



Necessidade de educação ambiental no turismo:

um estudo realizado na pousada gargalheiras na cidade de Acari, RN

Need for environmental education in tourism: a study performed in the inn gargalheiras in the city of Acari, RN

Necesidad de educación ambiental en el turismo: un estudio realizado en la posada gargalheiras en la ciudad de Acari, RN

Mayara Ferreira de Farias <mayarafarias23@hotmail.com>

Graduanda do Curso de Bacharelado em Turismo, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Campus de Currais Novos, RN, Brasil.

Kettrin Farias Bem Maracajá <kettrin@ufrnet.br>

Professora orientadora, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Campus de Currais Novos, RN, Brasil.

CRONOLOGIA DO PROCESSO EDITORIAL

Recebimento do artigo: 18-mar-2011

Aceite: 10-abr-2012

FORMATO PARA CITAÇÃO DESTE ARTIGO

FARIAS, M. F.; MACARAJÁ, K. F. B; Necessidade de educação ambiental no turismo: um estudo realizado na pousada gargalheiras na cidade de Acari, RN. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 12, n. 2, p.116-136, ago. 2012.

REALIZAÇÃO



APOIO INSTITUCIONAL



PATROCÍNIO



Resumo: O setor do Turismo é um dos que mais cresce em todo o mundo, podendo ser definido como o conjunto de atividades realizadas em busca do lazer, isto perante algum tipo de deslocamento para algum lugar que necessariamente não seja seu lugar de origem. Neste contexto se insere a Pousada Gargalheiras, como empreendimento turístico que proporcionará acomodação e serviços de alimentação. Nesta perspectiva, o presente trabalho apresenta a relação direta que o Turismo possui com a Educação Ambiental, através de ações sustentáveis evidenciadas por meio da aplicação de questionários com os funcionários do empreendimento. Este estudo ressalta questões sobre planejamento do turismo, importância do planejamento, hospitalidade e gastronomia no turismo, Marketing Verde e Educação Ambiental no Turismo, destacando a delimitação do que é uma pousada, as formas de prestação de serviços e sua relação direta com a Educação Ambiental e o Turismo. Os resultados da pesquisa mostram que a Pousada Gargalheiras possui Educação Ambiental aplicada em parte de suas atividades, devendo prezar mais pela utilização de ações sustentáveis como medida de atração dos turistas.

Palavras-chave: Ações Ambientais; Turismo; Pousada Gargalheiras.

Abstract: The tourism sector is one of the fastest growing worldwide, and can be defined as the set of activities in search for leisure, that before any type of travel to somewhere that is not necessarily their place of origin. Appears in this context Gargalheiras the Inn, it will provide tourist accommodation and the restaurant. In this perspective the present work shows the direct relationship that tourism has with environmental education through sustainable actions, revealed by questionnaires with employees of the enterprise located in Acari / RN, emphasizing questions about tourism planning, importance of planning, hospitality and gastronomy in tourism, environmental education and green marketing in tourism, highlighting the boundaries of what is a hostel, the forms of service delivery and its direct relationship with environmental education and tourism. The survey results, show that since the Inn Gargalheiras has applied in environmental education part of their activities, and appreciate the use of more sustainable activities as a measure to attract tourists.

Keywords: Environmental Actions; Tourism; Inn Gargalheiras.

Resumen: El sector turístico es uno de los que cresce más rápidos en todo el mundo y se puede definir como el conjunto de actividades conducentes al logro de ocio, que sea hecha en algún lugar que no es necesariamente el lugar de origen. Aparece en este contexto la posada Gargalheiras, que proporciona alojamiento turístico y servicios de alimentación. El presente trabajo muestra la relación directa entre el turismo y la Educación Ambiental a través de acciones sostenibles reveladas a través de cuestionarios a los empleados de la empresa. Este estudio habla sobre cuestiones acerca de la planificación del turismo, importancia de la planificación, turismo de la hospitalidad y la gastronomía, Green Marketing en Turismo y Educación Ambiental, destacando la delimitación de lo que es un hostel, las formas de prestación de servicios y su relación directa con la Educación Ambiental y Turismo. Los resultados de la encuesta muestran que la posada Gargalheiras actua en la Educación Ambiental pero podría aplicar medidas más sostenibles, como medio de atraer a los turistas.

Palavras clave: Acciones ambientales; Turismo; Posada Gargalheiras.

Introdução

Tendo em vista a crescente preocupação com ações voltadas ao Meio Ambiente, quanto à sua preservação e conservação, o presente Trabalho de Conclusão de Curso em Bacharelado em Turismo, intitulado “Turismo e Ações Ambientais Sustentáveis na Pousada Gargalheiras” é fruto de pesquisas relacionadas à temática, no intuito de despertar nos gestores do empreendimento, nos colaboradores e nos leitores em geral, a sensibilidade de que Ações Ambientais Sustentáveis devem ser inseridas na realidade que sustenta as diversas atividades turísticas.

O Turismo não deve ser visto apenas pela perspectiva negativa, mas, principalmente, pela positiva, ao que se refere ao despertar em empresários dos diversos receptivos de turistas novas formas de atração voltadas às Ações Sustentáveis.

No Trabalho são discutidos temas voltados à perspectiva Ambiental e seus recursos naturais aliados ao Planejamento adequado de ações, valor agregado na prestação de serviços de restauração e hospedagem com destaque para a hospitalidade e qualidade, bem como Marketing Verde e Gestão Ambiental, através da aplicação de questionários que evidenciam que a “Pousada Gargalheiras” possui, em parte de suas atividades, aplicabilidade de Ações Ambientais Sustentáveis.

Diante do exposto, o objeto de estudo do referido trabalho é pesquisar a relação do Turismo e das Ações Ambientais Sustentáveis na Pousada Gargalheiras, Acari/RN que interfiram diretamente na escolha do turista a frequentar o estabelecimento.

A questão problema do presente trabalho consiste, pois, em saber: Como são desenvolvidas Ações Ambientais Sustentáveis na Pousada Gargalheiras em relação à questão da higiene de funcionários, o reaproveitamento de alimentos e da água, bem como a preservação e conservação do ambiente, diretamente relacionados com a atração e manutenção de turistas?

Relevância e justificativa

O setor do Turismo é um dos que mais cresce em todo o mundo, podendo ser definido como o conjunto de atividades realizadas em busca de recreação e entretenimento, isto perante algum tipo de deslocamento para algum lugar que necessariamente não seja seu lugar de origem.

Dentre seus segmentos, destaca-se na região Seridó Potiguar, o Turismo de Eventos, modalidade da atividade turística que ganha, cada vez mais, espaço no cenário econômico, por sua capacidade de conseguir minimizar problemas ligados à sazonalidade, uma vez que estimulam fluxos de pessoas em períodos do ano em que a demanda normalmente é baixa. Neste contexto, se insere a “Pousada Gargalheiras”, localizada, segundo o Site Oficial da Pousada, a 201 Km da Capital Natal/RN, como empreendimento turístico que proporciona acomodação e serviços de alimentação através do seu restaurante.

Um empreendimento necessita aplicar Ações Ambientais Sustentáveis, pois elas podem possibilitar uma visão sustentável sobre o desempenho de atividades oferecidas, através de serviços de gerenciamento e de funcionários, abrangendo a percepção do cliente em relação ao ambiente e à satisfação que o empreendimento proporciona, abordando questões de demonstração de segurança, confiabilidade, facilidade de preparos e armazenamento de alimentos, questões de higienização aliada às formas de marketing adequadamente utilizadas, diretamente relacionadas à paisagem privilegiada que o empreendimento possui.

