeiro que esta qualidade pode gerar, possibilitando melhorias contínuas nas empresas. (ICTE, 2009).

Há também uma assistência individualizada às associações e empresas na adequação às normas e o SCTE tem investido na criação de departamentos de

apoio à gestão da qualidade tanto nas empresas quanto nas associações que vão constituir os núcleos de implantação do Sistema.

O ICTE também desenvolveu um programa de formação *online* com quatro cursos: Sistema de Qualidade para Hotéis e Apartamentos Turísticos (UNE 182001), Sistema de Qualidade Turística para Meios de Hospedagem de Turismo Rural (UNE 183001), Sistema de Qualidade Turística para Serviços Turísticos de Intermediação (UNE 1890001) e Sistema de Qualidade Turística para Serviços de Restauração (UNE 167000). (CALIDAD TURÍSTICA, 2009).

#### **4.5 Nova Zelândia: Qualmark**

Nos últimos 20 anos o governo Neozelandês transformou o país, que antes era possuidor de uma economia agrária dependente do acesso ao mercado inglês, em uma economia mais industrializada, com um mercado mais dinâmico e competitivo mundialmente. (CIA, 2009). Este crescimento vertiginoso impulsionou o desenvolvimento não só do setor industrial, mas também de outros setores da economia, como o turismo.

##### **4.5.1 Justificativa e características**

A Nova Zelândia apresenta clima temperado com grande diversidade regional. Seu relevo é predominantemente montanhoso com algumas planícies costeiras e é comum a ocorrência de terremotos. (CIA, 2009). Apesar desta aparente dessemelhança com o Brasil, o país é um importante parâmetro no que se refere ao setor turístico pelo fato de ser considerada primordialmente um destino de natureza, portanto, concorrendo com o Brasil. Ambos os países são distantes de seus principais mercados: a Europa e Estados Unidos.

No entanto, apesar de relativamente mais próximo de seus principais mercados e de também ser um destino fortemente reconhecido internacionalmente como de natureza, o Brasil apresenta sérias desvantagens competitivas em comparação com a Nova Zelândia. Vale destacar duas delas: a primeira seria o idioma e a segunda a qualidade do turismo, reconhecida internacionalmente e

amplamente difundida. Por esse motivo, a Nova Zelândia é, também, objeto de estudo neste trabalho.

#### 4.5.2 Organização do programa

A *Qualmark New Zealand Limited* é a agência oficial de qualidade do turismo na Nova Zelândia, uma organização sem fins lucrativos gerada a partir de uma parceria entre os setores público e privado, envolvendo a *Tourism New Zealand* e a *New Zealand Automobile Association (AA)*.

Os sistemas de avaliação de conformidade da *Qualmark* foram desenvolvidos e são constantemente aperfeiçoados em parceria com operadores, associações e outros representantes do setor para assegurar que reflitam com precisão as expectativas dos turistas e ao mesmo tempo para que alcancem amplo apoio da indústria turística. Os sistemas também foram desenvolvidos com base em parâmetros internacionais e em pesquisas a respeito dos consumidores.

A organização do programa é bastante simplificada, pois a *Qualmark* apresenta um time de especialistas preparados para realizar avaliação de conformidade. Cada profissional realiza cerca de 200 avaliações por ano. (Qualmark, 2009). Como os critérios foram desenvolvidos com a participação do *trade*, a agência aposta na visibilidade da marca como chamariz para que as empresas busquem o certificado da *Qualmark*. As próprias empresas buscam a certificação para estarem inseridas entre as melhores.

#### 4.5.3 Programa

A *Qualmark* é a marca oficial de qualidade turística da Nova Zelândia, sua função é licenciar profissionais e empresas confiáveis para usarem sua marca, a qual identifica estabelecimentos profissionais e confiáveis para que o visitante possa realizar reservas e compras com segurança. O seu sistema de certificação de qualidade apresenta a graduação através de estrelas para os meios de hospedagem e recomendação para outros negócios do setor turístico como atividades de

aventura, atrações, experiências culturais e naturais, aluguel de carro, viagens de baixo custo, dentre outras.

Como parte da estratégia turística do país, o papel definido para a *Qualmark* é o de ajudar a alcançar a meta geral da indústria local, que se resume em enfatizar a reputação neozelandesa de destino turístico mundialmente reconhecido pela excelência.

Empresas do ramo turístico podem aderir esse sistema de licenciamento por meio de uma classificação de estrelas para os meios de hospedagem, ou uma categorização de recomendação para atividades de turismo de aventura, transportes e operadores de serviços. Todos os meios de hospedagem e empresas turísticas listadas no *website* [tourismnewzealand.com](http://tourismnewzealand.com) levam a marca *Qualmark* demonstrada na Figura 9, o que significa que foram independentemente classificadas como profissionais e confiáveis para que os clientes possam fazer suas escolhas com segurança.



Figura 4.4 – Selo Nova Zelândia: Qualmark  
Fonte: DESTINATION NEW ZEALAND, 2009.

As normas ou critérios são disponibilizados no *website* da *Qualmark* somente para aqueles empreendimentos que se inscreverem, os quais receberão diversas instruções e orientações para realização de uma auto-avaliação, de modo que estejam preparadas para a avaliação de conformidade. A *Tourism New Zealand* busca transmitir a idéia de que essas avaliações de conformidade têm o caráter de apoio, ou seja, devem auxiliar os empreendimentos na busca pela melhoria da qualidade, por meio de sugestões dos técnicos responsáveis. Essa postura tende a diminuir o peso da avaliação, que pode ser vista por muitos como sendo uma espécie de prova em que serão ressaltados seus pontos negativos.

#### 4.5.3.1 Turismo responsável Qualmark (Qualmark Green)

A Estratégia 2015 da *New Zealand Tourism* (2007) destacou a importância de que o país demonstre sua preocupação com a sustentabilidade e com o meio ambiente. Desde 2002 a *Qualmark* apresenta critérios ambientais em seu sistema de avaliação e aprimorou seus critérios para implementação em 2008. O desenvolvimento desses critérios envolveu a consulta do setor turístico da Nova Zelândia e a análise de programas similares de onze diferentes países, além da utilização de projeto piloto e revisão, conforme demonstrado no Quadro 4.2.

**Quadro 4.2 - Fases de desenvolvimento Costa Rica**

Fonte: RESPONSIBLE TOURISM, 2009.

Fase 1	Pesquisa	2006
Fase 2	Desenvolvimento do sistema	2007
Fase 3	Consulta e projeto piloto	2007/2008
Fase 4	Implementação	2008
Fase 5	Revisão	2009

Para os empreendimentos turísticos há requisitos mínimos, sendo necessário a participação ativa em programas com o foco na eficiência energética, em iniciativas de conservação, na gestão de resíduos, em atividades comunitárias e na conservação da água.

O foco da *Qualmark Green* é assistir os operadores da Nova Zelândia na introdução de práticas de sustentabilidade e gestão ambiental nas organizações. No entanto, em *workshop* realizado em julho de 2008 no país, alguns questionamentos foram levantados, como a capacidade dos empresários arcarem com os custos da conformidade junto à instituição e a possibilidade de que os estabelecimentos acabem regredindo em sua classificação já alcançada devido aos novos critérios.

A *Qualmark* ressalta que há três diferentes classificações a serem alcançadas com relação aos critérios de sustentabilidade, *Enviro Bronze*, *Enviro Silver* e *Enviro Gold*, justamente para que os estabelecimentos possam implementar as novas medidas gradualmente. Tais classificações podem ser observadas na figura 10.



Figura 4.5 – Nova Zelândia: Qualmark Green  
Fonte: DESTINATION NEW ZEALAND, 2009.

Além disso, afirma que não haverá pressão para que todos os empreendimentos conquistem a marca “Green” com uma das três classificações. De fato, isso poderá fazer com que o *trade* não se volte contra a marca, mas por outro lado pode gerar acomodação por parte dos empresários.

#### 4.5.4 Classificação

Todos os sistemas de avaliação da *Qualmark* são fundamentados nos mesmos processos e metodologias. Primeiro, são avaliados os requisitos mínimos que devem ser encontrados em determinado serviço. Em seguida são estabelecidas pontuações de qualidade em diversos quesitos para aquele determinado empreendimento, que são contabilizadas para determinar uma pontuação global da qualidade. Para os meios de hospedagem, esta pontuação global determina a quantidade de estrelas, enquanto para os outros setores ela deve ser de sessenta por cento ou mais para que seja confirmada sua aprovação.

Os serviços turísticos avaliados e classificados em categorias são: os empreendimentos de hospedagem (Mochileiros, Exclusivo, Hóspede & hospedeiro<sup>36</sup>, Parque, Casa de veraneio, Hotel, Auto-serviço e Alojamento Estudantil) que recebem estrelas, com exceção da categoria “Exclusivo”<sup>37</sup>, como pode ser visto na Figura 4.6.

<sup>36</sup> A categoria “hóspede & hospedeiro” inclui *bed & breakfast*, estadias em casas e fazendas, casas de hóspedes, pousadas e estabelecimentos similares. Há normalmente ênfase na interação pessoal entre os hóspedes e o anfitrião.

<sup>37</sup> Propriedades “Exclusivas” são as que atingem 95% ou mais de conformidade com os critérios para hotéis, Hóspede & Hospedeiro ou Auto-serviço, além de alguns requisitos extras. Não recebem estrelas.



Figura 4.6 – Nova Zelândia: Qualmark Meios de Hospedagem  
Fonte: DESTINATION NEW ZEALAND, 2009.

Os demais (Atividades de visitante, Transporte de visitante, Serviços e Locais e eventos) são aprovados somente se apresentarem 60% ou mais de conformidade com as normas, como exposto na Figura 4.7 a seguir.



Figura 4.7 – Nova Zelândia: Qualmark outras categorias  
Fonte: DESTINATION NEW ZEALAND, 2009.

#### 4.5.5 Incentivos

Para as empresas a *Qualmark* gera benefícios com o uso da marca oficial de turismo, que dá aos empreendimentos credibilidade e visibilidade. O *website* oficial da Nova Zelândia<sup>38</sup> recebe mais de cem mil visitas por mês.

O maior incentivo é certamente a promoção. Os empreendimentos licenciados aparecem no *website* oficial da Nova Zelândia e no da *Qualmark*<sup>39</sup>, na seção destinada aos viajantes. Além disso, a *Qualmark* tem parcerias com publicações de viagens voltadas para o consumidor, como a *Travel Guide* e a *Jasons Guidebooks*, e com outros *websites* especializados como o *Wotif.co*<sup>40</sup>.

<sup>38</sup> Disponível em <[www.newzealand.co](http://www.newzealand.co)>

<sup>39</sup> Disponível em <[www.qualmark.co.nz](http://www.qualmark.co.nz)>

<sup>40</sup> Disponível em <[www.wotif.co.nz](http://www.wotif.co.nz)>



Além da promoção, existe um grande número de organismos de turismo, agências, *websites* e revistas especializadas que reconhecem a credibilidade da *Qualmark*, sendo que alguns a utilizam como critério para selecionar os empreendimentos a serem divulgados ou vendidos. Por exemplo, para participar de eventos promocionais da Nova Zelândia no exterior a marca é uma exigência do Ministério do Turismo neozelandês e a partir de 2009 os membros da ITOC<sup>41</sup> precisam ter 75% de seus fornecedores certificados, uma exigência da *Inbound New Zealand*. (*Qualmark*, 2009).

#### 4.6 Análise dos Processos de Certificação e Normalização por País

Nesta seção será apresentada uma análise das experiências dos quatro países focalizados no que se refere ao processo de certificação e normalização.

##### 4.6.1 Costa Rica

Na experiência de Costa Rica foi possível observar algumas características importantes. Uma delas é que suas ações estão mais intimamente voltadas à certificação dos meios de hospedagem e das operadoras.

De acordo com o Tierramérica (2009), a falta de recursos econômicos e a novidade do conceito no início foram um obstáculo para o sucesso do programa. Além disso, as grandes redes hoteleiras instaladas no país mostraram pouco interesse em certificar suas operações.

Os grandes hotéis atraem segmentos de mercado que ainda não se interessam pela sustentabilidade como ocorre em estabelecimentos especializados em ecoturismo, explicou Prado, do Instituto Centroamericano de Administración de Empresas, que reconheceu que a CST não avançou com a rapidez que seus promotores esperavam. (TIERRAMÉRICA, 2009<sup>42</sup>)

---

<sup>41</sup> Inbound Tour Operators Council of New Zealand (Conselho de Tour Operadoras Receptivas da Nova Zelândia). É uma Associação que representa a indústria do turismo receptivo da Nova Zelândia.

<sup>42</sup> Disponível em <<http://www.tierramerica.net/2004/0306/pacentos.shtml>>

As exigências são, em alguns casos, difíceis de serem cumpridas pelos pequenos empreendimentos de hospedagem, pois exigem investimento e direcionamento de esforços. No entanto, os resultados econômicos gradativamente convenceram os empresários a obter o CST. Como mostra a afirmação a seguir.

Os que são atraídos pelo turismo sustentável, em geral, deixam mais dinheiro do que aqueles atraídos pelo turismo de sol e praia, disse Prado. Os europeus são os mais seduzidos, bem como norte-americanos e canadenses com maior formação sociocultural, afirmou Salas. Além disso, acrescentou Prado, ao ganhar dimensão internacional o CST conseguirá seu fortalecimento interno. (TIERRAMÉRICA, 2009<sup>43</sup>)

Outra característica marcante no caso do turismo na Costa Rica é seu foco intensivo na sustentabilidade. O país investe em sua imagem de destino sustentável como forma de promoção, encarando a sustentabilidade não só como um fator de promoção ou para incrementar sua competitividade no mercado turístico, mas, fundamentalmente, como fator de sobrevivência.

