

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO MATO GROSSO DO SUL
TURISMO - ÊNFASE EM AMBIENTES NATURAIS**

RICARDO DE OLIVEIRA LIMA

**Viabilidade da implantação do cálculo de emissões de gases de
efeito estufa no setor hoteleiro de Bonito-MS: Potencializando o
marketing**

**DOURADOS – MS
2016**

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO MATO GROSSO DO SUL
TURISMO - ÊNFASE EM AMBIENTES NATURAIS

RICARDO DE OLIVEIRA LIMA

Viabilidade da implantação do cálculo de emissões de gases de efeito estufa no setor hoteleiro de Bonito-MS: Potencializando o marketing

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Turismo - Ênfase em Ambientes Naturais da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul como parte das exigências para a obtenção do grau de Bacharel em Turismo.

Orientadora: Prof.^a Me. Marileth Portela de Matos

DOURADOS – MS
2016

FICHA CATALOGRÁFICA

O51v Oliveira, Ricardo Lima

Viabilidade da implantação do cálculo de emissões de gases de efeito estufa no setor hoteleiro de Bonito-MS: potencializando o marketing/ Ricardo Lima Oliveira. – Dourados, MS: UEMS, 2016.

27p. ; 30cm

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Turismo – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul, 2016.

Orientador(a): Msc. Marileth Portela de Matos.

1. Gases de efeito estufa 2. Marketing 3. Turismo I. Título

CDD 23.ed. - 659

RICARDO DE OLIVEIRA LIMA
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Viabilidade da implantação do cálculo de emissões de gases de efeito estufa no setor hoteleiro de Bonito-MS: Potencializando o marketing

APROVADO EM: 08/ 06/ 2016

Orientadora: Prof.^a Me. Marileth Portela de Matos
UEMS

Membro da banca: _____
Prof.^a Me. Daiane Alencar da Silva
UEMS

Membro da banca: _____
Prof.^a Me. Graci Marlene Pavan
UEMS

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho primeiramente a Deus, confiei a ele a minha vida e seus propósitos para minha formação profissional. Aos meus familiares, em especial, e ao corpo docente do curso de Turismo-UEMS.

AGRADECIMENTOS

A todos que me acompanharam nesse percurso da graduação, meu sentimento de gratidão, ao corpo docente do Turismo-UEMS, colegas, amigos e familiares.

À Prof.^a Me Marileth Portela de Matos, pela orientação e confiança na minha capacidade para este estudo.

À Prof.^a Me Graci Marlene Pavan, agradeço por ter incentivado e apoiado nas dificuldades que encontrei.

À minha mãe Elci, que foi indispensável na minha formação e apoio durante a graduação.

Meu muito obrigado ao meu pai, aos meus irmãos e meu amigo Wesley que auxiliaram e participaram estando ao meu lado nas muitas necessidades da vida acadêmica.

Em especial a Deus por me proporcionar alcançar este sonho.

SUMÁRIO

Introdução.....	09
Revisão Teórica.....	11
O Turismo.....	11
Hospedagens.....	12
Turismo, Sustentabilidade e Marketing	13
Alterações climática e Gases de Efeito Estufa (GEE).....	15
Considerações Finais.....	17
Referências Bibliográficas.....	18
Anexo.....	19

Viabilidade da implantação do cálculo de emissões GEE no setor hoteleiro de Bonito-MS: Potencializando o marketing.

Greenhouse gases calculation of the implementation of the Feasibility in the hotel sector Bonito-MS: enhancing marketing.

Eixo temático: Planejamento e Gestão do Ecoturismo

LIMA, Ricardo¹

MATOS, Marileth²

Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul

Dourados/MS – Brasil

RESUMO

O artigo tem como objetivo geral analisar a importância do planejamento turístico em relação a sustentabilidade, parâmetros diferenciais integrados ao produto e seu marketing, como diferencial competitivo. Esta pesquisa desenvolveu o levantamento e conhecimento sobre a conduta dos equipamentos turístico, em foco os hoteleiros, para planejamento do marketing para competitividade no mercado, através do cálculo e compensação das emissões de Gases de Efeito Estufa. A metodologia utilizada foi verificar a literatura referente a cálculo de emissões de gases de efeito estufa, hospedagem, marketing, sustentabilidade e turismo. Ao final da pesquisa, é possível, considerar que o objetivo do estudo foi atingido: envolvendo as preocupações climáticas, as hospedagens incorporam adequações e soluções para os processos produtivos, aderindo práticas estratégicas de marketing, para alcançar o sucesso no cenário do turismo com reflexões sobre a responsabilidade dos impactos e problemas ambientais; percebe-se que a preocupação das empresas em desenvolver ações em prol da defesa e conservação do meio ambiente, como o cálculo de emissões de GEE pode tornar a empresa mais competitiva no mercado de Ecoturismo. Espera-se que os resultados desta pesquisa possam contribuir para a melhoria da rede hoteleira da cidade de Bonito-MS.

Palavras-chave: Gases de efeito estufa; Hospedagens; Marketing; Turismo.

¹Discente do 4º ano do curso de Turismo - Ênfase em Ambientes Naturais da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul (UEMS).

²Graduada em Administração pela Unigran, Dourados/MS, Mestre em Administração pela Uniderp de Campo Grande/MS e docente das disciplinas de Administração de Marketing e Administração de Recursos Humanos do curso de Turismo da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul.

ABSTRACT

Greenhouse gases calculation of the implementation of the Feasibility in the hotel sector Bonito-MS: enhancing marketing.

The article has as main objective to analyze the importance of tourism planning in relation to sustainability, the integrated product differential parameters and its marketing as a competitive advantage. This research developed the survey and knowledge about the conduct of tourist equipment in focus hoteliers for marketing planning to market competitiveness, by calculating and offsetting greenhouse gas emissions. The methodology used was to assess the literature on the calculation of emissions of greenhouse gases, hosting, marketing, sustainability and tourism. At the end of the survey, it is possible to consider that the objective was achieved: involving climate concerns, lodging incorporate adjustments and solutions for production processes, adhering strategic marketing practices to achieve success in tourism scenery with reflections on the responsibility of the impacts and environmental problems; it is clear that the business concern in developing actions for the defense and conservation of the environment, such as the GHG emission calculation can make the company more competitive in the ecotourism market. It is expected that the results of this research can contribute to the improvement of the hotel chain in the city of Bonito-MS.

