

## ÁREA: TURISMO E MEIO AMBIENTE.

### A ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ECOTURISMO E TURISMO DE AVENTURA: UMA AVALIAÇÃO-PERCEPÇÃO DAS EMPRESAS DO RAMO.

FERRETI, Tarini Gabrieli Ghizoni<sup>1</sup>

TEIXEIRA, Juliana Carolina<sup>2</sup>

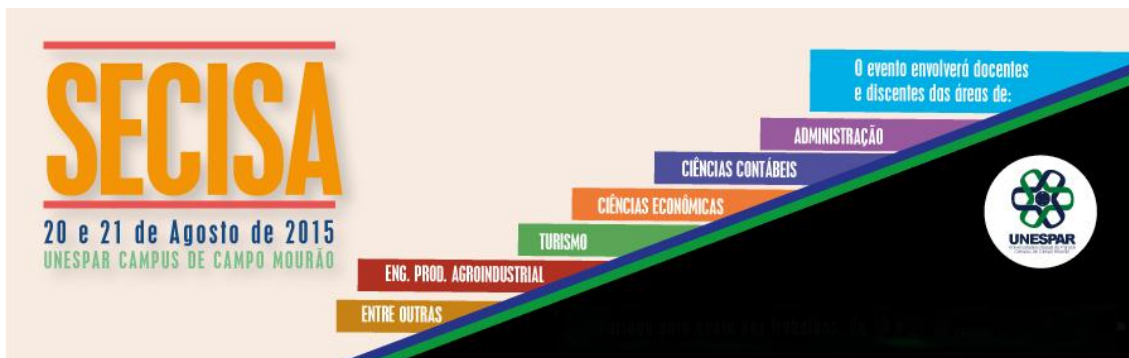
Embora a Associação Brasileira de Ecoturismo e Turismo de Aventura (ABETA) seja considerada a maior organização empresarial do ramo do Turismo de Aventura e Ecoturismo no Brasil, os associados representam uma porcentagem baixa em comparação ao número existente de empresas deste ramo no mercado turístico, pois de acordo com uma pesquisa do Ministério do Turismo em parceria com a ABETA existem mais de duas mil empresas atuando no mercado (BRASIL, 2005) e somente um número variável de centro e trinta empresas são associadas à ABETA. Com isso questionou-se sobre: quais são os motivos que levam a maioria das empresas desse setor não estarem vinculadas a associação? A partir desse cenário, delineou-se o objetivo geral desse estudo que foi investigar os motivos pelos quais mais de noventa por cento das empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura não são cadastradas a ABETA.

Justifica-se a realização desse estudo pois as discussões levantadas podem ser utilizadas a fim de auxiliar na melhoria da Associação, dos associados e conseqüentemente do mercado de Ecoturismo e Turismo de Aventura. E, ao levantar os possíveis motivos do não cadastramento, o presente estudo pode auxiliar na correção de prováveis gargalos.

A ABETA inicia suas atividades em 2003 como o órgão brasileiro que representava os empresários no setor e denominava-se, na época, Grupo de Empresários

<sup>1</sup> Bacharel em Turismo e Meio Ambiente pela Faculdade de Ciências e Letras de Campo Mourão (FECILCAM). E-mail: tarini\_gabrieli@hotmail.com.

<sup>2</sup> Bacharel em Turismo e Meio Ambiente pela Faculdade de Ciências e Letras de Campo Mourão (FECILCAM). Mestre em Geografia pela Universidade Estadual de Maringá (UEM). Professora do curso de Turismo e Meio Ambiente da UNESPAR *Campus* de Campo Mourão. E-mail: julianatma@gmail.com.

