MELHORES PRÁTICAS DE TURISMO SUSTENTÁVEL

Prêmio Braztoa de Sustentabilidade 2015

Parceiro Institucional:

UNWTO

Ministério do Turismo

BRASIL GOVERNO FEDERAL

Co-realização:

Senac

Realização:

Braztoa
associação brasileira das operadoras de turismo

Sumário

Prefácio Ministério do Turismo 2
Palavra da Presidência 4
Prefácio do Senac 6
A BRAZTOA 10
Programa Braztoa de Sustentabilidade 11
Cases vencedores do Prêmio Braztoa de Sustentabilidade 2015 12

CATEGORIA ASSOCIADAS BRAZTOA 14
BWT Operadora de Turismo 15
Maktour 18
TAM Viagens 21
CATEGORIA AGÊNCIAS DE VIAGEM 24
Vento Sul Turismo 25
Instituto Mamede de Pesquisa Ambiental e Ecoturismo LTDA. 29
Compadres Turismo 32
CATEGORIA MEIOS DE HOSPEDAGEM 35
Pousada Flutuante Uacari 36
Hotel Bangalôs da Serra Ltda. 39
Hotel Fazenda Campo dos Sonhos 42
CATEGORIA PARCEIROS DO TRADE 45
Portal EcoHospedagem 46
Casa do vidro 49
Ecobooking 51
CATEGORIA PARCEIROS INSTITUCIONAIS 54
Centro Golfinho Rotador 55
Fundação Parque Tecnológico Itaipu 59
Secretaria de Turismo do Estado do Rio de Janeiro 62

Empresas que apoiam o desenvolvimento do turismo sustentável 65
Agradecimentos 70
Expediente BRAZTOA 71
Expediente SENAC São Paulo 72

Prefácio Ministério do Turismo

O turismo é um dos setores mais propícios para traduzirmos o conceito da sustentabilidade (para muitos abstrato) em ações concretas. Iniciativas como o Prêmio Braztoa ajudam a disseminar boas práticas por meio do reconhecimento àqueles que contribuem para o desenvolvimento econômico e, ao mesmo, preservam o meio ambiente e a identidade sociocultural das comunidades.

A quarta edição do Prêmio Braztoa de Sustentabilidade e o aumento sucessivo nas inscrições representam a consolidação de um movimento de valorização de atitudes responsáveis no turismo. Num país, considerado o número um em atrativos naturais e o oitavo em ativos culturais no ranking de 141 nações do Fórum Econômico Mundial, premiações como esta ajudam alimentar um ciclo virtuoso desejável para melhor aproveitarmos as nossas vantagens.

É importante desmistificar o tema sustentabilidade. Empresas, profissionais e entidades públicas ou privadas precisam entender que iniciativas muitas vezes simples ajudam a reduzir custos ou a minimizar o impacto social e ambiental dos empreendimentos. Estamos falando de uma postura cada vez mais valorizada pelo mercado consumidor que contribui para a reputação das corporações e, consequentemente, para a sustentabilidade econômica do negócio.

O Prêmio Braztoa de Sustentabilidade é a única iniciativa neste campo a contar com a acreditação da Organização das Nações Unidas e a participação do Ministério do Turismo. Trata-se, portanto, de um reconhecimento com chancela internacional que confere um diferencial inestimável aos vencedores.

HENRIQUE EDUARDO ALVES

Ministro do Turismo

Palavra da Presidência

Em 2011, criamos o Programa Braztoa de Sustentabilidade, com o objetivo de demonstrar os benefícios de incorporar a sustentabilidade à gestão das empresas. Em 2012, lançamos o Prêmio Braztoa de Sustentabilidade buscando dar visibilidade às iniciativas economicamente viáveis, socialmente justas e ambientalmente responsáveis já implantadas no setor turístico, como também incentivar o surgimento de ações que transformam o turismo.

O Prêmio evoluiu muito desde sua criação, ganhou asas e alcançou mais um patamar: estar presente em território nacional. Em 2014, foi realizado em Maceió e, em 2015, na cidade do Rio de Janeiro. Neste último ano, com o intuito de disseminar ainda mais as discussões sobre o tema sustentabilidade, ampliamos a participação do corpo de jurados, composto por renomados nomes do turismo.