Key-word: Greenhouse gases; Lodging; Marketing; Tourism.

Introdução

Os estudos das ações humanas desordenadas, intensificadas a partir da Revolução Industrial, certificam a influência na alteração do clima e revelam que o aquecimento global está relacionado ao acúmulo das emissões de gases de efeito estufa (GEE) na atmosfera da Terra, resultante de ações humanas. Sua ação poluidora permanece concentrada na camada de ozônio retendo o calor e alterando o clima, gerando consequências de vulnerabilidade do planeta aos desastres ambientais.

Tendo em vista que o aquecimento global é considerado um dos principais problemas mundiais e também pauta de debates e discussões acerca de diretrizes que contribuam para a sustentação da problemática do clima, surgem adequações e soluções de grande relevância ao mercado, relacionadas à eficiência energética e à viabilidade do desenvolvimento sustentável, as quais, conseqüentemente, conspiram para valorizar o setor de produtos ou serviços da mesma forma os equipamentos turísticos frente aos concorrentes.

Essa análise é sobre o município de Bonito, no Estado de Mato Grosso do Sul, região anunciada por sua natureza exuberante e reconhecida por atividades de ecoturismo, que claramente almeja um crescimento exponencial da demanda por meio da imagem de um destino sustentável. O município enquanto atrativo envolve seus equipamentos hoteleiros em suas estratégias para mitigar os impactos negativos, para assegurar o reconhecimento de uma gestão responsável objetiva investimentos em afiliações, apadrinhamento de projetos, certificações e selos ambientais.

Nessa premissa, a introdução do turismo no problema é relativo à sua gestão e sua necessidade dos recursos naturais como base de sua execução. Em decorrência às implicações sobre os recursos naturais e a indústria do turismo no seu desenvolvimento, estabelecem princípios de sustentabilidade, a fim de destacar-se nesse cenário que intermedeia impactos positivos para sua atuação. Dentro desse pensamento em busca do equilíbrio do uso humano da natureza, as ferramentas do marketing auxiliam no preenchimento de algumas lacunas de sustentabilidade e competitividade no mercado para demonstrar tal preocupação com o ambiente natural.

O presente trabalho tem como objetivo verificar a viabilidade da implantação cálculo de gases de efeito estufa que servirá como instrumento para compensação desses poluidores e que poderá ser utilizado como estratégia de marketing para hotéis. Foram utilizadas como base as pesquisas realizadas no município de Bonito – principal destino de Ecoturismo no Estado de Mato Grosso do Sul – por LOMBA, RIZZO, BUENO e MATURANA os quais realizaram estudos relacionados à sustentabilidade nos hotéis daquele município.

Diante desse contexto, o estudo abrange o conjunto de informações sobre turismo; turismo de natureza e aventura; hospedagens; hotéis de Bonito em projetos de âmbito sustentável; relação turismo sustentabilidade; marketing turístico, mercado turístico de Bonito; Alterações climáticas e Gases de Efeito Estufa.

A pesquisa se deu através de consultas em livros sobre Turismo, revisão bibliográfica, sendo escolhidos trechos essenciais para análise do tema, utilizando de citações, quando preciso. Além disso, foram utilizados sites oficiais das associações de turismo, e outros textos digitais que versam sobre o tema tendo como objeto de estudo o turismo na cidade de Bonito-MS.

O meio de cálculo de emissões de GEE para os empreendimentos hoteleiros do município de Bonito, com propósito de compensar as emissões, representa uma diferenciação do produto devido à importância dada à gestão ambiental hoteleira.

Pode-se concluir que as questões envolvidas das preocupações climáticas, incorporam adequações e soluções para os processos produtivos, desta maneira aderindo práticas estratégicas de marketing para o sucesso no cenário atual que levam em consideração as alterações no clima e condicionam reflexões sobre a responsabilidade dos impactos e problemas ambientais. É vital para o empreendimento ligar-se a questões em prol da defesa e conservação do meio ambiente.

O Turismo

Da leitura e análise para entender o turismo MCINTOSH (*et.al.*,2002,p.24) destaca a definição da Organização Mundial do Turismo, em 1991 (OMT): “O turismo compreende as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes ao seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios e outras”.

O mesmo autor acrescenta quatro elementos básicos do conceito da atividade turística: “Demanda” relacionado aos usuários dos bens e serviços turísticos; “Oferta” constitui bens e serviços envolvidos na atividade; “Espaço geográfico” reflete ao local de confluência da oferta e demanda; “Operadoras de mercado” são empresas para apoiar e promover a relações oferta e demanda.

Partindo desta observação o termo “turismo” em virtude de sua abrangência o autor RIZZO (2010, p.177) em seu entendimento propõe:

O turismo diz respeito ao deslocamento temporal de indivíduos ou de grupos de pessoas que saem do local onde residem para outros por razões diversas, com recreação, descanso, cultura e até mesmo buscar melhores condições de saúde, utilizando das facilidades de alojamento, alimentação, e outros serviços. Para o desenvolvimento do turismo, deve haver interesse dos turistas e das pessoas residentes nos destinos receptores, o que cria o fluxo turístico.

RIZZO (2010), evidencia ainda que “[...] Para o desenvolvimento do turismo, deve haver interesse dos turistas e das pessoas residentes nos destinos receptores”. Para tanto os questionamentos sobre este fluxo, e o planejamento da atividade, implica nos segmentos e seus recursos para formar a oferta turística.

Nessa perspectiva complementa sobre o turismo como “[...] um fenômeno complexo, [...] que tem ligação com vários setores da economia e da sociedade, além de que transita por vários campos do conhecimento”. (RIZZO, 2010, p.181)

Dentre os diversos segmentos do turismo, neste trabalho serão apresentadas algumas considerações sobre turismo de natureza e turismo de aventura, fazendo relação entre estes e o desenvolvimento sustentável como estratégia de Marketing.

