

MARKETING TURÍSTICO: EXPECTATIVAS E PERCEPÇÕES DOS TURISTAS NO PARQUE ECOLÓGICO DE GUARAMIRANGA

Ricardo Cesar de Oliveira Borges
Gilglay Ávila Moraes

Resumo

O presente trabalho objetiva a identificação das expectativas e percepções dos turistas em relação aos produtos turísticos ofertados no Parque Ecológico de Guaramiranga, coerentes com a Área de Proteção Ambiental, a luz do conceito de turismo sustentável. A metodologia utilizada foi composta de pesquisa exploratória, documental, telematizada, bibliográfica e entrevistas de profundidade, a fim de construir o embasamento sobre o qual serão tecidas as considerações a respeito do objeto estudado. A pesquisa utilizou-se do método descritivo, com a formulação de hipóteses, as quais foram colocadas à prova mediante aplicação de questionários. Após análise dos resultados, ficou comprovado que os turistas esperam encontrar produtos turísticos coerentes com a realidade da área de proteção ambiental e demonstram atitudes positivas em relação ao conceito de turismo sustentável. Quanto à oferta de produtos turísticos, esta se mostrou incoerente, pois estes produtos carecem de concepção apoiada nos princípios do turismo sustentável, priorizando a lucratividade em lugar de adequar os benefícios à necessidade de proteção ambiental. Ficou evidenciado, também, que o ecoturismo, vocação natural da região, tem sido pouco explorado – menos de 25% dos visitantes apontam o ecoturismo como motivação principal da viagem. Isto constitui uma oportunidade a ser explorada, devendo a Prefeitura, juntamente com os agentes turísticos da região, associar este produto ao nome da cidade para difundir o ecoturismo lá existente.

Palavras-chave: marketing turístico, turismo sustentável, expectativas e percepções de turistas.

Abstract

This paper tries to identify expectations and perceptions of tourists in relation to touristic products marketed at Guaramiranga Ecologic Park in line with environmental protection, on the basis of sustainable tourism concept. The research methodology employs an exploratory method by using sequential steps, such as official document analysis, online data, bibliography and in depth interview, in order to create a theoretical basis as a background to make sound conclusions about the subject now analysed. In addition to this, this study employs a descriptive method by presenting research hypotheses to be further verified through questionnaires administered to tourists. On the basis of the results, it is possible to conclude that tourists expect to find out touristic products in line with the reality of sustainable environment area, with positive attitudes towards sustainable tourism concept. Taking into account the touristic products offer, it is incoherent mainly because such touristic products are not based on sustainable tourism concept, rather, they give priority to profit rather than to adequate their benefits to the needs of environment protection. Also, the results show the ecotourism, a natural regional vocation business, has been little explored, to say the least, because only a small percentage, 25%, indicate that ecotourism is the main reason to travel. Finally, the results are an opportunity to be explored by travel agents, with support of local city authorities, together with the support of regional travel agents, by associating these tourist products to the name of each town as a viable way to promote the existing regional ecotourism.

Key-words: touristic marketing, sustainable tourism concept, expectations and perceptions of tourists.

SUMÁRIO: 1. Introdução. 2. Turismo. 2.1 Turismo sustentável. 2.2 Área de Proteção Ambiental (APA). 3. Metodologia. 4. Análise dos resultados da pesquisa de campo. 5. Considerações Finais.

1 Introdução

Menor município do Ceará, Guaramiranga esbanja beleza e boa acolhida. Localizada no Maciço de Baturité, a cidade possui temperaturas tipicamente serranas, entre 15° e 23° C e uma faixa de Mata Atlântica com palmeiras imperiais, bromélias e bambus, transformada em área de proteção ambiental. No Pico Alto, o segundo ponto mais elevado do Ceará (1.114 m), a temperatura oscila entre 12° e 15° C. De lá é possível ter uma ampla visão do sertão. Entre as atrações de Guaramiranga, que na língua indígena quer dizer “pássaro vermelho”, estão a nascente do Rio Pacoti e a Gruta da Natividade. A cidade possui ótimas pousadas e hotéis, que ficam cheios durante o Carnaval e em setembro, quando são realizados, respectivamente, o Festival de Jazz/Blues e o Festival Nordestino de Teatro Amador. Para os comilões, Guaramiranga oferece doces, geléias e licores, produzidos localmente.