Dessa iniciativa nasceu o SEEDS (Semeando a Excelência do Desenvolvimento Sustentável), um espaço para compartilhar ideias, incentivar o aprendizado, a inspiração e a reflexão, provocar discussões que impactem os profissionais e seus negócios. Os presentes no evento aproveitaram momentos únicos, ao longo de um ciclo de palestras que contou com a presença de Marcelo Velloso (Autoridade Pública Olímpica), Caco de Paula (Blog CLIMA21), Fernando Beltrame (Eccaplan), Isabel Barnasque (Ministério do Turismo), Marcio Favilla (OMT) e Fernanda Daltro (PNUMA). Todos mediados por Alexandre Garrido (ABNT).

Esse crescimento não para, vai desde o número de inscritos, que praticamente triplicou ao longo desses quatro anos (foram 196 iniciativas cadastradas e 60 premiados durante as quatro edições), até as ações programadas para os eventos de premiação. Acreditamos que essa crescente ocorreu por conta da constante conscientização das empresas sobre a importância do tema, afinal, atitudes sustentáveis agregam valores aos seus produtos, atraem um público com interesse especifico, dão visibilidade a sua marca, são relevantes para o planeta e para os seus negócios.

É com imenso prazer que trazemos mais uma coletânea de sucesso. Parabéns aos envolvidos, aos que se inscreveram e aos que ganharam esta edição do Prêmio Braztoa de Sustentabilidade. No final, todos são vencedores quando trabalham em prol do bem comum. Que essas histórias inspirem tantas outras que veremos daqui pra frente.

MAGDA NASSAR

Presidente do Conselho de Administração

Prefácio do Senac

Com orgulho, o Centro Universitário Senac participa junto com a Braztoa, na elaboração desta Coletânea dos Cases Vencedores do Prêmio Braztoa de Sustentabilidade 2015.

Os três pilares da sustentabilidade estão evidenciados em todos os projetos vencedores, objetivando a conservação do meio ambiente, economia mais justa, responsabilidade social, preservação de valores e culturas. A disseminação das iniciativas propostas pelas empresas participantes por meio desta Coletânea, sem dúvida, contribuirá para o turismo sustentável de todas as Operadoras, Agências, Órgãos Governamentais, Destinos, Companhias Aéreas, Fornecedores, etc.

Neste contexto, na categoria Agências de Viagem, os três projetos vencedores foram "Caminhos da Canastra", "Cicloturismo Socioambiental e *Bike Birding"* e "Ações Continuadas de Fomento ao Turismo Sustentável". A criação e a adequação de uma rota ecoturística de *trekking* para envolver e unir os empreendimentos turísticos existentes, na área do Parque Nacional da Serra da Canastra no município de São João Batista do Glória-MG são os objetivos traçados no projeto Caminhos da Canastra da empresa *Compadres Turismo.* O *Instituto Mamede de Pesquisa Ambiental e Ecoturismo Ltda.* trouxe o projeto intitulado "Cicloturismo Socioambiental e *Bike Birding*", que consiste em um produto ecoturístico, tendo como diferencial a bicicleta, seja como meio de transporte mais sustentável, seja como meio de inclusão, integração e interação; e, desta forma, a bicicleta permite maior contato tanto social quanto ambiental com os lugares visitados. Menciona-se a contribuição da empresa *Vento Sul Turismo,* que nos traz sobre a estruturação e planejamento de roteiros ecoturísticos rurais em parcerias com famílias de agricultores, incentivando-os e qualificando-os.

Nesta edição, na categoria Associados contamos com os cases vencedores: "*Better World Together*", "Práticas Sustentáveis no Ambiente Interno e Externo de uma Operadora de Turismo" e "Plantando Atitudes, construindo uma História". Assim, vale salientar, o projeto da empresa *BWT Operadora de Turismo,* que objetiva promover a cultura da sustentabilidade ambiental e social por meio, da destinação e descarte de materiais utilizados pela empresa para projetos de reciclagem e do uso de voucher de material reciclável; e apoio a ações sociais como passeio mensal. Outra iniciativa foi apresentada pela *empresa Maktour*, sobre as práticas sustentáveis no ambiente interno e externo, como fornecimento de cartilha e viagens com foco sustentável. Ainda, na categoria Associados, a contribuição é apresentada pela empresa *TAM Viagens.* A TAM Viagens em parceria com a Braztoa e a Travelife, no programa de sustentabilidade, implementou diversas ações sendo: redução em 80% nos gastos com copos descartáveis, implantação da coleta seletiva, melhoria na divulgação e comunicação sobre a sustentabilidade para os colaboradores, fornecedores e clientes, treinamento e envolvimento dos serviços de receptivo para fomentar o turismo sustentável; gestão de impressões com redução no gasto com papel e custos.

