

SUSTENTA- BILIDADE

E GOVERNANÇA
EM DESTINOS
TURÍSTICOS
INTELIGENTES



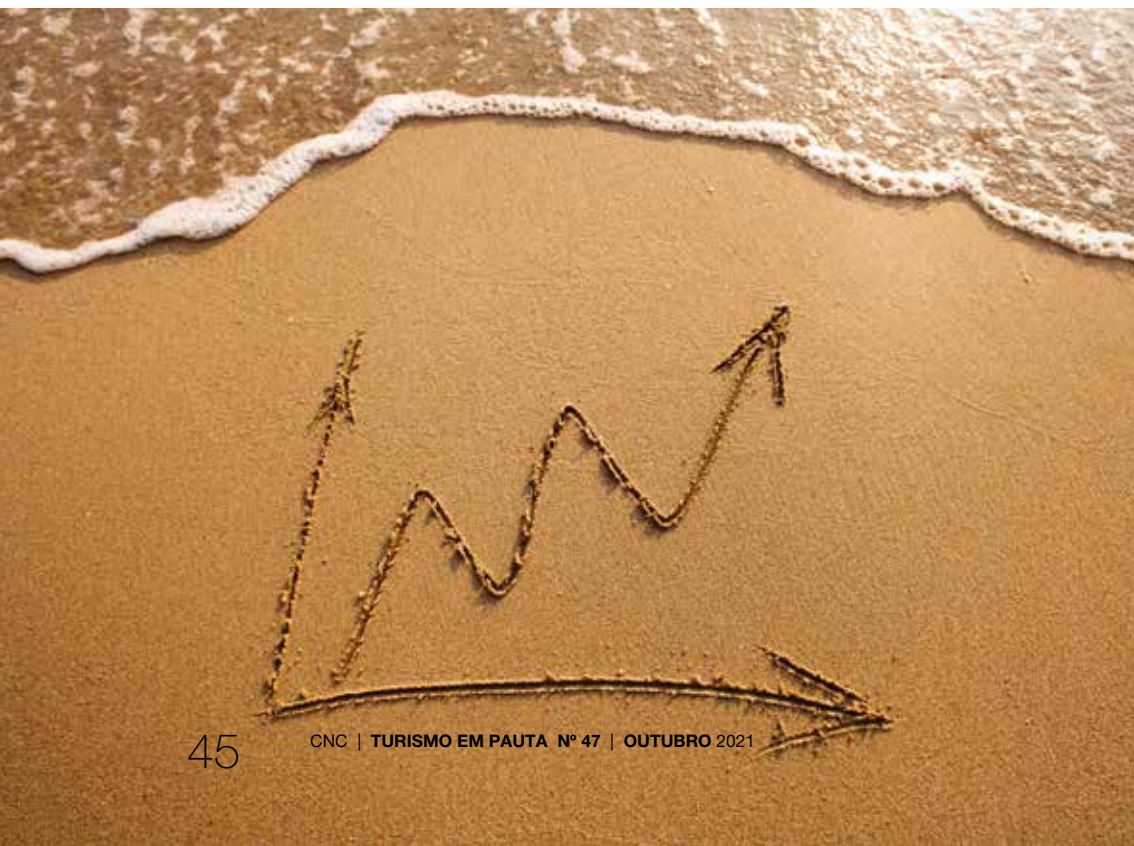
por
**Cássio
GARKALNS**

**CEO na GKS
Inteligência
Territorial**

O processo de amadurecimento da visão global sobre as implicações de ser “sustentável” (enquanto adjetivo selecionado ainda na década de 1970 para qualificar o que poderia ser um desejável porvir para as sociedades humanas) e dos princípios de “desenvolvimento sustentável” (qualificação na década de 80 para o ideal de desenvolvimento) passou por inúmeros marcos e indicadores ao longo dos últimos 30 anos, como a Cúpula ECO 92, Rio+10 e +20; a criação da agenda 21 e da Comissão de Desenvolvimento Sustentável na ONU; e a proposição dos Objetivos do Milênio (ODM) da ONU, convocando governos, sociedade civil e empresas a se mobilizarem e refletirem sobre o tema. O caminho continua avançando significativamente, com a publicação dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) 2015-2030 e de vários outros documentos referenciais pelo mundo todo.