Com estas características, Guaramiranga tem se tornado um destino turístico cada vez mais procurado. Contudo, deve-se analisar o perfil do turismo que está sendo desenvolvido e quais as ações que demonstram preocupação com a preservação dos recursos naturais que são tão valorizados.

Neste contexto, esta pesquisa expõe uma análise do turismo desenvolvido no Parque Ecológico de Guaramiranga e sua coerência com a Área de Proteção Ambiental (APA) na qual se constitui, abordando questões relacionadas ao conceito de desenvolvimento sustentável, que sugere a exploração racional dos recursos de forma que estejam disponíveis para as gerações futuras, sob a ótica do cliente: o turista. Assim, a questão principal que norteou este estudo foi: Quais as expectativas e percepções dos turistas quanto aos produtos turísticos oferecidos no Parque Ecológico de Guaramiranga, coerentes com a realidade de proteção ambiental e desenvolvimento sustentável?

O turismo é uma atividade cujo histórico remete a um passado distante. Contudo, seus objetivos nem sempre contemplam a preservação dos locais visitados. Trata-se de uma atividade comercial e sob esta perspectiva tem sido desenvolvida. Desse modo, faz-se necessário que haja uma atenção especial no sentido de planejar a

exploração turística para que ela venha a gerar desenvolvimento econômico de forma responsável e preservando o meio ambiente e suas belezas para as gerações futuras.

Assim, este trabalho de pesquisa tem como objetivo geral identificar as expectativas e percepções dos turistas em relação aos produtos turísticos oferecidos no Parque Ecológico de Guaramiranga, sob a ótica do consumidor e à luz do conceito de turismo sustentável. Com isto, é possível perceber a demanda por produtos turísticos coerentes com a realidade da área de proteção ambiental, o nível de consciência dos visitantes em relação a estes produtos e o estágio em que se encontra a oferta atual destes produtos.

Para alcançar o objetivo principal deste trabalho, foram traçados os seguintes objetivos intermediários:

- Levantar as expectativas dos turistas em relação aos produtos turísticos coerentes com a área de proteção ambiental.
- Identificar os produtos turísticos comercializados no Parque Ecológico de Guaramiranga.
- Verificar o nível de satisfação dos turistas em relação aos produtos turísticos comercializados.

O turismo sustentável é um conceito relativamente novo, ainda deixado de lado quando se fala de planejamento da atividade turística, o que provoca o seu desenvolvimento visando, principalmente, os resultados econômicos em curto prazo, não contemplando a preocupação com uso futuro dos recursos explorados.

Acredita-se que esta falta de conhecimento está presente entre aqueles que exploram, bem com daqueles que fazem usufruto dos produtos turísticos ofertados no Parque Ecológico de Guaramiranga. Assim, este estudo parte do pressuposto de que os turistas que visitam o Parque Ecológico de Guaramiranga não são conscientes do conceito de turismo sustentável e do que significa uma área de proteção ambiental. Além disso, defende-se a idéia de que a oferta de produtos turísticos no Parque é incoerente com a realidade da área de proteção ambiental.

Muitas são as faces pelas quais a atividade turística pode ser observada. No entanto, faz-se necessário que se tenha um foco determinado do que deve ser estudado, para que a pesquisa não se perca em devaneios ou no excesso de idéias e pobreza de conclusões.

No presente estudo, serão analisados os produtos turísticos à luz do conceito de turismo sustentável e sob a ótica do consumidor, ou seja, pretende-se identificar as expectativas e percepções dos turistas, bem como seu nível de satisfação em relação aos produtos turísticos ofertados no Parque Ecológico de Guaramiranga.

Não há pretensão, no entanto, de aprofundar-se na enumeração das expectativas e percepções dos turistas em relação a produtos que não estejam relacionados com a área de proteção ambiental. Este tema poderá nortear, talvez, um estudo que busque avaliar o turismo nesta região sob uma ótica econômica, por exemplo.

Como já foi mencionada, a atividade turística tem sido desenvolvida voltada prioritariamente para incrementar as relações de base econômica da região explorada, fato este decorrente do modelo econômico no qual se vive. Esta visão de desenvolvimento não dá o devido valor a sua responsabilidade social e à preservação da natureza.

