



EFEITOS DINÂMICOS DA SAZONALIDADE: ESTUDO DE CASO DA ESTÂNCIA MIMOSA ECOTURISMO EM BONITO-MS

Francielly de Lima Pereira1
Fábio Orlando Eichenberg2

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Francielly de Lima Pereira y Fábio Orlando Eichenberg (2016): "Efeitos dinâmicos da sazonalidade: estudo de caso da estância mimosa ecoturismo em Bonito-MS", Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, n. 20 (junio 2016). En línea: <http://www.eumed.net/rev/turydes/20/bonito.html>

Resumo: A sazonalidade afeta grande parte dos destinos turísticos no mundo, e o destino Bonito - Serra da Bodoquena no estado de Mato Grosso do Sul em nada se difere desse cenário. Algumas ações podem amenizar os efeitos da sazonalidade, entretanto, faz-se necessário um estudo profundo no intuito de minimizar esses efeitos. Esta pesquisa procurou analisar os impactos em um determinado atrativo turístico do destino Bonito-Serra da Bodoquena e propor alternativas para amenizar os citados efeitos através de um plano de estratégias que busque maximizar o fluxo de visitação turística nos períodos de baixa temporada. A abordagem teórica- metodológica foi entrevistar gestores do atrativo e também atores do trade turístico local para fundamentar as hipóteses presentes no trabalho. Esses instrumentos de coleta de dados permitiram avaliar brevemente os impactos da sazonalidade nas atividades do empreendimento e propor algumas ações mitigatórias. Os resultados principais da pesquisa mostraram que a sazonalidade pode ter seus efeitos amenizados, uma vez que o atrativo, aliado ao trade, organize e busque atacar os efeitos sazonais com ações efetivas, ou seja, com o trade se mobilizando e aderindo, por exemplo, às estratégias de marketing, vendas e eventos realizados na baixa temporada.

Palavras-chave: Destino Bonito-Serra da Bodoquena; trade turístico; externalidades; atrativo turístico.

Resumén: Los efectos de la estacionalidad afecta gran parte de los destinos turísticos en el mundo y el destino Bonito-Serra da Bodoquena en el estado de Mato Grosso do Sul, en nada difiere de ese escenario. Algunas acciones pueden mitigar los efectos de la estacionalidad, sin embargo, es necesario un estudio en profundidad con el fin de minimizar estos efectos. Esta investigación buscó analizar los impactos en un atractivo turístico especial del destino Bonito-Serra da Bodoquena y proponer alternativas para aliviar los efectos citados a través de un plan de estrategias que busquen maximizar el flujo de visitas turísticas durante los períodos de temporada baja. El enfoque teórico-metodológico fue entrevistar a gerentes de los atractivos y actores de la industria del turismo local para justificar los presupuestos presentes. Estos instrumentos de recolección de datos permitieron evaluar brevemente el impacto de la estacionalidad en las actividades y proponer algunas acciones preventivas/correctivas. Los principales resultados de la encuesta mostraron que la estacionalidad puede tener sus efectos mitigados, puesto que los atractivos, junto con la industria del turismo local, organice y busquen para atacar los efectos estacionales con acciones efectivas, es decir, con la industria del turismo movilizandoy pegando-se, por ejemplo, estrategias de marketing, ventas y eventos celebrados en la temporada baja.

Palabras – clave: Destino Bonito-Serra da Bodoquena, industria del turismo local; externalidades; atractivos turísticos.

-
1. Bacharel em Turismo. Pós-graduada em Gestão Pública e Privada do Turismo - UEMS.
 2. Mestre e Doutorando em Geografia pela Universidade Federal da Grande Dourados. Docente do Curso de Graduação em Turismo do Programa de Pós-graduação em Gestão Pública e Privada do Turismo da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul. Membro do grupo de pesquisa PLANGEDTUR – Turismo: Planejamento, Gestão e Desenvolvimento. e-mail: eichenberg10@gmail.com

Alguns apontamentos iniciais sobre a atividade econômica do Turismo em Bonito, MS.

A atividade turística está suscetível aos efeitos e externalidades de mercado, da economia local e globalizada. A estruturação da base da atividade turística tanto no Brasil como em outros países, obedece é derivada de aspectos intimamente ligados a um fenômeno entendido como sazonalidade. Ou seja, o calendário de alta e baixa temporada, onde os períodos de alta temporada correspondem a feriados e férias, e os demais períodos do ano sendo considerados como baixa temporada, o que quase sempre vai influenciar diretamente o fluxo de turistas nos destinos.

Por esse fato, considera-se a atividade turística como uma atividade sazonal, ou seja, que não possui uma constância no fluxo de recebimento de turistas, mas sim varia de acordo com o período do ano (alta e baixa temporada) (SILVA, 2007).

O destino turístico Bonito e Serra da Bodoquena, localizado no Estado de Mato Grosso do Sul não foge a esta sistemática de calendário de alta e baixa temporada. Mas para compreender o fenômeno da sazonalidade é necessário avaliar tanto o destino turístico quanto às variáveis ao qual o destino analisado está suscetível.

Uma das características da atividade turística é que os serviços oferecidos são perecíveis. No destino Bonito não é diferente. O prejuízo que se tem com a queda nas vendas na baixa temporada quase nunca será recuperado. Nesta situação, o empreendimento analisado pode sentir diretamente o impacto da sazonalidade em baixa temporada. Segundo Lage e Milone (1998, p. 61), a existência da sazonalidade da demanda turística, de curto prazo por temporada, prejudica a oferta turística, o que torna um hotel de 300 unidades habitacionais que vendeu 200 delas em determinada noite, não poderá estocar as outras 100 para vendê-las na noite seguinte, o que significa que o valor econômico dos produtos turísticos não vendidos é igual zero.

Diante da realidade sazonal do destino turístico Bonito, o objetivo da pesquisa é identificar propostas que aperfeiçoem os serviços oferecidos pela Estância Mimosa Ecoturismo, tendo em vista um maior fluxo de turistas durante os períodos de baixa temporada, minimizando assim a sazonalidade.

O TURISMO RESUMIDO EM ALGUNS CONCEITOS BÁSICOS

Para entender o fenômeno da sazonalidade dentro do destino turístico de Bonito e Serra da Bodoquena – MS, em especial no atrativo Estância Mimosa Ecoturismo, é necessário compreender as temáticas voltadas aos conceitos de turismo, oferta turística, demanda e sazonalidade.

Muitas são as definições apresentadas para o turismo, seja como atividade ou como evento social. Segundo Boullón (2002), o turismo “não nasceu de uma teoria, mas de uma realidade que surgiu espontaneamente, e foi-se configurando sob o impacto de descobertas de outros campos” (p. 20), dessa forma, o crescimento do turismo está diretamente relacionado com o avanço das sociedades.