Os projetos intitulados "Mais que um negócio, um projeto de vida", *"*Sustentabilidade – ferramenta de desenvolvimento sustentável" e "Pousada Uacari: uma iniciativa de turismo de base comunitária na Amazônia" são cases vencedores da categoria Meios de Hospedagem apresentados pelas empresas participantes: *Hotel Bangalôs da Serra Ltda., Hotel Fazenda Campo dos Sonhos* e *Pousada Flutuante Uacari,* respectivamente.

Hotel Bangalôs, Hotel Fazenda Campo dos Sonhos e *Pousada Flutuante Uacari,* nos apresentam várias ações praticadas com sucesso em seus hotéis e na pousada, disseminando o conceito de sustentabilidade entre concorrentes, parceiros, fornecedores, clientes, visando a preservação do planeta para as futuras gerações e contribuindo com o desenvolvimento social e econômico dos municípios.

Não poderíamos de deixar de mencionar os cases vencedores da categoria Parceiros do Trade, sendo: "*Vidro Não é Lixo", "Ecobooking – Sistema de Gestão do Turismo" e "Na Rota da Sustentabilidade",* das empresas participantes,

Casa do vidro, Ecobooking e Portal EcoHospedagem, respectivamente. *O projeto Vidro Não é Lixo,* nos traz reflexões sobre reaproveitamento de vários resíduos gerados pelas comunidades. Em particular para a reutilização do vidro, foi criado o Ecoponto na cidade de Bonito – MS, em parceria com a Prefeitura Municipal. Outro case de sucesso é apresentado pela *Ecobooking,* que enfatiza sobre a sustentabilidade no segmento de turismo relatando sobre o *Ecobooking* como um sistema de gestão do turismo na web, que produz dados estatísticos e representações gráficas possibilitando a identificação do perfil do turista. Segue nesta mesma reflexão sobre turismo sustentável, as visitas realizadas nos Roteiros de Ecoturismo, Turismo Comunitário, Cultural e Rural, Restaurantes e Meios de Hospedagem; o projeto objetiva a orientação das comunidades que "realizem ações relacionadas à sustentabilidade".

Por fim, não menos importante, a categoria Parceiros Institucionais, com cases vencedores: "Projeto Golfinho Rotador no Turismo Sustentável de Noronha", autoria da empresa *Centro Golfinho Rotador;* "Complexo Turístico Itaipu", autoria da empresa *Fundação Parque Tecnológico Itaipu e "*Capelinha Mauá, de autoria *da Secretaria de Turismo do Estado do Rio de Janeiro.* Nesta categoria, vale salientar que o Projeto Golfinho Rotador implementou programas de Capacitação Profissional e Sustentabilidade dos Meios de Hospedagem resultando no incremento na empregabilidade, eficiência na gestão, elogio dos visitantes e sustentabilidade do destino de Fernando de Noronha. O Complexo Turístico de Itaipu conta com "oito atrativos e serviços ofertados geram mais de R$ 15 milhões por ano, 250 empregos diretos e financiam importantes projetos e pesquisas voltados ao desenvolvimento sustentável". Aduza-se, em tempo, projeto inovador, "*Capelinha Mauá*", que procurou atender as reivindicações da população do local visando facilitar o acesso à região, criando ao mesmo tempo espaços de lazer e preservação da natureza. A estrada Capelinha Mauá é uma rodovia ecologicamente correta que liga a Capelinha a Visconde de Mauá, em Resende, na região do Médio Paraíba, favorecendo o turismo na região e o desenvolvimento social da comunidade, impulsionando a economia, otimizando o escoamento da produção agropecuária e fortalecendo o potencial turístico da região.

O Centro Universitário Senac parabeniza os ganhadores do Prêmio Braztoa de Sustentabilidade 2015 e registra o convite a todas as empresas para que participem, enviando seus cases de sucesso, para ilustrar futuras edições desta Coletânea, fortalecendo a disseminação das ações executadas relacionadas ao desenvolvimento sustentável.

Tenham uma boa leitura!

Emília Satoshi Miyamaru Seo
Líder do Grupo de Pesquisa em Sustentabilidade do Centro Universitário Senac.