A atividade turística na Região Seridó possui significativo aumento na quantidade de turistas em época de eventos. A afirmativa comprova-se no fato de a demanda da cidade de Currais Novos/RN superar a capacidade dos meios de hospedagem, apesar de, durante os eventos, serem elevados os preços de todos os estabelecimentos receptivos, sejam eles meios de hospedagem ou restaurantes.

O tema escolhido fundamenta-se na importância do fornecimento de informações sobre a Educação Ambiental e sua relação com o Turismo quanto a sua recuperação e atração de turistas, no que concerne a questões sobre higiene do local e dos atendentes, como requisitos de qualidade, além de questões sobre a potencialidade do estabelecimento “Pousada Gargalheiras” no contexto turístico atual.

Essas informações auxiliarão em mais visualização de respostas aos problemas para mais valorização da Pousada no cenário turístico atual e potencial da região, modificando a imagem do empreendimento em relação à movimentação turística, a ampliação de atividades para recepção e ao atendimento aos turistas.

O conhecimento detalhado sobre o funcionamento do estabelecimento investigado possibilita ressaltar a cultura organizacional, que pode trazer prejuízos ou lucros, mudanças necessárias à manutenção e superação de clientes em relação à concorrência, através de avaliações de questionários realizados com os colaboradores.

O proprietário da Pousada Gargalheiras possui interesse de implementar ações ambientais sustentáveis nos serviços prestados pela Pousada e pelo Restaurante, para melhor atender às necessidades dos clientes, hospedados ou não, fidedignos e potenciais do empreendimento, melhorando, assim, a imagem em relação ao potencial turístico que o ambiente possui, ao lado do Açude Gargalheiras – Ponto Turístico consolidado na Região Seridó.

O presente trabalho possui relevâncias no âmbito pessoal, social e acadêmico. Pessoal, ao que se refere à obtenção de mais conhecimento sobre a Educação Ambiental utilizada, através de metodologias da atração e manutenção de clientes, em melhorias de gestão em relação ao Meio Ambiente externo e interno do empreendimento.

Relevância Social, levando em consideração a população da Região Seridó, que se beneficiará com mais movimentação de turistas, caso as melhorias sobre as questões de higiene, poluição e proteção ao meio ambiente, através das Ações Ambientais Sustentáveis, sejam implementadas no empreendimento.

Por fim, Relevância Acadêmica, em relação à disposição de conteúdos para futuros estudos e comparações de resultados por parte dos estudantes dos mais variados cursos, em especial de Turismo.

Fundamentação teórica

Planejamento no turismo

O Turismo é uma atividade que proporciona movimentação de capital através da circulação de visitantes a determinado lugar, ambiente, e que fortalece e melhora a estrutura atual da cidade em que se realizem as práticas turísticas, através dos investimentos por parte da gestão pública em atender as necessidades do turista e fazer com que ele retorne.

Segundo Gastal (2002, p. 9):

O turismo é, talvez, o fenômeno mais globalizado, num mundo de globalizações. A pós-modernidade traz o apagamento das fronteiras e a busca de universalidades. Mas também traz o elogio da diferença. Nessa dialética, faz-se necessário que, da especificidade, nasça o que poderemos chamar de “turismo brasileiro”, não apenas como o marketing de um destino emergente, mas como a construção de uma reflexão crítica que considere e construa o instrumental teórico com o qual iremos olhar e organizar os nossos entornos para melhor receber – à brasileira – os nossos visitantes, enquanto dialogamos com o mundo.

Esta globalização se reflete nos equipamentos turísticos e nos processos de divulgação e marketing. Esta divulgação deve atrair o cliente primeiro para o país, depois para o estado, depois para o município, e por fim, para os estabelecimentos de recepção dos turistas, nesse caso, a Pousada em estudo, estabelecendo metodologias que visem à satisfação do cliente.

Nessa perspectiva, Castelli (2006, p. 74) afirma que, “satisfazer os clientes significa atender às necessidades de todas as pessoas com as quais a empresa tem compromisso, tais como: com colaboradores, clientes, acionistas e vizinhos (comunidade)”.

O atendimento baseado em acatar suas necessidades, agrega valor ao produto oferecido, atraindo turistas a visitarem o ambiente turístico e proporciona maior oportunidade de retorno.

O Turismo, por ser um fenômeno em constante transformação, sempre inova sua capacidade de atração de turistas, seguindo tendências e modernizando-se, com o objetivo de atender as necessidades do mercado. Porém, não deve ser considerada uma atividade essencialmente econômica, mas como uma junção de outros setores econômicos, tornando-se indispensável associar que também é uma atividade social, que lida com pessoas e, conseqüentemente, cultura.

Por isso a importância de dar um foco mais humano a essa atividade, e não somente econômico, visando o conforto e o bem estar das pessoas, de modo que venha proporcionar um maior contentamento ao turista, procurando não apenas o lucro, mas também a prestação de serviços de qualidade e preocupação com seu caráter humano.

Castelli (2006, p. 102) defende:

O turismo é hoje uma realidade que segue ganhando uma importância cada vez maior no contexto do desenvolvimento sócio-econômico. Basta ver que, alguns países, que há poucos anos não figuraram no mapa mundial do turismo, hoje se constituem em fortes centros receptores, impulsionando, dessa forma sua arrancada para o desenvolvimento.

No Turismo, deve ser priorizada a prestação de serviços baseada na qualidade, visando à satisfação do cliente, sobrevivência da empresa no mercado, competitividade e melhorias da imagem.

O Planejamento no Turismo é fator primordial na elaboração de estratégias de desenvolvimento de um ambiente turístico, traçando pontos a serem aprimorados e revitalizados, com a finalidade de satisfazer o turista sem modificar os conceitos de realização de um Turismo Sustentável.

Segundo Hall (2004, p. 30): “[...] o desenvolvimento turístico completamente destruído de regulamentação e planejamento certamente conduzirá à degradação da base de recursos físicos e sociais da qual o Turismo depende”.

Para um bom planejamento turístico, é necessário que seja feita delimitação da área em relação ao público destinado, além do estudo da capacidade de carga do local visitado, visto que ela não

pode ser ultrapassada para que não haja modificação no ambiente que venha a comprometer visitas futuras.

Planejamento turístico é o processo de avaliação do núcleo receptor (comunidade, oferta turística e demanda real) da demanda potencial e de destinos turísticos concorrentes, com o intuito de ordenar ações de gestão pública direcionadas ao desenvolvimento sustentável e, conseqüentemente, fornecer direcionamento à gestão privada para que ela estruture empreendimentos turísticos lucrativos com base na responsabilidade socioambiental. (BRAGA, 2007, p. 8)

Planejar é, portanto, responsabilidade aliada à gestão adequada na realização de atividades que não venham a danificar o meio em que estão inseridas e são praticadas.

Hospitalidade e gastronomia no turismo

A hospitalidade e a gastronomia se complementam na interação produto-usuário e na relação de retorno e fidelização de clientes. Sobre hospitalidade, Castelli (2006, p. 1) afirma que “A hospitalidade é considerada um importante insumo de produto hoteleiro”, remetendo à importância de tornar empolgantes todas as ações que envolvem o processo da hospitalidade.

A hospitalidade deve englobar atenção ao cliente, limpeza do ambiente, gentileza e respeito de funcionários na prestação de serviços, bem como tratamento adequado e correto, sempre chamando o cliente pelo nome, fato que o faz se sentir importante, sempre escutando suas sugestões, para melhor gestão de serviços, em relação ao trabalho sobre meios de hospedagem.

Solmucci Júnior (2008) defende que a gastronomia é um forte diferencial competitivo para o Turismo brasileiro e seu desenvolvimento é contemplado no PNT (Plano Nacional do Turismo) que fortalece ainda mais o setor de alimentação fora do lar, respondemos por 65% do emprego no Turismo. Esta grande porcentagem de empregabilidade fornece informações sobre a real importância que deve ser elencada em relação a esta prestação de serviços, de restauração.

