

# COMO TER UM DESTINO DE ECOTURISMO BEM-SUCEDIDO

O ecoturismo é uma forma de turismo que busca minimizar os impactos ambientais e promover a conservação da natureza enquanto oferece experiências autênticas. Ter um destino de ecoturismo bem-sucedido requer planejamento, gestão e compromisso com a sustentabilidade. Neste relatório de inteligência, vamos explorar algumas estratégias e práticas que podem ajudar a criar um destino de ecoturismo sustentável e atraente para os viajantes, divididas em quatro etapas: 1) pesquisa preliminar, 2) plano de ação, 3) marketing e promoção e 4) sustentabilidade e conservação. Confira a seguir.

## PESQUISA PRELIMINAR: CONHECENDO O DESTINO

Destinos de ecoturismo são, comumente, áreas naturais e protegidas que se destacam por ter potencial de oferecer atividades de lazer e recreação em contato com a natureza. Esses destinos geralmente são caracterizados por seus atrativos naturais, como montanhas, praias, rios, cachoeiras, trilhas, entre outros. Para ter um destino de ecoturismo bem-sucedido, é importante seguir algumas etapas.



**1. Identificar o potencial turístico da região** - O primeiro passo é identificar o potencial turístico da região e avaliar se a área tem atrativos naturais que possam ser explorados. Também é importante verificar se a região permite a exploração por meio de atividades turísticas e os limites de construção próxima às áreas, de modo a não comprometer o ecossistema local.



**2. Pesquisar sobre a infraestrutura disponível** - Depois de identificar o potencial turístico da região, o segundo passo é pesquisar sobre a infraestrutura disponível, incluindo a oferta de alojamento, restaurantes e outros estabelecimentos de alimentação, além de transporte que possa atender à demanda dos turistas e permitir acesso fácil aos atrativos naturais da região.

Em dezembro de 2022, conforme dados do [Boletim Mensal da Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul](#), os aeroportos em Mato Grosso do Sul tiveram queda de 4,9% no número de passageiros desembarcados em dezembro de 2022, em comparação com o mesmo período em 2021. Em relação a 2019, a queda foi de 6%. Enquanto isso, a rodoviária da capital do estado teve aumento de 2% no número de passageiros desembarcados nesse período em comparação a 2021, e aumento de 6,9% em relação ao período pré-pandemia. Isso mostra que a preferência dos turistas que chegam ao estado tem sido pela via terrestre, em detrimento da aérea, o que indica que os pontos de atenção em relação à infraestrutura devem se dar, sobretudo, nas estradas.



**3. Planejar as atrações** - O terceiro passo é elaborar o que pode ser oferecido aos turistas – como passeios, atividades e esportes – com base nas principais atrações turísticas naturais da região – sobretudo aquelas com alta demanda do público. É importante respeitar as regras de visitação dessas áreas e garantir que os turistas possam desfrutar dessas atrações de forma sustentável.

Ainda de acordo com o [Boletim Mensal da Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul](#), de dezembro de 2022, as atrações em MS tiveram variação nas visitas:

ATRATIVO	VARIAÇÃO 22/21	VARIAÇÃO 22/19
Aventura	-3,3%	+8%
Balneários	+31,2%	+267%
Cachoeiras	-16,4%	+10%
Flutuação	+0,8%	+16%
Grutas	-9,5%	-18%
Passeio a cavalo	-22,3%	-15%
Observação de aves	+0,3%	-4%



**4. Fazer a gestão do destino** - Por fim, o sucesso do destino de ecoturismo depende de uma gestão eficiente e colaborativa com coordenação e trabalho voluntário. A continuidade das políticas públicas requerem construção coletiva, governança institucionalizada e gestão profissional pública e privada voltadas para a inovação e diversificação da oferta turística. Isso é importante para qualquer tipo de turismo, incluindo o ecoturismo.