A BRAZTOA

Visão

Ser reconhecida pelas operadoras de turismo, parceiros e setor turístico, nacional e internacional, como referência de competência e vanguarda na promoção de ações e parcerias para o setor empresarial.

Missão

Promover ações e parcerias que valorizem as atividades empresariais dos associados, apoiando o desenvolvimento do mercado turístico de forma sustentável.

Valores

Buscar a responsabilidade econômica, social e ambiental; a flexibilidade; a inovação e a criatividade; a melhoria contínua; a ética e o profissionalismo; a valorização das relações humanas; e o comprometimento com o desenvolvimento do setor turístico.

Fundada em 1989, a BRAZTOA – Associação Brasileira das Operadoras de Turismo, consolidou-se como uma das mais importantes e representativas entidades do turismo brasileiro, com abrangência nacional e 88 associadas, sendo 68 operadoras de turismo – doméstico, emissivo e receptivo internacional – e 19 entre colaboradoras, convidadas e empresas de representação de produtos e destinos. Somadas, respondem por estimados 90% das viagens de lazer comercializadas no país.

Entre os objetivos da entidade, está o de valorizar a atuação de seus associados em regime de mercado organizado, liberdade de iniciativa e lealdade de concorrência. Dessa forma, atua desenvolvendo ações institucionais, de fomento, de promoção e apoio à comercialização.

A BRAZTOA possui em seu quadro social operadoras de turismo de diferentes perfis, que oferecem viagens para todos os continentes, com produtos segmentados, conforme foco de atuação ou o público atendido. Em 2015, os associados BRAZTOA embarcaram 5 milhões de passageiros, com um faturamento de R$ 11,01 bilhões.

Braztoa®
associação brasileira das operadoras de turismo

Programa Braztoa de Sustentabilidade

A BRAZTOA, desde 2005, passou a considerar a sustentabilidade como uma das vertentes de suas atividades e criou, em 2011, o PROGRAMA BRAZTOA DE SUSTENTABILIDADE (PBS), cuja proposta era discutir a responsabilidade empresarial e a importância de incorporar esse conceito à gestão das empresas, dando ênfase aos pilares sociocultural, ambiental e econômico. Desta forma, visa estimular a cultura de sustentabilidade junto às operadoras e à cadeia produtiva do turismo de lazer.

PRÊMIO BRAZTOA DE SUSTENTABILIDADE

Com o desenvolvimento do Prêmio Braztoa de Sustentabilidade, em 2011, o maior prêmio de turismo sustentável do país, passou também a reconhecer e dar visibilidade às melhores iniciativas do Brasil, de todo o setor. Isso tem contribuído para o crescimento e desenvolvimento de uma importante rede de relacionamentos e para a promoção do desenvolvimento sustentável do turismo brasileiro.

As empresas finalistas do Prêmio Braztoa de Sustentabilidade 2015 passaram por um criterioso processo de avaliação e por uma comissão julgadora que contou com representantes da ABNT, Centro de Turismo Alemão-DZT, Ifaseg/QBE, Mercado & Eventos, Ministério do Meio Ambiente, Ministério do Turismo, OMT- Organização Mundial do Turismo, PNUMA / UNEP - Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente, Rainforest Alliance, Senac-SP, Travel 3, Travelport e USP – Universidade de São Paulo.

Braztoa®
sustentabilidade

Cases vencedores do Prêmio Braztoa de Sustentabilidade 2015

A BRAZTOA acredita que a essência da sustentabilidade está em compartilhar: sonhos, ideias e ações.

A seguir serão apresentados os cases vencedores do Prêmio Braztoa de Sustentabilidade 2015 – a 4ª edição. Os textos foram reproduzidos para que estas ações inspirem e sirvam de referência para novas iniciativas potencializarem o turismo sustentável.

