

7

Bibliografia

ACRJ. 2007 – **O Ano do Pan.** 2006. Disponível em: <http://www.acrj.org.br/article.php3?id_article_=1365>. Acesso em: 22 ago.2006.

ALCAÑIZ, Enrique B. **Marketing de Destinos Turísticos: Análisis y Estratégias de Desarrollo.** Ed. ESIC - Escuela Superior de Gestion Comercial y Marketing: Madrid, 2000.

ALVIM, Flavio F. **Turismo no Brasil.** Site Cidade Internet em maio/2003. Disponível em: <<http://www.midiaseम्मascara.com.br/artigo.php?sid=2152>>. Acesso em: 22 abr.2006.

AMATO, J. N. **Redes de Cooperação Produtiva e Clusters Regionais.** São Paulo: Atlas, 2000.

ANDRADE, José V. **Turismo: Fundamentos e Dimensões.** São Paulo: Ática, 1995.

ASSAEL, Henry. **Consumer Behavior and Marketing Action.** Boston: PWSKENT, 1992.

BATENSON, G; HOFFMAN, P. **Marketing de Serviços.** Porto Alegre: Bookman, 2001.

BENI, M. C. **Política e Estratégia de Desenvolvimento Regional: Planejamento Integrado e Sustentável do Turismo.** São Paulo: Atlas, 2000.

BOVET, D. M; THIAGARAJAN, S. **Logística Orientada para o Cliente.** HSM Management, ano 4, nº 18, jan/fev. 2000.

BROHMAN, J. **New Directions in Tourism for Third World Development.** Annals of tourism research. Great Britain, v. 23, n. 1, p. 48-70, 1996.

BULL, Adrian. **The Economics of Travel and Tourism.** New York: Hardcover, 1991.

COB. **O Impacto dos Jogos.** 2006. Disponível em: <<http://www.brasilnopan.com.br/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=63>>. Acesso em: 07 fev.2007.

COBRA, Marcos H.N. ZWARG, Flavio. **Marketing de Serviços: Conceitos e Estratégias.** São Paulo: McGraw Hill, 1986.

_____, Marcos H.N. **Marketing de Turismo,** São Paulo: Cobra Editora, 2001.

COHEN, Erik. **A phenomenology of tourist types,** The Hebrew University of Jerusalem, Sociology, p. 179-201, 1996.

COLTMAN, M. M. **Tourism Marketing**. Princeton: Van Nostrand Reinhold, 1989.

COMUDES. **Turismo**. 2003. Disponível em: <<http://www.rio.rj.gov.br/comudes/turismo.htm>>. Acesso em: 21 jun.2006.

COOPER, Chris; FLETCHER, John; WANHILL, Stephen; GILBERT, David; SHEPHERD, Rebecca. **Turismo: Princípios e Prática**. São Paulo: Bookman, 1998.

CORNER, D. M. **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

COSTA, Jean H. **Análise Inicial do Turismo**. Revista Turismo, 2002. Disponível em: <<http://revistaturismo.cidadeinternet.com.br/artigos/sinteseteorica.html>>. Acesso em: 07 maio.2006.

CRESWELL, J.W. **Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches**. Califórnia: Sage, 1997.

CUNHA, Licínio. **Economia e Política do Turismo**. Lisboa: McGraw-Hill, 1997.

DAVENPORT, T.H. **Missão Crítica: Obtendo Vantagem Competitiva com os Sistemas de Gestão Empresarial**. Porto Alegre: Bookman, 2002.

E-CONSULTING. **Overview do Setor de Turismo no Brasil**. Disponível em: <<http://camara-e.net/interna.asp?tipo=3&valor=40>>. Acesso em: 20 nov.2006.

EADINGTON, W. R. **Tourism Alternatives: Potential and Problems in the Development of Tourism**. University of Pennsylvania, Philadelphia, 1992.

EMBRATUR. **Informações Econômicas do Turismo**. Disponível em: <<http://www.embratur.gov.br/economia/introdução.asp>>. Acesso em: 16 maio.2006.