Um ponto a ser ressaltado é o fato de haver um órgão central responsável pelo programa, o Instituto Costarriquenho de Turismo (ICT), e um comitê nacional criado especificamente para o assunto, envolvendo todos os setores relacionados. Percebe-se que desta forma há uma organização nas tomadas de decisão, o que facilita a comunicação entre os envolvidos e a unidade das ações. Além disso, a existência de um comitê técnico paralelo, formado por especialistas das diversas áreas abarcadas pelo setor de turismo, confere maior assertividade às decisões estratégicas.

No Brasil nem sempre isso é feito, nota-se que muitas vezes as decisões são tomadas por profissionais da área política sem a devida consulta a especialistas, sem os devidos estudos, sem a devida participação dos interessados, o que pode levar ao estabelecimento de metas inadequadas e prejudicar, conseqüentemente, os resultados.

---

<sup>43</sup> Disponível em <<http://www.tierramerica.net/2004/0306 /pacentos.shtml>>

#### 4.6.2 Chile

Na experiência do Chile é possível destacar alguns aspectos relevantes. O primeiro deles é o fato do país ter planos e programas para organização da qualidade no setor, e o segundo o de utilizar a palavra “sistema” que indica a conscientização de que, para que sejam alcançados os objetivos traçados para a qualidade do turismo no destino, é necessário o envolvimento contínuo e permanente de todos os atores, conforme indica a definição da palavra estabelecida em dicionário por Bueno (1992).

Sistema, s.m. Conjunto de partes coordenadas entre si; [...] combinação de partes de modo que concorram para um certo resultado; conjunto de leis ou princípios que regulam certa ordem de fenômenos; [...]. (BUENO, 1992)

Isso reflete também na escolha do destino como unidade básica de gestão. Visto que o destino pode ser trabalhado como um sistema que, por meio da articulação organizada e focada dos atores envolvidos, pode gerar resultados que beneficiam a totalidade dos envolvidos. Isso ocorre na medida em que passa a existir a percepção, por parte do governo chileno, de que o destino como produto é o principal elemento de decisão de compra. Além disso, cada destino apresenta um contexto social, econômico, cultural e político diferente do outro, encontrando-se em estágios distintos de desenvolvimento e apresentando necessidade de investimentos financeiros e de esforços em questões diversas uns dos outros.

É importante destacar que o país não certifica destinos (o que significaria, por exemplo, apontar Santiago como um destino certificado), mas sim trabalha a certificação dos empreendimentos levando-se em conta as peculiaridades de cada destino.

O Brasil poderia se beneficiar desta experiência, já que aqui se costuma trabalhar, em linhas gerais, por tipos de serviços: meios de hospedagem, turismo de aventura e outros. O tratamento igual dispensado a hotéis ou restaurantes do destino Porto Alegre e do destino Belém, por exemplo, pode gerar frustração com relação aos resultados. Portanto, é necessário estabelecer para cada destino um tipo de incentivo diferente.

Outro ponto a ser observado é que o Chile, assim como a Costa Rica, encara a sustentabilidade como um fator de sobrevivência, porém o enfoque não é tão

voltado à questão ambiental, embora esteja, também, presente de forma crucial. Há uma forte preocupação com a questão da sustentabilidade do destino como um todo: da articulação entre os atores, da sustentabilidade ambiental, da durabilidade da imagem de excelência do país e da sua competitividade permanente frente aos concorrentes.

Sendo a normalização e a certificação processos de constante revisão devido às transformações da sociedade e do mercado, o Chile também se utiliza, assim como será visto na experiência espanhola, de diversos projetos pilotos para testar a eficácia dos planejamentos elaborados, o que possibilita a identificação de possíveis falhas e êxitos, ajudando a evitar a má utilização de recursos e a maximizar os resultados.

Por fim, é possível destacar que o modelo do Chile é o único que fala em obrigatoriedade das normas, ainda que somente para o turismo de aventura, e, como consequência, o único que apresenta a figura da fiscalização. Embora isso ainda não tenha entrado em funcionamento, é interessante observar essa experiência, pois nos debates sobre a certificação no Brasil é freqüente que se levante a questão da obrigatoriedade, o que gera grande polêmica devido ao fato de que o governo não apresenta condições de fiscalizar todos os prestadores de serviços, mesmo que só os de turismo de aventura.

#### 4.6.3 Espanha

Na experiência da Espanha podemos perceber um foco na qualidade e na excelência como fator de diferenciação. O país também articula suas ações formando um sistema, como relatado na experiência do Chile. Entretanto, o seu sistema apresenta um maior grau de complexidade, com subsetores organizados em sistemas menores.

É possível observar que essa maior complexidade e organização refletem um maior amadurecimento do empresariado local. A organização partiu em um primeiro momento dos próprios subsetores, o que facilita a atuação do Estado, uma vez que não precisa lançar mão de grandes esforços para conscientização e mobilização dos envolvidos. Além disso, a articulação de cada subsetor está avançada a ponto de se permitir dinâmicas específicas para cada um.

Há alguns pontos em comum observados nesses sistemas menores, mesmo que não estejam presentes em todos: a iniciativa do empresariado, conforme comentado anteriormente, a estruturação fundamentada em estudos e pesquisas sobre as demandas do consumidor; e uma implementação cuidadosa e planejada, com a utilização de diversos pilotos e com amplo acesso a informações para os entes envolvidos.

É notável, ainda, a quantidade de informações constantes do portal *Calidad Turística*<sup>44</sup>, bem como o detalhamento dessas informações. Nele é possível saber, dentre tantos outros aspectos, quantas empresas de um segmento estão certificadas em determinado destino, e também quais são os estabelecimentos e a data da obtenção da certificação, podendo ser realizada uma busca por nome, província, setor e por vários outros itens. Certamente, essa ampla disponibilidade de informações facilita tanto a adesão e atualização dos prestadores de serviços quanto a informação do consumidor, auxiliando na divulgação dos resultados e incentivando o consumo dos serviços certificados.

#### 4.6.4 Nova Zelândia

A Nova Zelândia desenvolveu normas para o setor turístico de forma segmentada e adaptada a sua realidade, com a participação dos setores interessados. Uma vez realizada esta etapa (que de fato é contínua), a *Qualmark* executa, essencialmente, um trabalho de licença para o uso de sua marca.

É notável a simplicidade desse programa em comparação a outros, como no caso da Espanha. A Nova Zelândia não utiliza qualquer tipo de desmembramento em representação de subsetores e é de fato capaz de realizar avaliações periódicas nos empreendimentos, o que é difícil de imaginar em muitos países, inclusive no Brasil.

Um fato que pode explicar essa característica de sucesso do país é, sem dúvidas, o seu nível de desenvolvimento, entretanto o tamanho do território também parece ser significativo neste caso, visto que o país possui 268.021 km<sup>2</sup>, enquanto o Brasil tem um território de 8.456.510 km<sup>2</sup>. (CIA, 2009), ou seja, é cerca de 31 vezes

---

<sup>44</sup> Disponível em <<http://calidadturistica.es>>

mais extenso que a Nova Zelândia e tem população também muito maior. Desta forma, a organização do turismo é simplificada e é mais fácil prestar assistência aos empresários do setor.

#### **4.7 Análise Global das Experiências dos Países**

Diante das experiências internacionais apresentadas é possível identificar algumas características marcantes em cada caso, e também aquelas que se assemelham entre eles.

Todos os casos apresentados, de um modo geral, apontam argumentos semelhantes para a utilização de seus sistemas e planos de qualidade, quais sejam: a garantia da qualidade dos produtos e serviços, a adequação dos serviços às expectativas e necessidades do consumidor, a maior satisfação e segurança do consumidor na escolha do estabelecimento, as melhorias da gestão empresarial (que refletem na excelência do produto e, portanto da competitividade), o incremento na formação de pessoal, a imersão em um processo de melhora continua do estabelecimento, o reconhecimento da qualidade por parte do setor turístico e do cliente, a utilização das marcas como instrumento de promoção e comercialização e a maior competitividade do país como destino e sua durabilidade devido à sustentabilidade dos sistemas desenvolvidos.

Além das vantagens defendidas por todos, é possível identificar características comuns apresentadas por eles em sua estrutura. A primeira delas é a utilização de uma marca única para o setor. É importante destacar que não há um selo de qualidade utilizado internacionalmente. Há, na verdade, diversos selos nacionais em competição entre si, desenvolvidos por cada país.

Essa diversidade de selos, por sua vez, pode causar confusão para os consumidores, por isso, os países que desenvolvem um selo único apresentam vantagens sobre aqueles que não desenvolvem nenhuma certificação e, também sobre aqueles países que desenvolvem diferentes selos para cada subsetor do turismo, como veremos no caso do Brasil.

Os selos de fato auxiliam o consumidor, que, em muitos casos, faz sua decisão de compra no turismo à distância e necessita de um mínimo de garantia.

Daí a importância da certificação e da segurança que a imagem de um selo de qualidade pode trazer. Mesmo que cada subsetor desenvolva-se de forma razoavelmente independente, como no caso da Espanha, é necessária ao menos a utilização de uma identidade visual única para auxiliar o cliente.

Pode-se observar, por meio da Figura 4.8, como o país trabalha a questão dos subsetores de uma forma uniforme para o consumidor:



Figura 4.8 - Espanha: Identidade visual da Marca de Qualidade  
Fonte: ICTE, 2009

Outra característica que foi possível verificar em todos os países analisados é a forte parceria entre os setores público e privado, assim como uma relação participativa e articulada entre eles.

Em alguns países pode-se observar que esta articulação encontra-se mais desenvolvida e ocorre de forma mais natural. De um modo geral, constatou-se certa consciência do setor privado quanto à importância do trabalho conjunto com todo o

*trade* e a importância de fomentar procedimentos sustentáveis para que o turismo seja durável e competitivo.

Os procedimentos comuns que podem ser citados são: a adoção de uma marca comum, a preocupação com a sustentabilidade em diversos aspectos e a competitividade e a gestão participativa e articulada entre os setores público e privado.

#### 4.7.1 Outras características observadas

Além das características de cada uma das experiências estudadas, foram levantadas outras características, que se encontram sintetizados no Quadro 4.3.

Pode-se observar a predominância da certificação de empreendimentos e a quase inexistência da certificação de pessoas e de destinos, fator que é constantemente debatido e encorajado no turismo no Brasil.

Existe também uma articulação geralmente centralizada no sistema e com papéis bem definidos, as normas são de acesso gratuito (embora a Espanha e a Nova Zelândia cobrem pequenas taxas para a participação nos programas, o que inclui o uso da marca, assistência técnica e o acesso às normas) e a certificação é voluntária.

Os incentivos são trabalhados de forma diferente em cada caso. Na Costa Rica, há um sistema mais complexo, que se altera gradualmente de acordo com o nível de adequação às normas, como forma de incentivo para que se chegue ao patamar seguinte. O Chile, além do incentivo por meio da promoção, exige o certificado para participação em licitações.

A Espanha, além da promoção, oferece assistência individualizada e cursos de formação *online*. Já a Nova Zelândia apresenta foco intenso na promoção dos empreendimentos certificados, a marca também é exigida para participação em alguns eventos e tipos de comercialização.



### Quadro 4.3 - Quadro comparativo das experiências internacionais

Fonte: Elaborado pela autora da dissertação.

Características	Costa Rica	Chile	Espanha	Nova Zelândia
Certifica empreendimentos?	Sim	Sim	Sim	Sim
Certifica pessoas?	Não	Sim. Mas somente para o Turismo de Aventura. <sup>45</sup>	Não	Não
Certifica destinos?	Não	Não	Não	Não
Órgão que lidera o processo	Programa desenhado pelo Instituto Costarriquenho de Turismo (ICT). O certificado é emitido pela Comisión Nacional de Acreditación.	Serviço Nacional de Turismo – SERNATUR	Ente gestor único: Instituto para a Qualidade Turística Espanhola (ICTE).	Qualmark New Zealand Limited (organização sem fins lucrativos).
Incentivos	Estrutura gradual de incentivos diretos: quanto maior o nível de classificação, maiores os benefícios em promoção diferenciada (particular para o CST) nacional e internacional, capacitação, apoio para participação em feiras e outros eventos, entre outros.	Uso da marca; Divulgação pela SERNATUR em suas estratégias de promoção nacional e internacional; Subsídio do Estado para promoção internacional; Exigência do Selo de Qualidade para participação em licitações.	Uso da marca; Promoção intensiva; Assistência individualizada; Cursos de formação <i>online</i> .	Fundamentalmente de promoção, uma vez que a marca é amplamente reconhecida. Além disso, a <i>Qualmark</i> é exigida para alguns tipos de comercialização.
Acesso gratuito às normas?	Sim. <a href="http://www.turismo-sostenible.co.cr/">http://www.turismo-sostenible.co.cr/</a>	Sim. <a href="https://www.sernatur.cl">https://www.sernatur.cl</a> e <a href="http://www.calidadturistica.cl/">www.calidadturistica.cl/</a>	Sim. É gratuita, mas somente para as empresas que tenham login e senha. <a href="http://www.calidadturistica.es">www.calidadturistica.es</a>	Sim. É gratuita, mas somente para as empresas que tenham login e senha. <a href="http://www.qualmark.co.nz">www.qualmark.co.nz</a>
Preocupação com a sustentabilidade?	Sim	Sim	Sim	Sim.
Trabalha com segmentos?	Sim	Sim	Sim	Sim
Quais Segmentos?	Meios de Hospedagem; Agências Tour Operadoras.	Meios de hospedagem e subdivisões; Turismo de Aventura e subdivisões; Guias de turismo; Agências de Viagem; Operadoras de turismo.	Hotéis e apartamentos turísticos; Agências de viagem; Camping; Restaurantes; Esqui e montanha; Meios de hospedagem de turismo rural.	Meios de hospedagem e subdivisões (sistema de estrelas); Atividades de visitante; Transporte de visitante; Serviços; Locais e eventos.
Compulsória ou voluntária?	Voluntária	Voluntária <sup>46</sup>	Voluntária	Voluntária

<sup>45</sup> Parte do princípio de que a certificação das empresas estimula a capacitação dos recursos humanos empregados no setor, pois as próprias normas para os empreendimentos especificam padrões de qualidade nos serviços prestados pelos profissionais.