BUENO & MATURANA (2015, p.8) afirmam que turismo de natureza é:

[...] considerado um fenômeno social da sociedade contemporânea e um dos setores econômicos mais importantes do mundo, por se utilizar do consumo de paisagens enquanto atração turística, bem como de um vasto rol de recursos naturais para sua efetivação das diferentes formas de viagens, torna-se uma atividade altamente impactante.

Analisando esta questão MCINTOSH (*et.al.* apud Smith 1977, p.2-3) apresenta categorias pertencentes à atividade turística na natureza, definindo:

Turismo de natureza é semelhante ao turismo étnico, atraindo turistas a regiões remotas. Mas a ênfase, nesse caso, está nas atrações naturais e ambientais. A viagem com propósito de “voltar à natureza” e apreciar (ou tornar-se sensível) ao relacionamento entre as pessoas e a terra está nessa categoria [...]. Atividades características desse tipo de destino incluem fotografias, trilhas, escaladas, canoagem e acampamento.

O mesmo autor observa que “[...] muitas atividades de lazer ao ar livre são relacionadas a esportes e foram classificadas na área de turismo de aventura”. Outras abordagens nessa questão BUCKLEY & UVINHA (2011, p.3) afirmam que:

Turismo de aventura é um termo amplo que abrange todos os tipos comerciais de turismo e recreação ao ar livre com um elemento significativo de emoção. Está intimamente relacionado com o turismo de natureza, confundindo-se com ele em algumas ocasiões. Contudo, os produtos de turismo na natureza enfocam em observação, enquanto os de turismo de aventura, a ação. [...] Um grande leque de lazer ao ar livre tem sido rotulado como produtos comerciais de turismo de aventura.

Para melhor explicar a diferença dos segmentos e suas atividades podemos citar RIZZO (2010, p.216-217) que define turismo de aventura como:

A prática de atividades em contato com a natureza, que podem ser esportivas ou não, mas envolvem riscos controlados [...]. Turismo de natureza é uma prática de turismo que envolve pura e simplesmente a visitação em espaço natural.

Turismo de natureza e turismo de aventura são genericamente chamados de “ecoturismo”, já que ambos têm suas demandas relacionadas com o meio natural e estão intimamente ligados à ideia de preservação. Há, portanto, um reconhecimento da necessidade de desenvolvimento equilibrado, sustentável. Neste sentido, VILLAVERDE (2003, p.53) define “ecoturismo” como segmento do turismo [...], cuja ênfase recai na vivência turística em ambientes naturais e paisagísticos, e na qual esta implícita a ideia de preservação da natureza”.

Considerando esta ideia de sustentabilidade inerente ao ecoturismo, não se pode deixar de abordar neste contexto os meios de hospedagem, visto que fazem parte da oferta turística.

Hospedagens

A representatividade das hospedagens, foi tomando forma por meio do desejo da sociedade em conhecer outros lugares, sobretudo no desenvolvimento urbano decorrentes do deslocamento.

No Oriente Médio e na Ásia, as hospedarias datam da antiguidade. Em tempos mais modernos primeiro vieram as diligências, depois as ferrovias, os barcos a vapor, o automóvel, o ônibus e o avião, que aumentaram a necessidade de hospedagem adequada. (MCINTOSH *et.al.* 2002, p.53)

No que tange à oferta, a vendagem de apartamentos cresceu significativamente e certamente modificou padrões dos hotéis com desígnio de satisfazer o cliente, que inclui as preocupação em atender outras necessidades, sucedendo em operações para compor os serviços e produtos, como alimentação, lavanderia e entretenimento.

Sobre a esfera do contexto hospedagens, sua atuação em busca de

qualidade e rentabilidade interferem suas operações e políticas, os autores BUENO & MATURANA (2015, p.11) consideram que:

[...] está entre os setores que mais geram receita no turismo, conseqüentemente também contribui por grande parte da degradação decorrente da atividade em geral influenciando diretamente os aspectos socioeconômicos e também ambientais, neste sentido fica evidente a cautela que esses empreendimentos deveriam ter com a gestão ambiental hoteleira.

Importante discutir os impactos ambientais dos meios de hospedagem tendo em vista a sua importância para toda a cadeia turística, além de demonstrar a valorização dada pelos turistas (hóspedes) aos empreendimentos engajados à causa ambiental.

O objeto deste trabalho é focado nos meios de hospedagem de Bonito-MS e seu planejamento. Em pesquisa acerca da rede hoteleira de Bonito, divulgada por BUENO E MATURANA (2015,p.16) constatou-se que a “[...] quantidade de 71 empreendimentos hoteleiros registrados no portal da Secretaria de Turismo do Município de Bonito/MS distribuídos entre pousadas, pensões, hostels, hotéis, resorts, campings e hotéis fazendas” e com base nesses dados identificaram onze empreendimentos hoteleiros com projetos de sustentabilidade na execução de suas atividades, sendo que, dentre estes, apenas um se destacou com projeto de “inovações em sustentabilidade” por participarem da “neutralização de carbono”.

Todos os onze projetos são vinculados aos projetos da ONG Instituto Águas da Serra da Bodoquena (IASB) que atua na proteção da bacia hidrográfica da região de Bonito, também desenvolve projetos com órgãos públicos, municipais e estaduais. A instituição sem fins financeiros permanece através de contribuições de seus 42 associados, lançou o projeto de “neutralização de carbono” mediante ao reflorestamento de árvores nativas e produziu em parceria a uma engenheira ambiental um inventário para contabilizar e neutralizar os carbonos emitidos em evento, corporação e outros consideráveis emissores, inclusive o turista de Bonito, com a assistência do instituto que consolida a veiculação do assunto “carbono zero” (RIZZO, 2010, p.407).

BUENO E MATURANA (2015, p. 16-17) observaram que grande parte dos empreendimentos hoteleiros participantes de projetos vinculados ao IASB, não divulgam suas ações e posicionamentos em relação ao desenvolvimento sustentável ou o fazem de maneira pouco eficaz, faltando, portanto, estratégias de Marketing.