O turismo, a princípio, foi entendido apenas como viagens por simples prazer ou lazer. Porém, atualmente, existem várias motivações que levam uma pessoa a viajar. Dessa forma, da antiguidade até o século XIX, identificavam-se viagens para o comércio, cura, religião entre outros, o que se denota que não viajavam somente por prazer, mas que já estavam fazendo turismo (BOULLÓN, 2002).

Segundo Dias (2003, p. 45), o turismo é:

O conjunto de atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e estadas em lugares diferentes ao de seu entorno habitual, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano, com o objetivo de lazer, negócios ou outros motivos, não relacionados com uma atividade remunerada no lugar visitado. Importante assinalar que o turismo compreende todas as atividades dos visitantes, tanto de turistas quanto excursionistas.

Em 1994, a Organização Mundial de Turismo (órgão regulador e responsável pelo turismo mundial) definiu o turismo como “as atividades que as pessoas realizam durante as suas viagens e permanência em lugares distintos do seu entorno habitual, por um período consecutivo de tempo inferior a um ano, com fins de lazer, negócios e outros”.

A atividade turística inclui-se no âmbito das atividades terciárias, na categoria de serviços que, por sua natureza, apresenta um alto grau de efemeridade e ausência de corporeidade. Isto é, ela encerra-se no momento do ato da troca, pois o serviço é consumido enquanto produzido e não se materializa através de nenhum produto, é apenas um ato. (BOULLÓN, 1990).

De acordo com Rezende e Rezende (2005), embora o turismo seja visto como uma importante fonte de geração de emprego e renda, e por isso tem sido bastante valorizado nas estratégias de desenvolvimento de vários países, a sua utilização deve ser cuidadosamente analisada, tendo em vista os graves problemas trazidos pelo turismo de massa e exploratório. Uma vez que a sustentação econômica do turismo está aliada à comercialização contínua de novas paisagens naturais e históricas, vistas aqui como meras mercadorias, a atividade turística torna-se incompatível com a ideia de sustentabilidade (Rodrigues, 1999). Em outras palavras, a natureza passa a ser encarada como matéria-prima do mercado turístico.

O DESENVOLVIMENTO DO ECOTURISMO E A IDEIA DE SUSTENTABILIDADE

Este tópico apresenta o surgimento e algumas definições e conceitos de ecoturismo, com base do artigo científico de Nunes (2005), que traz interligação do ecoturismo com o desenvolvimento do turismo sustentável.

Entende-se como Ecoturismo: “Segmento da atividade turística que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista através da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações”. Já como Turismo de Aventura: “Compreende os movimentos turísticos decorrentes da prática de atividades de aventura de caráter não competitivo”. Ambos os conceitos são tidos como marcos conceituais da segmentação do turismo pelo Ministério do Turismo (2005).

Segundo Nunes (2005) o ecoturismo foi introduzido no Brasil no final dos anos 80, seguindo a tendência internacional.

O conceito de ecoturismo se desenvolveu, pois as sociedades passaram a se preocupar com os impactos negativos que praticavam ao meio ambiente, colocando em discussões novas formas de se praticar uma forma mais responsável de turismo, por exemplo, turismo relacionado ao meio ambiente e culturas de uma sociedade.

O mundo tem buscado novas alternativas para desenvolver o desenvolvimento sustentável, pois tanto na teoria quanto na prática ainda está em um processo de desenvolvimento nas várias áreas de conhecimento. No Turismo uma das alternativas de desenvolvimento sustentável tem sido buscado no ecoturismo. Segundo Wearing e Neil (2001, p. VII-VIII), o ecoturismo surgiu:

[...] para oferecer uma opção de desenvolvimento sustentável à [...] comunidade [...] proporcionado um incentivo para conservar e administrar as regiões naturais [...] Pode ser uma alternativa a extração voraz de recursos florestais [...].

Para Lindbergh e Hawkins (1999, p. 45) ecoturismo é satisfazer o desejo que temos de estar em contato com a natureza, e explorar o potencial turístico visando à conservação e desenvolvimento, é evitar o impacto negativo sobre a ecologia, a cultura e a estética.

Já em Sérgio Molina (2001, p. 160) o autêntico ecoturismo, “não é um produto a mais no mercado [...] sim [...] um turismo de nova geração, regido por um conjunto de condições que superam a prática do turismo convencional de massas”. O autor destaca que ecoturismo é uma nova concepção de turismo que supera as práticas convencionais, considerando – o como novo, devido às características que apresenta de conservação e educacional.

A atividade de ecoturismo também exige estrutura para o desenvolvimento, assim como o turismo de massa, porém este deve ser adaptado às condições da realidade local.

((Wearing e Neil (2001) afirmam que o ecoturismo envolve quatro elementos fundamentais, um) noção de movimento ou viagem (a área deve ser o mais natural possível; dois) baseia-se na natureza; três) Induz a conservação; quatro) Tem papel educativo.

Esses fundamentos priorizam a ideia de mitigar impactos ao meio ambiente e conscientização ambiental. Os princípios que esses autores colocam são vários tais como estimular a compreensão dos impactos do turismo sobre meio natural, cultural e humano.

Se tratando de ecoturismo Ruschmann (1990, p. 35), considera como sendo estruturais para o desenvolvimento sustentável dos recursos ou localidades turísticas as seguintes medidas, [...] determinar restrições de acesso e desenvolvimento; impor cotas ou custos extras que limitam a instalação de equipamentos receptivos; delegar poder de decisão as autoridades competentes, responsabilizando-as [...] pelas decisões que envolvem o desenvolvimento.

Neiman (2002, p. 178), critica o ecoturismo, pois de nada adianta fazer ecoturismo “[...] se não há estudos de capacidade de suporte [...] infraestrutura adequada e não impactante, [...] normas de regulamento e excluam empresas especializadas [...]”. Assim se entende que é preciso cumprir várias etapas antes de se ter o ecoturismo. Pode se perceber que o desenvolvimento sustentável é o tipo de desenvolvimento que pode se buscar no ecoturismo, pois são conceitos correlatos, visto que a definição e o fim de ambos estão interligados, proporcionando desde então mecanismos para o desenvolvimento das comunidades.

A partir dos conceitos básicos de ecoturismo e desenvolvimento sustentável, passamos a discorrer sobre oferta e demanda, a fim de compreender o contexto proposto do artigo.

O FLUXO TURISTICO CARACTERIZADO NA OFERTA E NA DEMANDA

A relação que se estabelece entre a atividade turística e a localidade onde a mesma se desenvolve está voltada principalmente as relações de oferta e demanda. Dessa forma é necessário compreender cada uma delas individualmente e também em conjunto, pois o contato da demanda com a oferta resulta na prática da atividade econômica, neste caso turística.