## PLANO DE AÇÃO: O QUE FAZER PARA CRIAR O DESTINO DE ECOTURISMO

**1. Análise da situação atual:** é importante fazer uma análise detalhada do destino de ecoturismo, identificando seus pontos fortes e fracos, oportunidades e ameaças. É preciso, ainda, envolver todos os stakeholders, como gestores públicos, empresários, guias de turismo e comunidade local, para entender suas perspectivas e necessidades. A seguir um exemplo de análise SWOT pensada para ecoturismo em todo o estado de Mato Grosso do Sul:

### Forças

Grande diversidade de ecossistemas, como o Pantanal, a Serra da Bodoquena e a região de Bonito, que atraem turistas interessados em ecoturismo.

### Fraquezas

Baixa divulgação e promoção do ecoturismo em Mato Grosso do Sul, o que limita a visibilidade do destino e dificulta a atração de turistas.

Presença de uma rica e diversa cultura, com destaque para a cultura indígena, que pode ser uma atração adicional para os turistas.

Investimentos governamentais e privados em infraestrutura turística, como a construção de aeroportos e estradas, que facilitam o acesso aos atrativos turísticos.

Existência de guias de turismo e empresas especializadas no ecoturismo local, que oferecem serviços de qualidade aos turistas.

Necessidade de melhorias na infraestrutura turística em algumas regiões, como a falta de hospedagem em áreas remotas, o que pode limitar a experiência do turista.

Falta de conscientização ambiental e práticas sustentáveis em algumas empresas e turistas, o que pode levar a impactos negativos no meio ambiente.



## Oportunidades

A crescente demanda por turismo de natureza e ecoturismo em todo o mundo, o que aumenta o potencial de atração de turistas para Mato Grosso do Sul.

A possibilidade de desenvolver novos produtos turísticos, como turismo rural e turismo de aventura, que podem atrair um público diversificado.

A possibilidade de explorar a cultura indígena e a gastronomia regional como atrações turísticas adicionais.

A oportunidade de estabelecer parcerias com outras regiões do Brasil e do mundo para promover o turismo ecológico em Mato Grosso do Sul.



## Ameaças

Concorrência de outros destinos turísticos, nacionais e internacionais, que oferecem atrações similares de ecoturismo.

Instabilidade política e econômica do país, que pode afetar a atratividade do destino e o poder de compra dos turistas.

Impactos ambientais negativos, como incêndios florestais, que podem afetar a imagem do destino e atração de turistas.

Regulamentações ambientais mais rígidas, que podem aumentar os custos para as empresas de ecoturismo e reduzir sua competitividade em relação a outros destinos.

**2. Definição de objetivos:** a partir da análise da situação atual, é preciso definir objetivos claros e específicos para o destino de ecoturismo. Os objetivos devem ser realistas, alcançáveis e mensuráveis e estabelecidos em conjunto com todos os stakeholders. Confira o exemplo de um objetivo a seguir:

#### OBJETIVO 1

Aumentar em 20% o número de turistas que visitam os atrativos turísticos naturais do estado de Mato Grosso do Sul nos próximos 2 anos.

Para alcançar esse objetivo, será necessário aumentar a divulgação dos atrativos turísticos naturais do estado por meio de campanhas publicitárias e promoção nas redes sociais. Também será necessário investir na melhoria da infraestrutura turística, incluindo o transporte, a hospedagem e os serviços de guias de turismo.

**3. Identificação de medidas estratégicas:** com base nos objetivos definidos, é preciso identificar as medidas estratégicas que serão tomadas para alcançá-los. Essas medidas devem ser concretas e detalhadas e incluir ações relacionadas à melhoria de infraestrutura, desenvolvimento de novos produtos turísticos, promoção e marketing do destino, entre outras. Veja o exemplo com base no Objetivo 1 proposto anteriormente:



- Desenvolver novos produtos turísticos que possam atrair um público diversificado, como turismo rural e turismo de aventura.
- Estabelecer parcerias com empresas de turismo ecológico em outros estados e países para promover MS como destino de ecoturismo.
- Promover eventos e festivais culturais para atrair turistas interessados em conhecer a cultura local e a gastronomia regional.

**4. Identificação de recursos:** para implementar as medidas estratégicas, é preciso identificar os recursos necessários, como recursos financeiros, humanos e tecnológicos. É importante definir a fonte desses recursos e estabelecer um plano de captação e gestão.

