

GESTÃO AMBIENTAL E PLANEJAMENTO EM ECOTURISMO

João Bento de Oliveira Filho, Dr.

*Professor Adjunto da FAGEN/UFU - Faculdade de Gestão e Negócios da Universidade
Federal de Uberlândia - Coordenador do Curso de Administração*
jbento@ufu.br

Ugues Wagner Magalhães Júnior

Raízes do Cerrado Ecoturismo - Uberlândia (MG)
uguesjunior@bol.com.br

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO
2. OBJETIVOS DO TRABALHO
3. METODO PARA OBTENÇÃO DE DADOS
4. MODELO DE CENTRAL TURÍSTICA
5. VANTAGENS SOCIAIS DA CENTRAL TURÍSTICA
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS
7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

RESUMO

O turismo contemporâneo é um grande consumidor da natureza, e sua evolução ocorreu como consequência da “busca do verde” e da “fuga” dos tumultos dos grandes centros urbanos, pelas pessoas que tentam recuperar o equilíbrio psicofísico em contato com os ambientes naturais durante seu tempo de lazer. Essa tendência mundial de conscientização ambiental contribuiu para o desenvolvimento e consequente valorização do ecoturismo como um empreendimento sustentável. A partir de 1992, o surgimento do ecoturismo no Brasil trouxe muitas discussões a respeito dessa nova atividade: sua definição, seus princípios básicos e as formas integradas de sua implantação, principalmente em pequenas comunidades e em ambientes naturais frágeis.

De modo geral, o empreendedor do ecoturismo tem sido impulsionado pelas oportunidades mercadológicas imediatas, sem a percepção de que pode gerar benefícios sócio-econômicos e ambientais. Além do mais, as consequências de um grande fluxo de pessoas nesses ambientes extremamente sensíveis, fazem com que o planejamento dos espaços, equipamentos e das atividades turísticas sejam fundamentais para evitar danos sobre os meios visitados e manter a atratividade dos recursos para as gerações futuras.

Por isto, consideramos que para a implantação do ecoturismo em uma região com grande potencial, mas sem tradição turística, e por envolver profissionais com diferentes especialidades nas áreas urbana e rural, há a necessidade de uma organização reguladora não governamental, que apóie ações de conservação, preservação e reabilitação dos ecossistemas, cuide das normas de segurança e de prestação de serviços, além de contribuir para a aproximação dos prestadores de serviços com os consumidores.

O objetivo do presente artigo é propor um modelo para um projeto de ecoturismo sustentável para uma cidade de médio porte, cuja gestão e governança deve ficar a cargo de uma organização não governamental, que em parceria com os órgãos públicos, dará credibilidade nas negociações entre as partes envolvidas, ou seja, os proprietários dos pontos turísticos e as empresas prestadoras de serviços de ecoturismo. Para o desenvolvimento deste modelo, além de uma revisão da bibliografia sobre o tema, foram visitados, observados e analisados diferentes empreendimentos turísticos em cidades pequenas, médias e grandes.

PALAVRAS-CHAVE

Gestão ambiental, ecoturismo, sustentabilidade, conscientização ambiental

1. INTRODUÇÃO

O ecoturismo, na indústria de turismo e viagens, é o segmento com maior crescimento apresentando os mais elevados índices de desenvolvimento no contexto econômico mundial. Movimenta cerca de US\$ 3,5 trilhões anualmente e, apenas na última década, expandiu sua atividade em 57%, resultando no incremento das ofertas e demandas por destinos ecoturísticos (*World Tourism Organization*, 2002).

Segundo Ruschmann, 1999, o turismo contemporâneo é um grande consumidor da natureza e sua evolução, nas últimas décadas, ocorreu como consequência da “busca do verde” e da “fuga” dos grandes tumultos dos grandes aglomerados urbanos pelas pessoas que tentam recuperar o equilíbrio psicofísico em contato com os ambientes naturais durante seu tempo de lazer.

Na matriz insumo-produto do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatístico - IBGE, o empreendedorismo em turismo impacta 52 segmentos diferentes da economia, empregando em sua cadeia desde a mão-de-obra mais qualificada, em áreas que utilizam alta tecnologia (transportes e comunicação) até as de menor qualificação, tanto no emprego formal quanto no informal.

Consciente dessa força e com a certeza de que o turismo é o caminho mais curto para incrementar novos processos de produção, o Governo Federal por meio da Embratur e em parceria com governos estaduais, municipais e com entidades do setor privado implantou nos últimos quatro anos a Política Nacional de Turismo que mudou o perfil do setor. Sua concretização permitiu um salto qualitativo em várias frentes, trazendo à luz dados que por sua expressividade, torna incontestável o consenso de que o setor turístico vem provocando uma "revolução silenciosa" no mundo.