Através desta pesquisa, poderá ser proposta uma nova forma de planejamento que vislumbre o desenvolvimento do turismo no Parque Ecológico de Guaramiranga em conjunto com a preservação da natureza, sendo aquele instrumento desta. Isto torna relevante a disseminação do conceito de turismo sustentável bem como da importância da Área de Proteção Ambiental (APA) para a preservação da qualidade de vida da comunidade.

É importante diagnosticar quais são as expectativas e percepções dos turistas em relação aos produtos turísticos coerentes com a APA, que servirá como instrumento de decisão, para que se possa focalizar a exploração turística, tornando-a mais rentável e contribuindo para a própria preservação do Parque. Além disso, este diagnóstico poderá proporcionar estratégias que posicionem a cidade de Guaramiranga como um destino turístico voltado essencialmente ao turismo ecológico, atraindo turistas conscientes do seu papel na preservação do meio ambiente.

2 Turismo

A atividade turística tem se intensificado bastante após a segunda guerra, impulsionada, principalmente, pelo desenvolvimento econômico e dos transportes, o que tem tornado esta prática acessível a um público cada vez maior. A “indústria sem chaminés”, como também é conhecida, alcança doze por cento do PIB de alguns países, e já conta com a

atenção dos governantes do Brasil, que pretendem investir nesta indústria como um dos instrumentos de desenvolvimento econômico do país.

Contudo, esta atividade é vista, prioritariamente, pelo retorno financeiro que é capaz de gerar, carecendo de uma preocupação com a preservação dos recursos objetos de exploração, como fauna, flora, cultura etc. Com isso, é possível constatar a descaracterização de áreas destinadas à exploração turística, pela saturação, de modo que estas áreas perdem as características primeiras que estimularam a visitação, ocorrendo o conseqüente abandono deste destino pelos agentes que definem as rotas turísticas.

2.1 Turismo sustentável

Na década de 90, um novo conceito surge com o objetivo de tornar racional a exploração turística, transformando-a de agente de degradação em instrumento de preservação dos recursos explorados: turismo sustentável. O turismo sustentável estimula a compreensão dos impactos do turismo sobre os ambientes natural, cultural e humano e assegura uma distribuição equilibrada de benefícios e custos. Além disso, procura democratizar a tomada de decisões em todos os segmentos da sociedade, incluindo as povoações locais, de modo a que os usuários do turismo e de outros recursos possam co-habitar. Inclui a planificação e demarcação de áreas que assegurem um desenvolvimento apropriado do turismo face à capacidade de regeneração do ecossistema.

Ruschmann (2002, p. 144) apresenta a definição de turismo sustentável da World Commission of Environment and Development, que o considera como “o desenvolvimento que atende às necessidades do presente, sem comprometer as necessidades das gerações futuras”. E segue apresentando as características de desenvolvimento desta atividade:

- respeito ao meio ambiente natural – o turismo pode pôr em risco ou agredir irreversivelmente as regiões nas quais se desenvolve;
- harmonia entre a cultura e os espaços sociais da comunidade receptora sem agredi-la ou transformá-la;
- distribuição eqüitativa dos benefícios do turismo entre a comunidade receptora, os turistas e os empresários do setor;
- um turista mais responsável e atencioso, receptivo às questões da conservação ambiental, sensível às interações com as comunidades receptoras, educado

para ser menos consumista e com uma postura orientada para o entendimento e compreensão dos povos e locais visitados.

2.2 Área de Proteção Ambiental (APA)

O crescente interesse por temas ligados ao meio ambiente e a conservação da natureza, objeto de preocupação desde o século passado, repercute no incremento dos fluxos de demanda de turistas a áreas protegidas, originando a necessidade de criar normas reguladoras que interfiram de forma adequada na visitação de turistas nestas áreas. A fragilidade dos cenários naturais, onde o turismo é realizado, sugere o máximo de cuidado no planejamento da oferta. De fato, a declaração das áreas protegidas traduz uma resposta institucional às demandas sociais, mais do que uma decisão planejada de conservação.

A declaração de área de proteção ambiental é uma designação de usos territoriais através da qual se busca o desenvolvimento sócio-econômico de uma zona que habitualmente recebe pouca atenção, envolvendo a conservação de seus valores ecológicos e culturais.