<sup>46</sup> Projeto da lei do turismo no Chile, em fase de tramitação, deverá tornar obrigatória a certificação para o turismo de aventura, mantendo voluntária para as outras atividades turísticas.

## CAPÍTULO 5

# POLÍTICA PÚBLICA DE NORMALIZAÇÃO E CERTIFICAÇÃO NO BRASIL

Este Capítulo apresenta a política brasileira de normalização e de certificação adotada pelo MTur, desde a sua criação até o final de 2008. Serão apresentadas as ações propostas pelos Planos Nacionais de Turismo 2003-2007 e 2007-2010 nos aspectos relevantes ao tema deste trabalho, bem como as ações efetivamente realizadas até o ano de 2008.

### 5.1 Plano Nacional de Turismo 2003/2007

Antes da criação do MTur não havia um planejamento específico e fundamentado em pesquisas para o setor. HALL (2001, p. 26) afirmou que, “a política pública para o turismo é tudo o que os governos decidem fazer ou não com relação ao setor”. A política pública do governo de Fernando Henrique Cardoso previa a elaboração de um plano nacional de turismo que nunca foi realizado e o setor turístico cobrava um planejamento direcionado:

O que se deve enfatizar é o modelo de desenvolvimento que se quer e o tipo de turismo que, conseqüentemente, se deseja desenvolver e isto envolve todos os setores da administração pública e, sobretudo, suas políticas globais como política econômica e políticas sociais. (SANSOLO e CRUZ, 2003, p. 5)

Oficialmente em 29 de abril de 2003, aproximadamente quatro meses após a criação do Ministério do Turismo (01/01/2003, Medida Provisória nº. 103), foi lançado o “Plano Nacional de Turismo 2003/2007: Diretrizes, Metas e Programas” que apresentou seu planejamento para o setor, o que incluiu o “Programa de Normalização<sup>47</sup> da Atividade Turística”, dentro do “Macro Programa 5: Qualidade do

---

<sup>47</sup> O Ministério do Turismo utilizou a palavra “normalização”.

Produto Turístico”, no qual havia diretrizes relacionadas ao tema da normalização e da certificação:

O estado tem papel importante a cumprir na regulamentação do setor, normatizando e fiscalizando segmentos e a atividade turística e orientando a formação profissional. É necessário aperfeiçoar os mecanismos para o aprimoramento dos serviços como também aplicar métodos para qualificar e difundir os níveis atingidos por meios de processos de certificação. (BRASIL, 2003, p. 39)

Percebe-se neste ponto, uma forte participação do Estado por meio da regulamentação e da fiscalização. O Plano descreve também a necessidade da criação de normas, com o objetivo de fornecer um referencial de qualidade e proteger os turistas:

Para garantir a confiabilidade nas relações entre os prestadores de serviços turísticos e os consumidores faz-se necessários o estabelecimento de normas e padrões que sirvam de parâmetros para harmonizar as práticas relativas à comercialização dos produtos. É necessário fornecer ao consumidor nacional e estrangeiro um referencial de qualidade, de modo a garantir os seus direitos quando da aquisição de um produto ou serviço turístico. (BRASIL, 2003, p. 40)

O Plano apresentava ainda como objetivo “apoiar programação de certificação da qualidade para as empresas setor” e “intensificar esforços voltados para o cumprimento das normas e regulamentos para os serviços facilitando a garantia da defesa do consumidor turista” (BRASIL, 2003, p.41), reforçando a idéia de proteção ao consumidor e sua idéia de regulamentar o setor, ou seja, criar regras de caráter obrigatório (vide Capítulo 3).

## **5.2 Plano Nacional de Turismo 2007/2010**

Lançado em 13 de junho de 2007, o “Plano Nacional de Turismo 2007/2010: Uma Viagem de Inclusão” trouxe em seu Macroprograma 7: Qualificação dos Equipamentos e Serviços Turísticos diversos mecanismos de estímulo à qualificação dos serviços turísticos: “o desenvolvimento de manuais de boas práticas para os segmentos, o cadastramento, a normalização, a classificação e a certificação” (BRASIL 2007, p. 75).

No entanto, percebe-se que, além da confiabilidade, da garantia da defesa do consumidor e da fiscalização, é reconhecida a importância da qualidade para a competitividade e da certificação para facilitar a comercialização dos produtos turísticos.

Eles possibilitam o estabelecimento de parâmetros de avaliação tanto para operadores e agências quanto para o consumidor e viabilizam uma inserção mais competitiva dos produtos turísticos no mercado interno e externo. (BRASIL, 2007, p. 75)

Vale ressaltar que a fiscalização ainda aparece com algum destaque: “a fiscalização deve ser considerada também como uma importante ferramenta de controle da qualidade dos serviços turísticos” (BRASIL, 2007, p. 75). A regulamentação também aparece, mas perde sua ênfase para os novos objetivos e, além disso, o segundo Plano deixa claro, conforme apresentado mais adiante, que a certificação deverá ter caráter voluntário.

Observa-se uma pequena alteração do Plano 2003/2007 para o 2007/2010. Nada impede que algum subsetor do turismo venha a ser eventualmente regulamentado. No entanto, as normas e a certificação começam a partir do segundo plano a tomar um viés mais ligado à sustentabilidade, à melhoria na qualidade — que deve beneficiar tanto o consumidor quanto o empresário e o trabalhador — e, especialmente, à competitividade.

O Macroprograma 7 apresenta como premissas os seguintes pontos: a busca da excelência nos serviços, as condições higiênico-sanitárias de atrativos e alimentos ofertados, a garantia de acessibilidade para pessoas com deficiência ou com mobilidade reduzida em todos os equipamentos turísticos do País, o combate ao trabalho infantil e à exploração sexual de crianças e adolescentes, o compromisso com a sustentabilidade dos destinos turísticos brasileiros, a conservação do patrimônio histórico e natural e a promoção e valorização das manifestações artísticas e culturais como patrimônio das populações locais. (BRASIL, 2007, p. 75)

Constata-se neste caso, preocupações explícitas com algumas questões sociais que não foram explicitadas nos casos internacionais estudados, como a acessibilidade, o combate à exploração sexual infanto-juvenil (que aparece de forma explícita somente no caso da Costa Rica), o combate ao trabalho infantil e o

provimento de condições higiênico-sanitárias dos atrativos e alimentos ofertados. Todas essas são questões ainda muito fortes e problemáticas no turismo brasileiro e que devem ser enfrentadas, ainda que se constituam como problemas graves que não são de responsabilidade primeira do turismo. Sendo assim, o PNT 2007/2010 optou por apontar que o poder público tem ciência desses problemas e que o MTur tem a intenção de contribuir para sua solução.

Todos esses aspectos influenciam no setor turístico. A falta de condições higiênico-sanitárias satisfatórias, por exemplo, tem um impacto para a imagem do turismo no Brasil, de modo especial em algumas regiões do país, e ainda é causa de freqüentes interações de turistas. Contudo, é uma questão que vai além das capacidades do Ministério do Turismo. Este vem lidando com o problema por meio de algumas ações, como o Programa Alimento Seguro no Turismo, que tem como objetivo qualificar qualquer mão de obra no setor de alimentos (de restaurantes a vendedores de praia) quanto à conservação e manipulação dos alimentos nos destinos turísticos do país. Apesar de alcançar resultados significativos, ainda é uma medida paliativa para uma questão mais profunda de saúde pública.

O Macroprograma 7 apresenta alguns objetivos relacionados a normalização e certificação como promover a qualidade dos produtos turísticos no Brasil, sistematizar o conjunto de normas e regulamentos que dispõe sobre a prestação de serviços e equipamentos turísticos no País, incentivar e apoiar a certificação de profissionais e equipamentos turísticos, estabelecer normas, padrões e regulamentos relativos aos serviços prestados para referenciar os programas de qualificação profissional e orientar a melhoria da qualidade e segurança dos serviços prestados ao turista, descentralizar e fortalecer o sistema de regulação e de fiscalização dos serviços turísticos e intensificar esforços voltados para o cumprimento das normas e regulamentos para os serviços, facilitando a garantia da defesa do consumidor turista.

A certificação do turismo no Brasil iniciou-se com diversas iniciativas isoladas de algumas instituições, como de Organizações Não Governamentais (ONGs), do Programa de Certificação da Qualidade Profissional, do Programa de Certificação em Turismo Sustentável (PCTS), entre outras. Na fase seguinte, conforme mostrado na Figura 14, foram definidas algumas diretrizes para as políticas públicas do setor, como a necessidade de normas como referências técnicas, a utilização da

certificação como instrumento de garantia da qualidade e o caráter voluntário da certificação.

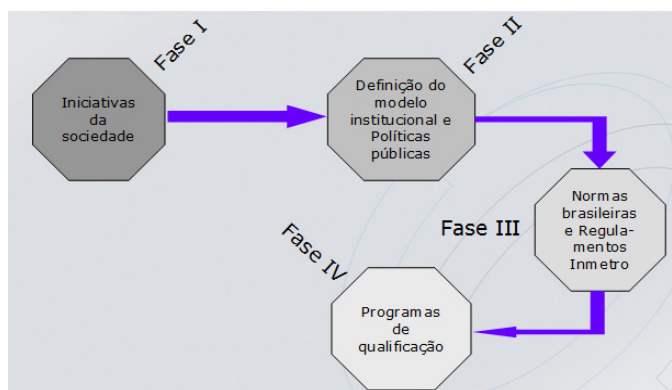


Figura 5.1 – Fases percorridas no Brasil com vistas à qualidade no Turismo  
Fonte: IBQP, 2007

A partir disso, foram desenvolvidas normas técnicas pela ABNT, e o INMETRO desenvolveu alguns regulamentos para a certificação, por meio dos quais começaram a ser desenvolvidos e implementados programas de qualificação de profissional e de empresas para sustentabilidade e para segurança no Turismo de Aventura.

Com a finalidade de atingir os objetivos supracitados o Macroprograma 7 apresenta ainda programas voltados ao tema deste estudo: o Programa de Normatização do Turismo e o Programa de Certificação do Turismo, além do Programa de Qualificação Profissional. Este breve histórico mostra a necessidade de estruturar e organizar a normalização e a certificação no Brasil.

### 5.2.1 Programa de normatização do turismo

Este Programa propõe a criação e disponibilização de instrumentos normativos e regulamentadores que contemplem requisitos mínimos de qualidade, e, também, reconhece o desordenamento dos instrumentos relacionados ao turismo, que dificulta avanços na área:

Propõe-se a sistematização e o ordenamento dos instrumentos jurídicos relacionados ao turismo, de forma a serem solucionados conflitos e sobreposição de competências, tornando a legislação clara para a sua

aplicação e reduzindo o excesso de burocracia na tramitação e nos procedimentos de aprovação dos projetos turísticos (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2007, p.75).

O objetivo do Programa é utilizar as normas como base para o cadastramento, a classificação e a fiscalização de empreendimentos turísticos, “descentralizando a execução a órgãos conveniados, com vistas ao controle da qualidade dos produtos e serviços”. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2007, p. 75).

Esses elementos demonstram que a preocupação maior do Programa é com a organização do setor, tanto no sentido de coordenar as competências de forma articulada como no de viabilizar uma padronização dos serviços.

### 5.2.2 Programa de certificação do turismo

O Programa de certificação do turismo tem como objetivo referenciar o mercado e os consumidores e, também, contribuir para o aumento na qualidade dos produtos por meio da elaboração de normas e ações voltadas para a certificação de pessoas, produtos e empreendimentos turísticos.

É neste Programa que se inicia a intenção de elaborar normas técnicas brasileiras, além da certificação de pessoas aparecer com mais destaque. De acordo com a afirmação a seguir, “Tem também como função apoiar a certificação dos profissionais empregados, contribuindo para aumentar sua permanência nos postos de trabalho, assim como possibilitar a inserção profissional” (BRASIL, 2007, p.75).

O Programa defende que a certificação de pessoas no turismo não só é viável, pois também auxilia na permanência nos postos de trabalho. No entanto, o turismo no Brasil, em sua maioria, emprega pessoas em postos de trabalho que exigem pouca qualificação e, portanto, apresentam grande rotatividade. Além disso, a sazonalidade do setor contribui para a rotatividade dos trabalhadores. Sendo assim, as experiências apontam que quanto mais este profissional se qualificar, maiores serão as chances de mudar de empregador em busca de maiores salários.

Setores que requerem trabalhadores mais qualificados e que visam manter baixas as taxas de rotatividade tendem a formalizar a sua mão-de-obra, já que o empregador tem interesse em investir numa relação de trabalho duradoura. Setores que experimentam sazonalidade e/ou requerem trabalhadores pouco qualificados tendem a manter relações de trabalho

mais ténues, ou contratos informais de trabalho. As indústrias com taxas de formalização mais elevadas tendem a ter melhores indicadores de produtividade e maiores salários médios (ARBACHE, 2001, p. 55).

Do mesmo modo, o Programa propõe que a inserção profissional só será possível por meio da certificação, se os empreendimentos estiverem dispostos a pagar maiores salários aos profissionais certificados. Contudo, percebe-se que os empreendimentos turísticos no Brasil tendem a não investir na qualificação dos trabalhadores e a pagar baixos salários, justamente devido à alta rotatividade e à grande oferta de mão-de-obra pouco qualificada.