Segundo projeções da *World Tourism Organization*, desde 2001 o ecoturismo já é praticado por cerca de 5% do contingente total de viajantes com perspectivas de um crescimento acima da média do mercado turístico convencional (cerca de 20% ao ano), transformando-se num dos empreendimentos mais promissores principalmente em países com significativas reservas naturais como os da América Latina.

Na definição da Organização Mundial do Turismo (Sancho, 2001) o turismo sustentável corresponde a um modelo de desenvolvimento econômico projetado para melhorar a qualidade de vida da população local, das pessoas que vivem e trabalham no local turístico, manter a qualidade do meio ambiente da qual depende a população local e os visitantes, aumentar os níveis de rentabilidade econômica da atividade turística para os residentes locais, assegurar a obtenção de lucros pelos empresários e prover experiência de melhor qualidade para o visitante. Mas, para que este modelo seja desenvolvido com sucesso é necessário que haja planejamento turístico voltado para melhoria da qualidade de vida dos residentes e para proteger o entorno local, natural e cultural. No processo de planejamento, os princípios do desenvolvimento sustentável, estabelecidos na Conferência realizada em 1990 no Canadá (Conferência Globo '90) podem ser utilizados como suporte ao direcionamento das políticas locais, tais como:

- O planejamento do turismo e seu desenvolvimento devem ser parte das estratégias do desenvolvimento sustentável de uma região, estado ou nação. Esse planejamento deve envolver a população local, o governo, as agências de turismo, etc. para que consiga os maiores lucros possíveis.

- Agências, associações, grupos e indivíduos devem seguir princípios éticos que respeitem a cultura e o meio ambiente da área, da economia e do modo tradicional de vida, do comportamento da comunidade e dos princípios políticos.
- O turismo deve distinguir os lucros de forma equitativa entre os promotores de turismo e a população local.
- É essencial ter boa informação, pesquisa e comunicação da natureza do turismo, especialmente para os moradores do local, dando prioridade para um desenvolvimento duradouro, que envolve a realização de uma análise contínua e um controle de qualidade sobre os efeitos do turismo.
- A população deve se envolver no planejamento e no desenvolvimento dos planos locais junto com o governo, os empresários e outros interessados.

Entretanto, as conseqüências de um grande fluxo de pessoas nesses ambientes extremamente sensíveis fazem com que o planejamento dos espaços, equipamentos e das atividades turísticas sejam fundamentais para evitar danos sobre os meios visitados e para manter a atratividade dos recursos para as gerações futuras (Ruschmann, 1999).

As novas tendências do planejamento nos levam a considerar dois importantes fatores para o sucesso do desenvolvimento de regiões e ou pólos turísticos: equipe técnica multidisciplinar de diagnóstico e planejamento e participação da comunidade local.

Conforme Rose (2002, p. 51) “a sustentabilidade turística corresponde à conjunção de três fatores: A sustentabilidade ecológica, cujo objetivo é assegurar que o desenvolvimento seja compatível com a manutenção do processo ecológico; a sustentabilidade sociocultural, a qual deve assegurar que o desenvolvimento é compatível com a cultura e valores da comunidade e por fim a sustentabilidade econômica, que busca um desenvolvimento economicamente eficiente e com recursos geridos de maneira que possam manter gerações futuras”.

O diagnóstico turístico é uma importante ferramenta para o planejamento, pois mostra através de levantamento e análise de dados da situação atual do município e ou pólo turístico, os pontos positivos e negativos do local. As informações importantes a serem levantadas em um diagnóstico referem-se a:

- Aspectos geográficos e históricos;
- Recursos naturais e culturais;
- Infra-estrutura básica turística;
- Políticas municipais e regionais de planejamento;
- Impactos gerados (positivos e negativos);
- Oferta e demanda turística e capacidade de carga;
- Receptividade da comunidade;
- Integração comunidade e poder público.

Para que os dois últimos pontos abordados funcionem a contento, a comunidade deve conhecer as disponibilidades e potencialidades turísticas, cooperar com a administração pública, participar das decisões turísticas e preservar o patrimônio, valores éticos, sociais, culturais e ambientais.

Considerando que o desenvolvimento de qualquer atividade turística requer de forma inevitável a utilização de recursos, para proporcionar o equilíbrio desejado a sustentabilidade,

é preciso o estabelecimento de limites de utilização e fazer com que os turistas e operadores de turismo se comportem dentro desta capacidade.

A identificação da capacidade de carga do meio ambiente é fundamental para o desenvolvimento sustentável. Para Rose (2002, p. 53) “a capacidade de carga do meio ambiente refere-se à quantidade máxima que um determinado atrativo pode suportar (por dia/mês/ano) sem que ocorram alterações no meio ambiente físico e social, tampouco na satisfação do turista”.