A oferta turística é constituída por um conjunto de atrativos de responsabilidade pública e privada. Quando se fala em turismo, refere-se a uma ação conjunta, capaz de formar e manter um produto global, construindo uma oferta organizada e integrada no contexto sócio socioeconômico em que está inserida. Para compreender a oferta turística, é necessário entender primeiramente o produto turístico. Balanzá e Nadal (2003, p. 68), afirmam que o produto turístico, de um ponto de vista geral, corresponde:

A combinação de bens e serviços, de recursos e infraestruturas, ordenados de forma que ofereçam vantagens ao cliente, que consigam satisfazer suas motivações e expectativas, e que estejam disponíveis para serem consumidos pelos turistas,

O produto se compõe de duas partes inseparáveis: a parte tangível é o produto global em si, tal como é oferecido pelos produtores. A parte intangível é a percepção e as expectativas que os consumidores têm dos produtos.

Nos produtos tangíveis as duas partes têm, em geral, a mesma importância. Mas, no turismo, a parte intangível é quase mais importante do que a outra, porque os consumidores/usuários não conhecem o produto, não o podem ver e tocar, e não podem consumi-lo fora dele; por isso, através da informação e dados que têm, geram opiniões e expectativas de como será o produto total, que uso farão dele, que resultados obterão.

A oferta constitui a matéria prima da atividade turística mediante um conjunto de recursos naturais e culturais, aos quais se agregam serviços turísticos como os de transporte, hospedagem, alimentação e outros, juntos equivalem ao chamado produto turístico (MOTA, 2001, p. 69).

Segundo Ruschmann (1990, p. 26), o produto turístico corresponde à amálgama de elementos tangíveis e intangíveis, centralizados numa atividade específica e numa determinada destinação, as facilidades e formas de acesso, dos quais o turista compra a combinação de atividades e arranjos.

De acordo com Ruschmann (1990, p. 30), em termos de demanda o produto turístico, “envolve a análise e avaliação das necessidades e exigências dos consumidores, e a identificação dos grupos homogêneos para um produto turístico específico”. Ruschmann afirma, ainda, que o produto turístico possui ainda singularidades, ou seja, características que o “individualizam e o diferenciam completamente dos produtos industrializados e de comércio, e, de certa forma, da prestação de outros serviços” (p. 30). No que se refere à oferta, a autora afirma que “é preciso avaliar os componentes do produto turístico e identificar o conjunto de elementos que serão oferecidos à clientela de uma destinação” (p. 30).

“Segundo Balanzá e Nadal (2003, p. 65) a oferta é composta pelo conjunto de produtos, serviços e organizações envolvidas ativamente na atividade turística” que de certa forma, são “os bens e serviços necessários ou interessantes para satisfazer as necessidades do turista”.

De acordo com os autores: a oferta turística é o produto turístico que chega até o público que a demanda, através de uma série de variáveis ou ferramentas de marketing, aplicadas e relacionadas adequadamente. As variáveis são:

- O desenvolvimento do produto global;
- A aplicação do preço;
- A distribuição;
- A comunicação (BALANZÁ; NADAL, 2003 p. 67).

Quando a produção ou oferta de um bem ou serviço no mercado é superior à demanda, os preços caem em função da baixa procura. Funciona como se fosse uma balança em que os dois lados precisam estar em equilíbrio. Essa Lei de mercado, que determina os preços, é constantemente aplicada aos produtos e serviços turísticos, uma vez que a sazonalidade da demanda faz a relação entre a oferta e a demanda turística variar de acordo com as estações de alta, média e baixa no turismo turístico (MOTA, 2001, p. 63).

No estudo da oferta, um termo específico da área, muito utilizado comercialmente, é o trade turístico. Ele engloba as áreas econômicas envolvidas nas prestações de serviços para atender as necessidades comuns de todos os turistas: transportadores, meios de hospedagem, agência de viagem, operadora de turismo, organizadora de eventos e outros (MOTA, 2001, p. 72). No entanto, para compreender como ocorre o consumo dos produtos e ofertas turísticas é necessário entender a demanda a qual estão disponíveis.

A demanda “é formada pelo conjunto de consumidores reais ou potenciais (possíveis consumidores) de bens e serviços turísticos, que tem necessidades e desejos a serem satisfeitos” (BALANZÁ; NADAL, 2003 p. 47). Balanzá e Nadal (2003, p. 47) definem a demanda turística como sendo: constituída por todos aqueles turistas que, de maneira individual ou coletiva, se deslocam além de seu domicílio habitual, motivados pelos produtos ou serviços turísticos criados para satisfazer suas necessidades de lazer, recreio, descanso, diversão, cultura, etc., em seus períodos de lazer.

A demanda turística de um produto ou serviço é a sua quantidade que, em determinadas condições, um grupo deseja e pode realmente adquirir.

Mota (2001, p. 82), afirma que: a demanda turística pode ser classificada em potencial e real. A demanda potencial pode ser entendida como uma parte da população que disponha pelo menos de tempo e lazer, renda disposição e vontade de viajar, além de outros fatores racionais e irracionais. A demanda real é representada pelos indivíduos que realmente viajaram para certo local. A diferença quantitativa entre a demanda potencial e a real é um campo de disputas para as atividades mercadológicas de certos país ou lugar. Para o autor, a demanda turística demonstra ser caracterizável por certas qualidades, como estações ou temporadas, que se referem a variações de demanda turística em função de determinadas épocas- sazonalidade, provocando altos e baixos na curva do fluxo de turístico.

Com base na revisão bibliográfica proposta, observamos que se houver ausência da demanda em determinado momento que se existe a oferta, surge o período sazonal e automaticamente gera uma série de efeitos relativos.

A SAZONALIDADE, SUAS EXTERNALIDADES E SEUS EFEITOS DINÂMICOS.

O conceito de sazonalidade é um conceito comum à vida humana, muitas das atividades das pessoas são caracterizadas por padrões, primeiramente associados às atividades agrícolas e depois devido as atividade industriais. Neste contexto, as atividades das pessoas são caracterizadas e reguladas por padrões e comportamentos sazonais, ao qual o setor de turismo não está separado, uma vez que dependem de padrões sazonais de trabalho, das férias, épocas festivas e eventos religiosos.

A sazonalidade é apontada como um problema econômico gerado pela atividade turística, uma vez que “a descontinuidade do fluxo turístico está vinculada aos caprichos do clima, ao período de férias, feriados ou fins de semana prolongados.” (DIAS, 2003).

Dias (2003, p. 28) explica o fenômeno da sazonalidade para as comunidades visitadas:

O fluxo de turistas primeiramente causa desequilíbrio na economia local. De um momento para o outro, um contingente enorme de pessoas passa a adquirir bens e serviços, gerando necessidade de investimento, de abastecimento, de atendimento. Caso esse movimento perdurasse, os problemas seriam menores. Ocorre que em determinado momento, a economia local sofre um baque, pois os turistas vão embora, retomando a comunidade sua rotina.