Turismo, Sustentabilidade e Marketing

Pode-se perceber que os empreendimentos hoteleiros comprometem-se a um posicionamento mercadológico, em contrapartida as questões envoltas das preocupações climáticas, incorporam a adequação e solução ambientais para os processos produtivos em equivalência, as aplicações estratégicas de marketing para o sucesso no cenário em prol da defesa e conservação do meio ambiente. Porém, os bens e serviços que englobam a atividade, operam em um comportamento de cautela para com os recursos naturais.

A Associação Brasileira de Turismólogos e Profissionais do Turismo (ABBTUR) utiliza o “Código de Ética do Bacharel em Turismo” essencial para o desenvolvimento do turismo sustentável apresenta:

Artigo 9º - Entendendo turismo sustentável como modelo de desenvolvimento da atividade turística, caracterizando-se pelo aproveitamento racional de recursos naturais e culturais, o Bacharel em Turismo deverá:

1º. planejar o uso adequado das áreas naturais, no desenvolvimento da atividade turística;

§ 2º. criar roteiros e produtos adequados à legislação ambiental em vigor;

§ 3º. respeitar a comunidade receptora, contribuindo diretamente para a melhor absorção social dos benefícios proporcionados pela atividade turística;

§ 4º. No planejamento e organização dos produtos e roteiros, estabelecer, como premissa básica, o respeito e a defesa da integridade dos bens naturais e culturais da comunidade receptora.

Expressões e terminologias relacionadas ao turismo no entendimento de políticas e valores perante as questões de sustentabilidade, evidenciam estudos e discussões sobre discursos enganosos, “turismo preservacionista” é a expressão mais de acordo com uma realizável busca de preservação e recuperação de ecossistemas” (VILLAYERDE, 2003, P.59).

Na linha evolutiva de tecnologias e incentivos, o turismo incorpora novas transformações na conjuntura da globalização.

São dois os indicadores no sentido de dirigir a destinação turística a atingir o sucesso: A competitividade em virtude da disputa no mercado do setor e a sustentabilidade pertinente em atribuir e melhorar os recursos físicos, sociais, culturais e ambientais MCINTOSH (*et.al.*2002, p.295-296).

Para complementar as informações sobre a disputa do mercado, pretendido para um desempenho de sucesso, relativo a competitividade é possível incluir o marketing para aprimorar a interpretação da pesquisa.

A evolução histórica do marketing pode proporcionar a importância da sociedade em geral para seu método. MCINTOSH (*et.al.* 2002, p.295-296) colocam essa abordagem. “As organizações turísticas que praticam o conceito de marketing descobrem aquilo que o consumidor quer, para depois produzirem aquilo que satisfará seus desejos, com lucro”.

Desta forma os autores acrescem a definição de marketing para a American Marketing Association como o “[...] desempenho das atividades empresariais que dirigem o fluxo de bens e serviços, do produtor para o consumidor ou usuário”. Paralelamente, ressalta a composição do “Marketing turístico” em que concede o plano “Mix de Marketing” com instrumentos para alcançar os objetivos do marketing, enfatizam o texto Jerome Mc Carthy sobre “os 4 Ps” sendo eles produto, praça, promoção e preço. Vale evidenciar as políticas de preço e seu fator “diferenciação do produto” em sua conjuntura um produto ou serviço com atributos distintos de qualidade, em um arranjo de competitividade no mercado. (MCCARTHY *apud* MCINTOSH *et.al.* 2002, p.404).

Também é relevante sobre as atribuições dos consultores do Marketing Turístico:

[...] fornecem assistência importante a qualquer organização que necessite de serviços especializados de venda. Uma organização de consultoria em marketing turístico dará assistência no planejamento de campanhas de vendas e publicidade, seleção de mercados, seleção de mídia, fornecimento de pesquisa de mercado, prospecção

de novos mercados e condução geral de um programa de marketing de vendas.(MCINTOSH *et.al.* 2002,p.404)

No centro-oeste brasileiro o município de Bonito-MS, faz parte da Serra da Bodoquena, é um destino considerado uma grande potencialidade para o turismo com:

fauna rica em diversas espécies exóticas de animais, aves e peixes. [...] O sistema hidrográfico particular do lugar apresenta associações com rochas calcárias, o que faz com que as águas dos rios nesse município sejam cristalinas. (LOMBA, 2013, p.12).

Acerca de Bonito-MS, os autores BUENO e MATURANA(2015, p.3) destacam que “o município é considerado turístico devido a atração de suas belezas naturais e também por ser amplamente reconhecido enquanto sustentável”

A divulgação dos atrativos locais foi desencadeada no ano de 1993, através de programas televisivos, ocasionando na aparição de hotéis para turismo (RIZZO, 2010, p.306).

Este autor esclarece ainda que:

Destaca-se na atividade de ecoturismo, visto que suas potencialidades de atrativos em meio à natureza busca o aproveitamento da atividade turística para o desenvolvimento na forma sustentável, realizando atitudes de capacidade de carga e educação ambiental.(RIZZO, 2010, p.431)

Com esse contexto, sobre as questões da destinação turística em reiterar sua imagem como sustentável, ocorrendo uma competição incorporada ao mercado, e novas performances com perfil

Alterações climáticas e Gases de Efeito Estufa (GEE)

Nesta seção, os acontecimentos e acordos em virtude RIZZO (2010 p.65), a primeira discussão sobre o aumento de GEE, foi realizada pelo cientista Charles David Keeling, que reconheceu através do crescimento do curso de combustíveis fósseis no pós-guerra. Ainda em análise sobre o ambientalismo, o autor apontou a elaboração da Conferência de Estocolmo sobre o ambiente humano organizado pela Organização das Nações Unidas(ONU) no ano de 1972 na Suécia, como sendo de grande valia para reflexões sobre responsabilidade com o meio ambiente. No ano 1997 surge o “Protocolo de Kyoto”, no Japão, o qual definiu metas e prazos para a redução da emissão dos GEE a partir de Mecanismos de Desenvolvimento Limpo (MDL) e Créditos de Carbono. Em 1987 é editado o “Relatório Brundtland”, pela Comissão sobre o Meio Ambiente a partir do qual surgiu o termo “desenvolvimento sustentável”.