O Programa afirma também que “a certificação para o turismo tem o caráter voluntário e deve ocorrer no âmbito do Sistema Brasileiro de Certificação” (BRASIL, 2007, p.76). Isto é, ressalta-se o caráter voluntário da certificação.

No Brasil, a voluntariedade para a adequação às normas no setor ainda é um tema polêmico. No entanto, se o país optasse pela obrigatoriedade das normas e/ou da certificação no turismo, ou seja, pela regulamentação, deveria criar meios não só para fiscalizar, mas também para punir aqueles que não cumprissem com os requisitos estabelecidos.

De fato, não existe até o momento uma estrutura no setor público capaz de fiscalizar todos os produtos e serviços turísticos. Além disso, mesmo que se crie uma estrutura adequada, ela tende a ser dispendiosa devido à extensão do setor e à necessidade de se criar mecanismos seguros contra a corrupção dos agentes fiscalizadores, entre outros fatores.

### **5.3 Ações Desenvolvidas pelo Ministério do Turismo**

Após identificação dos objetivos traçados pelo Ministério do Turismo em seus dois Planos Nacionais de Turismo, referentes ao período de 2003 a 2010, serão, nesse momento, apresentadas as iniciativas tomadas pelo MTur com o intuito de atingir seus objetivos.

Para tanto, realizou-se um levantamento de suas que indicou a existência de algumas ações pontuais, quais sejam: o Projeto acesso às Normas ABNT (disponibilização das normas e participação em debates internacionais), o Programa Bem Receber (sustentabilidade para os meios de hospedagem), o Programa



Aventura Segura (certificação para o Turismo de Aventura) e o Programa Turismo 100% (desenvolvimento de programas de certificação). Cada uma dessas ações serão apresentada a seguir.

### 5.3.1 Projeto acesso às normas

O Ministério do Turismo e a ABNT, ainda no âmbito do Plano Nacional de Turismo 2003/2007, iniciaram trabalhos intensivos na elaboração de normas técnicas para o turismo, conforme já detalhado no Capítulo 3. Porém, para se ter acesso a essas normas era necessário pagar, o que significava a primeira barreira para que os empresários do setor tivessem contato com as normas a fim de implementá-las.

As normas, geralmente, são pagas devido ao fato de sua produção ter um custo elevado, além disso, os organismos de normalização, como a ABNT, não são órgãos públicos e necessitam de se auto-sustentar. (VIEIRA, 2009). Além disso, as normas alcançaram nível de excelência e não havia qualquer divulgação deste trabalho internacionalmente.

Dessa forma, o MTur e a ABNT desenvolveram um projeto que tem como proposta fortalecer a cultura da qualidade na prestação de serviços no turismo no Brasil, ampliando o acesso às normas brasileiras publicadas pela ABNT e garantindo a participação do país nos principais fóruns de debates internacionais.

O objetivo desta ação é incluir o tema normalização na agenda dos atores do setor, aumentar a participação brasileira nos fóruns internacionais de normalização voltadas ao turismo, subsidiar a obtenção de posições de liderança nesses eventos, disponibilizar gratuitamente as normas brasileiras do turismo no *website* do MTur, estimular o uso das Normas Brasileiras como referencial para projetos de qualificação e, também, subsidiar o debate e posicionamento do setor de turismo e seus segmentos frente às demandas de normalização nacional e internacional. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2007).

As sessenta normas técnicas disponibilizadas pela ABNT foram inseridas no *website* Normalização em Turismo<sup>48</sup>. Todas foram disponibilizadas na íntegra até o

---

<sup>48</sup> Disponível em <[www.abntnet.com.br/mtur](http://www.abntnet.com.br/mtur)>

ano de 2008 sendo que para ter acesso a elas era necessário preencher um cadastro após identificar-se como pessoa física ou jurídica. Elas podiam ser lidas e impressas, mas não era possível realizar *download*.

O projeto possibilitou a prestação de serviços técnicos especializados pela ABNT para representar o Brasil em fóruns nacionais, regionais e internacionais de normalização, exceto nos de âmbito governamental, de acordo com a Resolução n° 7/92 do CONMETRO e no âmbito da ISO, mediante a formalização e manutenção da Secretaria do Subcomitê de Turismo de Aventura.

Essa parceria entre o MTur e a ABNT de fato conseguiu divulgar e facilitar o acesso às normas brasileiras já publicadas no âmbito da ABNT/CB 54<sup>49</sup>, além de fortalecer a representatividade e participação brasileira nos ambientes de normalização internacional, possibilitando que os interesses do turismo do Brasil fossem defendidos.

Percebe-se que esta iniciativa vai ao encontro das tendências internacionais estudadas, que se constituem em disponibilizar as normas elaboradas, uma vez que em todos os casos pesquisados as normas ficavam disponíveis, embora em alguns deles fosse necessário ter um *login* e uma senha.

### 5.3.2 Programa Bem Receber

O Programa Bem Receber consiste em uma parceria estabelecida entre o Ministério do Turismo e o Instituto de Hospitalidade (IH) que tem como público-alvo, os meios de hospedagem com até cinquenta unidades habitacionais, bem como trabalhadores operacionais de meios de hospedagem (camareiras, recepcionistas, garçons etc.). Além disso, existem outros critérios para participação no Programa: inscrição no *website* do Bem Receber<sup>50</sup>, assegurar o aporte dos recursos necessários, a título de contrapartida financeira ao programa; assinar um convênio com o IH; aderir à metodologia de implementação do projeto; e estar localizado em um dos trinta destinos contemplados.

O Programa visa apoiar tecnicamente meios de hospedagem para que alcancem a certificação na norma de gestão de sustentabilidade e qualificar

---

<sup>49</sup> Ver Capítulo 3.

<sup>50</sup> Disponível em <[www.bemreceber.org.br](http://www.bemreceber.org.br)>

profissionais e gestores empresariais com foco na sustentabilidade dos empreendimentos visando aumentar a competitividade da cadeia produtiva do turismo (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2008). Consiste, ainda, em um conjunto de ações, que contam com o apoio tanto do MTur e do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), quanto do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e da Agência de Promoção de Exportações e Investimentos (APEX).

Outro fator que merece destaque é o fato desse programa utilizar como referência os requisitos técnicos descritos nas Normas Brasileiras (NBRs) da ABNT que se refere às ocupações do setor de turismo e ao turismo sustentável nos meios de hospedagem. (ABNT, 2006)

O método de implementação foi desenvolvido para ser aplicado em duas fases, com duração aproximada de sete a nove meses para cada um dos grupos. A primeira fase, de duração de um mês, tem seu foco na realização de diagnóstico detalhado sobre as condições do meio de hospedagem que está relacionada à NBR 15401: 2006. Nessa etapa são realizadas três oficinas e duas visitas técnicas para cada uma das empresas participantes a fim de orientá-las para a realização do diagnóstico.

Na segunda fase, com duração de seis a oito meses, são realizadas seis oficinas e nove visitas técnicas. Nesse período, os empreendimentos são orientados a implementar os requisitos da norma com base nos resultados do diagnóstico realizado na fase anterior.

Após a realização de palestras para sensibilização do público-alvo, o Programa trabalha separadamente com a preparação de pessoas (Qualidade Profissional) e de empreendimentos (Gestão Sustentável) com vistas à certificação. Ele aposta na certificação dos profissionais como forma de melhorar os serviços e, assim, reduzir custos das empresas. De fato, há pesquisas que mostram que os empresários apontaram uma redução de cerca de 20% nos custos após optarem por trabalhar com profissionais certificados (BEM RECEBER, 2009). No entanto, há dúvidas quanto ao fato desta redução ocorrer devido à certificação ou qualificação profissional recebida pelos trabalhadores. Neste caso, o apoio à qualificação profissional estaria suficiente para se atingir esses resultados.

A certificação de empreendimentos do Bem Receber tem como uma de suas premissas a sustentabilidade.

Implantando-se um sistema de gestão estruturado segundo as normas brasileiras e certificando-o, evidencia-se o comprometimento com a qualidade da gestão e com a sustentabilidade não só do empreendimento, mas também do seu entorno, compreendido pelos aspectos ambientais e sócio-culturais (BEM RECEBER, 2009) <sup>51</sup>.

Até o ano de 2008 nenhum hotel havia sido certificado<sup>52</sup>, porém, a implantação do programa gerou resultados positivos, apesar de ainda necessitar de constantes ajustes, o que, normalmente, é esperado para um programa com esta complexidade. De acordo com a avaliação dos consultores do Programa:

A implementação do projeto contribuiu, de fato, para estimular o melhor desempenho das empresas nas áreas econômicas, ambiental, cultural e social. No entanto, mostram-se necessárias a revisão dos critérios de participação dos empresários, os quais devem estar presentes no Termo de Adesão (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2007, p. 2).

A avaliação dos empresários que participaram do Programa aponta tanto aspectos positivos quanto negativos:

Entre os primeiros, podem ser citados: aproximação entre os hoteleiros; busca de viabilidade econômica com parcerias; maior organização interna; envolvimento de todos os hoteleiros nas questões relacionadas à ecologia; melhor qualificação de todos os setores do Hotel; maior valorização da cultura local; aumento da organização de toda documentação; novos padrões de qualidade para toda equipe.

Entre os aspectos negativos, destacam-se: tempo reduzido; complexidade da norma; legislação conflitante (lei federal/ lei estadual/ lei municipal) não se sabe qual documento é válido; manual interpretativo apresenta os mesmos obstáculos que a própria norma (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2007, p. 2).

Com base nas avaliações do programa é possível perceber que de fato a implementação das normas traz vantagens aos empresários dos meios de hospedagem em forma de *benefícios internos* (ver Capítulo 2), incluindo maior interação do setor, aprimoramento dos procedimentos internos, maior qualificação, além de contribuir com a sustentabilidade ambiental e valorizar a comunidade local. No entanto, na prática, essas vantagens ainda não são difundidas entre os

---

<sup>51</sup> Disponível em <[www.bemreceber.org.br](http://www.bemreceber.org.br)>

<sup>52</sup> O hotel Canto das Águas na Chapada Diamantina foi o primeiro hotel a receber o certificado de conformidade com a ABNT NBR 15.401 (Meios de Hospedagem – Sistema de Gestão de Sustentabilidade – Requisitos), no ano de 2009.

empresários de forma suficiente para gerar uma cultura de normalização no setor hoteleiro.

Outra conclusão que pode ser pontuada é que o Ministério do Turismo tem fundamentos quando propõe, no Programa de Normatização do Turismo, a “sistematização e o ordenamento dos instrumentos jurídicos relacionados ao turismo, de forma a serem solucionados conflitos e sobreposição de competências” (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2007, p.75). No caso do Programa Bem Receber, fica claro que o empresariado percebe esses conflitos na legislação e acaba prejudicado por eles.

#### 5.3.2.1 Programa de Certificação em Turismo Sustentável (PCTS)

Desde o ano de 2002 o Conselho Brasileiro para o Turismo Sustentável (CBTS) e a Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH) apoiaram a implementação do Programa de Certificação em Turismo Sustentável (PCTS). Os parceiros institucionais nesse Programa, além do MTur e do SEBRAE (que passaram a apoiar o PCTS ao longo de sua trajetória), são o BID e a APEX.

O PCTS foi instituído com o objetivo de aprimorar a qualidade e a competitividade das micro e pequenas empresas (MPE) de turismo, estimulando seu melhor desempenho nas áreas econômica, ambiental, cultural e social e contribuindo para o desenvolvimento sustentável do país e a melhoria da imagem do destino Brasil no exterior. Entre as ações previstas para alcançar os resultados almejados, vale ressaltar a elaboração da Norma Meios de Hospedagem - Requisitos para sustentabilidade - a qual vem servindo de base para implementação do Programa Bem Receber.

Em 2004, com o intuito de apoiar a efetiva implementação das normas nos meios de hospedagens, o Programa previu um serviço de assistência técnica e promocional às empresas, assim como a realização de cursos de capacitação para consultores e auditores a fim de que sejam, posteriormente, os multiplicadores do turismo sustentável no mercado brasileiro.

Nesse sentido, é importante destacar que algumas ações do Programa já estavam previstas no âmbito do PCTS, com recursos do BID e da APEX. O prazo de

execução era até 2005, após o qual se firmou convênio com o Ministério do Turismo a fim de dar continuidade às ações de melhoria da qualidade dos empreendimentos turísticos.

### 5.3.3 Programa Aventura Segura

O Ministério do Turismo e a Associação Brasileira das Empresas de Turismo de Aventura (ABETA) firmaram parceria no ano de 2005 com o intuito de fortalecer, qualificar e estruturar o segmento do Turismo de Aventura no Brasil, com foco na qualidade, na sustentabilidade e na segurança.

Ainda no ano de 2005 foi realizado um relatório diagnóstico do setor<sup>53</sup> e publicado um Manual de Criação e Organização de Grupos Voluntários de Busca e Salvamento de Turismo de Aventura (GVBS)<sup>54</sup>.

Esse relatório mostrou a necessidade de organizar o segmento de Turismo de Aventura no Brasil. Foram analisados alguns modelos adotados por outros países que utilizam as normas técnicas como um caminho a ser seguido. Em seguida iniciaram-se as discussões sobre as normas técnicas para este segmento. Já o Manual de Busca e Salvamento foi criado como forma de orientar e apoiar grupos de voluntários na organização e operação de equipes de busca e salvamento para atividades de Turismo de Aventura.