A sazonalidade, em seu território contextual, pode ser definida como um determinado período para a ocorrência de um fenômeno, ou seja, aquele que ocorre em alguns períodos e outros não. Para Ruschmann (1995), a sazonalidade turística é decorrente da concentração das atividades turísticas no espaço e no tempo.

Dencker (1998), tal como Dias (2003), afirma que muitos fatores podem condicionar a demanda turística, tais como: fatores demográficos, fatores sociológicos, fatores econômicos, fatores turísticos e a sazonalidade. A sazonalidade da demanda turística considera as seguintes variáveis: férias escolares ou dos trabalhadores, poder aquisitivo; concentração espaço-temporal.

Independente da variável, a ocorrência da sazonalidade turística produz consequências em diversos níveis: gera desemprego, mortalidade em microempresas, queda no faturamento de empresas turísticas, alteração no sistema de gestão, compromete a qualidade no atendimento, modifica a política promocional do produto turístico, altera preços, exige maior flexibilidade administrativa etc.

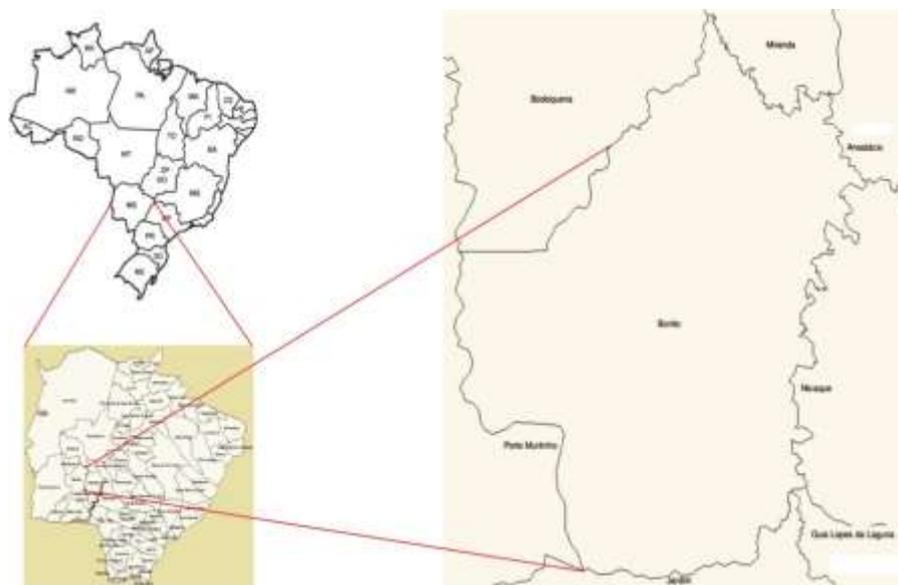
De acordo com Wahab (1991, apud MOTA, 2001), a demanda turística sazonal pode acarretar inflação na localidade receptora, “uma vez que, se a demanda crescer e a oferta tiver atingido sua capacidade máxima, não conseguindo satisfazer a demanda, os preços aumentam. Tanto os setores associados essenciais como os suplementares reagem pela venda de seus bens e serviços num mercado sazonal” (p. 98). Segundo Lage e Milone (1998, p. 61) a “existência da sazonalidade da demanda turística, de curto prazo por temporada, prejudica a oferta turística, o que torna um problema sério para o desenvolvimento da atividade”.

Tendo em vista a discussão sobre os efeitos dinâmicos da sazonalidade, discorreremos a seguir sobre o município e trade turístico.

CARACTERIZAÇÃO DO TRADE TURÍSTICO DO MUNICÍPIO DE BONITO, MS.

O município de Bonito está situado na região Centro-Oeste do Brasil no estado de Mato Grosso do Sul (Figura 1). Polo do ecoturismo mundial, suas principais atrações são as paisagens naturais, os mergulhos em rios de águas cristalinas, cachoeiras, grutas, cavernas e dolinas. Somado a Jardim, Guia Lopes da Laguna e Bodoquena, apresenta um grande potencial turístico, conhecido como Destino turístico Bonito e Serra da Bodoquena.

Figura 1: Localização do município de Bonito-MS



Fonte: TREVIZAN, 2012.

Toda a preocupação, legislação e regras que envolvem a atmosfera de Bonito, ocorrem devido à sensibilidade do equilíbrio ecológico dessa região. As atividades desenvolvidas na exploração turística desse destino precisam ser mensuradas, regradas e analisadas constantemente, para que as visitas interfiram o mínimo possível no equilíbrio desse ecossistema. Essa preocupação minimiza o impacto, proporcionando uma atividade sustentável em longo prazo. Os atrativos de Bonito na sua grande maioria são privados e possuem administrações independentes.

O município de Bonito/MS apresenta hoje uma das melhores infraestruturas de atrativos, equipamentos e serviços em operação regular para a prática do Ecoturismo e do Turismo de Aventura no Brasil, o que o transforma em referência nacional.

Sendo assim, o destino foi considerado um dos polos priorizados pelo Ministério do Turismo para atuação do Programa de Qualificação e Certificação do Turismo de Aventura, cujas ações que se iniciaram no segundo semestre de 2006, contemplam principalmente fortalecimento empresarial e associativo, qualificação de empresas e condutores e a busca pela excelência em segurança e gerenciamento de riscos.

Tendo a atividade turística como agenda de desenvolvimento local desde a década de 90, o município tem buscado o profissionalismo e a qualidade nos serviços prestados. O “boom” pela busca do Ecoturismo e Turismo de Aventura no mundo fez com que vários outros destinos se despontassem na preferência dos consumidores, fazendo com que Bonito buscasse seu aprimoramento para se tornar referência nestes segmentos. (VELASQUES, 2010, p. 40).

O trabalho em conjunto, buscando a qualidade de seus produtos e a preocupação com sua sustentabilidade faz de Bonito um dos principais destinos de missões técnicas de turismo no Brasil. A escolha do município de Bonito/MS como destino de boas práticas justifica-se a partir do conjunto de informações apresentadas, destacando a preocupação com a sustentabilidade da atividade, tanto ambiental através do estabelecimento e respeito da capacidade de carga dos atrativos, como social através da inclusão da mão de obra local nos produtos, passando pela sustentabilidade econômica através do voucher único, garantindo a remuneração dos vários atores da cadeia produtiva (agência guia atrativo e poder público).

CARACTERIZAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO ESTÂNCIA MIMOSA ECOTURISMO

O objeto desta pesquisa foi o empreendimento Estância Mimosa Ecoturismo, Razão Social: Estância Mimosa Ecoturismo Ltda. Uma fazenda localizada na Rodovia MS 178 a 24 km de Bonito, (Figura 2) A Estância Mimosa Ecoturismo é um passeio de ecoturismo em um ambiente típico de fazenda que valoriza a cultura regional e sua inserção em uma atividade turística. As informações sobre o objeto de estudos foram retiradas do site oficial do atrativo <http://www.estanciamimosa.com.br/> recomendado pela gerente comercial, por ser a fonte mais completa e segura de informações.