Sobre as preocupações consequente da relação do turismo de aventura com as alterações climáticas BUCKLEY e UVINHA(*apud* Buckley, 2008):

(1) O turismo de aventura contribuição para emissões de gases de efeito estufa, por exemplo, por meio de viagens de longa distancia para destinos de aventura; uso de veículos, barcos e aeronaves motorizados em atividades de aventura; e produção e transporte de alimentos e outros itens para abastecer turistas em locais remotos. (2)

Os padrões individuais de viagem e, portanto o segmento de turismo comercial de aventura são afetados por mudanças nos custos financeiros e na aceitabilidade social de viagens, associadas com medidas de mitigação das alterações climáticas. (3) As alterações climáticas modificarão a atratividade de determinados destinos turísticos de varias formas, tornarão o clima desses destinos mais ou menos confortável para os humanos; modificarão características naturais, como praias, recifes de corais, rios camadas de neve e vida selvagem observável; afetarão o acesso às áreas naturais, à medida que eventos climáticos extremos se tornarão mais comuns e severos.(4) Por fim, as alterações climáticas afetam o clima no pais de origem e o destino podem se tornar mais ou menos acentuadas.

Os impactos envolvendo o meio ambiente evidenciados em conferências organizadas pela ONU, são propulsores em torno dos desafios ambientais, ocasionando em novas praticas para mitigar os impactos gerados por empreendimentos. O centro de estudos em sustentabilidade da Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas (GVCES), executou aplicado ao World Resources Institute (Instituto dos recursos Mundiais) e colaboração do Ministério do Meio Ambiente (MMA), no ano de 2008, manifestou a iniciativa para o combate das mudanças climáticas, trata-se de um inventário.

Sobre o inventário a GVCES (2008, p.5) complementa que é uma:

[...]ferramenta para entender, quantificar e gerenciar as emissões de GEE no Brasil, proporcionando aos participantes acesso ao instrumento e padrões de qualidade internacional para contabilização e elaboração de inventários GEE.[...] A metodologia deste inventário é compatível com as normas da Internacional Organization for Standartization compatível com a norma ISO e com as metodologias do Painel Intergovernamental sobre mudanças climáticas IPCC". Essa abordagem operacional possui como metas a vantagem competitiva em uma abordagem operacional, com critérios do "Protocolo GHG (The GreenHouse Gas Protocol) o Protocolo de Gases de Efeito Estufa – Um Padrão corporativo de contabilização e reporte).

Estabelece méritos de confiabilidade e responsabilidade por seu rigor compatível com as norma ISO, em indicação no Inventario da GVCES relacionado ao Protocolo Brasileiro para calcular as emissões de GEE.

A partir de uma comparação com o cálculo da organização IASB, a pesquisa levantou dados no portal da internet da ONG, referente a "calculadora de compensação de viagem; por meio de informações dos números de PAX, de permanência e distância do deslocamento, demonstrado de acordo cálculo de neutralização de emissões GEE, sobrepondo o número de árvores plantadas, suficiente para reverter o impacto da viagem. A calculadora de carbono tem a finalidade de conscientizar e sensibilizar o turista quanto a otimização das emissões decorrente de sua atividade na destinação turística.

Onze equipamentos hoteleiros participam de projetos do IASB tendo finalidade de obter o selo verde, especialmente uma organização mostra posicionamento de seu produto na contribuição da "Green tax" (taxa verde) associado à compensação de seus produtos.

Considerações Finais

O meio de cálculo de emissões de GEE para os empreendimentos hoteleiros do município de Bonito, com propósito de compensar as emissões com o reflorestamento, representa um estímulo promocional do produto, devido à importância dada à gestão ambiental hoteleira.

Por esse motivo, a produção do artigo possui o objetivo de aferir a possibilidade de incorporar o cálculo de compensação de viagens na oferta do mercado de rede hoteleira de Bonito, potencializando o produto junto a estratégias de marketing.

As novas tendências do consumidor inclui um comportamento mais ético e responsável, a preferência por produtos de impacto positivo são fatores de concorrência para o próspero mercado de produtos e serviços baseado nos benefícios ao meio ambiente, sintetiza como característica da expansão do fenômeno turístico.

As questões envolvidas das preocupações climáticas, incorporam adequações e soluções para os processos produtivos, desta maneira aderindo práticas estratégicas de marketing para o sucesso no cenário globalizado, em prol da defesa e conservação do meio ambiente.

No que se refere ao município de Bonito-MS, percebe-se que, conforme constatada na pesquisa de BUENO E MATURANA, que apenas um empreendimento do município possui projetos de neutralização de carbono, sendo que os demais participam de projetos de sustentabilidade relacionadas ao uso racional de recursos, ou seja, pouco se faz ou se fala em relação à neutralização do carbono.

Isso demonstra a pouca preocupação da rede hoteleira em relação às emissões de GEE em Bonito-MS, município cuja atratividade são os recursos naturais. Esta falta de preocupação em torno das alterações climáticas provocadas, sobretudo pelos GEE, poderão culminar em mudanças das características naturais do local, o que pode reduzir ou levar à perda do potencial turístico do município.

Desta forma, o meio de cálculo de emissões de GEE para os empreendimentos hoteleiros do município de Bonito, com propósito de compensar as emissões, representa uma diferenciação do produto devido à importância dada à gestão ambiental hoteleira, marketing como instrumento para propagação das ações.

Referenciais Bibliográficos

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE TURISMÓLOGOS E PROFISSIONAIS DO TURISMO-ABBTUR. **Código de Ética do Bacharel em Turismo**. Cap.III, art. 9º Disponível em: <<http://www.abbtur.com.br/abbtur/conteudo.asp?cod=3>>. Acesso: 30/04/2016

BUCKLEY, Ralf; UVINHA, Ricardo Ricci. **Turismo de Aventura: gestão e atuação profissional**. Coleção Eduardo Sanovicz de Turismo. São Paulo: Editora Elsevier, 2011.