Schlüter (2003, p. 69) afirma:

A dimensão social e cultural da gastronomia determinou incorporá-la ‘ao complexo emaranhado das políticas de patrimônio cultural’. O uso turístico do patrimônio faz com que a gastronomia adquirida cada vez maior importância para promover um destino e para atrair correntes turísticas.

No Turismo, a gastronomia possui papel facilitador para a atração de clientes e dinamização das atividades turísticas, bem como proporciona maior geração de empregos, além de ressaltar a identidade local em relação às comidas servidas no restaurante da Pousada Gargalheiras, atraindo clientes não só em períodos de eventos, festivais ou feiras, mas também maior fluxo no dia a dia.

Sobre identidade local temos:

A gastronomia como patrimônio local está sendo incorporada aos novos produtos turísticos orientados a determinados nichos de mercado, permitindo incorporar os agentes da própria comunidade na elaboração desses produtos, assistindo ao desenvolvimento sustentável da atividade. (SCHLÜTER, 2003, p. 70).

A gastronomia é, por conseguinte, facilitador de interação cultural e agente no desenvolvimento sustentável da atividade turística no que se refere à incorporação de autóctones na realização das atividades turísticas oferecidas por determinado ambiente de prestação de serviços de restauração, através de profissionais qualificados e boas práticas de higienização com o ambiente e com os alimentos.

Marketing verde

Em qualquer que seja a área de atuação ou de estudos, o ambiente onde se desenvolva pensamentos e convívio social, é necessário que se haja cumprimento das questões de ética e moral, para que divergência de pensamentos sobre o que é certo ou errado não venha a provocar conflitos internos. Em uma empresa não é diferente, é necessário que haja controle, através dos planos de gestão do empreendimento, das ações humanas que venham a influenciar a visão sobre sua prestação de serviços.

Entende-se por empresa:

Pode ser designada por uma organização intencionalmente constituída por pessoas e tecnologias, que usam o capital para projetar, comprar, produzir e vender bens e serviços, visando atender e satisfazer às necessidades e expectativas dos consumidores e, assim, obter o lucro que possibilite a sobrevivência, a manutenção e o desenvolvimento da empresa, das pessoas e da comunidade. (CASTELLI, 2006, p. 13).

Portanto, a sobrevivência de uma empresa consiste em conseguir renda através da satisfação dos clientes, que possibilitam retorno e indicação de serviços, sempre trabalhando com os padrões de ética e postura profissional adequada.

Marketing é entendido por Trigueiro (2001, p. 11), como “um conjunto de atividades que uma organização planeja, implanta e controla, orientadas para atender às necessidades de indivíduos ou grupos de indivíduos ou de outras organizações, oferecendo-lhes produtos ou serviços.”

O Marketing Verde, por sua vez, consiste em um conjunto de estratégias e políticas destinadas a obter vantagens e diferenciação ao que se refere a produtos/ serviços, oferecido pelas empresas como um incremento à sua marca, com a finalidade de melhor assumir uma posição nova no mercado, devendo ser considerado como uma ferramenta importante de gestão.

Para Dias e Cassar (2005, p. 173), “os elementos que são levados em consideração para a decisão de consumo de um produto nem sempre estão ligados às suas características intrínsecas”. Cabendo à empresa, demonstrar preocupação além do que diz estar fazendo em prol da natureza, demonstrando em ações concretas o que se é divulgado em suas campanhas publicitárias.

Os empreendimentos não devem usar simplesmente da imagem verde para vender mais, e sim adaptar toda a cultura organizacional ao atendimento às questões ambientais, seguir as Leis Ambientais, agindo sempre de maneira ética na busca não só por atrair novos clientes como manter os que já confiam na marca do produto/serviço.

O risco assumido pelas empresas que promovem campanhas associadas aos benefícios do produto ao meio ambiente, descuidando-se dos processos de fabricação, são enormes e podem resultar numa perda de confiança do consumidor, que pode ser irreparável. Um produto não prejudicial ao meio ambiente pode adotar em sua fase inicial de produção processos que contaminam o solo, ou a água, por

exemplo, e que, quando descobertos, desqualificarão toda e qualquer campanha ambiental em torno do produto. (DIAS, 2009, p.142).

Parafraseando Johr (1994), o produto verde é aquele que cumpre as mesmas funções dos produtos equivalentes e causa um dano ao meio ambiente inferior, durante todo o seu ciclo de vida ao qual deve ser analisada sua composição, sua embalagem e sua disponibilidade para reciclagem.

A criação de uma imagem “verde” através da utilização de Ações Ambientais Sustentáveis permitem, portanto, atração de clientes preocupados com o meio ambiente, a redução de custos e de utilização dos recursos naturais, conservação de energia, redução de perdas e desperdícios.

Gestão ambiental

A gestão ambiental preocupa-se com a utilização demasiada dos recursos naturais, tornando-se cada vez mais presente em empreendimentos, sejam por exigências dos clientes ou pela obrigatoriedade da Lei.

A responsabilidade deve estar presente tanto nos lares quanto nos empreendimentos, na qual a preservação dos recursos disponibilizados pela natureza é de todos. Gestão ambiental consiste em um:

[...] sistema que inclui a estrutura organizacional, atividades de planejamento, responsabilidades, práticas, procedimentos, processos e recursos para desenvolver, implementar, atingir, analisar criticamente e manter a política ambiental. É o que a empresa faz para minimizar ou eliminar os efeitos negativos provocados no ambiente por suas atividades (TINOCO; KRAEMER, 2004, p.109).

Inserida em um ambiente organizacional a Gestão Ambiental Empresarial:

[...] se orienta para evitar, na medida do possível, problemas para o meio ambiente. Em outros termos, é a gestão cujo objetivo é conseguir que os efeitos ambientais não ultrapassem a capacidade de carga do meio onde se encontra a organização, ou seja, obter-se um desenvolvimento sustentável. (DIAS, 2009, p.89).

A gestão ambiental tem se tornado importante para qualquer empreendimento, pois as empresas buscam alcançar e evidenciar um desempenho cada vez mais elevado em relação ao meio ambiente (TINOCO, KRAEMER, 2004).

O processo de sustentabilidade considera o desenvolvimento como um processo de mudança social introduzindo uma dimensão ética e política, com conseqüente democratização da acessibilidade aos recursos naturais e distribuição justa dos custos e benefícios desse desenvolvimento, bem como sua exposição aos parceiros sociais (TINOCO; KRAEMER, 2004).

A sensibilização referente aos problemas ambientais nos ambientais empresariais permite que desperte uma visão nos clientes de que há uma preocupação por parte de seus gestores com o gerenciamento voltado para o desenvolvimento sustentável, melhorando a imagem da empresa diante todos, fortalecendo sua marca com seus clientes.

A inserção da Gestão Empresarial é requisito dos clientes preocupados com o meio ambiente, os quais exigem cada vez mais que as empresas disponibilizem produtos que ocasionem menor impacto ao meio ambiente.

A constante preocupação com o desenvolvimento sustentável provocou o surgimento dos indicadores de desenvolvimento sustentável, para Tinoco e Kraemer (2004, p. 272):

[...] além de serem necessários, são indispensáveis para fundamentar as tomadas de decisões nos mais diversos níveis e nas mais diversas áreas. Têm surgido várias iniciativas e projetos com vistas à definição de indicadores de desenvolvimento sustentável para várias finalidades de gestão, em termos de desenvolvimento sustentável local, regional e nacional.