Dessa forma, tem sido possível a conservação de alguns recursos naturais que tornaram-se objeto de uma crescente demanda turística, como paisagens de grande beleza e qualidade, de fauna silvestre, de bosques e de muitos outros recursos que fazem parte, hoje, da indústria do turismo.

3 Metodologia

A metodologia utilizada, neste trabalho de pesquisa, segundo as taxionomias apresentadas por Vergara (1990), pode ser exposta sob dois aspectos: quanto aos fins e quanto aos meios. Quanto aos fins, o estudo foi desenvolvido em duas fases:

- 1ª fase: pesquisa exploratória com o objetivo de compor o embasamento teórico a cerca do assunto abordado, que servirá como pano de fundo para as análises posteriores.
- 2ª fase: pesquisa descritiva, para a qual foram formuladas as hipóteses, que foram testadas produzindo as conclusões diante do estudo elaborado.

Quanto aos meios, a pesquisa utilizou-se dos seguintes métodos:

- Pesquisa telematizada;
- Pesquisa documental;

- Pesquisa bibliográfica;
- Pesquisa de campo;

Em sua fase exploratória, o estudo foi desenvolvido através de pesquisa telematizada junto a órgãos públicos, como a secretaria de turismo, para se obter dados preliminares do fluxo de turistas na área pesquisada, os quais estão expostos na tabela 1.

Tabela 1: Fluxo de turistas em Guaramiranga no período de 2005 a 2007.

Ano	Turistas	Permanência (dias)
2005	9.532	2,5
2006	4.680	4,1
2007	15.342	2,8

Fonte: Secretaria de Turismo (2007).

A pesquisa de campo ou pesquisa qualitativa, através de entrevistas de profundidade, demonstrou as percepções, ainda que superficialmente, captadas pelos profissionais que atuam no exercício da atividade turística.

Diante destas entrevistas, pode-se observar que a atividade turística desenvolvida na Área de Proteção de Ambiental do Município de Guaramiranga pode ser considerada “incipiente”, ou seja, está em sua fase inicial. Nos últimos anos, foi verificado um crescimento considerável, decorrente do surgimento de empreendimentos oriundos de iniciativas públicas e privadas, que vêm buscando oferecer produtos coerentes com os conceitos de “proteção ambiental” e “turismo sustentável”, de acordo com as informações levantadas.

Em visita realizada em dezembro de 2007, na Secretaria da Cultura e Turismo do Município de Guaramiranga, foi visto que na respectiva região são trabalhados diferentes “tipos de turismo”, como o Natural, que representa cerca de sessenta por cento da demanda, assim como o Turismo Cultural, Religioso, Científico, entre outros segmentos que representam a parcela restante do fluxo.

Por fim, esta fase exploratória teve, na pesquisa bibliografia, o embasamento teórico sob o qual serão demarcadas e respondidas as questões propostas na primeira parte deste relatório.

Na segunda fase (pesquisa descritiva), houve a pesquisa de campo junto ao público consumidor dos produtos turísticos, com a elaboração e aplicação de questionários. Trata-se de uma pesquisa quantitativa, com a tabulação dos dados coletados para a formulação de BORGES, Ricardo César de Oliveira; MORAES, Gilglay Ávila. Marketing Turístico: expectativas e percepções dos turistas no Parque Ecológico de Guaramiranga. **Faculdades Cearenses em Revista**, Fortaleza, v.1, n.1, p. 22-35, jul./dez. 2009.

inferências e conclusões a partir do cruzamento destes. Esta pesquisa foi realizada entre os meses de junho a dezembro de 2007, mediante aplicação de questionário elaborado com base em pesquisa semelhante realizada no Parque Nacional de Ubajara, pela estudante de Mestrado em Administração Lorena Sena.

4 Análise dos resultados da pesquisa de campo

O instrumento de coleta de dados utilizado, como foi descrito no item anterior, foi um questionário constituído de 17 questões que estão relacionadas abaixo seguidas das análises diante das respostas obtidas.