Breve histórico do Atrativo Estância Mimosa Ecoturismo

A Estância Mimosa era utilizada apenas como fazenda de criação de gado até abril de 1998, data da aquisição pelo atual proprietário que tinha como principal objetivo desenvolver a atividade turística. A partir de então começou a ser organizada a estrutura para receber visitantes e a implantação do roteiro de visitação, cuja primeira fase foi concluída em junho de 1999. Nesta época, o passeio foi aberto em caráter pré-operacional e somente a partir de março de 2000, com uma série de melhorias na estrutura física e no quadro de funcionários, teve seu início à segunda fase da operação. Foram dois anos de preparativos para a abertura do passeio. Atualmente, a principal atividade da Estância Mimosa é o ecoturismo, o passeio se dedica a propiciar aos visitantes uma experiência agradável e diferenciada. As ações do empreendimento estão embasadas em três pilares fundamentais: qualidade de serviços prestados, segurança para os visitantes e conservação ambiental.

Trilhas e Cachoeiras

A Estância Mimosa oferece uma experiência de ecoturismo, através do passeio de trilha e banho de cachoeiras em pequenos grupos (até 12 visitantes), sempre acompanhados por um guia local especializado, com duração aproximada de 3h30min. A trilha, que percorre a mata ciliar do Rio Mimoso, foi planejada de modo a permitir máxima interpretação ambiental e mínimo impacto. O trajeto passa por leitos de riachos secos, pequenas grutas, passarelas suspensas, e por oito cachoeiras de tamanhos e formas variadas com locais para banho em piscinas naturais. Diversos mirantes permitem uma a uma vista da morraria da Serra da Bodoquena. A abundância de fauna e flora é nítida, inclusive no trecho de acesso à Cachoeira do Sinhozinho, na qual é possível observar a transição de vegetação entre a Mata e o Cerrado.

Inclusos no valor do passeio: condutor de ecoturismo, colete salva-vidas e seguro contra acidentes. Botas de neoprene estão disponíveis para locação. Para assegurar uma aventura segura, o passeio possui um Sistema de Gestão de Segurança certificado pela associação brasileira de normas técnicas – ABNT e associação brasileira de empresas de ecoturismo e turismo de aventura – ABETA.



Figura 3: Cachoeira do Sinhozinho.

Foto: Daniel De Granville



Figura 5: Cachoeira do Sol

Foto: Marcio Cabral

Cachoeiras da Estância Mimosa: Cachoeira do Mutum, Cachoeira do Salto, Cachoeira do Desejo, Cachoeira do Saí Andorinha, Cachoeira do Sol, Cachoeira da Água Doce, Mirante do Sol, Cachoeira do Surucú (Embarque e Desembarque Barco), Cachoeira do Sinhozinho.

Passeio a Cavalo

A Estância Mimosa é uma típica fazenda do Mato Grosso do Sul, portanto, não poderia faltar a opção de um agradável passeio a cavalo pelas matas e morrarias da região, passando por áreas com vista privilegiada. O passeio é realizado em grupos de até seis visitantes, sempre acompanhados por um monitor experiente que durante o percurso conta um pouco sobre as histórias da região. O passeio a cavalo é a atividade ideal para quem quer uma maior interação com a natureza e com a cultura local, e tem duração aproximada de 1h30min.

Birdwatch - Observação de Aves

A Estância Mimosa também oferece um passeio voltado à observação de aves e fotografia, com um roteiro específico para os amantes desta atividade e da natureza. Com mais de 200 espécies registradas, a fazenda é um local estratégico para esta atividade, localizando-se em uma região de grande diversidade ambiental, dentro do bioma Cerrado. O passeio de observação é realizado nas áreas de mata e morraria. A sede da fazenda com sua lagoa é também um excelente ponto para observação, assim como as estradas internas. Espécies raras como o Pica-pau anão já foram vistas ao redor da casa sede. Todo o roteiro de observação é feito com o acompanhamento de um guia especializado bilíngue. Saí-andorinha, Gralha Cancã, Juruviara, Coleirinho são algumas das espécies avistadas na Estância Mimosa.

Roteiro de Estudos do Meio

Esse roteiro foi criado especificamente para atender grupos de escolas, no qual oferece um programa que abrange o ecoturismo como ferramenta para a educação ambiental, agregando noções de biologia da conservação, com enfoque às ações ambientais aplicadas dentro dos atrativos: Recanto Ecológico Rio da Prata e também na Estância Mimosa. Podem participar do Roteiro diversas instituições de ensino, pequenas e grandes, com modificações na grade, direcionando o conteúdo aplicado para diferentes linhas pedagógicas e projetos de estudo.

A realização do roteiro consiste em passar aos alunos princípios de conservação ambiental por meio das atividades dos passeios e das palestras realizadas posteriormente, tratando de assuntos importantes, como: reciclagem, práticas e projetos adotados pelas empresas e informações sobre o ecossistema cerrado. É uma oportunidade de ver na prática tudo o que foi aprendido nas matérias de Biologia, Geografia, Geologia e Ecologia, de forma diferente e divertida.

Devido ao seu trabalho em 2010, o atrativo recebeu o 4º prêmio Brasil de meio ambiente na categoria “Melhor trabalho em Ecoturismo”.

Oferece excelentes possibilidades para o desenvolvimento de trabalhos escolares com estudo do meio, contando com a parceria de organizações não governamentais – ONGs locais e com uma equipe de funcionários e guias especializados, preparados para passar informações e zelar pela segurança e qualidade no atendimento aos visitantes. Além da Trilha interpretativa pela Serra da Bodoquena, a Estância Mimosa oferece em seu Roteiro para Estudo do Meio a atividade de plantio de mudas nativas do cerrado pelos próprios alunos*, com recebimento de certificado online emitido pela ONG responsável pelo Projeto Plante Bonito** (IASB – Instituto das Águas da Serra da Bodoquena).

Infraestrutura

Receptivo em casa típica de fazenda; Aparelho de TV e DVD, disponível para atividades didáticas; redário; Lagoa (represa) com deck de contemplação; Pomar onde podem ser colhidas diversas frutas dependendo da época (exóticas e nativas); Horta orgânica; Ampla cozinha com fogão a lenha e bica de água corrente; Almoço típico de fazenda, com pratos e doces caseiros regionais preparados no fogão à lenha e servidos na sede da fazenda antes ou após o passeio; Banheiros e vestiários dimensionados para o atendimento de grupos maiores (excursão); Loja e bar onde são vendidos: artesanatos regionais, camisetas, bonés, cartões-postais, biscoitos e doces caseiros, refrigerantes, etc.