A Gestão Ambiental é considerada como um importante instrumento de gerenciamento no sentido de tornar as empresas competitivas, com conceito adequado e atual de Gestão Ambiental, bem como entendendo a preocupação ambiental como uma vantagem competitiva, conciliando a preocupação ambiental da empresa sem aumento de despesas/custos, na busca por transformá-los em fontes de recursos adicionais.

As organizações devem, portanto, adotar a Gestão Ambiental na busca por atender a legislação ambiental vigente, agindo de acordo com as necessidades e exigências dos consumidores, com o conhecimento sobre a concorrência e o mercado, na tentativa de melhorar seus padrões de qualidade nas mercadorias produzidas, necessitando criar condições para aumento nas vendas, na receita geral da empresa, além de melhorar a sua imagem e seu desempenho social na comunidade.

Turismo e ações ambientais sustentáveis na Pousada Gargalheiras

O sucesso de uma organização está intimamente relacionado com a boa gestão de clientes, funcionários e de serviços oferecidos. Onde devem ser levados em consideração os métodos de conhecimento da concorrência e do perfil dos clientes, mantendo um padrão de qualidade que venha a atrair através da flexibilidade e diferenciação no mercado. Sobre Avaliação de qualidade, Castelli (1996, p.30) afirma:

O cliente, dentro do enfoque da Qualidade Total, é a **próxima etapa do processo**. E ele pode ser tanto interno (funcionários) quanto externo (hóspedes). Os clientes externos são aqueles que compram ou fazem uso (final) dos produtos e serviços, e os clientes internos são aqueles que dependem do trabalho de outros, isto é, daqueles que os precedem (os fornecedores).

Uma empresa, segundo estudos feitos, deve planejar adequadamente seu desempenho diante de seus clientes e funcionários, bem como, alegar as funções de cada um diante da prestação de serviços seguindo padrões de qualidade. Metas e objetivos devem ser traçados para melhor ser compreendida a estrutura organizacional, para uma melhor adequação dos produtos/serviços ao que o cliente busca diante da solicitação à organização.

No Turismo, os serviços são fornecidos ao mesmo tempo em que são consumidos, por isso, deve-se aumentar consideravelmente, a importância de manutenção ou superação da qualidade dos serviços oferecidos aos turistas, proporcionando importância adequada aos clientes, com base na superação para manter e atrair novos usuários.

Nesta perspectiva se insere a temática da Educação Ambiental aplicada ao turismo, ferramenta essencial na atualidade para atração de turistas, a qual fomentará um Turismo voltado às práticas sustentáveis.

Conscientizar e sensibilizar os turistas sobre métodos sustentáveis que podem ser desempenhados em um estabelecimento como uma pousada é possível e exemplificado das seguintes formas: sensibilizando quanto ao número de trocas para utilizações de toalhas; luzes e ventiladores/ar condicionados desligados quando não estiverem nos apartamentos; desligar o chuveiro enquanto se ensaboa; entre outras medidas.

Caso o empreendimento não utilize todos os métodos é evidente que, em tempos em que o conceito de sustentabilidade está cada vez mais sendo utilizado e praticado como se deve, adaptações serão necessárias.

Sobre mudanças nas organizações por motivos de competitividade, Roberts (2005, p. 3) defende “[...] Em alguns casos, essas mudanças também são consideradas reações a uma maior competitividade por qualificações porque um número cada vez maior de empresas tentam atrair e manter profissionais bem qualificados e bem preparados”.

Valores agregados, para a gestão de qualidade, necessitam serem priorizados de acordo com as necessidades dos clientes, assim, adaptar adequadamente o empreendimento em prol da acessibilidade também é necessário, haja vista que além de atrair públicos diversificados, é defendido por lei o direito ao acesso de deficientes em empreendimentos.

Atualmente o número de turistas mais conscientes e responsáveis está aumentando e, com isso, a atenção em relação a Ações Ambientais Sustentáveis aplicadas ao Turismo no que diz respeito ao melhor entendimento do que deve ser feito de maneira sustentável para atrair e manter clientes.

A Pousada possui localização privilegiada por situar-se, segundo o site oficial da Pousada, próximo ao Açude Marechal Dutra - Gargalheiras, além de possuir comida baseada na valorização da culinária regional, priorizando métodos corretos de preparação e conservação de alimentos, oferecendo serviço de hospedagem, restauração e bar. Disponibiliza 11 apartamentos e uma área de lazer com piscina.

A Pousada consiste em ser o local escolhido por clientes que apreciam ambiente aconchegante, que oferece serviços de hospedagem agregados ao valor da atenção por seus funcionários e proprietários. Sobre a origem do vocábulo “pousada”, “originalmente, o nome Pousada foi usado para designar facilidades de hospedagem oferecidas em casas situadas à beira de caminhos percorridos a cavalo ou por veículos de tração animal, como escalas para longas viagens” (MIRANDA, 2004, p. 8).

O sentido da palavra se amplia a todos os que desejam hospedagem em um local menor que um hotel, procurando descanso e mais qualidade no atendimento, no que diz respeito a mais facilidade de comunicação, por se tratar de um ambiente menor.

As pousadas hospedam viajantes e turistas que procuram um maior contato social e, às vezes, um ambiente que sirva refeições, através de restaurantes, geralmente fornecido pelo próprio proprietário do empreendimento.

Sobre a função de uma pousada afirma-se “o que mais diferencia a arquitetura de uma pousada na comparação com uma residência familiar (mesmo que de grande porte) é a necessidade de atender aos três grandes grupos de fluxo do hóspede, o fluxo dos funcionários e o fluxo de mercadorias” (MIRANDA, 2004, p. 34).

Os fluxos referem-se aos caminhos que percorrem cada um dos objetos citados, sendo observadas as movimentações que o hóspede faz desde a chegada na pousada até o final da estadia e à movimentação de funcionários pelos pontos estratégicos do empreendimento como recepção, quartos,

restaurante. E por fim, mas não menos importante, ressalta a movimentação de mercadorias em relação ao recebimento, venda, estocagem, atendimento nos quartos, restaurantes, bares e áreas afins de lazer.

Em relação aos benefícios de uma pousada, Miranda (2004, p. 7) afirma que “ao se estabelecer-se em um estabelecimento de pequeno porte, o turista sente que possuem maior atenção para com ele, diferenciando de o que correria em um grande hotel”.

Este sentimento de maior atenção para com o cliente possibilita, além de ser um diferencial para o empreendimento, direcionamento, por parte do hóspede, para voltar a visitar a Pousada e, até mesmo, indicá-la para conhecidos, amigos e parentes. Às vezes, a questão de valores (preços altos) é desconsiderada, caso o cliente saia satisfeito com a prestação de serviços oferecidos, o que agrega valores diferenciados ao que se foi oferecido.

Sobre meios de hospedagem (Castelli, 2006, p. 13) sobre do Decreto nº 5.406, de 30 de março de 2005, afirma:

[...] estabelecimentos com licença de funcionamento para prestar serviços de hospedagem, expedida por autoridade competente. Os serviços de hospedagem são aqueles prestados por empreendimentos ou estabelecimentos empresariais administrados ou explorados por prestadores de serviços turísticos hoteleiros, que ofertem alojamento temporário para hóspedes, mediante adoção de contrato de hospedagem, tácito ou expresso, e cobrança de diária pela ocupação da unidade habitacional.

Estes valores cobrados, às vezes, não significam ponto sobre concorrência, ao se agregar positivamente ao produto/serviço oferecido, como por exemplo, serviços de facilidade de aprovação de crédito, agilidade no atendimento aos quartos e em relação à alimentação, quando oferecidos, sempre visando maior satisfação do cliente. No ambiente empresarial baseado na prestação de serviços, a relação de estratégias segundo Costa *et al.*, (2007, p. 41), tem-se:

a relação entre o meio empresarial e o mercado exige a formulação de estratégias competitivas baseadas na análise do ambiente interno, onde deverão ser identificados os riscos e oportunidades, fraquezas e forças da concorrência que possam influenciar na capacidade das empresas de atingir suas metas.