A capacidade de carga no turismo engloba outros conceitos, como: “capacidade de carga ecológica – que se define como o número máximo de visitantes que um lugar pode receber; a capacidade de carga social, a qual faz referência ao nível máximo de atividade turística, que se superado, produzirá uma mudança negativa na população local; capacidade de carga do turista, entendida como o nível máximo que garante a satisfação do turista; e capacidade de carga econômica, que faz referência ao nível de atividade econômica compatível com o equilíbrio entre os benefícios econômicos que proporciona o turismo e os impactos negativos que a atividade turística gera sobre as economias locais (inflação, manutenção das estruturas, etc.)” (Sancho, 2001).

Ao contrário dos velhos paradigmas de que a gestão ambiental é coisa para as grandes empresas e o movimento ambientalista age completamente fora da realidade, verifica-se hoje em dia que a pequena empresa é até mais flexível para introduzir uma gestão ambiental, e as organizações não governamentais se consolidam tecnicamente e participam da maioria das certificações ambientais (Almeida et al., 2002, 23).

Consideramos que o empreendedor na atividade de turismo, assim como em outras atividades se distingue das demais pessoas mais pelas suas atitudes do que pelo domínio de técnicas propriamente ditas. Ao observar o ambiente ele procura desenvolver uma visão de negócio para captar com criatividade as oportunidades do mercado (Filion, 1993).

No Brasil existem várias opções turísticas com pessoal local capacitado e com disposição de atuar neste segmento. E mais, há ainda a combinação de fluxos de pessoas que viajam a trabalham e estão dispostas a usufruir boas oportunidades de lazer. Porém, pode-se perceber que é necessário um mínimo de organização para todas as partes se interagirem, e é neste ponto que surge a necessidade de uma agência reguladora.

Logo, a questão a ser respondida é: - Como viabilizar o potencial turístico e de serviços e aproximá-lo à demanda?

2. OBJETIVOS DO TRABALHO

Para responder ao questionamento anterior é proposto um modelo para um projeto de ecoturismo sustentável para uma cidade de médio porte, cuja gestão e governança deve ficar a cargo de uma organização não governamental reconhecida pelo poder público, com o objetivo de dar credibilidade nas negociações entre as partes envolvidas e decidir quanto às normas de segurança, de prestação de serviços e das questões de impacto ambiental.

Como forma de consolidar o comprometimento ambiental e promoção de melhorias nos serviços das empresas envolvidas nas atividades turísticas, a agência reguladora deverá estimular a implantação de programas de gestão ambiental.

Consideramos ainda, que a agência reguladora será importante para a difusão dos princípios básicos do ecoturismo como: a) conscientização e sensibilização das comunidades locais e regionais na área de abrangência do projeto sobre educação e valorização ambiental,

sustentabilidade turística, cultural e ambiental, os benefícios diretos e indiretos do ecoturismo e dos eventuais impactos positivos e negativos resultantes do desenvolvimento turístico; b) acompanhamento das parcerias entre a sociedade civil, setores privado e público mediante estratégias de implementação onde todos atuam como parceiros em busca de objetivos comuns.

Para isto foram visitados, observados e analisados diferentes empreendimentos turísticos em cidades pequenas, médias e grandes.

3. MÉTODO PARA OBTENÇÃO DE DADOS

A partir da participação de workshop sobre turismo promovido por uma das primeiras empresas do setor que cresceu na cidade de Brotas, cidade do interior do Estado de São Paulo com 17.075 habitantes (IBGE), foi analisada a dinâmica turística do município. A empresa analisada se chama Mata'dentro e foi a primeira agência do setor a implantar um programa de certificação ambiental (ISO 14.001).

Como Brotas é uma cidade pequena, o turista encontra facilmente todas as empresas prestadoras de serviços turísticos. Elas estão em torno da rua principal há no máximo duas quadras de distância umas das outras. Com uma rápida análise o turista já se informa de todas as principais opções turísticas, roteiros, preços e horários, fazendo a sua programação para um ou dois dias.

Em uma cidade de maior porte com população a partir de 400 mil habitantes, já há a necessidade de maior organização para que todas as informações sobre as opções turísticas da cidade sejam facilmente acessadas pelos turistas. Para isto foi analisado o Terminal Turístico de Belo Horizonte, capital do Estado de Minas Gerais. Com uma população em torno de 2 milhões de habitantes, Belo Horizonte conta com um Terminal Turístico na região central da cidade onde há saída de ônibus para todas as localidades turísticas dos arredores, como cidades históricas, grutas, lagoas etc.

Este modelo de centralização das informações com todas as opções turísticas para uma cidade ou região ocorrem também em algumas ilhas do Caribe como Aruba e Curaçao. Todos os hotéis do local oferecem os serviços turísticos das ilhas, permanecendo em constante contato com os prestadores de serviços. Assim, esses prestadores de serviços fazem parte de uma rede de empreendedores de turismo que são cadastrados nos hotéis. Por contato telefônico agendam a lotação de um passeio em barco, jipe, helicóptero, mergulho e várias outras atividades em constante inovação.

