

ÁREA: TURISMO E MEIO AMBIENTE

AGÊNCIAS DE VIAGENS E DESTINOS DE ECOTURISMO: A comercialização de destinos brasileiros de ecoturismo por meio de guias de viagens curtas

GIMENES, Karen de Sousa¹

TEIXEIRA, Juliana Carolina²

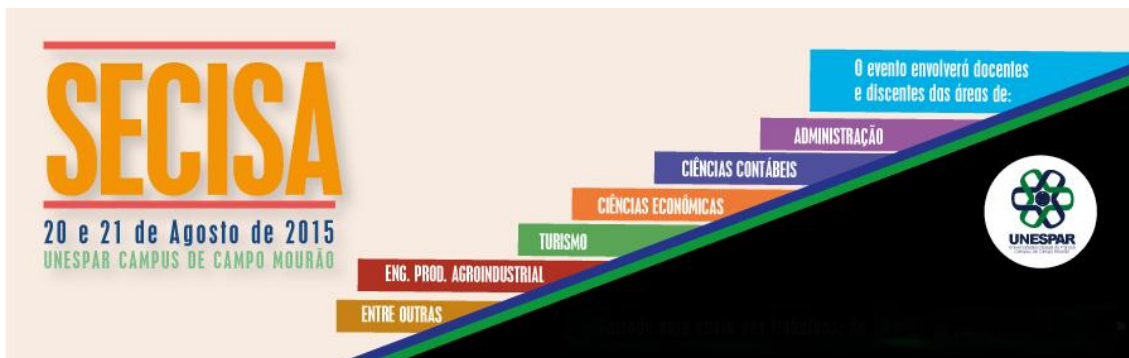
A comercialização de destinos brasileiros de ecoturismo por meio de guias de viagens curtas

Todas as empresas, que fazem comercialização de produtos turísticos por meio de intermediação de serviços, são classificadas como agências de turismo. As agências têm como objetivo organizar, divulgar e comercializar produtos e serviços que demandem de uma qualidade satisfatória para o seu cliente, levando em consideração suas necessidades e suas preferências. Desta forma as agências de turismo constituem o principal elo entre o consumidor e o fornecedor, pela sua capacidade de analisar o perfil do cliente, e montar um pacote capaz de suprir as expectativas.

As exigências dos clientes estão cada vez maiores, quanto mais um cliente viaja, mais critérios qualitativos ele adota a respeito de como deve ser a sua viagem e qual as características que o destino deve ter para lhe satisfazer. Com isso destinos diversificados e exóticos vêm ganhando espaço no mercado turístico, ofertando paisagens com belezas cênicas e atrativos diferenciados, que ainda não foram massificados.

¹Acadêmica do curso de Turismo e Meio Ambiente. Universidade Estadual do Paraná *Campus* Campo Mourão . E-mail: k.gimenes90@gmail.com

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



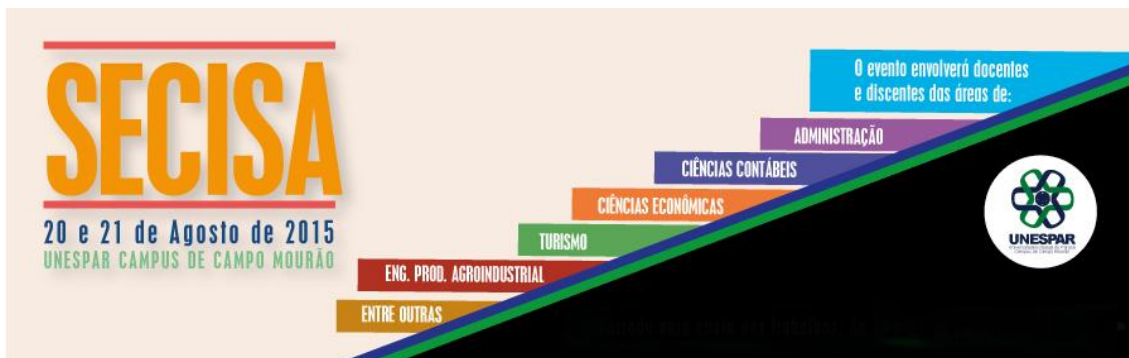
A partir de levantamentos exploratórios, por meio do estágio supervisionado em Turismo e Meio Ambiente, observou-se que os destinos de ecoturismo tem sido pouco comercializados na Agência A³, por falta de conhecimento do público e dos próprios agentes sobre tais destinos. Observou-se ainda uma demanda potencial interessada em destinos de ecoturismo. Nesse sentido os questionamentos levantados direcionaram-se para: o desenvolvimento de um guia de viagens curtas sobre destinos ecoturísticos pode suprir a ineficiência de informação sobre tais destinos na agência e atingir uma demanda em potencial?

Com a definição do problema de pesquisa foi possível definir duas hipóteses para o desenvolvimento do presente trabalho. A primeira delas aponta que o desenvolvimento e divulgação de um guia, que apresente as diversas opções de destinos de ecoturismo do Brasil, formatado para a comercialização é de grande relevância para a agência facilitando a comercialização dos mesmos e atingindo uma demanda potencial aumentando o grupo de clientes interessados nesse tipo de viagem. Já a segunda hipótese indica que a ineficiência de informação sobre os destinos de ecoturismo não são a principal causa da falta de demanda na agência, sendo que o principal motivo para a baixa comercialização destes destinos é o desinteresse do público.