Os serviços devem ser eficientes quanto à realização de mudanças necessárias que se relacionem com a satisfação das necessidades dos clientes, elaborando estratégias, objetivos e metas de acordo com as prioridades do empreendimento, seguindo assim as tendências do mercado e superando expectativas e a concorrência.

A Ornamentação da “Pousada Gargalheiras” é adequada ao ambiente sertanejo, possuindo artefatos que fazem parte da cultura do lugar, como chapéus, cestos e abanadores de palha, candeeiros, cabaças, peneira de arupemba, bancos de madeira antiga, ferro à brasa e tecido de chita ao fundo.

Quanto à missão e visão, Bezerra (2010) afirma que a empresa ainda não possui registros por escrito sobre. A missão da empresa seria o que pratica hoje, e a visão, a perspectiva da empresa a longo prazo, como, por exemplo, ser a melhor empresa de recepção de turistas da Região Seridó ou do Estado. Embora não tenha definido ainda estes conceitos e planejado o que pretende ser futuramente, nada impede que isso seja realizado.

Quanto à sua localização, a Pousada Gargalheiras está situada a 5 km da cidade de Acari/RN. Situando-se no alto, com uma bela vista da represa do Açude Gargalheiras a 201 Km da capital, Natal. Segundo o site oficial da Pousada Gargalheiras (2010):

Em 1909, se deu início a obra do Açude Marechal Dutra, no plano da construção seria construído uma grande estrutura na região, onde hoje ainda existem instalações dessa estrutura como: clube, quadra poliesportiva, praça, escola, capela de oração, gabinete dentário, centro administrativo, [...] sendo quase todos desativados devido o término da construção. Entre essas instalações havia uma residência para o chefe da obra e visitas importantes. Uma casa de grande porte encravada em uma “serra” que teria uma visão privilegiada do açude. [...] Em 1980, houve uma reforma nesta residência feita pelo governo do estado que a transformou em um hotel onde a rede de Hotéis Sol foi quem fixou-se como hotel. Então em 1984 surgiu o Hotel Pousada do Gargalheiras que tem como dono Francisco das Chagas Bezerra Fernandes. Sendo hoje a mesma conhecida como Pousada Gargalheiras.

Quanto ao Gargalheiras

como é mais conhecido o açude fica numa região rochosa, onde é praticado o rapel. Para quem prefere um programa mais light, o passeio de barco no açude é o mais indicado. Na região do açude, na parte mais alta, está localizada pousada Gargalheiras, que tem um mirante natural que proporciona uma bela vista da represa. No período de forte chuvas, que o sertanejo de chama de bom inverno, o Gargalheiras pode “sangrar”, originando uma cachoeira no seu vertedouro (NATALONLINE, 2010).

Em relação à área de prestação de serviços de restauração, pode-se afirmar que se trata de um segmento que, além de atrair visitantes a determinados estabelecimentos, agregado aos serviços de alimentação, proporciona lazer entre famílias. Sobre a área de alimentos e bebidas, Castelli (2006, p. 274) propõe que

através da obra ‘Gestão hoteleira’ que a área de alimentos e bebidas (A&B), dentro de uma estrutura organizacional e funcional é a mais complexa e, é onde despesas de mão-de-obra são de aproximadamente 2,5 vezes maiores que do setor de hospedagem, com receita de até 4 vezes maior que o de hospedagem.

A “Pousada Gargalheiras” possui um ambiente de serviços de alimentação, oferecendo produto/serviço com valor agregado, atraindo clientes não só ligados à parte de hospedagem da Pousada, como aos que apreciam a culinária oferecida pela organização e pela bela paisagem.

Sobre serviços de restauração prestados em pousadas “Pousadas podem operar nas modalidades *bed & breakfast* (cama e café da manhã), *Full Service* (café, almoço e jantar) e *all inclusive* (valores da diária incluindo o consumo das refeições) explorando todas as formas de atuação praticadas no comércio hoteleiro”. (MIRANDA, 2004, p. 8 e 9).

Na Pousada Gargalheiras, segundo Bezerra (2010), o serviço oferecido a seus clientes é de *Full Service*, ou seja, oferecem, no ambiente do restaurante, café, almoço e jantar. Fato que possibilita maior atração de clientes, em todos os horários de refeições do dia. A comida é caseira e possui um dos melhores cardápios regionais (pratos feitos com peixe, camarão, frango e carne).

Esta realidade faz com que muitos estabelecimentos optem por terceirizar os serviços de restauração, não deixando de disponibilizar serviços aos seus clientes e minimizando custos de mão-de-obra, aumentando lucratividade. Castelli, (2006, p. 277) afirma sobre Regulamento Técnico de Boas Práticas para Serviços de Alimentação o Decreto n. 5.406, de março de 2005:

Considera locais que oferecem serviços de alimentação aqueles que realizem algumas das seguintes atividades: manipulação, preparação, fracionamento, armazenamento, distribuição, transporte, exposição à venda e entrega de alimentos preparados para o consumo, tais como cantinas, bufês, comissárias, confeitarias, cozinhas industriais, cozinhas institucionais, delicatessens, lanchonetes, padarias, pastelarias, restaurantes, rotisseries e congêneres.

Com manipulação e preparação adequadas para consumo de alimentos, o ambiente que fornece serviços de alimentação proporcionará mais captação de segurança por parte do cliente em utilizar os serviços e poder retornar ao ambiente do restaurante.

Sobre restaurante de Turismo, através do Decreto n. 84.910 de 15 de julho de 1980, artigo 2º b, é sabido que “o estabelecimento destinado à prestação de serviços de alimentação e que, por suas condições de localização ou tipicamente, possa ser considerado de interesse turístico.” (CASTELLI, 2006, p.277).

Esta localização deve priorizar a comunicação entre funcionários e cozinha, em relação à rapidez no atendimento, bem como adaptar adequadamente o ambiente para a recepção do cliente e criação de métodos que diminuam a probabilidade de odores da cozinha penetrar no ambiente do restaurante.

Ao se tratar dos utensílios utilizados pelo restaurante temos talheres, louças, utensílios de preparo que devem seguir padrões de higiene adequados, para que possam atrair e manter a ocupação dos estabelecimentos através dos clientes, considerando ambiente harmonioso, organizado e bem iluminado.

Segundo Bezerra (2010) a estrutura organizacional da Pousada Gargalheiras se estrutura da seguinte forma: A função de Recepcionista é exercida pelos funcionários que trabalham na pousada na parte de fora da cozinha. Existindo cinco funcionários que se revezam no atendimento às pessoas que chegam tanto para o uso do restaurante quanto para a acomodação nas unidades habitacionais. A função de Garçom é exercida pelas mesmas pessoas da recepção, com escala. A função de Cozinha é exercida pela proprietária e gerente do empreendimento. A função de Auxiliar de cozinha é exercida por uma funcionária.

Bezerra (2010) afirma ainda que, a cozinha do restaurante tem uma estrutura de aproximadamente 5 metros quadrados, com piso em cerâmica e teto de madeira, há alguns equipamentos que são usados para a preparação e armazenamento dos alimentos: um fogão grande, mesa, algumas pias para a lavagem das louças, um microondas, um forno, e panelas em geral que são guardadas em prateleiras separadas. Alguns temperos e ingredientes também são guardados em prateleiras separadas, os outros são armazenados em refrigeradores e geladeiras de forma igualmente separada e organizada que facilita o manuseio.

Na parte externa da cozinha encontram-se duas geladeiras destinadas ao armazenamento e conservação de bebidas, um balcão com talheres e um equipamento destinado ao modelo de alimentação *self service*.