Com isso, também, surgiu a discussão nacional acerca das normas para o setor, por meio de processo de aprovação com ampla participação, conforme apresentado no Capítulo 3. Ao mesmo tempo foi desenvolvido o Programa Aventura Segura, que atua nas áreas de qualificação e de certificação no Turismo de Aventura. “O projeto está organizado em três grandes componentes: fortalecimento institucional do segmento; qualificação de pessoas e empresas; e ainda a criação dos GVBS’s” (ABETA, 2009<sup>55</sup>). Há cursos de educação a distância (EAD) para Gestão Empresarial, Sistema de Gestão da Segurança, Competências Mínimas do

---

<sup>53</sup> BRASIL. Ministério do Turismo. **Regulamentação, Normalização e Certificação em Turismo de Aventura. Relatório Diagnóstico**. Brasília: 2005.

<sup>54</sup> BRASIL. Ministério do Turismo. **Manual de Criação e Organização de Grupos Voluntários de Busca e Salvamento de Turismo de Aventura**. Brasília: 2005.

<sup>55</sup> Disponível em: <<http://www.abeta.com.br>>

Condutor, além da sensibilização e orientação para as empresas com interesse em implementar as normas.

Para que a implementação fosse possível, houve diversas ações de mobilização e conscientização para as vantagens da conformidade com as normas para o empreendimento e sua importância para a segurança dos turistas. Até o ano de 2008 ainda não havia sido realizada nenhuma certificação, pois as empresas ainda estavam em fase de preparação para se submeterem à avaliação de conformidade.

O trabalho realizado em parceria com a ABETA foi o que conseguiu a melhor participação dos interessados entre todos os programas e projetos aqui estudados. De acordo com os seus executores, o processo de normalização para o Turismo de Aventura foi um vetor de amadurecimento, uma tomada de consciência e organização do segmento (RAZEL e TIMO, 2009). O “conjunto de normas representa uma plataforma para o desenvolvimento empresarial e profissional do segmento”.

Razel e Timo (2009) destacam que, como resultado de sua experiência perceberam que para o sucesso da implementação das normas é necessária ampla mobilização e articulação. Afirmam também, que este é um processo necessariamente democrático e por isso torna-se longo e moroso, demandando muita energia e conhecimento técnico, mas que tem sido aceito por parte dos atores envolvidos.

Pode-se perceber que a experiência do Turismo de Aventura mostrou o processo de normalização como valioso para o setor, que demanda ampliar ainda mais a disseminação das normas e sua revisão constante, pois as considera “o maior patrimônio do Turismo de Aventura, que desencadeou uma transformação positiva no segmento” (RAZEL e TIMO, 2009). O Brasil tem plenos potenciais para se estabelecer como liderança internacional na normalização em Turismo de Aventura.

No entanto, quanto à certificação, que ainda não foi realizada, ainda há muita expectativa. Razel e Timo (2009) apontam as dificuldades e incertezas do setor quanto à certificação, que são: a técnica que é muito pesada e burocrática, a econômica, caro para Pequenas e Médias Empresas e a mercadológica que pode não ser valorizada pelo consumidor.

Estes três pontos, realmente, representam incertezas que cabem também aos empresários dos meios de hospedagem. Porém, os dirigentes do programa Turismo de Aventura reconhecem que “os desafios e incertezas para o futuro são naturais de qualquer processo de desenvolvimento e transformação tão profundo” (RAZEL e TIMO, 2009).

#### 5.3.4 Programa Turismo 100%

O Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP) — que é uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP)<sup>56</sup> — firmou termo de parceria com o Ministério do Turismo, com interveniência do INMETRO, visando à realização do Programa Turismo 100%, o qual tem como objeto o desenvolvimento de programas de certificação para a melhoria da qualidade na prestação de serviços e atendimento no turismo focalizando em competências ocupacionais, os sistemas de gestão da sustentabilidade e da segurança e produtos turísticos. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2007).

O Programa Turismo 100% tem ainda como premissa a competitividade, além de um elemento chamado “tripé da Sustentabilidade”, o qual se constitui como ambientalmente suportável no longo prazo, economicamente viável e culturalmente respeitado e socialmente eqüitativo.

O programa busca implementar ações de avaliação da conformidade, sensibilizar potenciais organismos de certificação, capacitar auditores de sistemas de gestão, sensibilizar destinos quanto à importância da certificação para a qualidade e competitividade dos serviços turísticos, avaliar empresas para a certificação em sistemas de gestão, avaliar profissionais para a certificação; e realizar levantamento de demanda das necessidades de capacitação de pessoas e avaliação dos resultados (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2007).

O INMETRO tem como missão o desenvolvimento e implantação de programas de avaliação da conformidade. Na qualidade de órgão acreditador de

---

<sup>56</sup> OSCIPs são ONGs criadas por iniciativa privada, que obtêm um certificado emitido pelo poder público federal ao comprovar o cumprimento de certos requisitos, especialmente aqueles derivados de normas de transparência administrativas WIKIPEDIA, 2009. Disponível em: < <http://pt.wikipedia.org/wiki/> > Acesso em: 17 jun. 2009.



instituições, tem a competência de contribuir para o incentivo à certificação. Já o IBQP tem como missão o desenvolvimento da qualidade e produtividade, assegurando vantagens competitivas e internacionais nos diversos setores econômicos.

É perceptível que este programa é uma tentativa de alcançar os objetivos do Plano Nacional de Turismo (PNT) 2007-2010 de forma ampla, buscando referenciar o mercado e os consumidores em suas decisões de compra e estimular a implantação de boas práticas. Também se assemelha aos objetivos do PNT quanto à certificação de profissionais empregados, com a expectativa de contribuir para o aumento da permanência nos postos de trabalho.

O programa claramente tem a intenção de ser um passo rumo à organização e ao fortalecimento dos processos de avaliação de conformidade e de certificação no turismo em âmbito nacional, utilizando-se das normas já existentes.

Pudemos constatar a existência de diversas iniciativas em nível estadual e local destinadas a criação de selos e programas de qualidade no turismo. No entanto, na maioria das vezes essas ações encontram-se isoladas e desvinculadas da construção de programas capazes de referenciar e atestar a conformidade, bem como avaliar os resultados (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2007).

Busca também, suprir a carência do setor para organismos de avaliação da conformidade acreditados no âmbito do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade na área de turismo, uma vez que o número atual desses organismos torna inviável que uma grande quantidade de empreendimentos, produtos e pessoas sejam certificados — até o ano de 2008 o Instituto de Hospitalidade (IH) era a única entidade com habilitação para emitir certificados ou marcas de conformidade.

O Programa Turismo 100% é ambicioso em suas intenções de organizar o setor e conduzir os caminhos da certificação do turismo no Brasil. Como se pode observar na Figura 5.2, o IBQP espera protagonizar, por meio desse programa, uma nova etapa da certificação no país.

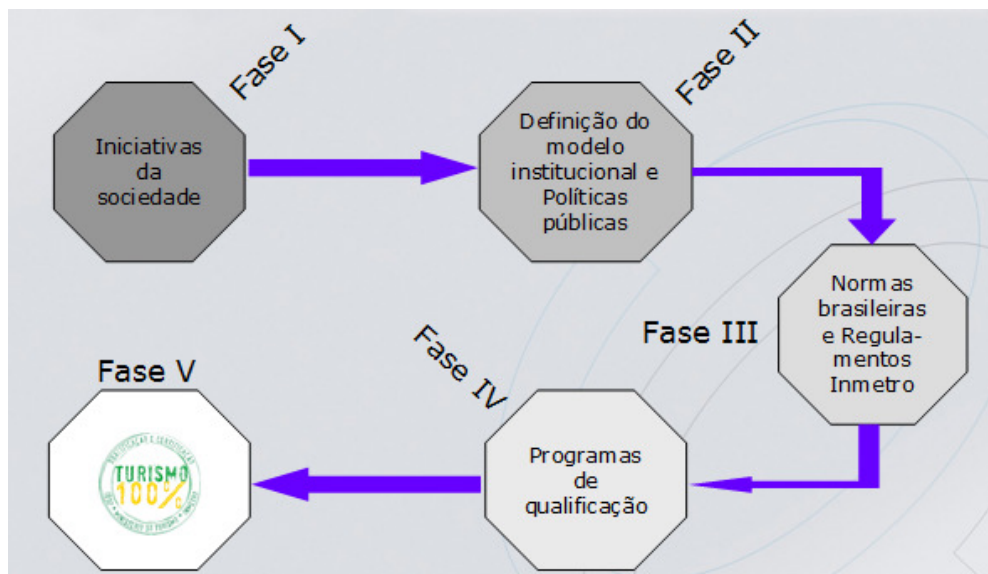


Figura 5.2 – Objetivo do Programa Turismo 100%  
Fonte: IBQP, 2007

Nessa perspectiva, nota-se que o Programa tenta solucionar problemas cruciais na organização e na estrutura da certificação do turismo no Brasil, indo ao encontro das tendências internacionais e do Plano Nacional do Turismo. O seu lançamento oficial ocorreu em 14 de maio de 2008, não sendo ainda possível apontar conclusões definitivas quanto a sua execução. Contudo, tem o Programa recebido críticas positivas em todos os estados por onde as ações já estão sendo realizadas.

#### 5.4 Considerações

No período entre 2003 e 2008, o Ministério do Turismo buscou fomentar ações para incrementar a normalização e a certificação do turismo no Brasil, em resposta a uma crescente demanda do mercado turístico.

É possível observar que as ações realizadas ainda ocorrem de forma desorganizada, visto que foram iniciadas em um contexto pouco preparado para a padronização de certos serviços e procedimentos. Diante disso, optou-se por uma lenta mobilização dividida entre os segmentos de maior urgência quanto à questão da segurança dos turistas (especialmente para o Turismo de Aventura) e quanto à

sustentabilidade dos destinos (especialmente para o Turismo de Aventura e para os meios de hospedagem).

O *trade* turístico reconhece essa desorganização e o MTur está ciente de que as ações de normalização e de certificação precisam ser mais trabalhadas para que se possa incrementar a qualidade e a competitividade do setor. A normalização já conquistou reconhecimento do setor, ainda que não na amplitude desejada.

Ao mesmo tempo, percebe-se que ainda há questionamentos entre os atores quanto a alguns aspectos, especialmente no que se refere à certificação. Isso dificulta tanto a definição do cenário desejado (o que se espera alcançar, onde se deseja chegar com as ações), como a sensibilização e mobilização do setor que, cheio de dúvidas, não toma medidas afirmativas em direção à utilização das normas e à certificação.

Em última instância, é possível observar que, devido ao fato deste tema ainda se encontrar, primordialmente, entre o empresariado do setor turístico, o consumidor ainda não foi amplamente alcançado. No Brasil, o consumidor de turismo não tem o hábito de buscar empreendimentos certificados em Turismo de Aventura, por exemplo, ou meios de hospedagem com ações voltadas à sustentabilidade em todos os seus aspectos.

Isso ocorre devido ao fato de não haver empreendimentos certificados no turismo, o que acaba gerando maiores questionamentos aos empresários quanto ao retorno financeiro gerado a partir das despesas com a adequação às normas e com o processo de certificação.

Contudo, é notável que esse cenário tenda a mudar. Segundo pesquisas da Organização Mundial do Turismo, aproximadamente 77% dos países pretendem utilizar a certificação como referência de decisão para destinos turísticos (BEM RECEBER, 2009). É essa tendência internacional que vem influenciando o *trade* turístico nacional a buscar formas de atender aos requisitos do mercado.

## **CAPÍTULO 6**

### **ANÁLISE DA POLÍTICA BRASILEIRA À LUZ DAS EXPERIÊNCIAS ANALISADAS**

Este Capítulo tem por objetivo apresentar comparações entre a experiência brasileira e as internacionais, com base nas características de cada país expostas até o momento e no referencial teórico. Algumas considerações já foram feitas à medida que as características dos programas foram apresentadas. Todavia, nesta seção são analisadas, de forma mais pontual e sistematizada, as semelhanças e diferenças entre as ações do Brasil e dos outros países, bem como aspectos relevantes que foram observados.

#### **6.1 Análise do Quadro Comparativo**

Primeiramente, serão analisados os aspectos abordados no Quadro 3, apresentado no capítulo anterior, para que seja possível uma comparação focalizando cada item.

No quadro 4, que pode ser visualizado a seguir, é apresentado uma síntese das informações extraídas da experiência do Brasil em comparação com as informações obtidas por meio da análise das experiências internacionais.

**Quadro 6.1 - Quadro comparativo das experiências internacionais e Brasil**

Fonte: Elaborado pela autora da dissertação

<b>Características</b>	<b>Brasil</b>	<b>Outros países</b>
Certifica empreendimentos?	Sim	Sim
Certifica pessoas?	Sim. O Programa Bem Receber e o Programa Aventura Segura têm previsão de certificar pessoas	Não. Com exceção do Chile, que pretende iniciar a certificação de pessoas para o Turismo de Aventura.
Certifica destinos?	Não	Não
Que órgão lidera o processo	Não há um órgão responsável atualmente.	<b>Costa Rica:</b> Instituto Costarriquenho de Turismo (ICT) <b>Chile:</b> Serviço Nacional de Turismo (SERNATUR) <b>Espanha:</b> Instituto para a Qualidade Turística Espanhola (ICTE) <b>Nova Zelândia:</b> Qualmark New Zealand Limited
Quais são os incentivos	Apoio financeiro aos participantes dos programas para reduzir os custos do processo de certificação; Assistência individualizada por meio de consultores.	Estrutura gradual de incentivos; Uso da marca; Promoção nacional e internacional (em campanhas, feiras, portais etc.); Exigência do certificado para participação em licitações e alguns tipos de comercializações; Assistência individualizada; Cursos de formação <i>online</i> .
Acesso gratuito às normas?	Sim	Sim
Preocupação com a sustentabilidade?	Sim. O Brasil foi o único a explicitar preocupação com: Condições higiênico-sanitárias; Acessibilidade; Combate ao trabalho infantil Combate à exploração sexual de crianças e adolescentes (exceção: Costa Rica);	Sim
Trabalha com segmentos?	Sim	Sim
Quais Segmentos?	Turismo de Aventura; Sustentabilidade para Meios de Hospedagem.	Há variações de acordo com as características de cada país. Mas de modo geral os países abarcam uma grande quantidade de segmentos.
Compulsória ou voluntária?	Voluntária	Voluntária. Com exceção do Chile, que pretende fazer com que a certificação para o Turismo de Aventura seja obrigatória.