BUENO, Fernando; MATURANA, Maria. **Sustentabilidade no turismo**: Um estudo sobre a rede hoteleira de Bonito-MS. Fórum Internacional de Turismo do Iguassu. 2015, Foz do Iguacu.

CENTRO DE ESTUDOS EM SUSTENTABILIDADE DA ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS DA FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS-GVces . **Especificações do Programa Brasileiro GHG Protocol**: Contabilização, Quantificação, e Publicação de Inventários Corporativos de Emissões de Gases de Efeito Estufa. 2ª edição 2008. Disponível em: <<http://www.ghgprotocolbrasil.com.br/>>.Acesso: 29 de abr. 2016.

INSTITUTO DAS ÁGUAS DA SERRA DA BODOQUENA-IASB. Disponível em: <<http://www.iasb.org.com>>. Acesso em : 29 de abr. 2016.

LOMBA, G. **Revelando o invisível**: O mundo do trabalho na atividade turística em Bonito. 2004.

MCINTOSH, Robert W.; GOELDNER, Charles R.; RITCHIE, J. R. Brent. **Turismo**: princípios, práticas e filosofias. 8ª edição. 2002.

RIZZO, Marçal Rogério. **Encontros e desencontros do turismo com a sustentabilidade**: um estudo do município de Bonito–Mato Grosso do Sul. 2010.

VILLAVERDE, Sandoval. Refletindo sobre lazer/turismo na natureza, ética e relações de amizade *In*: BRUHNS, HT & MARINHO, A.(org). **Turismo, lazer e natureza**. Barueri-SP: Manole, p. 53-74, 2003.

Anexo

A Revista Brasileira de Ecoturismo é um periódico especificamente dedicado a discutir a temática em: Planejamento e gestão do Ecoturismo; Manejo e Conservação dos recursos naturais; Ensino e Pesquisa e extensão em Ecoturismo no Brasil.

NORMAS DA REVISTA BRASILEIRA DE ECOTURISMO **Política Editorial**

DIRETRIZES PARA AUTORES

Diretrizes de publicação para Autores

a) Serão aceitos somente trabalhos inéditos para publicação no idioma português, espanhol ou inglês, com as devidas revisões do texto, incluindo a gramatical e a ortográfica. Trabalhos que não estejam em concordância com as normas de formatação não serão considerados para a publicação.

b) Os textos serão postados somente no ambiente SEER.

c) O(s) autor(es) estarão cedendo integralmente os direitos autorais à revista, sendo solicitado o envio de autorização assinada por todos os autores para publicação sem quaisquer ônus para a revista, considerando seu caráter de fins não lucrativos.

d) O(s) autores deverão quitar o valor de R\$ 100,00 e enviar cópia do comprovante de depósito via fax, por e-mail para seu Editor-Chefe (zysman@ufscar.br) ou anexo ao texto para submissão aos pareceristas. Este valor inclui tarifas postais, processos de expedientes dos editais, e outros serviços de editoração e revisão, porém, não implica na publicação definitiva, que somente será efetivada após a emissão dos pareceres favoráveis. Caso contrário, o trabalho não será submetido a parecer e nem publicado. Também este valor não será devolvido no caso de rejeição do trabalho enviado para submissão, seja pela qualidade dos conteúdos ou por não cumprir as normas da revista tendo em vista os motivos citados acima. A taxa de submissão poderá ser alterada a qualquer momento, em razão de reajustes de tarifas postais, hospedagem de sites, etc.

e) Conta para depósito da taxa de submissão: Titular: Zysman Neiman (Editor-Chefe); Banco do Brasil; Agência: 3023-6; Conta Corrente: 5588-3; CPF: 039.857.198-88.

OBS: Autores convidados estão dispensados do pagamento deste valor (este é o caso dos membros do Comitê Editorial), bem como os autores de artigos completos aprovados no Encontro Nacional de Turismo com Base Local (ENTBL), no Congresso Brasileiro de Ecoturismo (CONECOTUR) e no Encontro Interdisciplinar de Ecoturismo em Unidades de Conservação (EcoUC), devendo o mesmo ser obrigatoriamente o 1º autor do trabalho. Os convites são pessoais e intransferíveis.

Os autores que não são do Comitê Editorial serão convidados através de ofício nominal

f) O Os autores que desejarem publicar resumos, artigos ou resenhas deverão fazer um cadastro na Revista (personalizado) contendo: nome(s) completo(s) do(s) autor(es), sem abreviaturas, e-mail(s), link para o currículo Lattes, e os dados completos de afiliação institucional e geográfica (cidade, Estado e país), por ocasião da submissão do trabalho.

g) Não serão publicados mais de um artigo por autor no mesmo ano, mesmo que ele não seja o primeiro do manuscrito, bem como não serão publicados três artigos de autores de uma mesma instituição (departamentos de universidades, faculdades, instituto de pesquisa, ONGs, órgãos públicos) por ano.

2. Estrutura dos Artigos

a) No manuscrito não deverão ser colocados os dados dos autores para preservar o sigilo da avaliação por pares cegas.

b) A extensão dos trabalhos deverá apresentar no mínimo 10 e no máximo 30 páginas, tamanho A-4.

c) Os resumos serão em Português/Inglês ou Espanhol/Inglês, apresentados em um só parágrafo e com um máximo de 400 palavras em espaçamento simples. O resumo será seguido de 3 a 5 palavras-chave para fins de indexação do trabalho, que deverão ser separadas por uma ponto-e-vírgula entre elas. [Por ex.: Por Ex.: Palavras-chave: Ecoturismo; Educação Ambiental; Paisagem.]. O abstract e as key words, em inglês, devem ser a versão do texto do resumo e das palavras-chave, obedecendo às especificações para a versão em português ou espanhol. Antes do Abstract deve ser redigido a versão do título em inglês.

d) As Folhas de Rosto despessoalizadas devem conter os seguintes elementos, nesta ordem: o nome do eixo-temático escolhido para submissão, se é um Artigo Original, de Revisão etc.; os Títulos e sub-títulos do trabalho, sem abreviações, em português/ inglês ou espanhol/inglês.