FIRJAN. **Mapa do Desenvolvimento do Estado do Rio de Janeiro 2006-2015**. Agosto/2006. Disponível em: <http://www.firjan.org.br/anexos/mapa/mapa_ver1.pdf>. Acesso em: 18 maio.2006.

FITZSIMMONS, James A. FITZSIMMONS; Mona J. **Administração de Serviços: Operações, Estratégia e Tecnologia de Informação**. São Paulo: Bookmann, 2000.

FOROOBAR, Hana. **A Nova Revolução**. Artigo publicado na Revista Newsweek, citado por <<http://www.estadao.com.br>> em 18/01/2005. Acesso em: 31 maio.2006.

FORTUNA, Carlos. **Turismo: Autenticidade e Cultura Urbana**. Revista Crítica de Ciências Sociais, nº 43, CES, Outubro, 1995.

FUNDAÇÃO CIDE. **Centro de Informações e Dados do Rio de Janeiro**. <<http://200.156.34.70/cide/>>. Acesso em: 03 jul.2006.

GIANESI, I.G.N. CORREA, H.L. **Administração Estratégica de Serviços**. São Paulo: Atlas, 1994.

GIL, A.C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 1999.

GONÇALVES, J.E.L. **Processo, que Processo?**. R.A.E. – Revista de Administração de Empresas. São Paulo, v. 40, nº 4, out/dez. 2000.

GRAHAM, M.S. Dann. **Tourists Images of a destination – an Alternative Analysis**. New York: The Haworth Press, 1996.

GRONROOS, C. **Service Management and Marketing: Managing the Moments of the Truth in Service Competition**. Lexington: Lexington Books, 1990.

_____, C. **Marketing Services: the Case of a Missing Product**. Journal of Business & Industrial marketing, v. 13, nº 4, 1998.

HAMEL, G. **A Obrigação**. HSM Management, ano 6, nº 31, mar/abr. 2002.

HAMMER, Michael.. **A Empresa Voltada para Processos**. HSM Management, ano 2, nº 9, jul/ago. 1998.

HOF, Peter. **A Classe Média e a Farsa do Desarmamento**. Site Mídia sem Mascara em 24 de março de 2005. Disponível em: <<http://www.midiasemmascara.com.br/artigo.php?sid=3483>>. Acesso em: 23 jul.2006.

HOFFMAN, K; KAPLINSKY, R. **The Point of Transition: from Machinofacture to Systemofacture**. London: Westview, 1988.

HOLLOWAY, J. Christopher. **The Business of Tourism**. Londres: Pitman Publishing, 1994.

HUNZIKER, W; KRAPF, K. **Algemeine Frendeverkehrslehre**. Zurique, 1942.

IORIO, Ubiratan J. **Rio: Levanta-te e Anda!** Site Mídia sem Mascara, em 26/07/2004. Disponível em: <<http://www.midiasemmascara.com.br/artigo.php?sid=2152>>. Acesso em: 22 maio.2006.

JAFARI, Jafar; AASER, Dean. **Tourism as the subject of doctoral dissertations**. Annals of Tourism Research, University of Wiscosin-Stout, 1988.

_____, Jafar. **Sctructure of Tourism**, Prentice Hall: Inglaterra, 1989.

JENKINS, J.A. In LICKORISH, L.J. (1994). **Dessarollo de Destinos Turisticos**. México: Diana Editorial, 1994.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

_____, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. Rio de Janeiro: Prentice-Hall, 1993.

_____, Philip; _____, Gary. **Administração de Marketing: a Edição do novo Milênio**. São Paulo: Prentice-Hall, 2002.

KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do Turismo. Para uma nova compreensão do lazer e das viagens**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989.

_____, Jost. **The Holiday Makers**. Oxford, Butterworth Heinemann, 1987.

_____, Jost. **Sociologia do Turismo**. São Paulo: Editora Aleph. Série Turismo, ed. 3, 2001.

LEIPER, Neal. **The tourism system**. Massey University Press, 1990.