Figura 6: Culinária.
Foto: Rafael Goes



Figura 7: sede da fazenda
Foto: Acervo do atrativo



Figura 8: Deck e lagoa.
Foto: Pedro Serra

O passeio possui algumas medidas de segurança. Ao longo do percurso da trilha, pontos estratégicos são equipados com macas, kits de primeiro socorros e rádios de comunicação direta com a central localizada na sede da fazenda.

Relacionado às informações sobre o Atrativo Estância Mimosa Ecoturismo, colocamos a seguir as etapas da pesquisa.

MATERIAIS E MÉTODOS

Elaboração e Aplicação do Instrumento de Pesquisa

Nesta etapa foram elaborados dois roteiros de entrevista semiestruturado, pessoal e individual, o primeiro (Apêndice um) foi aplicado a gerente comercial da Estância Mimosa com o objetivo de investigar os impactos da sazonalidade nas atividades do atrativo. O segundo roteiro foi aplicado à assessora do conselho municipal de turismo - COMTUR de Bonito, com o objetivo de buscar informações relevantes para a proposição de ações estratégicas para mitigar os efeitos da sazonalidade para as atividades turísticas do município de Bonito tendo como objeto o empreendimento estudado.

Os roteiros foram construídos a partir da revisão bibliográfica, com questões abertas permitindo aos entrevistados maior detalhamento em questões consideradas relevantes.

A entrevista foi realizada no dia 14 de dezembro de 2015 com a gerente comercial do atrativo Carina Freitas.

O roteiro B teve com objetivo obter informações precisas da atividade turística e sazonalidade em Bonito MS, primeiramente em relação aos períodos de alta e baixa temporada, e num segundo momento identificar as ações que esse órgão propõe para minimizar os efeitos da sazonalidade do município.

A entrevista foi realizada no dia 14 de dezembro de 2015 com a assessora do COMTUR de Bonito Tais Valente.

Atores Entrevistados

Foi entrevistada a gestora do Grupo Rio da Prata - Carina Freitas e a assessora do COMTUR de Bonito Tais Valente.

A entrevista realizada com a assessora do COMTUR, estrategicamente com fins de obter os dados oficiais em relação à demanda e fluxo de turistas durante as estações, saber como funciona a elaboração do calendário de alta temporada, como é definido e quais os projetos propostos para aumentar o fluxo de turistas na baixa temporada.

Justifica-se a escolha da gerente Carina Freitas, por ser representante e um dos colaboradores responsáveis pelos atrativos do Grupo Rio da Prata. Ela tem formação acadêmica em turismo e atua há 10 anos no empreendimento. Foi observado no Atrativo Estância Mimosa Ecoturismo, que métodos e procedimentos adotados buscam inovação e soluções para tornar a logística perfeita. A gerente tem grande perfil empreendedor e prima pela qualidade dos serviços, atendimento e produto oferecido aos clientes. Mostrou-se aberta e disposta a colaborar com a pesquisa que tem como finalidade propor estratégias e ações para minimizar os efeitos da sazonalidade para as atividades turísticas de Bonito.

Análise dos Dados

Os dados foram analisados de forma qualitativa, tendo como referência a revisão de literatura efetuada. Na discussão dos resultados, utilizou-se o referencial teórico de marketing e gestão para destinos turísticos. A partir da análise desses resultados, foi possível propor algumas diretrizes para mitigar os efeitos da sazonalidade na atividade turística do Atrativo Estância Mimosa, objetivo norteador dessa pesquisa.

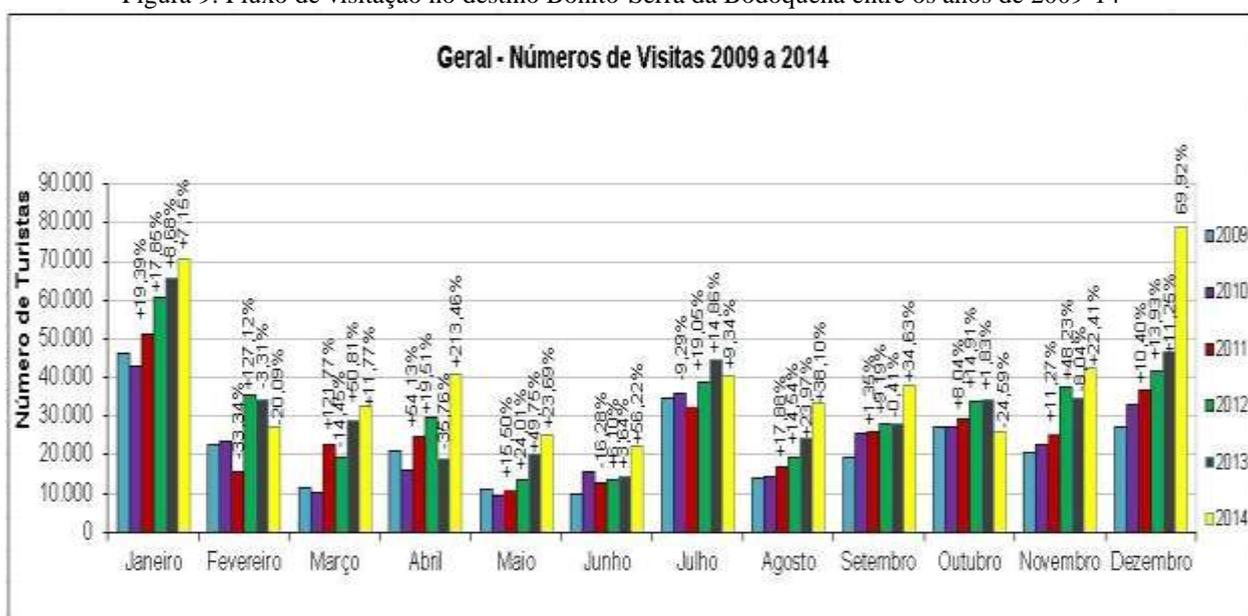
RESULTADOS E DISCUSSÕES

Sazonalidade em Bonito-MS

O município de Bonito possui expressivos efeitos da sazonalidade e de perfil de público visitante. A alta estação acontece durante os picos das férias escolares, nos meses de julho, final de dezembro e janeiro, feriados, quando a taxa de ocupação atinge de 80% a 100% da capacidade empresarial (COMTUR 2016).

Foram identificados segundo o conselho municipal de turismo local, que os meses de março, maio, julho, agosto, setembro, são considerados períodos de baixa temporada no destino Bonito. Esse efeito sazonal de fluxo reduzido acaba por pressionar que os empreendimentos turísticos do município, como empresas de transporte, restaurantes, bares, hotéis, pousadas, operadoras e o comércio em geral reduzam sua demanda de horas trabalhadas e, logo, não consigam manter sua estrutura organizacional de trabalho. O custo operacional sobe demais e os desligamentos de colaboradores são inevitáveis.