Os alimentos e ingredientes usados no restaurante são armazenados em armários de alvenaria que ficam localizados em um compartimento junto à cozinha. O ambiente destinado à alimentação é espaçoso, limpo e padronizado.

Resultados e discussão

O Turismo como fenômeno que proporciona maior geração de empregos, possibilita mais movimentação na economia, uma vez que empregadas, as pessoas consumirão cada vez mais. É fator social importante no desenvolvimento do país que, através do desenvolvimento deve priorizar boas práticas de gestão pública e planejamento, proporcionando o progresso.

Solmucci Júnior (2008) afirma que o setor de serviços é responsável por quase 60% da economia nacional. Nele, o turismo contribui decisivamente para a solução de problemas estruturais, como o desemprego, baixa renda e falta da mão-de-obra do país.

No Turismo, administrar uma empresa e dirigi-la de acordo com padrões de qualidades que são exigidos para a manutenção de clientes e posição no mercado competitivo proporciona uma maior necessidade de planejamento e considerações de metodologias de melhoramento e aperfeiçoamento em prol de atender satisfatoriamente a necessidade do cliente.

Gonçalves (2006, p. 7) define administrar:

Administrar é o processo de tomar decisões sobre objetivos e recursos, que está ligado a qualquer situação em que haja pessoas usando diversos tipos de recursos, para atingir algum tipo de objetivo comum. [...] dirige o esforço dos grupos organizados, sempre com eficiência e eficácia, podendo envolver atividades como: organização, previsão, coordenação, direção, planejamento.

Na Pousada Gargalheiras devem ser definidas adequadamente, por parte dos gestores, seu mercado, seus produtos, serviços, finanças, custos, papel diante à concorrência, da cidade e da região, possuindo visão futura, escolhendo boa localização em relação a seu restaurante, bem como definir adequadamente seus planos de marketing que venham a conseguir atingir seu público alvo, definindo organização e responsabilidades para cada um de seus funcionários e colaboradores.

A concepção do que é viajar vai se modificando, ao mesmo tempo em que vai se dando a transação da viagem como experiência compartilhada em grupo. Assim, se no início dessas transformações estiveram presentes apenas segmentos da alta classe média e a própria classe média em férias, essa experiência estende-se posteriormente a segmentos cada mais anônimos, até a universalização, a globalização da viagem atual, muito mais generalizada. (ARAÚJO, 2001, p. 55).

No restaurante da Pousada Gargalheiras, com a modificação de fluxo atual da demanda, pelo fato das pessoas possuírem maior acesso às viagens, a pousada necessitará organizar-se para melhor regular a gestão de qualidade baseada na atração e satisfação do cliente.

A atração destes clientes, por sua vez, pode ocorrer através de uma melhor divulgação da região, cidade de Acari ou do Açude Gargalheiras, em relação à culinária fornecida pelos serviços de restauração da Pousada. Em relação ao Turismo, os serviços de restauração oferecidos pela Pousada devem compreender que:

O produto turístico é constituído por uma gama de diferentes bens e serviços oferecidos ao turista. Ele tem características que diferem da maioria dos outros produtos. Ao contrário de produtos tangíveis, o produto turístico é produzido pelos fornecedores no momento em que é consumido pelos clientes. (TRIGUEIRO, 2001, p. 15).

Deve-se, com isso, haver uma maior preocupação em relação a melhorias na prestação de serviços por parte da Pousada, visando repassar uma melhor imagem para seus clientes potenciais e fidedignos. Todavia, por ser intangível, no Turismo, o processo de padronização de padrões de qualidade são dificultados, aliado à diversificação de atividades que o setor pode oferecer ao turista, bem como em relação à satisfação do cliente nas mais variadas estações, altas e baixas do ano em relação aos períodos de movimentação turística.

Para uma melhor gestão, são necessárias que sejam realizadas parcerias com estabelecimentos que forneçam qualidade apropriada e preço dos produtos utilizados para a realização das atividades e alimentação oferecidas.

Nesta perspectiva, se destaca o papel da Educação Ambiental, que, introduzida na Pousada Gargalheiras, consiste em inserir metodologias preocupadas com o meio ambiente ao que diz respeito às questões de higiene, reaproveitamento de materiais e de alimentos, possibilitando diminuir o consumo, um dos principais “vilões” no planeta em que vivemos.

Esta educação deve estar intimamente relacionada com a gestão da qualidade no empreendimento, esta, por sua vez, relaciona-se com o requisito que proporciona sobrevivência a qualquer empreendimento, e que, bem administrado, irá garantir maior atração e fidelização de clientes, bem como manter os que já existem.

Sobre qualidade, Castelli (1996, p.V) defende que “A qualidade veio para ficar. É preciso impregnar-se do seu perfume para atrair o cliente e assim sobreviver, seja como profissional, seja como empresa.”

A Educação Ambiental aplica-se ao Turismo, através das Ações Ambientais Sustentáveis, e pode ser utilizada por pousadas no que diz respeito à economia de energia, reaproveitamento de água para descargas e lavar calçadas, sinalização de lixeiras, trabalho com coleta seletiva, conscientização através de mensagens nos quartos para que se evite a troca de toalhas diariamente, entre outras medidas que se refletirão na diminuição do uso de água tanto para a lavagem, quanto no hábito de desligar equipamentos como televisão, ar condicionado/ ventiladores e chuveiros elétricos ao deixarem o quarto.

No ambiente do restaurante pode ser trabalhada a questão da economia de água, reaproveitamento de cascas de frutas para fazer saladas, sucos não vendidos para fazer picolés e sorvetes para vender, sementes para fazer doces, utilização de coleta seletiva, cartazes que sensibilizem para que não poluam o ambiente onde estão realizando sua alimentação, além da questão de evitar não planejar a quantidade de alimentação a ser feita para que não haja desperdício de alimentos desnecessariamente, etc.

Em relação à padronização, todas as empresas devem levá-la em consideração, tendo em vista que a imagem de um ambiente se reflete na imagem que o turista irá construir a respeito dos serviços prestados.

A realização das Ações ambientais Sustentáveis é, por conseguinte, uma maneira de mostrar aos turistas que o estabelecimento se preocupa com a qualidade nos serviços prestados. Mostra que a

empresa leva em consideração a higienização do ambiente e de seus funcionários e também com a saúde de todos os seus clientes/turistas.

A Pousada Gargalheiras possui paisagem exuberante do Açude Gargalheiras aliada a uma ornamentação adequada ao ambiente sertanejo. Um serviço que possibilita realizar reserva online, desconto de gratuidade para a criança de até 9 anos, grande quantidade de leitos bem limpos, boa conservação de alimentos na cozinha, alimentos bem separados, com cozinheiras utilizando toucas e roupas limpas, além disso, o ambiente da cozinha é bem separado e limpo.

O número de mesas é considerado favorável ao espaço que possuem para receber o turista, embora tenha sido evidenciado que o número de lixeiras é insuficiente na parte do restaurante, ponto negativo que será corrigido prontamente pelo proprietário após escutar algumas sugestões de melhorias.

No restaurante há reaproveitamento de cascas de frutas para fazer doce para vender como sobremesa, acompanhando uma comida regional de qualidade. Os alimentos, no ambiente da cozinha, são adequadamente separados e ficam em depósitos com tampa, o que evita que odores se confundam, influenciando diretamente no paladar. Os banheiros e cozinha se mantêm limpos ao longo do dia independentemente da movimentação de turistas.

A primeira questão do questionário abordou sobre a visão (positiva ou negativa) que os funcionários têm do seu ambiente de trabalho. O resultado foi de 100% para o item “SIM”. O que reflete uma boa imagem do ambiente organizacional para os turistas, que certamente serão atraídos e mantidos por tal característica.