Desse modo delineou-se o objetivo geral dessa pesquisa que é elaborar um guia de viagens curtas com destinos de ecoturismo do Brasil, com o intuito de facilitar a elaboração de pacotes turísticos nos fins de semanas e feriados prolongados. Com isso busca-se criar uma fonte de informação exclusiva para a Agência; facilitar a elaboração de pacotes de ecoturismo; promover destinos que ainda não estão massificados; alcançar um tipo de público que a Agência ainda não atingiu e oferecer aos atuais clientes da Agência um serviço diferenciado.

Cabe a este guia, apresentar além da variedade de destinos, também suas respectivas características, informações e os tipos de atividades que podem ser praticadas no local. O

³Optou-se pela omissão da divulgação do nome fantasia da empresa em que se realiza a presente pesquisa.



mesmo deve ser apresentado de forma eletrônica/online, para facilitar o acesso, e expandir sua capacidade de alcance ao público.

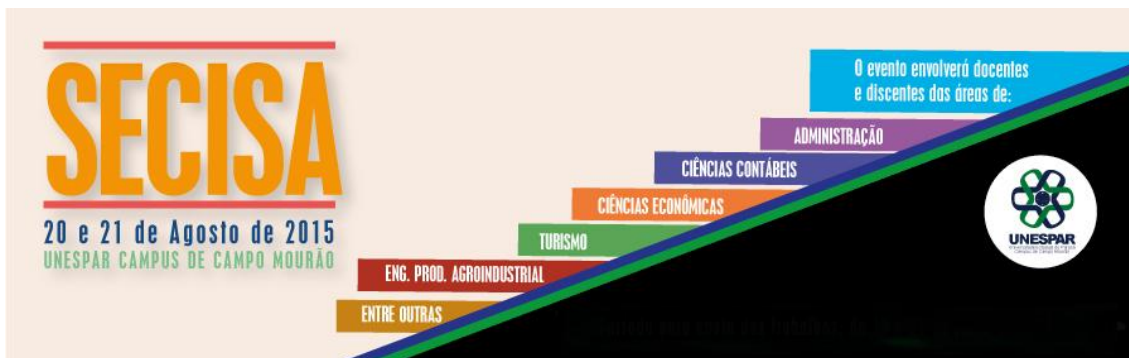
Acredita-se que este guia seja capaz de suprir a falta de informação tanto dos agentes quanto dos consumidores a respeito do ecoturismo, facilitando a elaboração de pacotes e sua comercialização. Também podem ser utilizados como fonte para a divulgação aumentando o potencial de atratividade da agência.

Para o desenvolvimento da pesquisa foi necessário dividir a mesma em três etapas. A primeira refere-se a utilização da técnica de revisão da literatura pertinente ao tema. Assim as discussões sobre ecoturismo; agências de viagens; tendências de mercado no turismo; entre outros. A segunda etapa relaciona-se a pesquisa de campo em que serão realizadas ações junto aos responsáveis pela empresa; aos funcionários e aos clientes.

Nesse sentido será aplicada entrevista com a responsável pela agência e os funcionários para procurar compreender o cenário de comercialização dos destinos de ecoturismo aos clientes. Também serão realizadas entrevistas informais com agências receptoras dos destinos de ecoturismo com a finalidade de ter informações atualizadas sobre suas características; sobre informações gerais atualizadas e o tipo de atividades que vem sendo desenvolvidas. Os agentes receptivos é o meio mais direto de obter estes dados, baseado no convívio direto e no conhecimento que os mesmos têm sobre o assunto abordado. Posteriormente serão aplicados questionários com os clientes para buscar entender suas demandas e formatar um guia estreitamente ligado aos seus interesses.

A terceira etapa refere-se a elaboração do guia. Para a obtenção das informações necessárias na elaboração do guia serão realizadas coletas documentais e investigação dos conteúdos da *internet* e materiais que divulguem informações a respeito dos destinos ecoturísticos.

Como resultados parciais foi levantada breve revisão da literatura. A avaliação prévia realizada apresentou que as agências de viagens surgiram simultaneamente com os meios de transportes aéreos, ferroviários e marítimos. De acordo com Borges (2012, p. 163) “a evolução dos transportes e a melhoria das estradas foram fatores que permitiram que pessoas de diferentes classes sociais passassem a viajar com mais frequência, além de terem conduzido ao início das primeiras viagens organizadas”.