e) O Título deve ser conciso e explicativo, representando o conteúdo do trabalho, não excedendo a 15 palavras. O Título em inglês deverá ser a versão exata do título em português ou espanhol.

f) Especificações dos artigos: O programa usado deve ser Microsoft Word for Windows ou OpenOffice; tamanho de página A-4; Fonte utilizada ARIAL 12 (exceto para tabelas e outras ilustrações, devendo apresentar o tamanho 11 de fonte). Não usar fontes em formatação estilo versalete no trabalho; Espaçamento simples entre linhas e sem espaçamento entre parágrafos; Entradas de parágrafos: 1,25 cm; Margens: superior e esquerda - 3,0 cm / inferior e direita - 2,0 cm; Títulos em negrito (Fonte 14); subtítulos em negrito (Fonte 12); seções em itálico e negrito (idem). Não numerar os itens do texto; Citações com mais de três linhas, destacadas do texto, com afastamento esquerdo de 4 cm;

g) As figuras serão escaneadas com boa resolução, formato JPG, tanto para impressão em papel quanto para leitura em tela [300 dpi], inseridas no texto com as

respectivas legendas biligues e informações.

h) As ilustrações que compreendem tabelas, gráficos, desenhos, mapas e fotografias, lâminas, plantas, organogramas, fluxogramas, esquemas ou outros elementos autônomos devem aparecer sempre que possível na própria folha onde está inserido o texto a que se refere, com legendas biligues.

i) Cada trabalho poderá conter um máximo de 10 ilustrações. No caso de mais ilustrações, solicitamos uma consulta prévia. Não serão aceitos artigos com ilustrações em arquivo separado.

j) As "notas de rodapé" e agradecimentos devem ser incluídos no final, após a bibliografia, mas sem formatação especial.

k) Se necessário, indicar qualquer atualização de afiliação institucional. Indicação do autor responsável pelas correspondências, com editores e/ou leitores, seguido de endereço postal completo, incluindo fax, telefone e e-mail.

l) Se apropriado, acrescentar ainda um parágrafo, no final, após a bibliografia, reconhecendo qualquer apoio financeiro, colaboração de colegas e técnicos. Se for o caso, indicar a origem do trabalho, como por exemplo: anteriormente apresentado em evento, derivado de tese ou dissertação, coleta de dados efetuada em instituição distinta da que financiou a pesquisa e outros créditos e/ou fatos de divulgação eticamente necessários.

m) Os autores são responsáveis pelas idéias expostas em seus trabalhos, como também pela responsabilidade técnica e veracidade das informações, dados, etc, apresentados. Os editores não se responsabilizam pelo conteúdo dos textos publicados e os textos também não expressam necessariamente a opinião dos editores.

n) O envio de contribuições é em regime de fluxo contínuo, mas as datas limites para recebimento de textos são: 28 de fevereiro, 30 de junho, e 31 de outubro, para as edições de maio, setembro, e janeiro, respectivamente.

o) Informar no momento adequado do processo de submissão, obrigatoriamente o endereço completo (cidade, Estado e país), Instituição de Filiação, Endereço eletrônico do[s] autor[es], bem como o(s) link(s) para o Currículo Vitae, versão Lattes. [Por ex.: Vivian Castilho da Costa – <http://lattes.cnpq.br/3181407490194397>]

p) Os arquivos enviados deverão ter no máximo 2 MB.

q) Todos os manuscritos devem ter sua estrutura finalizadas com as Referências. As publicações devem ter sido mencionadas no texto do trabalho e devem obedecer as Normas da ABNT. Trata-se de uma listagem dos livros, artigos e outros elementos de autores efetivamente utilizados e referenciados ao longo do artigo.

3. Observações

a) O e-mail(s) do(s) autor(es) cadastrado(s) não poderá(ão) estar com restrições tais

como tira-teima, filtro anti-spam, etc., visto que as mensagens automáticas do sistema SEER retornarão, interrompendo a comunicação entre editores e autores.

b) Os autores são responsáveis pelas idéias expostas em seus trabalhos, como também pela responsabilidade técnica e veracidade das informações, dados, etc, apresentados. Os editores não se responsabilizam pelo conteúdo dos textos publicados e os textos também não expressam necessariamente a opinião dos editores.

c) Serão aceitos para submissão trabalhos com um máximo de 05 (cinco) autores por artigo. Solicitamos aos autores especial atenção à observância das normas, pois não serão considerados trabalhos que não estiverem de acordo com as mesmas.

d) Os autores que enviarem seus trabalhos para submissão aceitam e concordam com as normas de publicação da Revista.

4. Modelo para Citações e Bibliografia

4.1 Citações Diretas

a) Na forma direta devem ser transcritas entre aspas, quando ocuparem até três linhas impressas, onde devem constar o sobrenome do autor em maiúsculas, o ano e a página, conforme o exemplo: “Sabe-se que há muito tempo o ser humano vem causando alterações na natureza e que algo urgente precisa ser feito no sentido de minimizar os efeitos provenientes dessa ação danosa” (NEIMAN, 2005, p.17).

b) As citações de mais de um autor serão feitas com a indicação do sobrenome dos dois autores separados pela partícula "e", conforme o exemplo: Sato e Carvalho (2005, p.12) afirmam que “a EA situa-se mais em areias movediças do que em litorais ensolarados”.

c) Quando a citação ultrapassar três linhas, deve ser separada com um recuo de parágrafo de 4,0 cm, em espaço simples no texto, com fonte Arial tamanho 11. Conforme o exemplo:

Severino (2002, p.185) entende que:

A argumentação, ou seja, a operação com argumentos, apresentados com objetivo de comprovar uma tese, funda-se na evidência racional e na evidência dos fatos. A evidência racional, por sua vez, justifica-se pelos princípios da lógica. Não se podem buscar fundamentos mais primitivos. A evidência é a certeza manifesta imposta pela força dos modos de atuação da própria razão.