A primeira questão indagou os turistas a respeito das orientações disponíveis sobre os cuidados que se deve ter com o ambiente para que se conserve a APA. As expectativas quanto a este item se mostraram alta, com o nível médio de 3,17 na escala apresentada, porém com grande dispersão nos níveis respondidos. Contudo, houve uma concentração considerável entre os níveis 4 e 5, que somaram 52% das respostas obtidas. Quanto ao que foi percebido pelos turistas sobre este item, os resultados mostraram que as orientações aos turistas são disponibilizadas de forma insatisfatória, com uma média de 1,89 no nível de percepção pelos turistas, e com 72% das respostas concentradas entre os níveis 0 e 2 da escala.

A segunda questão também se relaciona com informações sobre a APA de Guaramiranga, porém abordando aspectos da sua história, fauna, flora, serviços ofertados etc. As expectativas e percepções observadas nesta questão apresentaram resultados semelhantes à questão anterior, com média no nível de expectativa alcançando 3,20, considerada expectativa média alta, e percepção no nível de 1,90.

A terceira questão refere-se às ações desenvolvidas pela Prefeitura da cidade para proteger o ambiente (saneamento, reciclagem, limpeza urbana etc.). A expectativa dos turistas em relação a este item mostrou-se alta, com 72% dos entrevistados apontando entre os níveis 4 e 5 da escala e nível médio de alcançando 3,72, apesar da alta dispersão das respostas. Quanto às percepções, demonstraram que as ações desenvolvidas pela Prefeitura são inadequadas. Os turistas apontaram nível de percepção média na ordem de 2,24, com 83% dos entrevistados entre os níveis 1 e 3 da escala, sendo 42% apenas no nível 2.

A quarta questão aborda a situação das instalações físicas dentro da APA, ou seja, na própria área verde da cidade. Os turistas demonstraram alta expectativa em relação a este

BORGES, Ricardo César de Oliveira; MORAES, Gilglay Ávila. Marketing Turístico: expectativas e percepções dos turistas no Parque Ecológico de Guaramiranga. **Faculdades Cearenses em Revista**, Fortaleza, v.1, n.1, p. 22-35, jul./dez. 2009.

aspecto, com 59% das respostas entre os níveis 4 e 5, verificando-se o nível médio de expectativa em 3,41, também com alta dispersão. O nível das percepções, com média em 2,91 e 63% das respostas entre os níveis 3 e 4 da escala, demonstram que a situação das instalações físicas está próxima ao que é considerado adequado pelos turistas. No contato com a natureza, os indivíduos procuram, em geral, ambientes rústicos que os proporcionem uma idéia de interação, apenas com um nível de conforto básico.

O assunto abordado na quinta pergunta refere-se à experiência de convívio com a natureza intacta de uma área protegida. Verificou-se uma alta expectativa dos turistas sobre este aspecto, com um nível médio de 3,67 e 64% dos entrevistados apontando entre os níveis 4 e 5 da escala. Isso é natural para visitantes que se deslocam até um Parque Ecológico. No entanto, esta experiência não é planejada de forma adequada, é o que demonstra o nível médio obtido na pesquisa (2,79), com 68% das respostas situadas entre os níveis 2 e 3. Há que se ter um pouco mais de cuidado em relação a este ponto, pois falta pouco para satisfazer adequadamente os desejos dos clientes.

Quanto à realização de passeios (visitação às cachoeiras, trilhas, piquenique, caminhadas) que não agredam a natureza da área e respeitando regras da APA, assunto abordado na sexta questão, os turistas demonstraram uma expectativa muito alta, com um nível médio observado de 4,10 e 78% das respostas concentradas entre os níveis 4 e 5 da escala. Já o nível de percepção médio observado foi de 3,14 e 66% das respostas concentradas entre os níveis 3 e 4. Isto demonstra que existem atividades ligadas ao ecoturismo desenvolvidas pelos agentes que atuam na área, porém não estão satisfazendo plenamente às necessidades e os desejos dos turistas.

Através da sétima pergunta, que abordou o controle do número de turistas que visitam a APA a fim de não agredir a natureza, diagnosticou-se que os turistas possuem uma expectativa muito diversificada sobre este assunto e com um nível médio 2,34, sendo o item do qual eles apresentam o menor interesse. Observou-se que 29% dos entrevistados não têm nenhuma expectativa em relação a este assunto, enquanto 26% apresentam expectativa máxima sobre ele. Esta dispersão impede a tomada de um posicionamento firme e conclusivo sobre este aspecto. Quanto às percepções, estas se mostraram mais consistentes. O nível médio de percepção foi de 1,12, com 73% das respostas concentradas entre os níveis 0 e 1 da escala. De fato, não há o interesse pelos agentes de turismo da região em limitar o acesso de pessoas na APA, ao contrário, o esforço acontece no sentido de fazer crescer o fluxo.