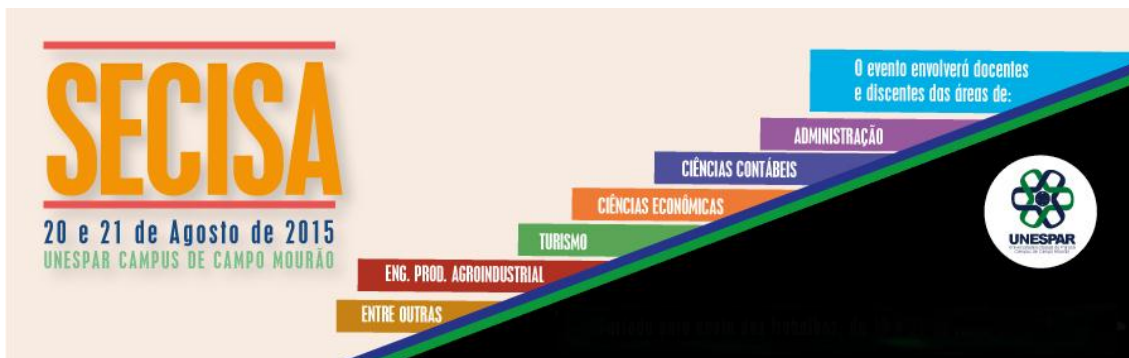


de Turismo de Aventura (GETA). No ano seguinte o grupo passou a chamar-se Associação Brasileira de Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura (ABETA), cujo objetivo era normalizar as atividades que compõem o segmento, de maneira que este se torne referência mundial no que diz respeito à qualidade.

A ABETA tenta fortalecer o segmento de Turismo de Aventura e o Ecoturismo oferecendo representar, qualificar e promover seus associados, por meio de diversas ações e parcerias, buscando tornar as empresas associadas mais competitivas e referências mundiais na qualidade da prestação de serviços.

A metodologia utilizada para o desenvolvimento da pesquisa foi o levantamento das empresas associadas e não associadas à ABETA. Em função de que a associação tem representatividade nacional selecionaram-se todos os 27 estados brasileiros para o levantamento de dados junto às empresas associadas e não associadas a fim de obter dados que representassem cada porção do território. Dos 27 estados, atualmente existem empresas cadastradas na associação em 22 estados. Foram enviados questionários para todos os 130 associados da ABETA e proporcionalmente para 130 não associados. Para os cinco estados sem um representante cadastrado foi enviado um questionário para uma empresa de cada estado (Amapá, Distrito Federal, Paraíba, Rondônia e Sergipe). Os questionários foram encaminhados via internet pela ferramenta do *Google Docs* utilizado para elaboração e aplicação de questionários *online*, para os emails das empresas cadastradas e não cadastradas. Foi necessário ainda levantamento de revisão da literatura sobre o tema de estudo e pesquisa documental para levantamento de dados referentes a ABETA.

As empresas de ecoturismo e turismo de aventura se estabeleceram no mercado brasileiro em razão da crescente demanda de turistas interessados em viagens relacionadas com atividades desenvolvidas em áreas naturais. Furlan (2003) comenta que o governo tem visto o Ecoturismo como uma tática, um turismo estratégico, uma vez que o turismo de massa vinha degradando as paisagens, o Ecoturismo surgiu para preservar. Para Pires (2002, p. 104) “[...] o Ecoturismo prioriza a preservação do espaço natural em que é realizado e seu projeto contempla a conservação antes de qualquer outra atividade”. Sua prática é realizada de maneira responsável, buscando a