Ao considerar estas experiências que vêm funcionando satisfatoriamente é proposto o modelo de Central Turística, que reúna todas as opções turísticas cadastradas e aprovadas por uma comissão de turismo pertencente a organização não governamental. Esta central deve estar localizada em local de fácil acesso para qualquer meio de transporte disponível na cidade como ônibus e carros, próximos a um local onde já há uma concentração de restaurantes, bares ou parques.

3.1. Resultado esperado

O resultado esperado da Central Turística unificada e acessível por todos, cuja governança fique a cargo de uma organização não governamental, é possibilitar a consolidação de todas as

informações das opções turísticas da cidade com dados de atividades, duração, datas e horários, número de vagas, preço de balcão e empresas responsáveis pelas atividades.

Esta organização poderá ter como modelo a organização não governamental sem fins lucrativos denominada Associação Pró Bocaina, cuja missão institucional é desenvolver e apoiar ações que contribuam para a conservação, preservação e reabilitação dos ecossistemas locais, assim como promover o bem-estar de sua população por meio de atividades economicamente rentáveis e ambientalmente sustentáveis e que contribuam para a perpetuação do meio ambiente ecologicamente equilibrado. De acordo com o Guia de Financiadores da associação, “... diversas agências possuem linhas de financiamento para projetos no Brasil ou na América Latina, nas áreas de desenvolvimento, meio ambiente, agricultura, saúde, educação, arte, cultura e direitos humanos” (Behr, 1999).

Percebemos que em muitas cidades os próprios moradores não sabem o que recomendar aos visitantes. Com exceção de clubes, em que haverá a necessidade de ter convite de um sócio, não se sentirão à vontade para indicar uma visita a uma cachoeira, rio, lagoa, barragem, parque e outros locais por saberem que geralmente não há uma infra-estrutura e prestação de serviços adequados. E muitas vezes, os habitantes gostariam de participar de alguma atividade junto ao meio ambiente próximo de onde residem, mas estas atividades exigem algum equipamento ou companhia especializada que não estão disponíveis para todos e não há garantia da qualidade dos serviços.

Por outro lado, os poucos empreendedores que investem neste setor, devido aos altos custos fixos e de investimentos e aos baixos retornos proporcionados por uma demanda inconstante são obrigados a abandonar a atividade. E esta demanda é fraca por que uma pequena e média empresa turística não têm condições de divulgar durante todo o ano que está em atividade. Isto acontece mesmo em uma cidade de médio porte que possui um fluxo de empresários durante todo o ano (considerados como turista de negócios), uma boa rede hoteleira e população com poder aquisitivo e saúde para participar de atividades turísticas. Então, a grande questão é unir esta demanda à oferta de serviços. E a oferta só poderá ter boa qualidade e sobreviver no mercado se tiver rentabilidade para cobrir os seus custos e os seus investimentos.

Isto posto, consideramos que a centralização das informações sobre os prestadores de serviços turísticos e ecoturísticos deverá viabilizar as pequenas e médias empresas e permitir que a competição entre elas tenha como fatores diferenciadores e de vantagem competitiva a melhoria de serviços, qualidade no atendimento e segurança.

Um dos fatores críticos para o sucesso será a divulgação das informações a serem veiculadas nos hotéis, agências de turismo e balcões de informações em forma de *folders*, através da internet, nos *sites* da cidade e das empresas participantes.

4. MODELO DE CENTRAL TURÍSTICA

A Central Turística controlada pela organização não estatal deve cadastrar todos os empreendimentos de turismo por critérios estabelecidos em conjunto com as Secretarias Municipais mais diretamente envolvidas com as atividades ecoturísticas e ambientais como as Secretarias de Turismo, Meio Ambiente, Cultura, Ciência e Tecnologia, além de outras que demonstrarem interesse e perceberem oportunidades para a participação. Todos os serviços oferecidos serão disponibilizados no *site* da Central e conectados *on line* com os hotéis e terminais turísticos da cidade, como aeroportos, rodoviárias etc.

Os serviços oferecidos pela Central Turística aprovados e cadastrados pela comissão de turismo estarão disponibilizados nos hotéis ou outros pontos onde haverá um fluxo de potenciais turistas e usuários dos serviços. Assim, um hotel poderá oferecer serviços de turismo aos seus clientes com a garantia de qualidade e segurança necessária aos seus hóspedes, como se fosse uma extensão dos serviços oferecidos pelo hotel. Caso este hóspede esteja na cidade a negócios, ele poderá estender a sua permanência no hotel pelo final de semana para participar de uma atividade que julgue interessante. Desta forma o hotel garantirá a sua lotação nos finais de semana e as companhias aéreas desconcentrarão seus vôos nas sextas-feiras à noite. Um empresário permanecendo na cidade pelo final de semana estará consumindo e freqüentando restaurantes, bares e lojas.