LICKORISH, L. J. JENKINS, C. L. **Introdução ao Turismo**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

LOVELOCK, Christofer; WRIGHT, Lauren. **Serviços, Marketing e Gestão**. São Paulo: Saraiva, 2001.

_____, Christofer. **Classifyng Services do Gain Stategic Marketing Insights**. New Jersey, Prentice Hall, 1992.

MAIA, Cesar. **Rio: Um Novo Ciclo Ascendente. Dez Anos Depois: Como Vai Você, Rio de Janeiro?** ano 3, nº 5, março 2003. Disponível em: <http://www.iets.org.br/biblioteca/Rio_um_novo_ciclo_ascendente.pdf>. Acesso em: 03 jul.2006

MARCONI, M. A; LACATOS, E.M. **Técnicas de Pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

MATHIELSEN, Aliester; WALL, Geoffrey. **Tourism Economic, Physical and Social Impacts**. London: Longman, 1982.

MENDES, G.H.S; TOLEDO, J.C. **Qualidade em Serviços: O Papel da Função de Desenvolvimento de Novos Serviços**. XXII Encontro Nacional de Engenharia de Produção - Curitiba-PR. 23 a 25 de outubro de 2002, ENEGEP 2001, ABEPRO.

MENDONÇA, Maria C. A; BATALHA, Mário O; SANTOS, Antônio C. A **Indústria do Turismo: História, Características e Tendências**. Disponível em: <<http://www.dae.ufla.br/revista/revistas/2003/20031/revistav5n1%20jan-jun20034.pdf>>. Acesso em: 16/06/2006.

MIDDLETON, Victor T.C; CLARKE, Jackie. **Marketing de Turismo, Teoria e Prática**, Rio de Janeiro: Campus, 2001.

MILL, R. C; MORRISON A. M. **The Tourist System: An Introductory Text**. Englewood Cliffs: Prentice Hill, 1992.

MORIN, Edgar. **Cultura de Massas no Século XX: O Espírito do Tempo**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1984.

NASH, Dennison. **Anthropology of tourism**. Oxford: Pergamon, 1996.

NUNES, E. D. **O Milagre Econômico e o Ressurgimento do Movimento Social**. Petrópolis: Vozes, 1993.

NUNES, Dagmar S. **Turismo a Maior Indústria Geradora de Empregos**. Site Cidade Internet em janeiro/2001. Disponível em: <<http://revistaturismo.cidadeinternet.com.br/negocios/geraempregos.htm>>. Acesso em: 03 maio.2006.

OSÓRIO, Mauro S. **Rio Nacional, Rio Local – Origens e Especificidades da Crise Carioca e Fluminense; Estratégias, Instituições e Desenvolvimento**, Dissertação de Doutorado em Planejamento Urbano e Regional, IPPUR-UFRJ, Rio de Janeiro, 2004.

PAIVA, Maria G.M. **Sociologia do Turismo**. Campinas: Papirus, 1995.

PAIXÃO, R.. **A Costa Verde**. Revista Veja, São Paulo, n. 37, set.1999.

PEARCE, Phillip; MOSCARDO, Gianna; ROSS, Glenn. **Understanding and Managing the Tourism-Community Relationship**. New York: Pergamon, 1996.

PINE, Joseph. **Mass customization: The new frontier in Business Competition**. Boston: Harvard Business Scholl, 1999.

PITTS, Robert; WOODSIDE, Arch. **Personal Value Influences on Consumer Product Class and Brand Preferences**. The Journal of Social Psychology, Worcester-Heldref Publ., v.119, p. 37-53, Feb. 1983.

PORTER, M; Stern, S. **Inovação e Localização de Mãos Dadas**. HSM Management, ano 6, nº 30, jan/fev.2002.

PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO. **Planos Estratégicos de Cidades**. 2004. Disponível em: <<http://www.rio.rj.gov.br/planoestrategico/interna.php?n0=3&n1=12>>. Acesso em 06 jul.2006.