Quando foi perguntado sobre o transporte utilizado para chegar a Guaramiranga, item constante na oitava questão constatou-se um nível de percepção acima da expectativa dos turistas, com níveis médios de 3,57 e 3,43 respectivamente. As respostas tiveram uma concentração entre os níveis 4 e 5 em 61% dos questionários para as expectativas e 62% dos questionários para as percepções. Isto demonstra que existe uma demanda por transportes para se chegar até a cidade e que eles são adequados. Contudo, há que se verificar que grande parte dos visitantes utiliza condução própria, seja individual ou coletiva fretada, não utilizando os serviços de transporte de massa.

Com relação às condições das estradas que levam a Guaramiranga e segurança na própria cidade, pode-se constatar que existe uma alta expectativa (nível 4,11 em média), com 76% das respostas concentradas entre os níveis 4 e 5 da escala, enquanto que o nível médio de percepção observado foi de 3,58. Isto demonstra que os turistas consideram as estradas passíveis de melhora, situação que deve estar relacionada com o período de chuvas, o que contribui para o excessivo desgaste das mesmas. Além disso, trata-se de uma região serrana, onde é comum a ocorrência de estradas com curvas sinuosas que tornam o tráfego arriscado. A falta de sinalização dentro da própria cidade é outro fator relevante, que causa dificuldades e insegurança no trânsito, exigindo atenção dobrada e paciência dos motoristas.

A décima questão trata da disponibilidade de estacionamentos dentro da cidade. A expectativa quanto a este ponto mostrou-se alta, o que é natural, apresentando um nível médio de 3,50 na escala, com 81% das respostas concentradas entre os níveis 3 e 5. Contudo, os turistas não encontram satisfação quanto a este item, é o que se demonstra nas respostas obtidas que alcançaram um nível médio de 2,45, com 64% das respostas concentradas entre os níveis 2 e 3. Isto é resultado da falta estrutura da cidade para receber um fluxo intenso de turistas, devendo-se dimensionar este volume incentivando a dispersão deste fluxo ao longo do ano.

Quanto à oferta de produtos artesanais típicos do local, assunto que trata a décima primeira questão, a expectativa dos turistas mostrou-se alta, atingindo um nível médio de 3,95 e 78% das respostas se concentrando entre os níveis 4 e 5. Estes produtos podem ser encontrados, porém de forma inadequada, como mostra o nível de percepção observado, que atingiu um nível médio de 3,27, com 71% das respostas entre os níveis 3 e 4 da escala. Este tipo de atividade demonstra ser incipiente, devendo ser melhor explorada, uma vez que gera a criação de trabalhos diretos, contribuindo para a circulação de dinheiro na comunidade.

Apenas uma tímida feirinha pode ser encontrada vendendo artigos típicos do local, localizada em frente ao Teatro Rachel de Queiroz. É pouco divulgada, além de ser exploradas por pessoas despreparadas para o relacionamento com os turistas.

A décima segunda questão aborda a qualidade dos serviços de alimentação oferecidos em Guaramiranga. A expectativa dos turistas em relação a este item também é alta, com um nível médio alcançando 3,91 e 73% das respostas concentradas entre os níveis 4 e 5. Esta expectativa é atendida plenamente, constituindo o item em que a avaliação apresentou melhor desempenho. O nível médio de percepção alcançado foi de 4,09, com 79% das respostas concentradas entre os níveis 4 e 5. De fato, é possível encontrar em Guaramiranga uma cozinha diversificada, incluindo elementos da cozinha internacional, como no Hofbrauhaus (comida alemã) e na Taberna Portuguesa, além de lugares cuja vista torna ainda mais encantadora a hora da refeição.