É importante ressaltar que uma pessoa que está a negócios na cidade pode optar por fazer uma atividade ecoturística apenas quando tiver concluído seu trabalho, quando retornou ao hotel, relaxou e só então começa a pesquisar o que fazer naquele espaço de tempo ocioso. Se no balcão do hotel tiver um terminal de computador que lhe permita agendar um passeio, um raft, rapel ou uma visita a um local atrativo e que venha a lhe acrescentar algo novo em sua experiência de vida, por impulso poderá fazer esta agendamento e decidir até em ficar mais algum dia na cidade.

E mais ainda, o empresário que resolve permanecer durante o final de semana em uma cidade para participar de uma atividade turística ou de ecoturismo poderá convidar familiares para estarem com ele, atraindo mais gente com potencial de consumo.

Assim, a Central Turística que mantém ligações *on line* com os hotéis, lanchonetes, bares ou lojas esportivas, disponibiliza as informações dos empreendedores turísticos e possibilita o agendamento para suas atividades, visando unir os turistas aos empreendedores de acordo com o esquema seguinte:

4.1. Central Turística

- Agências de ecoesportes, de passeios, etc.
- Hotéis, pousadas.
- Restaurantes → rurais,
→ na cidade,
- Lojas → em geral,
→ artesanato, pintura, galerias,
- Cavalgada,
- Teatro, shows,
- Parques: conhecimento da flora, fauna, peixes,
- Empresas de software para desenvolvimento do sistema de informações e Internet,
- Igrejas, museus,
- Fazendas e áreas com matas preservadas, montanhas, rios e cachoeiras.

Deve ser enfatizada a necessidade da criação da agência reguladora que será a organização não governamental, que em parceria com uma Secretaria Pública, cuidará da regulamentação e fiscalização das atividades de ecoturismo, prezando principalmente pelas medidas de segurança que devem ser adotadas pelas empresas. O objetivo é reduzir a quase zero o número de acidentes em atividades ligadas ao ecoturismo tidas como esportes radicais e que são justamente as mais procuradas pelos turistas.

O projeto como um todo tem como principal foco a conscientização da população e das empresas locais sobre a importância do empreendimento ecoturístico sustentável como complemento às atividades do turismo de negócios e conseqüente organização e estruturação dos segmentos impactados por estas atividades.

5. VANTAGENS SOCIAIS DA CENTRAL TURÍSTICA

Para uma cidade que tem dificuldade em determinar a forma de operacionalizar a atividade turística e também de tratar vários aspectos sociais de responsabilidade dos órgãos públicos, a Central Turística controlada por uma organização não estatal pode ter uma dimensão muito mais ampla que irá além do turismo propriamente dito, tais como:

Distribuição de renda e segurança

Consideramos que as atividades ecoturísticas sendo conduzidas por empreendedores donos de pequenas empresas, regulamentada e apoiada por uma organização reconhecida pelo poder público que lhes viabilizem treinamentos adequados, terão a possibilidade de beneficiar a comunidade de baixa renda com opções permanentes de trabalho. Assim como ocorreu em Brotas - SP, faz parte do projeto treinar como mão de obra em atividades de guias, ciclerones e especialistas para operar equipamentos, os habitantes locais e principalmente os jovens que residem nas áreas periféricas da cidade ou próximo aos pontos turísticos onde se pretende levar os visitantes e adeptos do ecoturismo. O envolvimento de residentes locais contribuirá para que preservem a boa frequência dos locais a serem visitados, contribuindo para a segurança e tranquilidade de todos. O trabalho na área rural evita o êxodo para as cidades, em geral para a zona periférica, onde muitos permanecem sem emprego e correm os riscos de se envolverem em atividades ilícitas e violentas.

Cidadania e educação

Acreditamos que o ecoturismo trará dois benefícios imediatos: o primeiro ao ensinar aos jovens, principalmente os de baixa renda, uma atividade que preserve a natureza e respeite o seu meio ambiente. Além de dar-lhes uma profissão estará educando-os para respeitar o próximo, sem violência e ensinando a exercer a cidadania. A educação será o principal fator a lhe proporcionar a liberdade social.

O segundo benefício é a própria difusão do empreendedorismo. Após o aprendizado, com mais experiência e entendimento da filosofia da atividade turística e das vantagens da qualidade na prestação de qualquer serviço, com a sua auto-estima elevada por estar sendo valorizado e sobretudo respeitado como cidadão, esta pessoa poderá abrir seu próprio negócio propondo novas áreas a serem exploradas em ecoturismo (aquelas mesmas áreas em que costumava brincar quando era criança). Ao final eles mesmos estarão repassando suas experiência como empreendedores de um setor com grande potencial e garantindo um desenvolvido sustentável do turismo na região e sem necessidade de subsídios futuros.