Figura 9: Fluxo de visitação no destino Bonito-Serra da Bodoquena entre os anos de 2009-14



Fonte: COMTUR, 2015

A partir da observação do gráfico acima, fica claro as estações de alta e baixa temporada. Segundo a assessora do COMTUR Tais Valente o calendário de Alta e Baixa Temporada é definido pelo COMTUR através das Associações ABH (associação dos hotéis) ABAETUR (Associação das agências) ATRATUR (associação dos atrativos). Essas associações realizam reuniões para entrarem em consenso nas datas, após isso é colocado em votação para aprovação em reunião ordinária do COMTUR.

Também foram abordado na entrevista as medidas que vem sendo tomadas pela instituição e prefeitura em relação ao problema em questão, a assessora então mencionou alguns projetos, como o desconto nos passeios em baixa temporada e promoção de eventos como o Festival de Inverno de Bonito. Salientou ainda que o [Convention & Visitors Bureau](#) tem projetos para ampliar o calendário de eventos, principalmente realizando captação de eventos privados.

Foi abordado de maneira informal o perfil dos turistas em cada estação, como base na observação geral do trade, hoteleiros, guias e representantes de agências, concluíram ao longo dos anos que o público que viaja a Bonito em baixa temporada, grande parte são mochileiros, estrangeiros e pessoas com renda mais reduzidas comparando com os turistas da alta temporada, em maioria famílias de classe média e alta.

A tabela abaixo apresenta o calendário oficial de Alta Temporada elaborado pelo COMTUR (2016). Este calendário foi formatado na busca de se regular as datas consideradas como “alta” ou “baixa temporada” de acordo com a grande movimentação de visitantes em determinados períodos do ano. Considera-se baixa temporada todas as datas não citadas abaixo.

Figura 9: Tabela com o calendário de Alta Temporada para o ano de 2016

Mês	Período	Feriado
Janeiro	01 a 24	Férias Escolares
Fevereiro	05 a 10	Carnaval
Março	25 a 27	Semana Santa
Abril	21 a 24	Tiradentes
Julho	09 a 31	Férias Escolares
Outubro	08 a 16	Semana N. Sra. Aparecida
Novembro	12 a 15	Proclamação da República
Dezembro	17 a 31	Férias Escolares

Fonte: Site do COMTUR, 2016.

É importante salientar que Bonito possui capacidade de carga em seus atrativos, o que impede uma significativa expansão do fluxo turístico no período de alta temporada e também é uma forma encontrada para preservação e conservação dos equipamentos e recursos naturais. O desafio hoje é conseguir distribuir essa demanda nos períodos de média e baixa temporada.

Como estratégia para amenizar os efeitos da sazonalidade, foi construído o Centro de Convenções de Bonito, além de contar com o Bonito Convention & Visitors Bureau. O principal objetivo é criar condições para a captação de eventos principalmente nos períodos de baixa temporada, buscando aumentar o tempo de permanência do visitante, gerando fluxo tanto para os equipamentos de apoio turístico, como os atrativos, as agências e operadoras de turismo, os equipamentos alimentícios e hoteleiros.

Em entrevista com a assessora do COMTUR Tais Valente, afirma que os destinos turísticos Bonito e Serra da Bodoquena sofrem os efeitos da sazonalidade, principalmente no primeiro semestre do ano, em virtude dos feriados e períodos de férias serem menores neste; tendo como períodos mais críticos os meses de Março a Junho. Segundo Tais: os atrativos sofrem os efeitos da sazonalidade que ocorre no município de Bonito. Ainda segundo a entrevistada, a sazonalidade é “uma característica muito forte do destino e que implica em uma gestão complicada, considerando o custo do empreendimento e a manutenção do mesmo”.

Percepção da gerente comercial do Atrativo Estância Mimosa Ecoturismo

De acordo com a entrevista realizada com a gerente comercial da Estância Mimosa Ecoturismo, Carina Freitas, baseando se nos números de 2015, tiveram um ótimo ano, sendo até então o melhor desde abertura do atrativo. Estão com um crescimento de 9,2% até novembro com relação ao ano de 2014, um dos motivos acredita a entrevistada, seja pela alta do dólar (alta do turismo interno) dessa forma a sazonalidade tanto no atrativo como em Bonito foi mais amena em 2015.

Com relação à sazonalidade a gerente não vê como um aspecto totalmente negativo menciona uma série de questões relevantes para ser trabalhados nesses períodos, como fazer reformas necessárias, conceder férias aos funcionários, enfim, várias ações importantes que em uma alta temporada dificultaria.

Carina Freitas mencionou algumas ações realizadas para reduzir os impactos da baixa temporada, como a realização de Famtours para mostrar as melhorias aos agentes de viagens que comercializam o atrativo, parcerias para captação de eventos, além de sempre investir nas mídias online que é uma ação mais barata e que tem um alcance maior segundo a entrevistada. Também é feito planejamento estratégico anual de ações que é monitorado mensalmente, através desse planejamento é possível ter um plano de ação tanto de infraestrutura quanto de marketing, nele procuram prever e analisar as possíveis dificuldades.

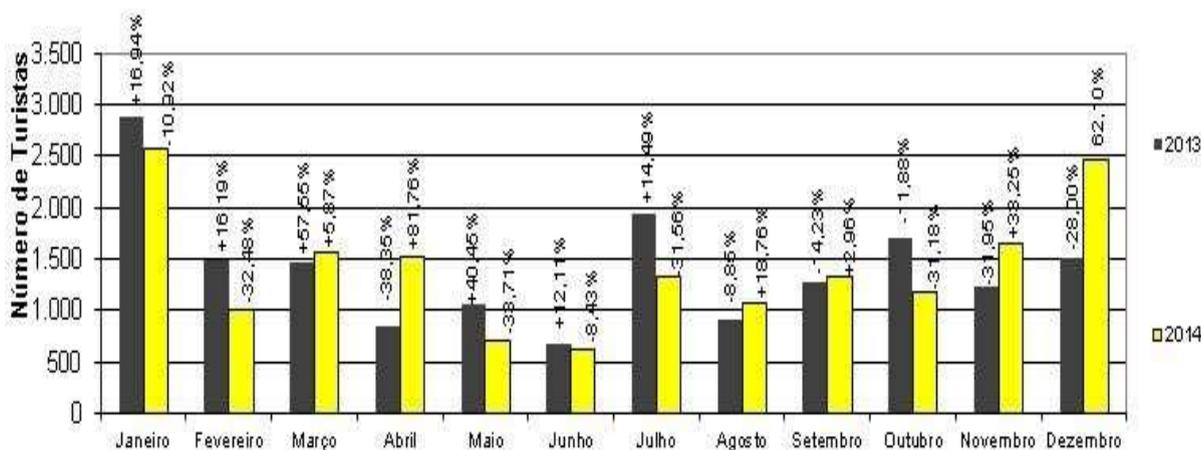
Apesar da visão positiva que a gerente tem em relação aos períodos de baixa temporada, está aberta a novas propostas para possíveis melhorias com relação à demanda. O baixo fluxo de visitantes em alguns períodos causa queda no faturamento do atrativo que pode gerar dificuldades, como impedir a contratação de funcionários, aumentam de salários, novos investimentos enfim prejudica o desenvolvimento do empreendimento.