Ganhadores do Prêmio Braztoa de Sustentabilidade 2015

Braztoa

Associadas Braztoa:

1. **BWT OPERADORA DE TURISMO**
2. MAKTOUR
3. TAM VIAGENS

Agência de Viagem:

1. **VENTO SUL TURISMO**
2. INSTITUTO MAMEDE DE PESQUISA AMBIENTAL E ECOTURISMO LTDA.
3. COMPADRES TURISMO

Meios de Hospedagem:

1. **POUSADA FLUTUANTE UACARI**
2. HOTEL BANGALÔS DA SERRA LTDA.
3. HOTEL FAZENDA CAMPO DOS SONHOS

Parceiros do Trade:

1. **PORTAL ECOHOSPEDAGEM**
2. CASA DO VIDRO
3. ECOBOOKING

Parceiros Institucionais:

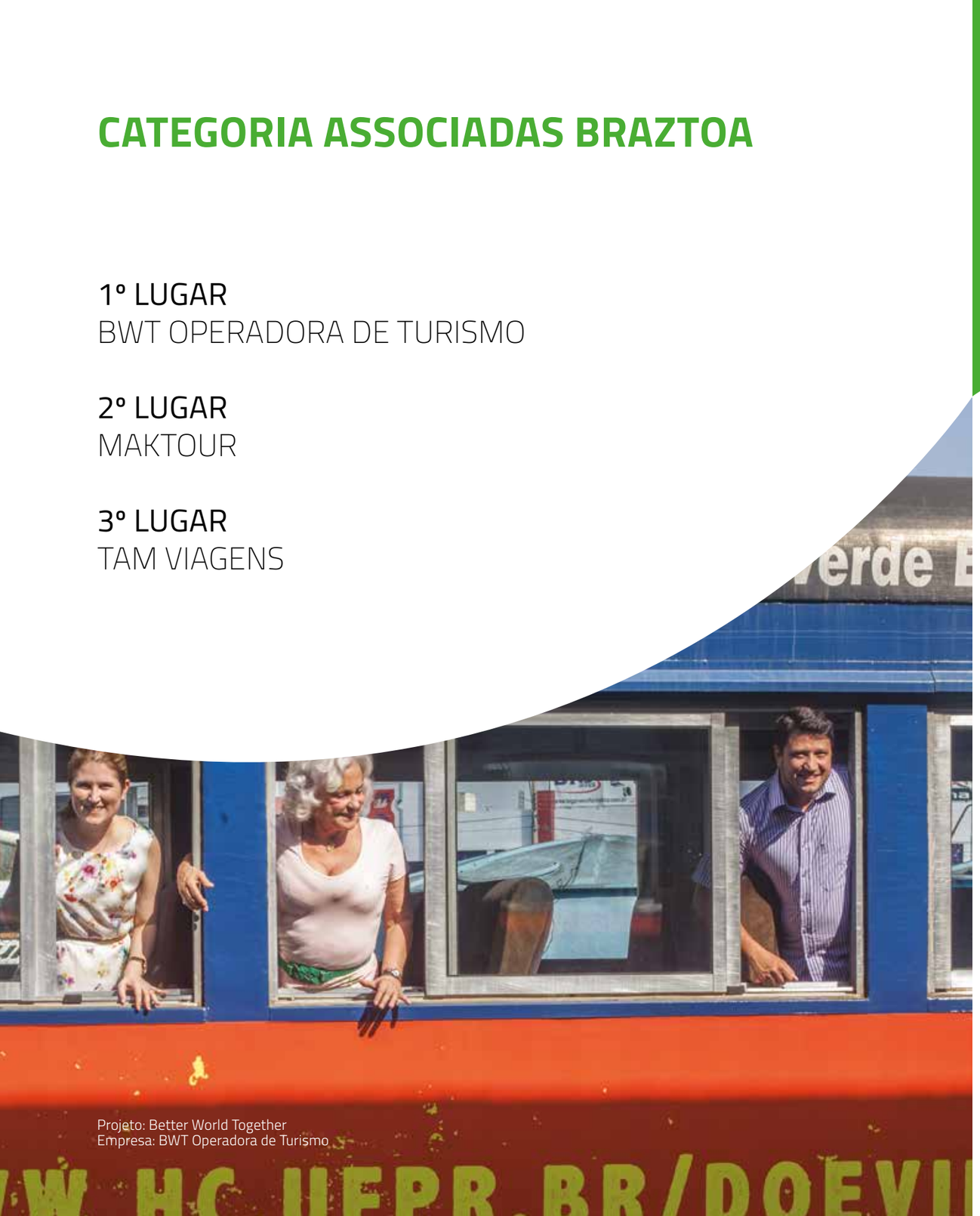
1. **CENTRO GOLFINHO ROTADOR**
2. FUNDAÇÃO PARQUE TECNOLÓGICO ITAIPU
3. SECRETARIA DE TURISMO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