A partir dos fatores expostos no Quadro 6.1 é possível observar alguns aspectos relevantes, os quais serão comentados a seguir.

#### 6.1.1 Certificação de empreendimentos e pessoas

O primeiro aspecto que deve ser ressaltado é o fato de haver unanimidade com a relação à preocupação com a certificação dos empreendimentos turísticos, mais especificamente os meios de hospedagem. O mesmo não ocorre com a certificação de pessoas, somente o Chile e o Brasil se ocupam da certificação de pessoas, sendo que o Chile pretende certificar apenas profissionais para o Turismo de Aventura. Já o Brasil, por meio dos Programas Bem Receber e Turismo 100%, pretende certificar camareiras, garçons e outros trabalhadores, conforme visto no Capítulo 5. Porém, a sazonalidade e a grande rotatividade no setor tendem a fazer com que o custo de um processo de certificação desses profissionais não seja atraente para os empresários.

#### 6.1.2 Certificação de destinos

Na opção que se refere à certificação de destinos, também nota-se unanimidade, uma vez que os países em questão não trabalham nessa perspectiva. O Chile trabalha sua certificação encarando o destino como um sistema, mas não se preocupa com a certificação deles. Caso esta fosse uma tendência internacional (que de fato é debatida pela OMT), o Brasil teria problemas, uma vez que atualmente não há destinos que possam ser considerados sustentáveis, levando-se em conta aspectos sociais, ambientais etc. A possibilidade de se ter uma certificação de destinos em nível internacional parece remota, visto que para isso seria necessária a existência de normas e critérios que, certamente, gerariam grandes debates.

### 6.1.3 Órgão que lidera o processo

Com respeito ao órgão que lidera os processos de normalização e certificação, percebe-se que nas quatro experiências internacionais analisadas os organismos responsáveis são específicos para o turismo e em nenhum deles corresponde ao Ministério do Turismo. No caso do Brasil, o MTur é o que se aproxima mais dessa função e tem exercido papel importante no apoio a programas, mas não possui a estrutura necessária para liderar o processo de forma intensiva.

A ABNT tem realizado seu trabalho de elaborar as normas de forma satisfatória e o INMETRO tem buscado desempenhar sua função de desenvolver e implementar programas de avaliação da conformidade. O IBQP é uma OSCIP, que tem diversas ações além do turismo e que tem o objetivo de desenvolver programas de certificação e não de assumir a coordenação de todas as ações e dialogar com os atores envolvidos. Portanto, não há um órgão centralizador atualmente.

### 6.1.4 Incentivos

Quanto aos incentivos, como não há empresas certificadas, ainda não há incentivos de promoção ou exigências do certificado para licitações ou comercializações, como nos outros países. O apoio financeiro aos participantes dos programas, para reduzir os custos do processo de certificação, e a assistência individualizada por meio de consultores são as medidas possíveis neste estágio do processo, em que o governo prepara e analisa os primeiros participantes.

### 6.1.5 Acesso gratuito às normas

O acesso gratuito às normas é um dos fatores fundamentais que favorecem as empresas na busca pela certificação ou ao menos pela conformidade com as normas para gerarem benefícios internos. Caso fosse necessário pagar pelas normas, a quantidade de empresas que entrariam em contato com elas seria

significativamente menor, uma vez que suas vantagens são ainda desconhecidas pelos empresários. Isso foi entendido pelos países estudados e também pelo Brasil.

#### 6.1.6 Preocupação com a sustentabilidade

Apesar de o Brasil ter sido o único país a explicitar sua preocupação com algumas questões sociais mais ligadas a direitos humanos e inclusão social, todos os países, mostram em suas normas e diretrizes a preocupação com a sustentabilidade. Mesmo com a existência de diversas definições e delimitações do que seria um desenvolvimento sustentável no turismo, algumas diretrizes básicas são buscadas por todos.

#### 6.1.7 Segmentos

Os quatro países estudados dividiram seus programas de normalização e certificação de acordo com suas especificidades, mas é possível perceber que abrangem um número maior de subsetores do que o Brasil, que além do Turismo de Aventura e dos meios de hospedagem, trabalha com guias de turismo, agências de viagem, operadoras de turismo e restaurantes, mas somente com ações de qualificação profissional.

#### 6.1.8 Voluntariedade da utilização das normas e da certificação

Quanto à voluntariedade da conformidade com as normas e da certificação, o MTur expressou no PNT 2007/2010 que ambas deverão ser voluntárias, o que está de acordo com as experiências internacionais analisadas.

A certificação compulsória é focada no regulador, ao passo que a voluntária focaliza o consumidor. Portanto, a adequação voluntária às normas, que precisa agregar valor ao produto, é decisão exclusiva do fornecedor.

Além disso, as boas práticas mostram que o poder público deve regulamentar um empreendimento somente se os outros meios mais brandos não funcionarem.



No caso do Brasil os outros meios ainda não foram esgotados e a criação de mais obrigações em forma de leis não apresenta indícios de ser a solução. Pelo contrário, tende a fazer com que haja necessidade de um grande aparato público para fiscalização, gerando elevados custos e sem a garantia de resultados efetivos.

Ao fazer isso — determinar que os empreendimentos turísticos devam ser livres para escolher pela adequação às normas ou não, bem como por se submeter à avaliação de conformidade — o Ministério do Turismo torna necessária a existência de uma motivação para que o setor opte por seguir as normas.

## **6.2 Outras Características Observadas**

Além das características apresentadas no Quadro 4, ao longo da pesquisa foram observados outros aspectos relevantes para o êxito de programas de certificação e normalização, os quais serão ressaltados a seguir.

### **6.2.1 Planejamento fundamentado em pesquisas e utilização de projetos piloto**

A análise mostra que os países estudados realizaram pesquisas específicas para o turismo, que auxiliaram na definição do cenário existente e na definição daquele que é desejado. Utilizaram ainda projetos piloto, especialmente a Espanha, para que a implementação fosse observada e revisada antes de tomar maiores proporções.

O Brasil vem amadurecendo sua cultura de realização de pesquisas no campo do turismo, isso está gerando alguns resultados. Quanto à utilização de projetos piloto, não se pode dizer que os programas Bem Receber e Aventura Segura, utilizaram projetos pilotos. Porém, estes programas, especialmente o primeiro, iniciaram suas ações com um número reduzido de participantes com relação à quantidade total de possíveis participantes.

### 6.2.2 Articulação do setor

A gestão participativa e articulada de todos os envolvidos, tanto do setor público como do privado, é fator fundamental tanto no planejamento das ações quanto em sua execução. No Brasil essa articulação ainda é muito incipiente devido à falta de conhecimento do setor turístico quanto à relevância das normas, as possíveis vantagens da certificação e a importância da mobilização do setor para se obter vantagens competitivas e melhorias de qualidade.

### 6.2.3 Identidade visual

Nas experiências internacionais foi possível observar que os países têm a preocupação de criar uma identidade visual para os programas. A Nova Zelândia, por exemplo, utiliza o mesmo símbolo para todos os subsetores, diferenciando as categorias apenas por meio de estrelas e identificação escrita. Com relação ao Brasil, as Figuras 6.1, 6.2 e 6.3 revelam que o país vem utilizando diferentes selos para cada programa de certificação.



Figura 6.1 - Logomarca Bem Receber  
Fonte: BEM RECEBER, 2009.



Figura 6.2 - Logomarca Aventura Segura  
Fonte: ABETA, 2009.



Figura 6.3 - Logomarca Turismo 100%.  
Fonte: IBQP, 2009.

Em suma, é possível verificar que a definição de apenas uma identidade visual para todas as ações voltadas à certificação no setor turístico seria um benefício aos consumidores, uma vez que a existência de vários selos relacionados à qualidade pode confundir o turista, que passa a ter que conhecer todos os programas antes de realizar suas escolhas. Desta forma, seria vantajoso para o Brasil adotar somente uma identidade visual para todos os programas, utilizando, preferencialmente, uma marca que possa ser divulgada tanto nacionalmente como internacionalmente.

### **6.3 Considerações**

Diante das análises estabelecidas, é notável que as experiências internacionais, devido ao estágio mais avançado em que se encontram, apresentam características que podem enriquecer e nortear as ações brasileiras.

Comparando a experiência do Brasil com as quatro experiências internacionais estudadas é possível perceber que, que por um lado, há semelhanças no que se refere aos fatores essenciais, como a preocupação com a sustentabilidade e a opção pela voluntariedade das normas e por outro as diferenças estão presentes nas formas de se alcançar os objetivos desejados, bem como na fase de amadurecimento em que se encontram.

## **CAPÍTULO 7**

### **CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES**

A partir das informações obtidas e explicitadas nessa pesquisa apresentam-se, nesse capítulo, algumas conclusões e recomendações sobre tema estudado, além de sugestões para pesquisas futuras e recomendações.

#### **7.1 Análise e Considerações**

No atual cenário da normalização e da certificação no turismo é possível identificar rumos e procedimentos comuns entre os países, mas não se pode afirmar que haja um só modelo utilizável em todos. Ao contrário, cada país tem experimentado procedimentos de acordo com suas especificidades, incluindo o nível de desenvolvimento social, que permite avançar mais na mobilização do setor (no caso dos mais desenvolvidos) ou ressaltar a necessidade da solução de problemas primários, como o saneamento básico e a exploração do trabalho infantil, para que com isso comecem a evoluir rumo ao turismo sustentável.

O Brasil tem normas reconhecidas internacionalmente e tem buscado participar dos grupos que discutem normas regionais e internacionais. No entanto, parece ainda não ter encontrado um caminho adequado para conseguir a implementação dessas normas de forma significativa e, como objetivo maior, alcançar a melhoria na qualidade, que traria tanto benefícios sociais como competitivos.

O país tem investido em pesquisas e estudos para o setor e avança gradativamente na articulação dos atores envolvidos. Porém, isso ainda é incipiente e requer participação mais ampla de todos, poder público, setor privado, população e demais organismos, para que se possa definir os objetivos comuns com maior precisão e avançar na busca por soluções práticas.

Para tanto é preciso ampliar os debates a respeito do tema na sociedade, e a divulgação dos resultados entre *trade*, poder público, imprensa e consumidor. A normalização e a certificação no turismo devem tornar-se um assunto comum, debatido com maior representatividade e envolvimento dos interessados com o intuito de alcançar uma linguagem comum, verificar qual a situação desejada e se a certificação, por exemplo, é a ferramenta adequada para se atingir esse cenário desejado.

O Conselho Nacional de Turismo, por exemplo, pode ser um caminho auxiliar para a mobilização do setor para essas discussões. Porém, a existência de um organismo que lidere o processo e se empenhe na unificação dos discursos e objetivos, e, também, coordene as ações de modo a propiciar que todas levem a avanços efetivos, foi percebida como uma necessidade para que ocorram melhorias na qualidade do turismo. No Brasil já existe um elenco de normas para meios de hospedagem, turismo de aventura e ocupações, entretanto, não há uma liderança que direcione sua utilização.

Dessa forma, pode-se afirmar que o país precisa avançar neste aspecto, uma vez que o Ministério do Turismo vem buscando exercer esta função, porém não tem estrutura para garantir os esforços necessários. Por outro lado, seu apoio é fundamental para a viabilidade dos programas de normalização e certificação, por meio de subsídios, divulgação e outras formas de incentivo.

Em um primeiro momento, para que as ações de sustentabilidade passem a ter impacto em maior escala são necessárias algumas condições favoráveis e uma constante e forte motivação, especialmente para os pequenos empresários. Com base nas bibliografias estudadas e nas experiências observadas é possível levantar algumas motivações:

- 1) A comprovação de que as normas trazem benefícios financeiros aos estabelecimentos, evitando desperdícios e aumentando a lucratividade e a produtividade (benefícios internos);
- 2) Incentivos diretos. Como visto nos casos internacionais, esses incentivos podem vir como apoio à promoção, inclusão em ações de promoção, assistência técnica para adequação às normas, entre outros.
- 3) A valorização da certificação pelos consumidores e operadores de turismo (benefícios externos). Isso inclui os casos em que o próprio governo exige a

certificação para que empresas participem de licitações, como no caso do Chile.

- 4) A conscientização do *trade* turístico de que as mudanças são necessárias para a durabilidade do destino, o que torna as adequações uma questão de sobrevivência no mercado, como é ressaltado na experiência da Costa Rica.
- 5) A responsabilidade do empreendedor, no caso das questões relacionadas à sustentabilidade em todos os seus aspectos. Esta última, geralmente, é improvável, pois as empresas precisam perceber vantagens financeiras, conforme mostrado no portal do Instituto EcoBrasil (2009):

...uma vez implementadas as boas práticas, a decisão para se certificar deve ser avaliada dentro de uma estratégia de marketing. Certificação tem um custo e o orçamento de marketing de um empreendimento de turismo não é ilimitado. Portanto deve-se comparar o custo/benefício de certificação com outras opções de se comunicar com o mercado<sup>57</sup>.

Portanto, a certificação precisa vir acompanhada de compensações econômicas. Isso ocorre porque para se submeterem ao processo de certificação, os empreendedores precisam arcar com um custo, às vezes alto, e se isso não for compensado de alguma forma não haverá motivação para que se busque a certificação.

Diante disso, conclui-se que o cenário desejado é, de forma geral, aquele no qual os consumidores se encarregarão de motivar os empreendimentos a buscarem essa adequação às normas por meio da certificação, fazendo com que as próprias leis de mercado possam atuar como incentivo, conforme demonstrado na Figura 7.1.