O Ministério do Turismo criou o [Portal de Investimentos](#) para facilitar a atração e captação de investimentos para o setor de turismo brasileiro. O portal oferece um portfólio digital de projetos e um marketplace para conectar investidores, empreendedores e poder público. O objetivo é promover investimentos competitivos, transparentes e sustentáveis no setor.



**5. Definição de responsabilidades e prazos:** é importante também definir claramente quem será responsável por cada medida estratégica e estabelecer prazos para sua implementação. Isso garantirá que todas as ações sejam realizadas de forma coordenada e eficiente.

- 6. Monitoramento e avaliação:** monitorar e avaliar constantemente o progresso do plano de ação ajuda a garantir que os objetivos estão sendo alcançados e permite ajustar as medidas estratégicas se necessário. Isso também permitirá a identificação de oportunidades de melhoria e correção de possíveis desvios.

## MARKETING E PROMOÇÃO: ATRAINDO OS TURISTAS

Para o destino de ecoturismo ser bem-sucedido, são necessárias abordagens estratégicas em termos de marketing e promoção. Nesse sentido, algumas das principais estratégias a serem consideradas incluem:

- **DEFINIR A MELHOR ESTRATÉGIA DE MARKETING:** o primeiro passo é ter uma estratégia de marketing clara, que inclui o uso de técnicas de SEO em meios digitais, um site informativo, conteúdo educativo e redes sociais para atrair o público certo.

O que torna o destino de ecoturismo onde sua empresa está único? Talvez haja uma trilha de caminhada deslumbrante, uma espécie de vida selvagem única ou um rio ideal para a prática de esportes aquáticos. Certifique-se de destacar essas ofertas únicas em seus materiais de marketing para atrair mais visitantes.

De acordo com a pesquisa [Narrativa Travel 2022](#), realizada pela Meta (do Facebook e WhatsApp), antes de viajar as pessoas costumam pesquisar a respeito de seu destino: 63% fazem em sites de viagens especializados (Booking, Decolar etc.); 54% pesquisam em ferramentas de buscas (Google); 40% perguntam aos amigos e familiares e 34% acessam páginas e blogs especializados.

- **PROMOVER O TURISMO DE FORMA RESPONSÁVEL E ÉTICA:** o marketing e a promoção devem ser realizados de forma responsável e ética, garantindo o desenvolvimento sustentável e minimizando o impacto ambiental. Além disso, é importante envolver a comunidade para garantir benefícios econômicos locais.

Trabalhe em parceria com empresas locais, como hotéis, restaurantes, lojas de souvenirs e agentes de viagem autônomos, para promover o destino. Além de desenvolver a economia local, essas empresas podem incluir informações sobre as atividades e atrações do destino em seus sites ou em materiais impressos.

- **IDENTIFICAR O PÚBLICO-ALVO E ADAPTAR A COMUNICAÇÃO:** identificar o público-alvo é fundamental para a promoção efetiva de um destino de ecoturismo. A comunicação deve ser adaptada às características do público, destacando as atividades que mais agradam, como trilhas para os aventureiros e atividades adequadas para famílias com crianças.



As mídias sociais são uma maneira eficaz de promover destinos de ecoturismo para públicos específicos, pois as plataformas conseguem segmentar de acordo com o perfil dos usuários. Crie uma página no Facebook, Instagram, YouTube, TikTok ou Twitter para compartilhar fotos, vídeos e informações sobre o destino. Certifique-se ainda de interagir com os seguidores e responder a quaisquer perguntas ou comentários.

A pesquisa [Narrativa Travel 2022](#) também revelou que 85% dos viajantes consideraram o Instagram a melhor plataforma com influenciadores digitais que os inspiram; 72% já sentiram vontade de viajar para o mesmo destino de um influenciador; 70% já desejaram se hospedar no mesmo local mostrado e 51% já descobriram um destino depois de mostrado por um influenciador.



#### DICA DE ESTUDOS

O Polo Sebrae de Ecoturismo tem materiais que podem ajudar você a entender como trabalhar o marketing do seu negócio de ecoturismo. Confira os relatórios de inteligência [Dicas para se destacar no mercado competitivo de ecoturismo](#) e [Influenciadores digitais no ecoturismo](#), assim como a pesquisa [O marketing do ecoturismo](#) feita por meio das redes sociais.