4.2 Citação Indireta

a) A citação indireta, denominada de conceitual, reproduz idéias da fonte consultada, sem, no entanto, transcrever o texto. Esse tipo de citação pode ser apresentado por meio de paráfrase, que se caracteriza quando alguém expressa a idéia de um dado autor ou de uma determinada fonte. A paráfrase, quando fiel à fonte, é geralmente preferível a uma longa citação textual, mas deve, porém, ser feita de forma que fique bem clara a autoria. Neste caso específico não se faz necessário constar o número da página, pois a paráfrase pode ser uma síntese de um pensamento inteiro.

4.3 Citação de citação

a) Evitar utilizar material bibliográfico não consultado diretamente, mas se imprescindível, referenciar através de “apud”. A citação de citação deve ser indicada pelo sobrenome do autor seguido da expressão latina (em itálico) *apud* (junto a) e do sobrenome da obra consultada, em minúsculas, conforme o exemplo Freire (*apud* SAVIANI, 1998, p.30) ou (FREIRE *apud* SAVIANI, 1998, p.30)

5. Referências

(Normas para referências bibliográficas: ABNT NBR 6023:2002)

a) As referências bibliográficas devem ser listadas em ordem alfabética de autor, alinhadas a esquerda, em tamanho 11, espaço simples entre linhas, e duplo entre as referências, conforme exemplos abaixo:

ARRIGUCCI JÚNIOR, D. Humildade, paixão e morte: a poesia de Manuel Bandeira. São Paulo: Companhia das Letras, 1990. 124p.
OBS: NEGRITO no título.

NEIMAN, Z.; MENDONÇA, R. À sombra das árvores: transdisciplinaridade e Educação Ambiental em atividades extra-classe. São Paulo: Ed. Chronos, 2002. 127p.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. Informação e documentação – apresentação de citações em documentos: NBR 10520. Rio de Janeiro, 2001.

BRASIL. Decreto n.89.271, de 4 de janeiro de 1984. Dispõe sobre documentos e procedimentos para despacho de aeronave em serviço internacional. Lex: Coletânea de Legislação e Jurisprudência, São Paulo, v.48, p.3-4, jan./mar. 1984.

CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFPE, 4., 1996, Recife. Anais eletrônicos... Recife: UFPE, 1996. Disponível em: . Acesso em: 21 jan. 1997.
OBS: NEGRITO em "Anais".

FERRAZ, T. A. A informação na área nuclear e a estrutura de trabalhos científicos. Rio de Janeiro: IBBD, 1975. 148p.
OBS: NEGRITO no título.

GARCÍA-GODOY, F. Clinical evaluation of lutaraldehyde pulpotomies in primary teeth. Acta Odont. Pediatr., v.4, p.41-44, 1983.

OBS: NEGRITO no PERIÓDICO.

_____ ; OLIVEIRA, M.A . Reacciones pulpases al formocresol diluido. Rev. Dent., v.20, p.15-27, 1977.

OBS: NEGRITO no PERIÓDICO.

MOURÃO, R.R.F. Os astros da Macunaíma. Jornal do Brasil, Rio de Janeiro, 28 nov. 1979. Ilustrada, p.4.

OBS: NEGRITO no PERIÓDICO.

NEIMAN, Z. A Educação Ambiental através do contato dirigido com a natureza. 2007. Tese (Doutorado em Psicologia) – Instituto de Psicologia –Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

RABINOVICI, A. Articulações e parcerias entre Organizações Não-Governamentais (ONGs) e Unidades de Conservação (UCs). In: NEIMAN, Z. (org). Meio Ambiente, Educação e Ecoturismo. São Paulo: Manole, p. 41-70, 2002.

OBS: NEGRITO no TÍTULO DA OBRA (neste exemplo, em "Meio Ambiente, Educação e Ecoturismo").

REIS, M. B. Reserva de Desenvolvimento Sustentável Mamirauá (RDSM) Amazonas, Brasil: participação popular no processo de implantação da RDSM e no manejo de recursos naturais da várzea amazônica. In: DRUMMOND, M. A. (ed.) Oficina sobre gestão participativa em unidades de conservação, anais da Oficina realizada no Parque Estadual do Rio Doce - no período de 10 a 13 de novembro – 1997, Belo Horizonte: Fundação Biodiversitas, p. 60-69, 1998.

SISTEMA Nacional de Unidades de Conservação da Natureza - SNUC: a lei n. 9.985, de 18 de julho de 2000. Brasília: MMA/SBF, 2000, (32 p.)

SOUZA, A.E. De penhora e avaliação. Dataveni@, Campina Grande, v.4, n.33, jun.2000. Disponível em: . Acesso em: 31 jul. 2000.

1. DECLARAÇÃO DE DIREITO AUTORAL

A Revista Brasileira de Ecoturismo, através da pessoa jurídica da Sociedade Brasileira de Ecoturismo, deterá os direitos autorais dos trabalhos publicados. Os direitos referem-se à publicação do trabalho em qualquer parte do mundo, incluindo os direitos às renovações, expansões e disseminações da contribuição, bem como outros direitos subsidiários. Todos os trabalhos publicados eletronicamente poderão posteriormente ser publicados em coletâneas impressas sob coordenação da Sociedade Brasileira de Ecoturismo.

Os(as) autores(as) não têm permissão para a publicação da contribuição em outro meio, impresso ou digital, em português ou em tradução, desde que os devidos créditos sejam dados à Revista Brasileira de Ecoturismo.

The Brazilian Ecotourism Journal, through the legal entity of the Brazilian Ecotourism

Society , will withhold the copyrights of the published works. The rights mentioned to the publication of the work in any part of the world, including the rights to the renewals, expansions and disseminations of the contribution, as well as other subsidiary rights. All the works published electronically could later be published in collections printed under coordination of the Brazilian Ecotourism Society. The authors do not have permission for the publication of the contribution in another way, digital printed matter or, in Portuguese or translation, since that the credits are given to the Brazilian Ecotourism Journal.

POLÍTICA DE PRIVACIDADE

Os nomes e endereços informados nesta revista serão usados exclusivamente para os serviços prestados por esta publicação, não sendo disponibilizados para outras finalidades ou à terceiros.

The names and addresses informed in this magazine will be used exclusively for the services given for this publication, not being available for other purposes or to third.

ISSN: 1983-9391