Nos anos recentes, o conceito de sustentabilidade ganhou enorme popularidade, quase afetando a sua própria credibilidade, já que hoje em dia o termo é, muitas vezes, utilizado sem critério em campanhas de marketing de todo o tipo de negócio.

No mundo do turismo, a importância da sustentabilidade tem um efeito ainda maior, pois, além de impactar as práticas empresariais, acaba gerando uma enorme influência na experiência vivenciada pelos turistas e no cotidiano das comunidades receptoras. Isso gera duas grandes e importantes oportunidades: por um lado, cria/fortalece um ambiente de negócios para as empresas dispostas a entender e incorporar a essência desse movimento em seus produtos e serviços; e por outro, sinaliza uma importante mudança de comportamento dos consumidores, capazes de entender e priorizar em suas compras itens que atendam às suas necessidades e que as conectem com um conceito que as façam se sentir mais responsáveis.



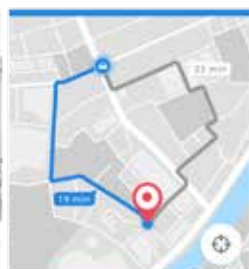
“

No mundo do turismo, a importância da sustentabilidade tem um efeito ainda maior, pois, além de impactar as práticas empresariais, acaba gerando uma enorme influência na experiência vivenciada pelos turistas e no cotidiano das comunidades receptoras.

”

O fato é que estamos vivendo em uma fase da história de intensa transformação e mudanças, que demandam respostas inteligentes, ágeis e inovadoras.

Há poucos anos, quem diria que um dos maiores veículos para influenciar viagens seria uma rede social de fotos? Que um dos principais players da área de hospedagem mundial não seria proprietário de nenhum quarto de hotel? Que o celular seria um complemento essencial para chegar a um destino turístico, escolher as melhores atrações e equipamentos e ter acesso a informações atualizadas?



É fundamental que o setor de Turismo perceba a mudança pela qual o mundo está passando, reconhecendo também que este é um caminho irreversível e que se manifestará cada vez mais rápido. A comunicação mudou. Os empregos mudaram. As competências necessárias mudaram. O acesso à informação mudou. A integração e disponibilização de informações nos destinos turísticos é uma obrigação. O padrão de exigência está sendo elevado.

Tudo isso ferve numa equação complexa, que sustenta o esforço pelo desenvolvimento de um importante setor da economia, capaz de contribuir efetivamente com a geração de trabalho e renda, a inclusão social, a valorização da cultura, a conservação ambiental.

Esse cenário, para além de ser debatido nas universidades e pelos empresários, precisa ser incorporado com mais ênfase e de forma mais estruturada pelos responsáveis por conduzir os processos de planejamento e gestão estratégica da oferta do turismo, mas que, muitas vezes, ignoram a visão integrada e contemporânea de destino turístico inteligente e ainda usam metodologias e ferramentas baseadas em experiências das décadas de 1990 e 2000.

Nesse contexto, o desafio para o desenvolvimento do turismo de forma sustentável e inteligente no Brasil concentra-se, em boa parte, na capacidade de estruturação de sistemas de governança formados por gestores públicos, empresários, empreendedores e representantes da sociedade civil que priorizem a atividade turística como eixo estratégico para o desenvolvimento socioeconômico, e que sejam capazes de planejar e gerenciar caminhos integrados da atividade.

Uma política pública bem estruturada e um sistema de governança adequado representam a possibilidade de valorizar decisões baseadas em critérios técnicos e com a contribuição das diversas partes interessadas, estimulando os pontos de conexão entre turismo e desenvolvimento sustentável. Intervir positiva e adequadamente na realidade do turismo brasileiro, incentivando processos, definindo prioridades e racionalizando investimentos é mais do que uma agenda positiva. É uma obrigação de todos.



Assim, a discussão já não é mais se o os destinos turísticos têm ou não que ser sustentáveis e inteligentes, mas sim como fazer com que as boas práticas ganhem escala e se transformem no padrão do setor.



Cássio Garkalns é CEO da GKS Inteligência Territorial e mestre em Turismo. Especialista em Sustentabilidade, membro do Conselho de Turismo da Fecomércio-SP. Tem 25 anos de atuação como consultor para o desenvolvimento do turismo sustentável no Brasil, Europa e África. Liderou o World Tourism Forum for Peace and Sustainable Development. Professor da pós-graduação em Gestão da Sustentabilidade na FIA/USP.