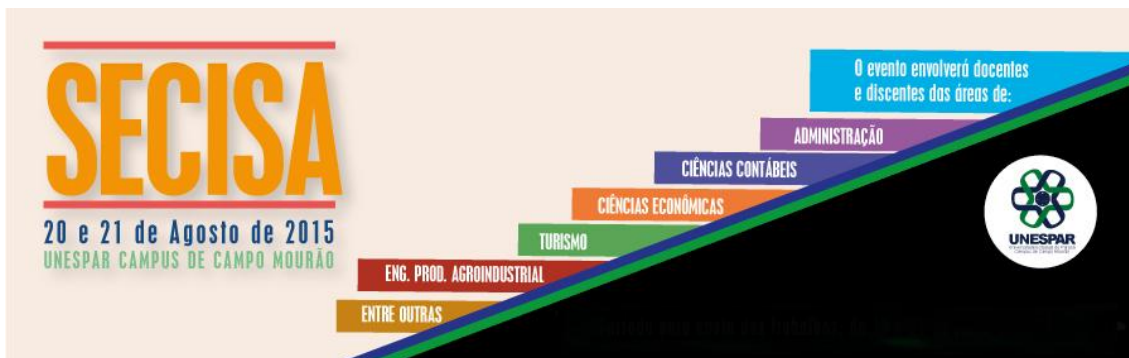
Conseqüentemente ocorreu o desenvolvimento da atividade turística que ofertava lugares com belezas cênicas e ambientes de lazer, representando o contrário do cenário que foi construído com os processos de industrialização e de globalização decorrentes da sociedade capitalista. Dentro desse contexto as agências de viagens e turismo passam a ofertar o paraíso através da divulgação de imagens bem elaboradas com o intuito de atrair o olhar do consumidor.

Segundo Rodrigues (2003, p.22) "o paraíso é traduzido como estar num lugar natural, equatorial, do não trabalho, entendido como lazer, preguiça e contemplação". Ou seja, lugares que tiram o sujeito do seu cotidiano e apresentam a eles uma realidade oposta da que vivem, promovendo sensações de paz, tranquilidade, bem-estar e prazer. O que não se esperava, era que o fluxo de pessoas querendo escapar da sua rotina seria tão grande em um mesmo período de tempo (férias coletiva), muito menos nos impactos que esta atividade poderia acarretar.

Essa atividade que foi desenvolvida considerando apenas a sua dimensão econômica, provocou transformações negativas e danosas nas áreas receptoras devido a sua falta de planejamento. Fennell (2002, p.20) compreende esse quadro de transformações como "uma perturbação sociológica e ecológica, com um potencial devastador" que na maioria das vezes é fruto do turismo de massa.

Todavia, Pires (2002, p.39) afirma que "as posturas e atitudes de repulsa e desaprovação ao "turismo de massas", (...) não negavam nem descartavam a importância do turismo como fator de desenvolvimento econômico e de promoção de seu bem estar social". Inspira-se nesse contexto, então, um novo nicho para o turismo, que não gerasse a insatisfação da comunidade local, ao mesmo tempo que fosse capaz de assegurar a satisfação do turista, através de viagens com qualidade.

Pires (2002), acredita que este novo nicho do turismo é decorrente dos estudos entorno dos impactos do mercado turístico entre as décadas de 60 e 70, que teve a sua evolução reconhecida apenas na década de 90, como um meio de realizar o turismo de forma responsável. O ecoturismo torna-se uma espécie de turismo alternativo que tem como base a sustentabilidade. O autor Rodrigues (2003, p.31), refere-se ao ecoturismo como "uma atividade de baixo impacto ambiental, que se orienta para áreas de significativo valor natural e cultural, (...) contribui para a conservação da biodiversidade e da sociodiversidade".



Os resultados obtidos até o momento, demonstram que os destinos de ecoturismo compreendem locais interessantes para os turistas saírem da rotina, sem se deparar com o movimento e a agitação existente nos outros segmentos. Constituindo assim um grande aliado para as agências de turismo que pretendem inserir na sua oferta, viagens curtas na finalidade de promover um melhor aproveitamento dos fim de semanas e feriados prolongados em destinos diferenciados daqueles considerados como de massa.

Referências:

BORGES, AylanaLaissa; GUARDIA, Mabel Simone. As agências de viagens e turismo: Um estudo das publicações em periódicos de turismo entre os anos 2006-2011. **Revista Turismo Estudo e Práticas** – UERN.Mossoró/R, v.1, n.2, Jul – Dez de 2012. Disponível em: <<http://periodicos.uern.br/index.php/turismo/article/viewFile/343/238>>. Acesso em: 20 de jul. 2015 às 23:27.

AOUN, Sabáh. Paraíso à vista - os jardins do éden oferecidos pelo turismo: RODRIGUES, Adyr Balastrieri; BRANDÃO, Carlos Rodrigues; RODRIGUES, Carmem Lúcia *et al.* **Ecoturismo no Brasil possibilidades e limites**. São Paulo: Contexto, 2003. P. 22.

RODRIGUES, Adyr Balastrieri. Ecoturismo - limites do eco e da ética: RODRIGUES, Adyr Balastrieri; BRANDÃO, Carlos Rodrigues; RODRIGUES, Carmem Lúcia *et al.* **Ecoturismo no Brasil possibilidades e limites**. São Paulo: Contexto, 2003. p. 31.

FENNELL, David A..**Ecoturismo uma introdução**. São Paulo: Contexto, 2002.

PIRES, Paulo dos Santos. Dimensões do ecoturismo. São Paulo: SENAC, 2002.