Integração da comunidade e arte

Pode-se também incorporar ao ecoturismo de aventura o aspecto do turismo de sabor, ou seja, é possível ter roteiros com paradas para refeições ou lanches em sedes de sítios ou fazendas, com comida local, frutas e doces da região. Estes locais de parada serão também os pontos para venda de produtos artesanais, pinturas do local por onde os turistas estão caminhando ou tendo variadas emoções (tais como aquarelas de florestas ou cerrado, cachoeiras, pássaros, etc.). Essas pinturas e lembranças da região por onde passam os turistas terão um forte apelo para aquisição.

Ciência

Pretende-se também que os guias tenham conhecimentos da flora e da fauna da região, podendo ser cerrado floresta tropical, etc., saibam identificar um pé de ipê, paineira, pequi, buriti, ingá e as plantas locais. Conheçam os pássaros e seus cantos e tenham também uma noção da geologia do local e suas bacias hidrográficas. São pequenas informações pontuais e fáceis de serem assimiladas, mas que valorizarão os guias e os passeios contribuindo para que os turistas queiram retornar e trazer mais gente, inclusive seus filhos. Neste ponto, os guias devem contar com a instrução de professores de ciências, biologia e geografia das faculdades ou universidades próximas, para terem uma seleção do que é relevante e original nas regiões onde estão trabalhando.

Preservação do meio ambiente

Os aspectos ambientais devem ser avaliados de acordo com sua influência no meio ambiente. Para a sua determinação levam-se em consideração todas as atividades e tarefas do processo produtivo, avaliando os seus respectivos impactos ambientais (Viterbo Jr, 1998).

A sustentabilidade de qualquer atividade está baseada na sustentabilidade ecológica, sociocultural e econômica. Isto significa desenvolvimento sem degradar os recursos naturais e culturais, deixando-os disponíveis para futuras gerações.

O turismo sustentável sob o ponto de vista de planejamento e preservação do meio ambiente deve assegurar:

Preservação dos processos ecológicos, da diversidade da fauna e flora e dos recursos culturais. Qualidade de vida compatível com a cultura e valores dos residentes, mantendo e fortalecendo a identidade da comunidade.

Geração de recursos econômicos para exploração no presente e no futuro.

Estudo e análise da capacidade de carga, ou seja, estudo da utilização máxima de qualquer lugar sem que sejam causados efeitos negativos nos recursos e na satisfação do turista ou exerçam impactos adversos sobre a sociedade, economia e cultura local.

De acordo com Swarbrooke (2000), todo processo de capacidade de carga está baseado em seis tipos principais:

- Física: o número de turistas que o lugar pode acomodar fisicamente;
- Ecológica: o número de turistas que pode ser acomodado antes que se iniciem os danos ao ambiente ou ao ecossistema;
- Econômica: o número de turistas que pode ser recebido antes que a comunidade local comece a sofrer problemas econômicos;
- Social: o número de pessoas acima das quais ocorrerá perturbação social ou prejuízo cultural irreversível;
- Perceptiva: o número de pessoas que um lugar pode receber antes que a qualidade da experiência do turista comece a ser afetada negativamente;
- Infra-estrutural: o número de turistas que podem ser acomodados pela infra-estrutura da localidade.

Qualidade de vida

Deve-se deixar claro que o empreendimento ecoturismo tem uma vida própria mas que também complementa o turismo de negócio. Ou seja, aquelas pessoas que vieram a negócios à cidade poderão nela permanecer em um final de semana ou por mais um ou dois dias, justamente para aproveitar um passeio que tiveram informação e que não tenham burocracia para agendá-lo. Com isto todos da cidade ganham: o hotel que manterá o seu nível de ocupação em finais de semana, assim como os restaurantes, bares e lojas, empresas de aviação e ônibus que desconcentrarão seus roteiros no último dia útil da semana (quando os turistas de negócio ou viajantes retornam para as suas cidades de origem). Com este aumento da atividade econômica, os governos arrecadam mais impostos os quais serão revertidos ao cidadão na forma de educação, saúde e infra-estrutura, além de melhorar a distribuição de renda da população.

Mas para isto percebe-se que a informação é um fator chave para o sucesso. É imprescindível que os hotéis, restaurantes e lojas percebam este fato e concordem em trabalhar em sintonia com a Central Turística da cidade, disponibilizando informações (em *folders*, terminais de computador etc.) e estimulando potenciais clientes. Ao final eles também serão beneficiados.

Tecnologia

Para o desenvolvimento deste sistema de informações abre-se também a possibilidade de criação de softwares por empresas de informática ou estudantes de computação. Depois de implementado haverá um produto a ser negociado para outros municípios.