Mais alta do que a expectativa pela qualidade dos serviços de alimentação, mostrou-se a expectativa quanto à oferta de comidas típicas da região serrana, item abordado na décima terceira questão. Este item alcançou um nível médio de expectativa de 3,98, com 77% dos entrevistados apontando entre os níveis 4 e 5 da escala. Contudo, o nível de expectativa médio ficou em 3,09, com 70% das respostas indicando entre os níveis 3 e 4. Apesar de oferecer excelente diversidade na cozinha ofertada, nem sempre se trata de produto típicos ou coerentes com a região. Isto pode ser um ponto negativo sob a ótica daqueles turistas que buscam conviver profundamente com os costumes do local visitado, devendo ser levado em conta para uma melhor adequação do serviço ofertado, apesar de ser um item considerado acessório no composto do produto turístico.

A décima quarta questão trata da oferta de produtos naturais e de jardinagem (plantas ornamentais e medicinais). Guaramiranga é conhecida pela diversidade da flora ali presente, o que ocasiona, naturalmente, alta expectativa nos turistas quanto à oferta deste item, sendo verificado nas respostas obtidas que alcançaram um nível médio de 3,79 e 70 % das respostas concentradas nos níveis 4 e 5 da escala. Esta expectativa também não é atendida adequadamente, como demonstra o nível médio aferido nos questionários na ordem de 3,21, com 66% das respostas concentradas entre os níveis 3 e 4. Este é um produto que também deve ser melhor explorado, podendo gerar divisas para a comunidade local, no momento em que estiver atendendo plenamente ao que esperam os turistas.

Quanto aos preços dos serviços, item abordado na décima quinta questão, os turistas demonstraram alta expectativa, com nível médio alcançado de 3,68 e 66% das respostas concentradas entre os níveis 4 e 5 da escala. Esta expectativa não é contemplada na prática, caracterizando preços acima daquilo que é esperado pelo turista, como pode ser visto nas respostas obtidas, que apontaram um nível de percepção médio de 3,00, com 63% das respostas concentradas entre os níveis 3 e 4. A precificação dos serviços é uma problemática constante no setor turístico, pois ela deve levar em consideração a ociosidade dos equipamentos receptivos devido à sazonalidade da atividade turística. Este não é compreendido pelos turistas que, em geral, esperam despende o mínimo possível na hora de gastar.

A estrutura para a prática de esportes (rapel, caminhadas, trilhas, rally), contemplada na décima sexta questão, também constitui um item que provoca alta expectativa por parte dos turistas, alcançando um nível médio de 3,62 e 65% das respostas concentradas entre os níveis 4 e 5 da escala. Estas atividades podem ser encontradas em Guaramiranga, sob a supervisão da própria Prefeitura, da empresa Kalango's, bem como serviços ofertados por empreendimentos menores. Contudo, elas não atendem a demanda de forma adequada, fazendo com que os turistas não as desfrutem como desejado. Isto é o que mostra os resultados observados, nos quais o nível de percepção média alcançou 3,08, com 60% das respostas concentradas entre os níveis 3 e 4 da escala. A prática de esportes relacionada ao ecoturismo constitui um dos principais itens a serem explorados em regiões como a de Guaramiranga, podendo contribuir fortemente para a geração de emprego e renda. Assim, merece atenção especial, diante da demanda inadequadamente explorada, para que gere melhores resultados, atendendo as expectativas dos turistas.

Por fim, foi lançado um questionamento aos entrevistados quanto ao motivo principal que os levou a Guaramiranga. Foi observado que o principal motivo que os levam a esta cidade é usufruir o clima lá encontrado, com 47% das respostas obtidas. Em segundo lugar aparece o item experimentar uma vida diferente, escolhido por 21% dos entrevistados. Com 13%, o desejo de praticar esportes de aventura, seguido do desejo de interagir com a natureza, que aparece em 11% das respostas. Visitar parentes e amigos, realizar negócios e realizar pesquisas/estudos foram as respostas que menos apareceram, com 4%, 2% e 2% respectivamente. Diante disto, observa-se que o ecoturismo está sendo explorado de forma incipiente nesta região, o que constitui uma oportunidade de desenvolvimento local.

Verificou-se que os turistas buscam em Guaramiranga um local com clima agradável, onde é possível descansar, fugindo do stress da vida cotidiana. Estes turistas são o foco do trabalho realizado pelos agentes do local no sentido promover o ecoturismo da região, já que são poucos os que chegam a Guaramiranga já com a intenção de praticar esportes de aventura ou desfrutar de programas alternativos de convívio com a natureza.