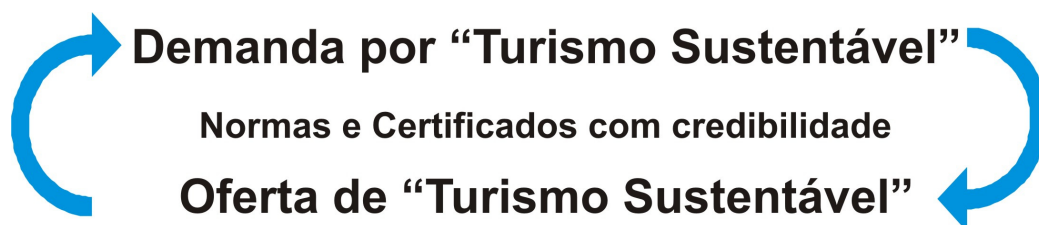


Figura 7.1 - Cenário desejado para a normalização e a certificação  
Fonte: Elaborado pela autora da dissertação

<sup>57</sup> Disponível em:

<<http://www.ecobrasil.org.br/publique/media/Sobre%20Certifica%C3%A7%C3%A3o%20Turismo%20Sustentavel%20Brasil%202009.pdf>>

Neste cenário, são necessárias duas condições complementares: a primeira delas seria que os consumidores buscassem as características de sustentabilidade nos empreendimentos e destinos em uma proporção bem maior que a atual. Isso seria um incentivo fundamental para que os estabelecimentos buscassem com mais afinco a conformidade com as normas.

A segunda condição seria que houvesse uma oferta de produtos sustentáveis também em escala bem maior que a atual. De nada adiantaria que todos os consumidores buscassem hotéis sustentáveis sem que houvesse essa oferta, pois terminariam por hospedar-se em qualquer outro estabelecimento disponível.

É possível observar a necessidade de esforço e investimento para que este cenário seja alcançado. É preciso haver um trabalho exaustivo na preparação do *trade* turístico e, paralelamente, na conscientização do consumidor.

Entre essas duas condições, ligando uma à outra, se encontram a necessidade do estabelecimento das normas (mais fundamentalmente ligadas aos fornecedores de serviços) e de certificação ou qualquer outro meio que assegure ao consumidor, com clareza e credibilidade, quais características ele pode encontrar no produto ou serviço certificado. O turismo no Brasil tem um marco regulatório (Lei Geral do Turismo) suas regulamentações, decretos e normas e, portanto, tem terreno fértil para avançar rumo a este cenário almejado.

É percebido, também, que a certificação e a normalização têm importâncias estratégicas diferentes. A normalização gera redução de retrabalho e refugo, além de outros benefícios, ao passo que a certificação tem por objetivo promover a confiança nas relações de mercado e a comunicação entre os agentes econômicos. Em um primeiro momento, os empresários precisam enxergar a normalização não como um instrumento de marketing, mas sim como uma forma de realimentar seus processos.

No entanto, o setor de serviços de maneira geral não possui uma cultura de normalização. Inicialmente, a maior preocupação das normas fixava-se em questões relacionadas a saúde do consumidor, segurança e meio ambiente. Posteriormente a preocupação com as normas como fator de competitividade pôde ser observada e, somente a partir das duas últimas décadas o setor de serviços tomou novo impulso na busca pela normalização. A informalidade do setor de turismo também pode ser apontada como um fator que dificulta a consolidação de um selo de qualidade, mas este quadro de informalidade tem se transformado na última década.

De fato, apesar das dificuldades, é mais fácil perceber as vantagens da normalização do que da certificação. No Brasil em muitas as áreas a certificação é relativamente nova. No caso do turismo de aventura existe a peculiaridade da segurança devido ao risco de morte, que facilita a conscientização. No entanto, não se pode afirmar que há uma cultura de valorização da certificação. O país ainda se encontra na fase inicial de um processo de produção cultural, portanto, as dificuldades apresentadas parecem ser normais para um processo complexo e abrangente como este.

## **7.2 Sugestões para pesquisas futuras**

São propostas a seguir algumas questões passíveis de novos estudos no âmbito desse trabalho:

- realizar estudos mais detalhados sobre as influências do estágio de desenvolvimento social na busca pela implementação das normas e sobre quais as características fundamentais para que o Brasil consiga avançar na qualidade do turismo de forma significativa, e, também, quais os problemas sociais que não influenciam diretamente neste avanço;
- realizar estudos sobre a possibilidade de se trabalhar cada destino separadamente, com estabelecimento de metas locais e amplo incentivo à articulação local, com vistas não à certificação, mas à utilização das normas para alcançar a qualidade do destino como produto turístico;
- desenvolver estudos visando detectar quais características locais indicariam que este procedimento é o mais adequado, ou que, ao contrário, é mais apropriado investir com maior enfoque na certificação dos subsetores.



### 7.3 Recomendações

Em vista do que já foi observado, para que o Brasil perceba avanços na área da normalização e da certificação do turismo, é necessário desenvolver meios mais eficientes para promover a implementação das normas, muitas já desenvolvidas e com sua qualidade reconhecida internacionalmente.

Este estudo indica que alguns aspectos como: promover maior discussão entre os envolvidos no intuito de encontrar uma definição mais precisa dos objetivos e os meios de alcançá-los em conjunto, aprimorar a organização das ações definindo ou criando um organismo para centralizar e comandar as iniciativas, realizar estudos mais aprofundados direcionados ao setor do turismo e criar uma identidade visual única para todos os subsetores do turismo, de modo a promover uma melhor comunicação com o consumidor, devem ser trabalhados de melhor forma com o intuito de avançar no processo de normalização e certificação:

Por fim espera-se que esta dissertação contribua para uma melhor compreensão acerca das questões que envolvem a normalização e a certificação do turismo no Brasil, bem como para que as decisões acerca desses temas sejam tomadas com fundamentação nas melhores experiências internacionais e nos próprios erros e acertos da experiência brasileira, de modo a gerarem maiores resultados em busca da melhoria na qualidade do turismo no Brasil.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABETA. Disponível em: <<http://www.abeta.com.br>> Acesso em: 10 mai. 2009.

ABIH. Disponível em: <[www.abih.com.br](http://www.abih.com.br)> Acesso em: 28 jun. 2009.

ACADEMIA BRASILEIRA DE LETRAS. Disponível em: <[www.academia.org.br](http://www.academia.org.br)> Acesso em: 12 dez. 2008.

AGÊNCIA PÚBLICA. <[http://www.corfo.cl/acerca\\_de\\_corfo/innova\\_chile](http://www.corfo.cl/acerca_de_corfo/innova_chile)> Acesso em: 10 fev. 2009.

AMN. Disponível em: <[www.amn.org.br](http://www.amn.org.br)> Acesso em: 09 fev. 2009.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **Normas Técnicas: o que eu ganho com isso?** (Revista educativa) ABNT e SEBRAE, 2006.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS (ABNT). Disponível em: <<http://www.abnt.com.br/default.asp?resolucao=1024X768>> Acesso em: 21 nov. 2008.

ARBACHE, Jorge Saba. **O Mercado de Trabalho na Atividade Econômica do Turismo o Brasil**. Brasília: Universidade de Brasília, 2001.

BASILE, Silvia. **Normalização e Certificação no Turismo**. 2005. Disponível em: <[www.feriasvivas.org.br](http://www.feriasvivas.org.br)> Acesso em 14 mai. 2007.

BEM RECEBER. Disponível em: <[www.bemreceber.com.br](http://www.bemreceber.com.br)> Acesso em: 20 abr. 2009.

BENDELL, Jem; FONT, Xavier. **Which Tourism Rules?** Green Standards and GATS, *Annals of Tourism Research*, v. 31, n. 1, p. 139-156, 2004.

BRASIL. Ministério do Turismo. 5ª REUNIÃO DO COMITÊ DE APOIO À QUALIDADE E AO COMÉRCIO DA OMT. Apresentação: **Importância das normas de turismo para a competitividade, sustentabilidade e qualidade dos destinos**. Fórum Mundial de Turismo, Porto Alegre, Novembro de 2007.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Manual de Criação e Organização de Grupos Voluntários de Busca e Salvamento de Turismo de Aventura**. Brasília: 2005.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo 2007/2010: Uma Viagem de Inclusão**. Brasília: 2007.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo 2003/2007**. Brasília: 2003.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Regulamentação, Normalização e Certificação em Turismo de Aventura. Relatório Diagnóstico**. Brasília: 2005.

BUENO, Silveira. **Minidicionário da Língua Portuguesa**. 6.ed. São Paulo: Lisa S/A, 1992.

CALIDAD TURÍSTICA. Disponível em: <<http://www.calidadturistica.cl/>> Acesso em: 10 fev. 2009.

CENTRAL INTELLIGENCE AGENCY (CIA). Disponível em: <<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/cs.html>> Acesso em: 15 abr. 2009.

CHILE. Ministério da Economia. Disponível em: <<http://www.economia.cl/1540/article-187127.html>> Acesso em: 11 fev. 2009.

CHILE. Gobierno de Chile. **Guia para la Implementación de Normas de Calidad Turística**. SERNATUR, Instituto Nacional de Normalización. Santiago: 2009

CHOI, H.; SIRAKAYA, E. **Sustainability indicators for managing community tourism**. Tourism Management. v. 27, Issue 6, p. 1274-1289, 2006.

CNI. Disponível em: <[http://www.normalizacao.cni.org.br/normas\\_tecnicas\\_regionais.htm](http://www.normalizacao.cni.org.br/normas_tecnicas_regionais.htm)> Acesso em: 12 dez. 2009.

CERTIFICACIÓN para la Sostenibilidad Turística (CST). Disponível em: <<http://www.turismo-sostenible.co.cr/ES/sobreCST/about-cst.shtml>> Acesso em: 02 jun. 2009.

CST. Disponível em: <<http://www.turismo-sostenible.co.cr/ES/entrada.phtml>> Acesso em: 21 fev. 2009.

DESTINATION New Zealand. Disponível em: <<http://www.destination-nz.com/qualmark>> Acesso em: 02 jun. 2009.

**Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa**. 2.ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2007.

ECO, Humberto. **Como se faz uma tese**. 18.ed. São Paulo: Perspectiva, 2003.

EMBRAPA. Glossário. Disponível em: <<http://sistemasdeproducao.cnptia.embrapa.br/FontesHTML/Maca/ProducaoIntegradaMaca/glossario.htm>> Acesso em: 29 jan. 2009.

EMBRAPA. Disponível em: <[http://sistemasdeproducao.cnptia.embrapa.br/FontesHTML/Citros/CitrosBahia\\_2ed/glossario.htm#c.](http://sistemasdeproducao.cnptia.embrapa.br/FontesHTML/Citros/CitrosBahia_2ed/glossario.htm#c.)> Acesso em: 31 mai, 2009.

EUROPEAN Foundation for Quality Management. Disponível em: <[www.12manage.com](http://www.12manage.com)> Acesso em: 28 abr. 2009.

FONT, Xavier. **Environmental certification in tourism and hospitality: progress, process and prospects**. Tourism Management 23, n. 3, p. 197-205, 2002.

FONT, Xavier; HARRIS, Catherine. **Rethinking Standards from Green to Sustainable**, Annals of Tourism Research. v. 31, n. 4, p. 986-1007, 2004.

GARROD, Brian; FYALL, Alan. **Beyond the Rhetoric of Sustainable Tourism?** *Tourism Management*. v. 19, n. 3, p. 199-212, 1998.

HALL, Collin Michael. **Planejamento turístico: políticas processos e relacionamentos**. São Paulo: Contexto, 2001.

IBQP. **Turismo 100%**. In: SEMINÁRIO BRASÍLIA, 2007. Ministério do Turismo. Disponível em: <http://ibqp.org.br/turismo100/> Acesso em: 10 mai. 2009.

ICTE. Disponível em: <http://www.ictes.es/marca/normas.htm> Acesso em: 02 jun. 2009.

INMETRO. Disponível em: <http://www.inmetro.gov.br/credenciamento/> Acesso em: 26 jan. 2009.

INN. Disponível em: <http://www3.inn.cl/inn/portada/index.php> Acesso em: 13 fev. 2009.

INSTITUTO ECOBRASIL. **Sobre Certificação em Turismo Sustentável**. 2009. Disponível em: <http://www.ecobrasil.org.br/publique/media/Sobre%20Certificacao%20Turismo%20Sustentavel%20Brasil%202009.pdf> Acesso em: 17 jun. 2009.

ISO. Disponível em: [www.iso.org](http://www.iso.org) Acesso em: 24 jan. 2009.

ISO/IEC Guia 2:1996, ISO/IEC Diretivas, Parte 2. 2001

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 1991.

MAMBRINI, Verônica. Férias verdes e luxuosas. **ISTO É Independente**, 28 abr. 2009. Disponível em: <http://www.terra.com.br/istoe/edicoes/2059/ferias-verdes-e-luxuosas-132341-1.htm> Acesso em: 11 jun. 2009.

MARZANO, Giuseppe; SCOTT, Noel; **Power in Destination Branding**. *Annals of Tourism Research*. v. 36, n. 2. p. 247-267, 2009.

MINISTÉRIO DA ECONOMIA DO CHILE. Disponível em: <http://www.economia.cl/1540/article-182837.html> Acesso em: 10 fev. 2009.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Avaliação de execução de Projeto**. Brasília: 2007.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Estudos da Competitividade do Turismo Brasileiro: A Discussão de Turismo na Organização Mundial do Comércio**. Brasília: 2007.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Qualificação Profissional e Gestão Empresarial em Destinos Turísticos**. Brasília: 2008.