Estratégias para Amenizar a Sazonalidade no atrativo Estância Mimosa Ecoturismo

Neste tópico buscou-se propor soluções viáveis para aumentar o fluxo de turistas nos períodos de baixa temporada no atrativo, levando em consideração o ponto de vista da entrevistada Carina Freitas, e os pontos relevantes de trabalho e ações na baixa temporada, propõe propostas apenas para uma minimização de oscilação, para que o atrativo mantenha uma demanda razoável na baixa temporada e dessa forma não venha a sofrer grandes impactos.

Figura 10: Gráfico de visitantes no atrativo pesquisado entre os anos de 2013/14

Número de Visitas em 2013 e 2014 Estância Mimosa



Fonte: Estância Mimosa Ecoturismo

Dentre as alternativas para amenizar os efeitos da sazonalidade no Atrativo Estância Mimosa, propusemos algumas ações:

- Empresas privadas: Captação de Clientes em empresas privadas, divulgação para grupos empresariais a região do Mato Grosso do Sul;
- Educacional: O atrativo já possui um projeto de Turismo Pedagógico que abrange essa captação de novos turistas dentro desse empreendimento. A proposta é incentivar essa visita durante a baixa temporada, com tarifas reduzidas para grupos escolares;
- Divulgação para grupos da melhor idade: O governo brasileiro tem incentivado a viagem de grupos de terceira idade, dessa forma, empreendimentos turísticos estão oferecendo pacotes que atendem a essa camada da população brasileira, propõe se a captação de grupos de aposentados com disponibilidade para viajar fora da temporada;
- Incentivo a prática de passeios de contemplação: Observação de aves e cavalgada e que não envolvam água no período de inverno, já que as pessoas evitam banho de cachoeiras em decorrência do frio.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A sazonalidade pode ter seus efeitos amenizados, uma vez que os destinos turísticos passem a se organizar a fim de evitar as grandes perdas que veem sofrendo. Enquanto atrativo turístico, a Estância Mimosa Ecoturismo possui frentes de trabalho que buscam atender ao público que viaje na baixa temporada e também amenizar os efeitos através de planos estratégicos, que envolvem desde projeto de turismo pedagógico até divulgação para agentes de viagens.

Também é importante ressaltar que as três Hipóteses colocadas são válidas para o aumento da demanda turística em baixa temporada, as tarifas promocionais para estudantes incentiva a visita nesses períodos, à captação de grupos empresariais e terceira idade, principais iniciativas para aumento do fluxo de turistas e o incentivo a passeios de contemplação no inverno pode ser mais uma alternativa para elevar a demanda em baixa temporada.

Todavia, a sazonalidade não é combatida apenas por um elemento do trade turístico de Bonito. Para resultados maiores e mais efetivos (além de que, permanentes) é necessário que os demais componentes do trade também contribuam, mas de forma coletiva e organizada, pois dessa forma, todo o destino turístico terá acesso aos benefícios que podem ser gerados.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BALANZÁ, I. M.; NADAL, M. C. **Marketing e Comercialização de Produtos turísticos**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.
- BOULLÓN, R. C. **Planejamento do espaço turístico**. Bauru, SP: EDUSC, 2002.
- BOULLON, R. C. **Planificación Del espacio turístico**. México: Trillas, 1990.
- LINDBERG, K; HAWKINS, D.E. **Ecoturismo: um guia para planejamento e gestão**. V. 2, 1999.
- CASSIOLATO, J. E; LASTRES H. M. M. **Arranjos e Sistemas Produtivos Locais na Indústria Brasileira**, 2000. Grupo de Economia da Inovação do Instituto de Economia da UFRJ.
- COMTUR. **Calendário de Alta e Baixa temporada** Disponível em: www.turismo.bonito.ms.gov.br. Acessado em: 15 set. 2015.
- DENCKER, A. F. M. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. São Paulo: Futura, 1998.
- DIAS, R. **Planejamento do turismo: política e desenvolvimento do turismo no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2003.
- ESTÂNCIA MIMOSA. **Informações sobre: Estância Mimosa Ecoturismo**: Disponível em: www.estanciamimosa.com.br. Acessado em: 12 set. 2015.
- GRECHI, D.C. **O Desenvolvimento turístico sob a ótica da economia institucional: uma análise do caso de Bonito-MS**. Programa de Pós Graduação em Economia. Tese de doutorado. Universidade Estadual do Rio Grande do Sul. 2011.
- LAGE, B. H. G.; MILONE, P. C. **Economia do turismo**. Coleção Turismo. Campinas, SP: Papirus, 1998.
- MARTINS, I. M. C. **Gestão Estratégica da Sazonalidade em Turismo: O Caso de Aveiro, 2010**. Dissertação de Mestrado em Gestão e desenvolvimento ao Turismo. Universidade de Aveiro
- MOLINA, S.; RODRIGUEZ, S. **Planejamento integral do turismo: um enfoque para a América Latina**. Editora da Universidade do Sagrado Coração, 2001.
- MOTA, K. C. N. **Marketing turístico: promovendo uma atividade sazonal**. São Paulo: Atlas, 2001.
- NEIMAN, Z. **Meio ambiente, educação e ecoturismo**. Environment, education and ecotourism, 2002.
- NUNES, C. **O ecoturismo como alternativa de desenvolvimento sustentável**. Caderno virtual de turismo, vol. 5, num. 1, p.1- Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2005.
- REZENDE, C. F.; Rezende, D. C. de. **Impactos do turismo: uma análise sob a ótica da população receptora**. Anais do Encontro Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração - ENANPAD, Brasília, DF, Brasil, 29. 2005.
- RODRIGUES, A. B. (org.) **Turismo e desenvolvimento local**. São Paulo: Hucitec, 1999.
- ROSE, A. T. **Turismo Planejamento e Marketing**. Barueri, SP: Manole, 2002.
- RUSCHMANN, D. **Marketing turístico: Um enfoque promocional**. Campinas, SP: Papirus, 1990.
- SILVA, M. D. **Governança Territorial No Arranjo Produtivo Local de Turismo de Bonito/ Serra da Bodoquena e o Desenvolvimento Local**. Programa de Pós Graduação em Desenvolvimento Local, Mestrado acadêmico. Universidade Católica Dom Bosco, Campo Grande-MS, 2007.
- VELASQUEZ, G. G.; FARIA R. S.; DIAS, R. S. **Levantamento do perfil hoteleiro de Bonito/MS**. 5º Congresso Latino Americano de Investigação Turística, 2010.
- WEARING, S.; NEIL, J. **Ecoturismo: impactos, potencialidades e possibilidades**. Manole, 2001.