## SUSTENTABILIDADE E CONSERVAÇÃO: CUIDADOS PARA PRESERVAR O DESTINO

Por fim, para o destino de ecoturismo ser bem-sucedido, é necessário ter abordagem estratégica de sustentabilidade e conservação, promovendo práticas de sensibilização dos turistas. A seguir, estão algumas dicas:

**Preservação do meio ambiente e dos recursos naturais** - Mato Grosso do Sul é um estado com grande diversidade biológica, sendo fundamental garantir a preservação do meio ambiente e dos recursos naturais. Isso pode ser alcançado por meio da implementação de políticas ambientais rigorosas, do estabelecimento de áreas protegidas e da promoção da conscientização sobre a importância da conservação ambiental. Pensando nos negócios de turismo especificamente, esses podem reduzir seus impactos ambientais por meio do uso de tecnologias limpas, da redução do consumo de água e energia, da gestão adequada de resíduos e da promoção do turismo de base comunitária.



**Por exemplo:** um proprietário de pousada pode reduzir o consumo de água e energia, gerenciar adequadamente os resíduos, promover o turismo de base comunitária, estabelecer áreas verdes e sensibilizar os turistas sobre a importância da conservação ambiental.

**Sensibilização dos turistas** - Os turistas são uma parte fundamental da atividade turística em Mato Grosso do Sul, por isso é importante sensibilizá-los sobre a importância da conservação ambiental. Isso pode ser alcançado por meio da criação de programas de educação ambiental, da promoção de visitas a áreas protegidas e da oferta de atividades que incentivem a conexão com a natureza.



**Por exemplo:** um hotel pode sensibilizar os turistas sobre a conservação ambiental oferecendo atividades educativas durante a estadia, como passeios guiados por profissionais especializados em ecologia e meio ambiente, fornecendo informações sobre as práticas sustentáveis adotadas pelo hotel e incentivando os turistas a adotarem essas práticas em sua vida diária.

**Fortalecimento do setor público e privado** - Também é importante fortalecer a colaboração entre o setor público e o privado. Isso pode ser feito por meio de parcerias estratégicas e do incentivo a investimentos em projetos sustentáveis.



**Por exemplo:** os empreendimentos na região turística podem fortalecer a colaboração entre o setor público e o privado por meio do trabalho em conjunto com outras empresas para criar pacotes que explorem diferentes atrativos naturais e culturais. Além disso, eles podem participar de associações ou cooperativas que reúnam outros empresários para contribuir com ideias e projetos sustentáveis.

**Valorização da cultura local** - A cultura de Mato Grosso do Sul é rica e diversa e sua valorização é fundamental para o sucesso do ecoturismo. Isso pode ser alcançado por meio da oferta de atividades que promovam a cultura e a gastronomia local e do apoio a projetos culturais.



**Por exemplo:** as pousadas podem oferecer experiências que envolvam a cultura regional, como visitas a locais históricos e arqueológicos, além de apoiar projetos de artistas locais. Também podem incentivar os turistas a experimentarem a gastronomia da região, oferecendo pratos típicos no estabelecimento ou indicando restaurantes que os sirvam.

## FONTES CONSULTADAS

Bruno Wendling. [Como desenvolver um destino de Ecoturismo Responsável](#). Lugares. 2021. [Ecoturismo: O Que é, Práticas e Melhores Destinos do Brasil](#). Freeway Viagens. 2021. [Planejamento turístico](#). Ecodidática. 2021. Irineu Júnior. [Conheça o marketing aplicado ao turismo e aprenda como usá-lo!](#) Paytour. 2022. [Planos de Turismo](#). Turismo 360 Consultoria. 2022.



Gerente em Substituição da Unidade de Gestão Estratégica e Comunicação:  
Janister Adriana da Costa Seixas de Mello  
Responsável Técnico do Sebrae: Paulo Maciel de Lima Junior  
Analista Responsável pelo Polo de Ecoturismo: Telcio Prieto Barboza  
Período da Pesquisa: 17 e 18 de abril de 2023  
<https://ecoturismo.ms.sebrae.com.br/>