A segunda questão referiu-se ao reaproveitamento de cascas de frutas em saladas, a qual obteve 100% de respostas “NÃO”, o que deveria ser mudado, pois economizariam custos e satisfariam melhor aos turistas preocupados com o reaproveitamento. Além disso, a exploração de novos sabores e novas formas de reaproveitamento pode atrair mais clientes.

A terceira questão abordou sobre reclamações sobre a poluição do Gargalheiras, resultando em 100% de respostas “NÃO”, o que evidencia que a informação não é de conhecimento de todos e que a imagem aliada à Educação Ambiental do empreendimento é de extrema importância para que o turista continue a escolher a Pousada Gargalheiras para se hospedar.

A quarta questão relacionada à uniformização de funcionários, resulta em 2 votos “SIM” e 5 votos “NÃO”, fato que pode influenciar ao turista a pensar que não se preocupam, como deveriam, com a higienização de seus funcionários. Além de que a padronização significaria utilização de menos água para a lavagem de roupas, diminuindo o uso dos recursos naturais.

A higiene não pode ser considerada apenas em seu ambiente físico, mas em relação a todos os funcionários da empresa. Segurança alimentar é requisito da Educação Ambiental e deve ser aderida pela Pousada Gargalheiras. Não adianta alguns estarem padronizados ou com fardamento completo e outros não.

Deve ser levada em consideração toda a empresa quando se tratar de organização que preze pela qualidade no atendimento, aqui relacionada com a educação ambiental, no que se refere ao requisito higienização de funcionários.

A questão 5 refere-se à reutilização da água em atividades da Pousada, e 100% afirmou que “NÃO” reutilizam, evidenciando que o gasto de água é maior que o esperado, aumentando o uso dos recursos naturais. Porém, tal fato não significa que a ação não possa ser iniciada. A Pousada Gargalheiras poderá começar imediatamente a reutilizar a água em descargas, para regar plantas, lavar calçada, etc.

As questões 6 e 7 abordaram sobre o número de lixeiras na Pousada e no Restaurante, e evidenciou-se que tal número é insuficiente, obtendo 3 respostas positivas e 4 negativas em relação à Pousada e 100% de negação em relação ao restaurante, o que deve ser corrigido imediatamente, pois não possibilita ao turista desempenhar Ações Ambientais Sustentáveis na empresa, a qual deve ser facilitadora para que o turista possa também contribuir.

A oitava questão refere-se ao fato de acharem que os turistas praticam Educação Ambiental, sendo 100% de respostas negativas. Nesse sentido, como foi mencionado anteriormente, devem ser disponibilizados meios para que o turista demonstre que se preocupa com o meio ambiente. Talvez a ação ainda não tenha sido notada ou por falta de atenção ou por questão de estrutura.

A nona questão mostra informações sobre o conhecimento do turista em relação ao assunto “Poluição do Gargalheiras”, a qual teve 3 respostas “SIM” e 4 “NÃO”, o que significa dizer que a maioria deve não conhecer sobre o assunto. Destaca-se aqui que muitos turistas se deslocam de cidades distantes em que a informação da poluição talvez não seja divulgada.

Em relação à coleta seletiva, a questão 10 evidenciou que a empresa trabalha sim com coleta seletiva, com 100% de votos “SIM”, o que significa dizer que ela se preocupa em separar adequadamente seu lixo de modo que venha a ser reaproveitado.

A questão 11 relaciona-se com o destino final do óleo utilizado nas frituras feitas no restaurante da pousada e tivemos 3 votos para “LIXO GERAL”, 2 para “LIXO ORGÂNICO”, 2 para “OUTROS” e zero para “AMBIENTE NATURAL” e “RALO DA PIA”. Essas respostas evidenciaram divergências quanto ao real local de destino do material. O mais adequado seria separar o óleo para ser reutilizado por alguém a fazer sabão, por exemplo.

O lixo orgânico não é reaproveitado, fato comprovado pelos 100% de votos “NÃO” à questão 12. O que deveria ser mudado, haja vista que o lixo orgânico pode ser reutilizado como adubo, seja para ser utilizado na Pousada ou para ser doado para alguém, para o plantio ou alimentação de animais.

A Pousada também não trabalha com a conscientização de turistas, o que foi evidenciado com os 100% de resposta “NÃO” à questão 13, outro ponto que deveria ser modificado, visando a economia que o empreendimento conseguiria e, principalmente, utilizaria menos recursos naturais para continuar desempenhando e fornecendo seus serviços.

A última questão foi sobre informações se os turistas deixam luzes, televisão e ventiladores/ar-condicionado desligados ao deixarem a pousada, a qual obteve 3 positivos e 4 negativos, demonstrando que a maioria dos funcionários consideram que o turista não praticam Educação Ambiental voluntária, o que deve ser planejado e mudado pelo empreendimento.

Caso a Pousada Gargalheiras inicie o processo de sensibilização com os turistas e mostre que o procedimento correto, que é seguido por ela, é um pensamento baseado na sustentabilidade, provavelmente irá sensibilizar os turistas quanto ao tema e possibilitará que a Educação Ambiental seja praticada e seguida como referência a outros estabelecimentos do setor.

A Pousada Gargalheiras deve possuir, portanto, um Marketing Verde e uma Gestão Ambiental eficaz aliada aos bons serviços de alimentação e hospitalidade, baseados em um planejamento voltado para as atividades turísticas, sempre buscando por satisfazer aos clientes/turistas preocupados com a realização de Ações Ambientais Sustentáveis em um empreendimento.

Metodologia

Com observação da interação produto-usuário, objetivam-se melhorias que deveriam ser implantadas no empreendimento para que se alcance a satisfação do cliente e forneça subsídios para manutenção e atração destes, pontuando os elementos que agregam valor ao produto “Pousada Gargalheiras”.

A pesquisa tem caráter exploratório, segundo Martins (2000, p. 30) “se constitui na busca mais informações sobre o assunto com a finalidade de formular problemas e hipóteses”. O estudo tem base descritiva das características obtidas através do método da observação do cotidiano e dos métodos sustentáveis utilizados pelo empreendimento, Pousada Gargalheiras. Também possui caráter qualitativo, pois através dos resultados obtidos pela aplicação dos questionários, demonstrará de que forma as Ações Ambientais Sustentáveis estão presentes na e de que maneira pode ser implementada em suas deficiências, garantindo, assim, melhor qualidade nos serviços prestados ao turista.

O trabalho é fundamentado em pesquisas bibliográficas, através de estudos realizados sobre Educação Ambiental, em especial, a abordagem dos segmentos do Turismo, que venham a contribuir em estudos de colaboração para o crescimento da empresa a partir dos conceitos baseados na Sustentabilidade.

Além disso, são enfocadas pesquisas referentes aos meios de hospedagem, com o objetivo de explicar o conceito adequado à Pousada Gargalheiras e os serviços prestados por restaurantes, de modo que melhor delimite a importância do serviço agregado que a Pousada possui como: gastronomia, hospitalidade, marketing e planejamento, pontuando as estratégias para melhoria na qualidade dos serviços aliados às Ações Ambientais Sustentáveis do empreendimento.

Conforme Martins (2000, p. 28), “trata-se, portanto, de um estudo para conhecer as contribuições científicas sobre o tema, tendo como objetivo recolher, selecionar, analisar e interpretar as contribuições teóricas existentes sobre o fenômeno pesquisado”.

Objetivando sucesso na coleta de dados, e melhor sistematizar materiais para chegar ao resultado esperado da realização dos objetivos dispostos na pesquisa, em relação à opinião dos funcionários no que se refere aos serviços de restauração e hospedagem oferecidos pela “Pousada Gargalheiras”, utilizou-se a aplicação de questionários fechados com os funcionários, em um universo delimitado em seus sete funcionários, número que representa 100% deles.