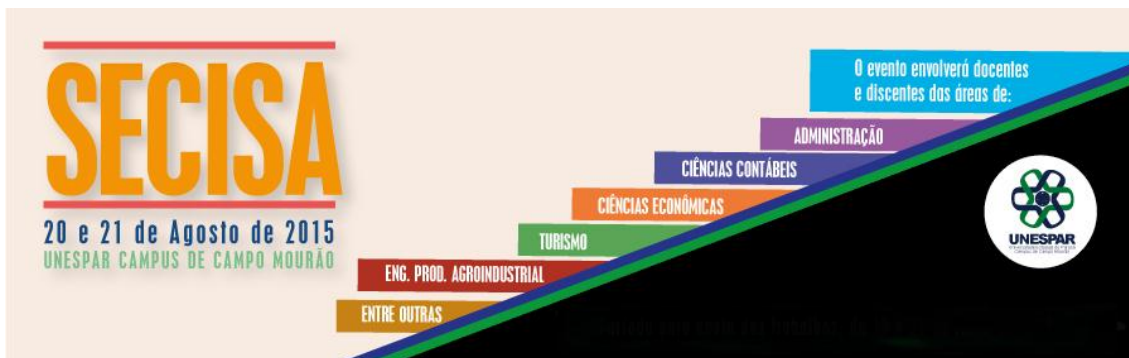


preservação do meio natural e cultural com a promoção do bem estar à população local comprometida com a educação ambiental e o desenvolvimento socioeconômico de maneira sustentável.

O Turismo de Aventura também se coloca como atividade alternativa praticada em ambientes naturais, porém, com objetivos diferenciados. Muller e Cleaver (2000 *apud* SWARBROOKE 2003 *et al*, p. 28) definem o Turismo de Aventura “pela capacidade de fornecer ao turista níveis relativamente elevados de estímulo sensorial, geralmente propiciados pela inclusão de componentes fisicamente desafiadores na atividade”. Portanto, a atividade caracteriza-se pela prática de atividades de aventura de caráter recreativo que propiciem ao praticante o sensações diferenciadas pela expectativa do inesperado. O setor tem movimentado consideravelmente a economia pois, de acordo com a Embratur (2007), no Brasil haviam 2.908.800 clientes atendidos por 1616 prestadores de serviço. Números que renderam em 2006 aproximadamente 300 milhões de reais e que representam um forte e promissor crescimento do Turismo de Aventura.

Os resultados apontaram que para os não associados as principais razões para não ligar-se a associação foram: os altos custos para se manter associado; a falta de representatividade da associação em regiões afastadas do sudeste (local onde se encontram o maior número de associados); a falta de vantagens em ser associado; a promoção tímida ou quase nula de cursos, especializações, incentivos e demais ações para as práticas de esportes de aventura como balonismo, corrida de aventura, mergulho dentre outros; a falta de interesse das autoridades e gestores; ausência de ações que promovam o turismo o ecoturismo e turismo de aventura; falta de comprometimento com empresas que buscam se associar mas não são atendidas.

Uma das respondentes alegou que devido a falta de uma política de qualidade com as empresas associadas existem empresas que não atendem as normas legais para operação mas tornam-se associadas sem passar por uma avaliação técnica comprovando a proficiência no assunto. Outra respondente citou que “Por não ver necessidade e em função de excesso de burocracia, denúncias de corrupção, criação de



"guetos" que ao invés de promover inclusão tendiam para o lado da exclusão”<sup>3</sup>. E ainda conforme apresentou um dos empresários “já fomos associados, mas na época, o delírio de gigantismo e centralização total de uns poucos donos nos decepcionou”<sup>4</sup>, justificando um eventual retorno como associado caso o poder fosse descentralizado e se não houvessem “donos” da Associação.

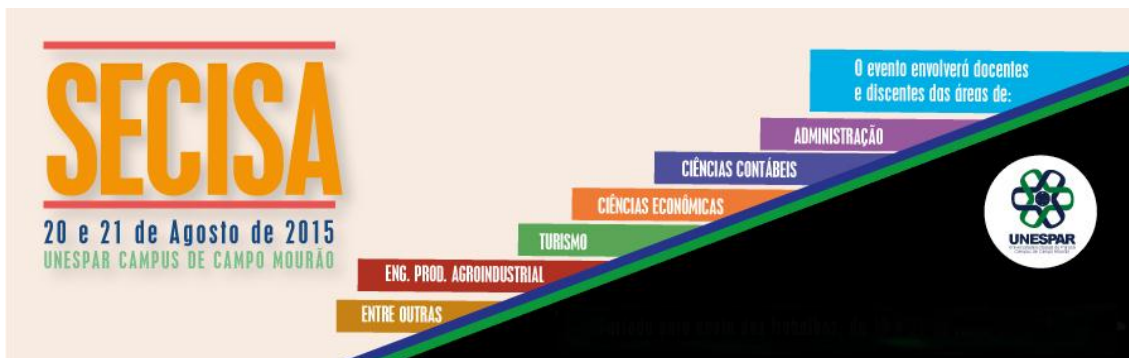
Já entre os associados foram citados pontos positivos em manter-se ligados a associação como: o fortalecimento do segmento turístico; a representatividade e credibilidade que a associação possui no cenário turístico nacional; promoção dos interesses; aprimoramento da segurança e troca de informações; o trabalho efetivo da ABETA; a seriedade; a interação com operadores estrangeiros; a promoção do *networking*, a participação em eventos; os descontos em equipamentos; os contatos estratégicos e a confiança que a associação transmite ao cliente; as capacitações propostas; a visibilidade; o acesso as informações específicas e confiáveis; as parcerias estratégicas; as oportunidades de negócio e uma empresa destacou que atualmente não há vantagem em ser associado.