Método de uma Empresa Piloto

Para o teste do modelo de Central Turística para a cidade sugere-se a organização não governamental monitore a operação de uma empresa piloto e conte com a participação de professores com conhecimentos em empreendedorismo, estudantes e profissionais que já possuem experiência em esportes na natureza. O objetivo é testar, cronometrar e precificar roteiros, atividades e serviços a serem oferecidos a clientes ou turistas. Deve ainda acompanhar as negociações entre os prestadores de serviços e os proprietários dos pontos turísticos (fazendas e sítios que possuem cachoeiras, trilhas para caminhada, mata nativa,

trechos de rios) para a permissão de visita ou uso mediante pagamento e zelo ao meio ambiente.

A negociação se dará também ao nível de pequenos proprietários no sentido de envolvê-los no turismo de sabor e artístico, bem como educar os filhos para a possibilidade de uma nova profissão.

Seguindo o esquema que funciona em Brotas, as empresas de turismo fazem um contrato de exclusividade com uma fazenda proprietária de um ponto turístico interessante. Para cada grupo de turista que é levado até aquela propriedade, o proprietário recebe um comprovante do número de pessoas (há inclusive um controle na entrada da propriedade). Ao final do mês faz-se o acerto com o fazendeiro, e ele recebe um valor fixo por visitante. Em geral o valor recebido pelos turistas tem sido superior ao valor da produção de leite de uma pequena propriedade.

Desta forma o empreendimento ecoturístico contribui para que o fazendeiro preserve o meio ambiente, as nascentes, as grandes árvores e evite queimadas. É mais rentável preservar uma mata nativa próximo a um rio, córrego ou cachoeira, do que eliminá-la e tentar plantar milho, banana ou outra pequena cultura agrícola.

Na análise de viabilidade econômica e mercadológica para o município, deve abordar os seguintes aspectos:

Oportunidades: O mercado neste ramo de atividades em cidades pequenas e de médio porte oferece grandes oportunidades no que tange a inexistência de empresas capacitadas e projetos que dêem o suporte adequado e satisfatório à complexidade exigida pelo ecoturismo.

Os outros pontos a se destacar seriam, a crescente demanda por atividades ligadas ao ecoturismo, refletida em "*stress*" constante, falta de contato com a natureza e busca da melhoria da qualidade de vida.

O ecoturismo torna-se uma alternativa de negócio capaz de substituir a agropecuária de subsistência e a exploração de madeiras pelas receitas oriundas de hospedagem, alimentação, serviços e entrada aos atrativos naturais. Possibilita a melhoria da qualidade de vida proporcionada pela incrementação econômica na localidade e pela conservação da própria área.

O turismo aproveita a mão-de-obra local, gera empregos e a evasão do homem do campo para as cidades; cada emprego direto gerado representa uma pessoa a mais com rendimento para gastar na própria comunidade e empregos indiretos ligados aos serviços e produtos de apoio como venda de hospedagem, alimentação, combustíveis, artesanato, equipamentos, filmes e cursos.

Para a implementação do modelo deve-se estar ciente que o mercado de ecoturismo pode enfrentar resistência da sociedade, inicialmente pelo desconhecimento das vantagens e metodologia de operação por parte dos pequenos fazendeiros locais, que apesar de não possuírem alternativas para alavancar seus negócios rurais ainda podem ter tido experiências negativas com outras pessoas que visitaram suas terras sem nenhuma orientação e, inconscientemente depredaram e poluíram o local.

As ações que podem ser tomadas para eliminação destas ameaças concentram-se na conscientização das entidades locais e da sociedade de que a implantação de atividades

ecoturísticas beneficiaria tanto a população urbana quanto a rural, fixando o homem do campo em seu ambiente e trazendo recursos financeiros tanto para a cidade quanto para a área rural.

Formas de implementação

O órgão público pode levantar o potencial turístico de uma região e tem o poder de autorizar as atividades turísticas que vão ser desenvolvidas no município. Com a disponibilização de uma área física para a Central Turística funcionar, o próximo passo é a definição do órgão gestor que controlará os contatos entre as diferentes partes envolvidas, que é por nós sugerido que seja uma organização não governamental. Essa organização, em conjunto com as empresas operadoras de turismo e ecoturismo poderá promover um plano de desenvolvimento turístico com marketing direcionado para atingir seu público alvo e envolvendo quatro aspectos básicos:

- Conhecimento do produto;
- Produto, preço, ponto de venda e promoção (4 P's);
- Conhecimento e segmentação de mercado;
- Plano de promoção e vendas.