Dessa maneira, espera-se compreender de forma mais clara a relação direta que o estabelecimento possui em relação às Ações Ambientais Sustentáveis que venham a interferir diretamente em sua demanda turística.

Sobre a coleta de dados baseada em questionários afirma-se:

o questionário é a forma mais usada para coletar dados, pois possibilita medir com melhor exatidão o que se deseja. Em geral, a palavra questionário refere-se a um meio de obter respostas às questões por uma fórmula que o próprio informante preenche. Assim, qualquer pessoa que preencheu um pedido de trabalho teve a experiência de responder a um questionário. Ele contém um conjunto de questões, todas logicamente relacionadas com um problema central (CERVO; BERVIAN, 2007, p.48).

O ambiente da pesquisa foi delimitado em um meio de hospedagem que dispõe de serviços de alimentação como valor agregado, tendo por objeto de estudo a “Pousada Gargalheiras”, localizado na cidade de Acari/RN, a 201 Km de Natal, capital do Estado, escolhido por ser o empreendimento

do setor turístico receptivo que mais se destaca em relação à divulgação e conhecimento de sua existência pelos não autóctones. A aplicação dos questionários foi realizada no dia 1º de novembro de 2010.

Vale ressaltar ainda, que a amostra foi realizada somente pelos funcionários, pois eles tinham uma visão mais ampliada sobre as questões levantadas no trabalho, bem como haver a necessidade fazer um *feedback* imediato ao proprietário do empreendimento após a pesquisa. A pesquisa poderá ser realizada com os clientes/turistas como forma de comparativo posteriormente, porém o objetivo do presente trabalho se restringia ao pensamento dos funcionários.

Considerações Finais

A “Pousada Gargalheiras” valoriza as manifestações da natureza, com a disponibilidade de visão privilegiada, proporcionando maior sensação de liberdade aos que procuram descanso. E para a sua manutenção, o estabelecimento necessita traçar novas estratégias de desenvolvimento que seja capaz de atrair aos turistas preocupados com o Desenvolvimento Sustentável.

Com inserção de Ações Ambientais Sustentáveis, a Pousada Gargalheiras possibilitará ao turista manifestar a sua Educação Ambiental e atrairá, cada vez mais, os turistas que atraem-se pelas ações do empreendimento.

O que deve ser pretendido pela Pousada, é que, se necessita atingir objetivos que venham a satisfazer às necessidades dos clientes, atraindo-os e mantendo-os na organização, a “Pousada Gargalheiras” pode utilizar do Marketing Verde para manter vínculo com o mercado e com a satisfação e manutenção de seu público-alvo.

Fica evidente a importância de possuir Ações Ambientais Sustentáveis aliadas a um planejamento de atividades e práticas adequadas em um empreendimento, em especial na Pousada Gargalheiras, objeto de estudo desta pesquisa, para atração e manutenção de turistas, fato que se justifica pela necessidade de que seja levada mais a sério a questão ambiental.

Desse modo é importante considerar aspectos que envolvem a higiene dos funcionários, aliada à padronização, o reaproveitamento de cascas de alimentos para fazer saladas, sucos e doces, o lixo orgânico como adubo para plantas que podem ser utilizadas para embelezar o ambiente da pousada, a minimização do uso de toalhas nos quartos e o uso de energia com orientação ao turista, o reaproveitamento de água quando possível e a separação do lixo através da coleta seletiva, providenciando-se que seja reutilizado por alguém. Cabe salientar, que em nenhum momento objetivou-se denegrir o ambiente da Pousada Gargalheiras e sim utilizá-la como estudo de caso.

Turismo e Ações Ambientais Sustentáveis se complementam ao que se refere ao bom desempenho e representação de empreendimentos preocupados com a realização adequada de seus serviços. Nesse sentido, o Turismo necessita delas para se manter bem visto aos olhos do turista fazendo com que o mesmo retorne ao local visitado.

Em suma, a “Pousada Gargalheira”, que possui Ações Ambientais Sustentáveis aplicadas em parte de suas atividades, deve prezar mais pela utilização de métodos sustentáveis como medida de atração dos turistas que, cada vez mais, estão se conscientizando e valorizando empreendimentos que utilizam métodos sustentáveis de desenvolvimento.

Referências bibliográficas

ARAÚJO, Silvana Miceli de. Artífício e autenticidade: O Turismo como experiência Antropológica. In: BANDUCCI JR. Álvaro; BARRETO, Margaritta (Orgs.). Turismo e identidade local. Campinas, SP: Papirus, 2001.

BEZERRA, Fabrício Dantas. Entrevista Informal. Entrevista concedida à Mayara Ferreira de Farias. Acari, RN. Julho de 2010.

BRAGA, Debora Cordeiro. Planejamento turístico: teoria e prática. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

CASTELLI, Geraldo. Excelência em Hotelaria: uma abordagem prática. Rio de Janeiro: Qualitymark Ed., 1996.

_____. Gestão Hoteleira. São Paulo: Saraiva, 2006.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. Metodologia científica. 6^o Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

COSTA, Ana C. R.; PEREIRA, André B.; MEDEIROS, Angélica P. Q. de.; FÉLIZ, Fábio H. de M.; CAMPELO, Gerda L. P. A estratégia competitiva promovendo o crescimento de uma empresa Potiguar. Cadernos Temáticos, Nº 17. Brasília: Secretaria de educação Profissional e Tecnologia, 2007. P. 41-47.

DIAS, Reinaldo. Gestão Ambiental: Responsabilidade social e sustentabilidade. São Paulo: Atlas, 2009.

DIAS, Reinaldo; CASSAR, M. Fundamentos de marketing turístico. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

GASTAL, Susana (org.). Turismo: Investigação e Crítica. São Paulo: Contexto, 2002. – Coleção turismo Contexto.

GONÇALVES, Leandro. Empreendedorismo. São Paulo: Digerati Books, 2006.

HALL, Colin Michael. Planejamento Turístico: Políticas, processos e relacionamentos. 2^o Ed. São Paulo: Contexto, 2004 – (Coleção Turismo Contexto).

JOHR, Hans. O verde é negócio. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 1994.

MARTINS, Gilberto de Andrade. Manual para elaboração de monografias e dissertações. 2 ed.,. São Paulo: Atlas, 2000.

MIRANDA, Roberto Lira. MIRANDA, Roberto de Ávila. Como montar e gerir uma pousada. São Paulo: BookMídia Editora, 2004.

NATALONLINE.COM. Acari. Disponível em <<http://www.natalonline.com/acari/>> Acesso em Setembro de 2010.

POUSADA GARGALHEIRAS. Histórico. Disponível em <<http://www.pousadagargalheiras.com/>>. Acesso em Setembro de 2010.

ROBERTS, John. Teoria das organizações: redesenho organizacional para o crescimento e desenho máximos. Tradução Ana Beatriz Tavares e Daniela Lacerda. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

SCHLÜTER, Regina G. Gastronomia e Turismo. Tradução Roberto Sperling. São Paulo: Aleph, 2003. (Coleção ABC do Turismo).

SOLMUCCI JÚNIOR, Paulo. Plano Nacional de turismo: A inserção na mesa do turismo brasileiro. In: REVISTA Bares & Restaurantes. Nº 59. Ano II, 2008.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio; KRAEMER, Maria Elisabeth Pereira. Contabilidade e Gestão Ambiental. São Paulo: Atlas, 2004.

TRIGUEIRO, Carlos Meira. Marketing & Turismo: como planejar e administrar o marketing turístico para uma localidade. Rio de Janeiro: Qualitymark Ed., 2001.