## Conclusão

Acredita-se que a ABETA precisa buscar resgatar antigos sócios e ferramentas para atingir novas empresas, principalmente nos estados mais afastados da sua sede. Sugere-se que a ABETA busque contatos mais diretos com seus associados como a criação de grupos fechados em redes sociais e aumento no número de reuniões presenciais ou não presenciais, optando por utilizar ferramentas tecnológicas como as conferências *online*. É necessário que a ABETA realize visitas frequentes a seus associados, a fim de acompanhar seu trabalho, o funcionamento da empresa e buscar juntamente com o sócio maximizar as ações, produtos e serviços oferecidos aos seus clientes, dando, por exemplo, sugestões, incentivos e fiscalizações do que deve e pode ser melhorado.

<sup>3</sup> Informações coletadas a partir do questionário aplicado às empresas.

<sup>4</sup> Informações coletadas a partir do questionário aplicado às empresas.



A ABETA pode aumentar o número de ações, programas e conseguir mais apoio do Ministério do Turismo e outros órgãos para estar realizando cursos de capacitações para a melhoria do segmento. Poderiam ser planejados eventos regionais para a capacitação de novos sócios e interação com os sócios atuais em locais distintos, não somente na proximidade da sede, São Paulo. É necessário que a associação possua um critério e parâmetro de avaliação para as empresas que querem se associar, pois foi comentado nos questionários que qualquer empresa possuindo CNPJ pode se filiar a ABETA sem ao menos atingir um padrão de qualidade e segurança. Com isso, o nome da associação e a qualidade no mercado do setor podem ser prejudicados.

Quanto às considerações aos associados, estes, deveriam usufruir mais da associação e do que ela tem oferecer, participando ativamente dos eventos e reuniões. Cabe ressaltar que todo associado pode representar a ABETA em eventos, reuniões e encontros voluntariamente, isso traria benefícios ao associado e sua empresa, como, por exemplo, contatos com clientes, empresas e prestadores de serviços variados.

## Referências

ABETA. **ABETA Associação Brasileira das Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura**, 2014. Disponível em: <<http://www.abeta.tur.br>>. Acesso em: 22 Abril 2014.

BRASIL, MINISTÉRIO DO TURISMO. **Regulamentação, normalização e certificação em turismo de aventura. Relatório diagnóstico**. Brasília: Ministério do Turismo, 2005.

EMBRATUR. **Anuário Estatístico: Dados e Fatos**, 2007. Disponível em: <<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/anuario>>. Acesso em: 3 Setembro 2014.

FURLAN, S A. Ecoturismo: do sujeito ecológico ao consumidor da natureza. In: RODRIGUES, A. A. B. **Ecoturismo no Brasil: possibilidades e limites**. Contexto, 2003.

PIRES, P. D. S. **Dimensões do Ecoturismo**. 2ª. ed. São Paulo: Senac, 2002.

SWARBROOKE, J. [*et al*] **Turismo de aventura: conceitos e estudos de caso**. Tradução Marise P. Toledo. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.