Esse planejamento de marketing deve prever avaliações periódicas das estratégias mercadológicas, pois o produto turístico está sempre em mutação. Portanto, a partir de dados colhidos dos turistas e das empresas operadoras, a organização não governamental poderá orientar as correções das deficiências. Inspirado pela competitividade, pode-se buscar o aprimoramento e a visualização do futuro com novos nichos de mercado e novos produtos.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme observado em experiências de atividades turísticas em Uberlândia, uma cidade com 500 mil habitantes segundo o IBGE, localizada na região de cerrado no Planalto Central brasileiro, uma empresa de turismo não tem condições de se profissionalizar e permanecer em atividade por longo tempo sem o apoio de uma agência reguladora. Tem-se verificado que a pequena empresa de ecoturismo inicia-se com uma equipe especializada e motivada para desempenhar atividades esportivas junto à natureza. Porém, ela tem dificuldades em remunerar adequadamente seus funcionários por um longo período pela falta de demanda constante de clientes. Desta forma, os funcionários e mesmo alguns sócios têm sido obrigados a procurar outro trabalho para sobreviverem, enquanto aguardam um maior fluxo de turistas, apesar de quererem desempenhar a atividade de turismo. Assim, as empresas acabam por encerrar a oferta de serviços mesmo conhecendo o grande potencial da região, com 42 cachoeiras e cinco barragens.

Os órgãos públicos, como secretarias de governo, não possuem a flexibilidade necessária para atuar no desenvolvimento do ecoturismo, que extrapola a área urbana, e algumas vezes entra em regiões de outros municípios. Como os pontos turísticos estão dispersos, um grande empreendimento promovido por uma empresa de maior porte não tem o retorno desejado para os investimentos em várias frentes. Isto possibilita a entrada de pequenas empresas neste mercado, por operarem com uma estrutura menor e de menores custos fixos, mas com mais flexibilidade para introduzir um sistema de gestão ambiental e crescer respeitando a natureza e os valores culturais locais

Consideramos que uma organização não governamental terá condições de centralizar todas as iniciativas de turismo da cidade, interferindo junto aos órgãos públicos, redes de hotelaria,

restaurantes, lojas, fazendas, agências de viagens e de turismo dos grandes centros, estimulando a demanda e promovendo economias de escala aos empreendedores.

A priori sabe-se que os consumidores do ecoturismo possuem características próprias. São aqueles que possuem bom nível cultural e educacional, pessoas na faixa etária de 18 a 60 anos, sendo executivos, profissionais liberais e universitários, de classe social de níveis A e B, ou seja, possuem médio e alto poder de compra.

Em geral eles têm dado maior atenção aos produtos que dão suporte às comunidades locais, que incrementem a conservação e educam seus clientes sobre como minimizar os impactos ambientais e como respeitar as culturas da região. É comum solicitarem informações sobre o destino, as características do meio ambiente e da cultura local.

As atividades de ecoturismo e turismo de aventura procuram amenizar o *stress*, através da prática de esportes saudáveis e seguros, colocando as pessoas em contato direto com a natureza, proporcionando a sensação de alívio e liberdade, promovendo o reencontro do homem com a natureza de forma a compreender os ecossistemas que mantêm a vida. As atividades são desenvolvidas através da observação do ambiente natural, através da transmissão de informações e conceitos ou através da simples contemplação da paisagem. Utilizam-se da troca de benefícios da interação homem-natureza na busca de um melhor bem-estar físico, mental e social, proporcionando assim um melhor estado de saúde.

As empresas operadoras de ecoturismo devem saber proporcionar estes aspectos aos clientes, ciente de que isto agrega valor aos seus serviços, dando-lhes condições de obter um crescimento sustentável aliado à preservação do meio ambiente.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALMEIDA, Josimar R., MELLO, Cláudia S. e CAVALCANTI, Yara. *Gestão Ambiental: planejamento, avaliação, implantação, operação e verificação*. Rio de Janeiro: Thex Editora. 2002.
- BEHR, Izabella Muller C. *Guia de financiadores. Bananal*: Associação Pró Bocaina. 1999.
- FENNELL, David. *Ecoturismo*. São Paulo: Contexto. 2002.
- FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *Revista de Administração da USP – RAUSP*. São Paulo, v.34, n.2, p.05-28, abr./jun. 1999.
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. <www.ibge.gov.br>
- ROSE, Alexandre Turatti. *Turismo: Planejamento e Marketing*. São Paulo: Manole, 2002
- RUSCHMANN, Doris van de Meene. *Marketing turístico: um enfoque promocional*. 3 ed. Campinas, SP, Papirus, 1999.
- RUSCHMANN, Doris van de Meene. *Turismo e planejamento sustentável*. Campinas, SP: Papirus. 1999.
- SANCHO, Amparo (org.) *Introdução ao Turismo*: Organização Mundial do Turismo. São Paulo: Roca, 2001.
- SWARBROOKE, John. *Turismo sustentável: conceitos e impacto ambiental*. S.Paulo: Aleph. 2000.
- VITERBO Jr, Ênio. *Sistema integrado de gestão ambiental*. São Paulo: Aquariana. 1998.
- YAZIGI, Eduardo. *Turismo e paisagem*. São Paulo: Contexto. 2002.
- WORLD-Tourism Organization, 2002. <www.world-tourim.org/sustainable>