PRZECLAWSKI, Krzysztof. **Tourism as Subject of Interdisciplinary Research**, Londres: Routledge, 1993.

QUEIROZ, L.M.A. **Turismo e Território: Da Reflexão Teórica à Análise**. Disponível em: <http://www.tesisenxarxa.net/tesis_ub/avaiaible/tdx-1215105-084935//0.previo.pdf>. Acesso em 13 jul.2006.

REA, L.M; PARKER, R.A. **Metodologia de Pesquisa: do Planejamento à Execução**. São Paulo: Pioneira, 2000.

REJOWWSKI, M. **Turismo e Pesquisa Científica: Pensamento Internacional x Situação Brasileira**. Campinas: Papirus, 1996.

RIOTUR. **RELATÓRIO FINAL DO PLANO DE TURISMO DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO – PLANO MARAVILHA**. (Submetido 1997)

RODRIGUES, A. A. B. **Turismo e Geografia**. São Paulo: Hucitec, 2001.

RUSCHMANN, Doris M. **Turismo e Planejamento Sustentável**. Campinas: Papirus, 1997.

_____, Doris. M. **Marketing Turístico: um Enfoque Promocional**. Campinas: Papirus, 2000.

SCHEWE, C.D. **Marketing: Conceitos, Casos e Aplicações**. São Paulo: McGraw Hill, 1982.

SCHMENNER, R.W. **Administração de Operações de Serviços**. São Paulo: Futura, 1999.

SCHMITT, Bernd, SIMONSON, Alex. **A Estética do Marketing**. São Paulo: Nobel, 2000.

SENGE, Peter. **A Dança das Mudanças: O Desafio de Manter o Crescimento e o Sucesso em Organizações que Aprendem**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

SILVA, A. S; PINTO, J. M. **Metodologia das Ciências Sociais**, Porto: Afrontamento, 1999.

SILVA, Marcelo S; FERNANDES, Fabio M. **Plano Estratégico de Marketing**. Junho/2005. Disponível em: <<http://revistaturismo.cidadeinternet.com.br/artigos/janeladagindiba2.html>>. Acesso em: 22 jul.2006.

SILVESTRO, R. **Positioning Services along the Volume-Variety Diagonal**. International Journal of Operations and Production Management, v. 19, nº 4, 1999.

SLYWOTZKY, A. **Crescimento: Foco no Lucro**. HSM Management, ano 3, nº 15, julho/ago.1999.

TÉBOUL, J. **A Era dos Serviços**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

TURISRIO. **Plano Diretor de Turismo**. Secretaria de Turismo, Esporte e Lazer do Estado do Rio de Janeiro, 2001. Disponível em: <<http://www.turisrio.rj.gov.br/projetos.asp>>. Acesso em: 08 ago.2006.

URRY, J. **O Olhar do Turista**. São Paulo: Studio Nobel: SESC, 1999.

VAZ, J. Carlos. **Preparando-se para Intervir na Economia**. 2006. Disponível em: <<http://www2.fpa.org.br/portal/modules/news/article.php?storyid=2531>>. Acesso em: 13 nov.2006.

VENKATRAMAN, N; GRANT, J. **Construct Measurement in Organization Strategy Research: A Critique and Proposal**. Academy of Management Revue, v. 11, n. 1, p-71-87, 1986.

VERGARA, S.C. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 2003.

WOMACK, J. P. **A Máquina que Mudou o Mundo**. Rio de Janeiro: Campus, 1992.

YIN, R.K. **Estudo de Caso** (Tradução: Daniel Grassi). Porto Alegre: Bookmark, 2001.

ZIMMERMANN, A. **Turismo Rural: Um Modelo Brasileiro**. Florianópolis: Autor, 1996.