.NEW ZEALAND. Ministry of Tourism. **New Zealand Tourism Strategy 2015**. Wellington: 2007.

OLIVEIRA, Silvio Luiz de. **Tratado de Metodologia Científica**. 2.ed. São Paulo: Pioneira, 2001.

PEREZ, Amparo Sancho (coord.). **Organização Mundial do Turismo**. São Paulo: Roca, 2006.

QUALMARK. Disponível em: <[qualmark.co.nz](http://qualmark.co.nz)> Acesso em: 10 mai. 2009.

RAZEL, Jean-Claude; TIMO, Gustavo. **A Experiência do Turismo de Aventura**. In: 1º WORKSHOP SOBRE NORMALIZAÇÃO NO TURISMO. Ministério do Turismo, 2009.

RESPONSIBLE Tourism. Disponível em: <[www.sustainability.govt.nz/system/files/image](http://www.sustainability.govt.nz/system/files/image)> Acesso em: 02 jun. 2009.

RICA, Elena Ordozgoiti de la. **Normalización Internacional en Calidad Turística**. Curso de Especialización para la Red de Expertos Iberoamericanos (REI) en Turismo. Ministério de Industria, Turismo y Comercio. Fundación CEDDET, 2008.

SAARINEN J. **Traditions of Sustainability in Tourism Studies**, Annals of Tourism Research. n. 4, p. 1121-1140, 2006.

SANSOLO, Davis Gruber; CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. **Plano Nacional do Turismo: uma análise crítica**. Caderno Virtual de Turismo, v. 3, n. 4, 2003.

SERNATUR. Disponível em: <<http://www.sernatur.cl>> Acesso em: 25 abr. 2009.

STEVENSON, Nancy; AIREY, David; MILLER, Graham. **Tourism Policy Making: The Policymakers' Perspectives**. Annals of Tourism Research, v. 35, n. 3. p. 732-750.

TEPELUS C.; CÓRDOBA, R. **Recognition schemes in tourism—from 'eco' to sustainability'?** Journal of Cleaner Production, v. 13, p. 135-140, 2005

TIERRAMÉRICA. Disponível em: <<http://www.tierramerica.net/2004/0306/pacentos.shtml>> Acesso em: 15 mar. 2009.

TRAVEL EXCELLENCE. Disponível em: <<http://www.travelexcellence.com/>> Acesso em: 02 jun. 2009.

TURISMO SOSTENIBLE. Disponível em: <<http://www.turismo-sostenible.co.cr/ES/entrada.phtml>> Acesso em: 03 mar. 2009.

UNEP e UNWTO. Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers. 2005.

UNIVERSIDADE DO ALGARVE. Construção de Indicadores de Avaliação da Qualidade no Turismo. v. 1. Faro, Portugal, 2001.

VIEGAS, Waldyr. **Fundamentos lógicos da metodologia científica**. 3.ed. Brasília: UnB, 2007.

VIEIRA, Felipe. **Normalização Internacional: Conceitos e Atividades – ABNT**. In: 1º WORKSHOP SOBRE NORMALIZAÇÃO NO TURISMO. Ministério do Turismo, 2009.

VISIT COSTA RICA. Disponível em: <<http://www.visitcostarica.com/ict/paginas/sostenibilidad.asp?tab=0>> Acesso em: 02 mar. 2009.

WIKIPEDIA. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/>> Acesso em: 17 jun. 2009.

WORLD TOURISM ORGANIZATION. **Recommendations to Governments for Supporting and/or Establishing National Certification Systems for Sustainable Tourism**. Madrid: 2003.

WORLD TOURISM ORGANIZATION. **Voluntary Initiatives for Sustainable Tourism**. Madrid: 2002.

XAVIER, Antônio Carlos da R.; TIRONI, Luis Fernando. **Experiências Espanholas e Francesas em Programas da Qualidade**. Brasília: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA, Serviço Editorial, 1992.

## OBRAS CONSULTADAS

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do Turismo**. 2.ed. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 1998.

BENI, Mário Carlos. **Como Certificar o Turismo Sustentável?** Revista Espaço Acadêmico, n.37, jun.2004, mensal - ISSN 1519. Disponível em: <<http://www.espacoacademico.com.br/>> Acesso em: 05 out.2007.

BERTUZZO, Gleyd Maria Pereira. Produção científica: um estudo cienciométrico do periódico Turismo em Análise. Campinas, 2004, (140 p.p). (Mestrado). Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Ciência da Informação, Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação. Orientação de Profª Dra. Else Benetti Marques Válio.

BOGAN, Christopher E.; ENGLISH, Michael J.; **Benchmarking, Aplicações Práticas e Melhoria Contínua**. Tradução de Miguel Cabreira. São Paulo: Makron Books, 1996.

CARVALHO, Caio Luiz de (org.), BARBOSA, Luiz Gustavo Medeiros (org.) **Discussões e propostas para o Turismo no Brasil: observatório de inovação no Turismo**. “1 ed” Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2006.

CARVALHO, Horácio Martins de. **Introdução à Teoria do Planejamento**. 2.ed. São Paulo: Brasiliense, 1978.

**DICIONÁRIO Houaiss da Língua Portuguesa**. 2.ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2007.

FONT, Xavier (org.); BUCKLEY, Ralf C. (org.). **Tourism Ecolabeling: certification and promotion of sustainable management**. Oxon, New York: CABI Publishing, 2001.

GRUPO BANCO MUNDIAL. **Um Brasil mais justo, sustentável e competitivo: Estratégia de assistência ao país**. 2004-2007.

HALL, C. Michael; TIMOTHY Dallen J.; DUVAL David Timothy (editors). **Safety and Security in Tourism: Relationships, management and Marketing**. New York, London, Victoria (AU): THHP, 2003.

HONEY, Martha (org.). **Ecotourism & Certification: setting standards in practice**. Washington, Covelo, London: Island Press, 2002.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia do trabalho científico**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 1992.

MONTEIRO, José Airton. **Qualidade Total no Serviço Público: questionamentos e recomendações segundo os 14 pontos de W. E. Deming**. 2.ed. Brasília: QA&T, 1991.

NCH 2950. Of 2005. **Guias de Turismo Especializados**. Norma Chilena Oficial. Instituto Nacional de Normalización Chile – INN, 2005.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Planejamento Estratégico**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 1989.

ORGANIZAÇÃO Mundial de Turismo. **Turismo Internacional: uma perspectiva global**. 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

ORGANIZATION of American States. **Labor Market Issues in Tourism in the English speaking Caribbean countries**. v.3. Reference guidelines for enhancing the positive socio-cultural and environmental impacts of tourism. Washington, D.C. 1994.

PROCHNOW, Waldir E.; VASCONCELOS, Eliane C. **O estado-da-arte das ações para certificação em ecoturismo**. Caderno Virtual de Turismo, v.8, n.3, 2008. Disponível em: <<http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/ojs/viewarticle.php?id=337&layout=abstract>>. Acesso em: 14 fev. 2009.

RAMPAZZO, Lino. **Metodologia Científica: para alunos de cursos de graduação e pós-graduação**. São Paulo: Loyola, 2002.

REJOWSKI, Miriam. **Turismo e Pesquisa Científica: pensamento internacional x situação brasileira**. 3.ed. São Paulo: Papirus, 1999.

WATSON, Gregory H. **Benchmarking Estratégico**. Tradução de Marisa do Nascimento Paro. São Paulo: Makron Books, 1994.

## ANEXO A

### Membros Regionais da ISO

Esta Tabela apresenta os membros regionais da ISO que se comprometeram a adotar os padrões da ISO como padrões nacionais. O Brasil faz parte da Comissão Panamericana de Normas Técnicas (COPANT).

<b>ENTIDADES REGIONAIS DE NORMALIZAÇÃO</b>	<b>ESCOPO</b>
African Regional Organization for Standardization (ARSO)	África
Arab Industrial Development and Mining Organization (AIDMO)	Arábia
European Committee for Standardization (CEN)	Europa
Comissão Panamericana de Normas Técnicas (COPANT)	Américas
Euro Asian Council for Standardization, Metrology and Certification (EASC)	Eurásia
Pacific Area Standards Congress (PASC)	Pacífico Sul
ASEAN Consultative Committee for Standards and Quality (ACCSQ)	Ásia



## ANEXO B

### Normas elaboradas e já publicadas

A Tabela a seguir apresenta as normas elaboradas e já publicadas até o ano de 2008 na área de turismo.

NBR15018	Turismo - Garçom em função polivalente - Competência de pessoal
NBR15019	Turismo - Garçom em função especializada - Competência de pessoal
NBR15020	Turismo - Maître - Competência de pessoal
NBR15021	Turismo - Cozinheiro em função polivalente - Competência de pessoal
NBR15022	Turismo - Churrasqueiro - Competência de pessoal
NBR15023	Turismo - Pizzaiolo - Competência de pessoal
NBR15024	Turismo - Bartender - Competência de pessoal
NBR15025	Turismo - Commis - Competência de pessoal
NBR15026	Turismo - Confeiteiro - Competência de pessoal
NBR15027	Turismo - Chefe executivo de cozinha - Competência de pessoal
NBR15028	Turismo - Sommelier - Competência de pessoal
NBR15029	Turismo - Caixa - Competência de pessoal
NBR15030	Turismo - Hospitalidade para profissionais operacionais - Competência de Pessoal
NBR15031	Turismo - Hospitalidade para supervisores e gerentes - Competência de pessoal

NBR15032	Turismo - Hospitalidade para instrutores - Competência de pessoal
NBR15033	Turismo - Manipulador que atua em estabelecimento de serviço de alimentação no setor de Turismo - Segurança de alimentos
NBR15034	Turismo - Reparador polivalente ou can-fix-it - Competência de pessoal
NBR15035	Turismo - Recepcionista em função polivalente - Competência de pessoal
NBR15036	Turismo - Recepcionista que atua em função especializada - Competência de pessoal
NBR15037	Turismo - Gerente de camping - Competência de pessoal
NBR15038	Turismo - Concierge - Competência de pessoal
NBR15039	Turismo - Mensageiro - Competência de pessoal
NBR15040	Turismo - Auditor noturno - Competência de pessoal
NBR15041	Turismo - Chefe de reservas - Competência de pessoal
NBR15042	Turismo - Chefe de recepção - Competência de pessoal
NBR15043	Turismo - Atendente de reservas - Competência de pessoal
NBR15044	Turismo - Gerente de meios de hospedagem - Competência de pessoal
NBR15045	Turismo - Chefe de governança - Competência de pessoal
NBR15046	Turismo - Capitão-porteiro - Competência de pessoal
NBR15047	Turismo - Camareira ou arrumador - Competência de pessoal
NBR15048	Turismo - Supervisor que atua em estabelecimento de serviços de alimentação no setor de Turismo - Segurança de alimentos

NBR15080	Turismo - Agente de viagens
NBR15081	Turismo - Gerente de agência de viagens
NBR15284	Turismo - Motorista de táxi - Competência de pessoal
NBR15285	Turismo de aventura - Condutores - Competência de pessoal
NBR15286	Turismo de aventura - Informações mínimas preliminares a clientes
NBR15331	Turismo de aventura - Sistema de gestão de segurança – Requisitos
NBR15333	Meios de hospedagem - Sistema de gestão da sustentabilidade - Requisitos de competências para auditores
NBR15334	Turismo de aventura - Sistema de gestão da segurança - Requisitos de competências para auditores
NBR15370	Turismo de aventura - Condutores de rafting - Competências de pessoal
NBR15383	Turismo de aventura - Condutores de Turismo fora-de-estrada em veículos 4x4 ou bugues - Competências de pessoal
NBR15397	Turismo de aventura - Condutores de montanhismo e de escalada - Competências de pessoal
NBR15398	Turismo de aventura - Condutores de caminhada de longo curso - Competências de pessoal
NBR15399	Turismo de aventura - Condutores de espeleoturismo de aventura - Competências de pessoal
NBR15400	Turismo de aventura - Condutores de canionismo e cachoeirismo - Competências de pessoal
NBR15401	Meios de hospedagem - Sistema de gestão da sustentabilidade - Requisitos

NBR15453	Turismo de aventura - Turismo fora-de-estrada em veículos 4x4 ou bugues - Requisitos para produto
NBR15500	Turismo de aventura – Terminologia
NBR15503	Turismo de aventura - Espeleoturismo de aventura - Requisitos para produto
NBR15505-1	Turismo com atividades de caminhada Parte 1: Requisitos para produto
NBR15505-2	Turismo com atividades de caminhada Parte 2: Classificação de percursos
NBR15507-1	Turismo eqüestre - Parte 1: Requisitos para produto
NBR15507-2	Turismo eqüestre - Parte 2: Classificação de percursos
NBR15509-1	Cicloturismo - Parte 1: Requisitos para produto
NBRISO24801-1	Serviços de mergulho recreativo - Requisitos mínimos relativos à segurança para o treinamento de mergulhadores Parte 1: Nível 1 - Mergulhador supervisionado
NBRISO24801-2	Serviços de mergulho recreativo - Requisitos mínimos relativos à segurança para o treinamento de mergulhadores autônomos Parte 2: Nível 2 - Mergulhador autônomo
NBRISO24801-3	Serviços de mergulho recreativo - Requisitos mínimos relativos à segurança para o treinamento de mergulhadores autônomos Parte 3: Nível 3 - Condutor de mergulho
NBRISO24802-1	Serviços de mergulho recreativo - Requisitos mínimos relativos à segurança para o treinamento de instrutores de mergulho autônomo Parte 1: Nível 1
NBRISO24802-2	Serviços de mergulho recreativo - Requisitos mínimos relativos à segurança para o treinamento de instrutores de mergulho autônomo Parte 2: Nível 2
NBRISO24803	Serviços de mergulho recreativo - Requisitos para prestadores de serviços de mergulho autônomo recreativo