5 Considerações Finais

A presente investigação foi norteada pelo objetivo de identificar as expectativas e percepções dos turistas em relação aos produtos turísticos comercializados no Parque Ecológico de Guaramiranga, coerentes com a realidade da área de proteção ambiental e com o conceito de turismo sustentável, conforme está mencionado nos elementos pré-textuais, partindo do pressuposto de que os turistas que visitam o Parque Ecológico de Guaramiranga não são conscientes do conceito de turismo sustentável e do que significa uma área de proteção ambiental. Além disso, acreditava-se que a oferta de produtos turísticos no Parque se mostrava incoerente com a realidade da área de proteção ambiental.

Este objetivo principal foi alcançado, através da identificação dos produtos turísticos comercializados nesta área, os quais foram relacionados em um questionário aplicando-o aos turistas para que apontassem suas expectativas de encontrar cada item, bem como seu nível de satisfação diante do encontrado.

Quanto ao nível de conscientização dos turistas que lá visitam em relação à área de proteção ambiental, o estudo mostrou que afirmação inicial estava equivocada, pois, diante das expectativas dos turistas, a preocupação com a preservação do meio ambiente foi item constante nas observações realizadas. Isto pode ser comprovado pelas respostas que eles forneceram sobre assuntos como informações sobre a APA, cuidados que se deve ter com o meio-ambiente e ações da Prefeitura voltadas à proteção ambiental.

O alto nível de expectativa observado indica que o turista que busca esse destino turístico não está preocupado apenas com a sua diversão, mas também com outros fatores relacionados ao conceito de turismo sustentável. Esta atitude não parece ser uma atitude totalmente consciente, isto é, nem sempre os turistas sabem que a forma como se comportam durante a visita a APA está coerente com o conceito de turismo sustentável – talvez nunca o

tenham ouvido sobre ele ou, se ouvirem, talvez não saibam exatamente o que significa -, mas conseguem discernir sobre os efeitos positivos e negativos da sua atitude.

Apenas uma questão foi contrária, ou pode ser considerada fora dos padrões gerais observados. Esta questão abordava o controle do número de turistas que visitam a APA. Este controle é importante pela fragilidade que o caracteriza, devendo ser implementado não para restringir arbitrariamente o acesso das pessoas, mas para dimensionar a exploração turística de forma coerente com a capacidade de carga do meio. As respostas apresentadas foram bem diversas, demonstrando falta de conhecimento dos turistas em relação a este item em particular.

Este item também foi relevante para confirmação do segundo pressuposto, que apontava a incoerência dos produtos turísticos oferecido com a realidade da área de proteção ambiental.

De modo geral foi possível observar que atividade turística é desenvolvida em Guaramiranga motivada pelo desejo constante de aumentar a lucratividade dos equipamentos turísticos. Isto é importante para melhorar a qualidade de vida da comunidade, através da maior circulação financeira que isto promove. No entanto, os benefícios em curto prazo devem estar conscientes da garantia que esta exploração deve oferecer para que os recursos estejam disponíveis para prover benefícios também às gerações futuras, observando-se os princípios do desenvolvimento sustentável no direcionamento dos planos de desenvolvimento local. O fluxo de turistas deve contribuir para o desenvolvimento econômico da coletividade, sendo instrumento de preservação ambiental.

Referências

- ANDRADE, José Vicente. **Turismo – Fundamentos e Conceitos**. 5ª ed. São Paulo: Editora Ática, 1998.
- DE LA TORRE, Oscar. **El turismo, fenómeno social**. México. Fondo de Cultura Económica, 1992.
- MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada**. 3ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- MOTA, Keila Cristina Nicolau. **Marketing Turístico – Promovendo uma Atividade Sazonal**. São Paulo: Atlas, 2001.
- RUSCHMANN, Doris Van de Mene. **Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente**. Campinas/SP: Papirus, 1993.
- _____. **Turismo no Brasil – Análise e Tendências**. Barueri: Manole, 2002.
- VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 1997.

BORGES, Ricardo César de Oliveira; MORAES, Gilglay Ávila. Marketing Turístico: expectativas e percepções dos turistas no Parque Ecológico de Guaramiranga. **Faculdades Cearenses em Revista**, Fortaleza, v.1, n.1, p. 22-35, jul./dez. 2009.