Anexos

Anexo 1 - Roteiro de Entrevistas

A Atuação dos Agentes do Governo do Rio de Janeiro na Formulação das Ações Promocionais de Marketing Turístico
Nome do Entrevistado: Empresa: Cargo: Local e Data da Entrevista:
1. Como você e a sua empresa percebem a vocação turística da Cidade do Rio de Janeiro?
2. Que elementos são em sua opinião relevantes para caracterizar a cidade como um destino turístico importante? Por quê?
3. Como você avalia os resultados do afluxo turístico ao Rio com base no potencial da Cidade?
4. Na sua opinião quais são os pontos fortes e fracos da Cidade na sua empreitada de se tornar mais atrativa para o turismo?
5. Dada a situação que se apresenta como desafiadora no que toca o potencial da Cidade versus os resultados pouco significativos em relação ao aumento do fluxo de turistas para a Cidade, quais as oportunidades e ameaças que você vislumbra?
6. Qual o planejamento estabelecido para reverter os pontos fracos e potencializar os pontos fortes afim de trazer ao Rio um fluxo de turistas compatível com os recursos e a vocação da Cidade?
7. Do ponto de vista de promoção do turismo para a Cidade do Rio de Janeiro quais as ações que estão sendo desencadeadas e a que plano elas se referenciam? Por quê?
8. A participação do Rio de Janeiro em eventos promocionais nacionais e internacionais de turismo estão alinhados com alguma estratégia consistente capaz de medir a sua adequabilidade e aferir os seus resultados?
9. Existe integração entre os agentes promotores do turismo no Rio de Janeiro no âmbito municipal e estadual?
10. O aspecto político interfere nesta relação ? Por quê?
11. Os cargos executivos das agências são indicados por ações político-partidárias, o que pode implicar em descontinuidade das políticas quando da troca de governo ou reformas das Secretarias. Isto realmente acontece?
12. Qual seria o motivo da paralisação de planos anteriores que tentaram esboçar um redesenho da estratégia do turismo, e que acabaram sendo esquecidos?
13. As agências de desenvolvimento têm bom grau de relacionamento com os segmentos da sociedade Como os representantes de classes, os empresários, as empresas de turismo e o <i>trade</i> local?
14. O item Segurança é uma pedra no sapato do Rio de Janeiro. Como as agências estão tratando este assunto? Como é visto este fator na inibição do fluxo do turismo para a Cidade?
15. O governo estadual e municipal tem varias áreas que se relacionam com a estrutura demandada para o turismo. Como está esta relação entre os diversos órgãos da administração pública e os interesses do turismo na Cidade?
16. Existem alguns itens primários na geração da infra-estrutura turística. Porque o esquema de transportes para o turismo e a sinalização da cidade são tão precários e deficientes?
17. No seu entendimento como vai a política de atração de investimentos para o melhor aparelhamento da infraestrutura do turismo na Cidade?
18. Como estão sendo vistas as promoções de eventos esportivos e culturais como fator de atratividade e legado financeiro e patrimonial para a Cidade?
19. Como você enxerga a infra-estrutura do Porto, dos Aeroportos e da Rodoviária no Rio de Janeiro ?
20. Quais os esforços para transformar as estradas de acesso ao Rio para boas condições de trafegabilidade?
21. Quais as ações voltadas para a formação de pessoal especializado e implementação da qualidade dos serviços oferecidos?
22. Existem convênios firmados neste sentido com as associações e a iniciativa privada?
23. O número disponível de leitos pela rede hoteleira é suficiente para comportar um incremento

na taxa de turistas? E a qualidade da rede atende ao perfil dos diversos segmentos de clientes?
24. Qual a perspectiva de incremento e a estratégia de incentivo ao turismo de negócios? Por quê?
25. E aos outros tipos de turismo, hoje demandados por clientes focados, como o cultural, o de aventura, o gastronômico e o gay? Porquê?
26. Como se dá a aproximação com as agências e as promotoras de turismo?
27. E com as empresas de city-tours, aluguel de automóveis e alimentação?
28. O Reveillon e o Carnaval podem ser apontados como cases de sucesso de ação governamental?
29. Alguma outra contribuição à pesquisa?