CATEGORIA ASSOCIADAS BRAZTOA

1º LUGAR
BWT OPERADORA DE TURISMO

2º LUGAR
MAKTOUR

3º LUGAR
TAM VIAGENS



Projeto: Better World Together
Empresa: BWT Operadora de Turismo

CATEGORIA ASSOCIADAS BRAZTOA

1º LUGAR

BWT OPERADORA DE TURISMO

Projeto
Better World Together

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Projeto "*Better World Together*" da BWT Operadora foi lançado em 2015 e consiste, prioritariamente, em promover a cultura da sustentabilidade ambiental e social. Por meio, entre outros, da destinação e descarte de materiais de trabalho utilizados pela empresa para projetos de reciclagem e do uso de voucher de material reciclável. As inovações adotadas hoje impactam diretamente cerca de 100 pessoas, com ações que vão desde a utilização exclusiva de materiais sustentáveis na limpeza de instalações até parceria na campanha de doação de órgãos, passando por sistema de captação de água da chuva para a lavagem de toda a área externa, participação em projetos e apoio a ações sociais, como um passeio mensal com crianças de escolas ou instituições beneficentes de Curitiba e região, possibilitando o acesso à cultura e ao turismo.

RESULTADOS OBTIDOS

AMBIENTAIS

Por mês, a empresa envia aproximadamente 100 kg de materiais para o programa EcoCidadão, associação de recicladores de Morretes. A cisterna de sua sede tem capacidade para 30 litros de água da chuva, que são utilizados para limpeza da área externa (1.500 metros). Existe meta de redução de voucher impresso. A escolha dos produtos de limpeza também é cuidadosa: as matérias-primas são de fontes renováveis e 100% biodegradáveis.

SOCIOCULTURAIS

O projeto é integrado por uma série de ações. a) Gincana do Bem, campanha do agasalho realizada com colaboradores e que arrecadou 2080 peças de vestuário e calçados. b) outubro rosa em parceria com a Humsol, onde 48 mulheres que estão em processo de tratamento de câncer fazem o passeio de trem pela Serra do Mar. c) pacotes de trem beneficentes para 600 crianças e 250 idosos, anualmente. d) pacotes de Natal para 300 crianças carentes com brinquedos e participação do Papai Noel.

ECONÔMICOS

Com a lavagem da área externa com água captada da chuva, a sede da empresa economizou 30 mil litros de agua/mês, com um sistema simples e eficaz. Além disso, todo investimento realizado já se pagou pela própria economia. Foi realizada uma gincana entre as filiais para diminuição de consumo da eletricidade e redução de 70% da impressão de voucher na empresa. Ganho para o meio ambiente e para a empresa.

INOVAÇÃO

Como principal resultado das ações realizadas, destacamos a promoção da cultura da sustentabilidade ambiental e social, com a conscientização da equipe, estudantes, parceiros e demais integrantes das comunidades envolvidas.

EDUCAÇÃO

Desenvolve-se um programa de empréstimos de livros gratuitos, leitura e apresentação de teatro para crianças da rede pública, gerando acesso à cultura e ao turismo ferroviário para crianças de escolas ou instituições beneficentes. Além disso, a iniciativa contribui para a disseminação de uma cultura de respeito ao meio ambiente com ações que, além da empresa, podem ser disseminadas e levadas para o dia a dia de todos os participantes.

ABRANGÊNCIA

Entre crianças e idosos, o número de pessoas beneficiadas pelas ações já soma mais de 1.600. Elas integram instituições sociais, ONGs de Curitiba, região metropolitana e Morretes, em um total de oito entidades. Apoiamos o programa EcoCidadão, que impacta associações e cooperativas de catadores de material reciclável do Estado e estimula a participar de ações de educação ambiental, para separação correta dos resíduos sólidos recicláveis, até a destinação final.

CATEGORIA ASSOCIADAS BRAZTOA

2º LUGAR

MAKTOUR

Projeto
Práticas sustentáveis no ambiente interno e externo de uma operadora de turismo

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A visão de crescimento sustentável da empresa é a implementação em longo prazo da sustentabilidade em seus processos, produtos e serviços de forma inovadora. Possui como foco devolver à comunidade com ética, cumprindo a legislação e visando a melhoria continua ambiental, econômica e sociocultural do planeta.

O ponto de partida da empresa foi conscientizar os colaboradores sobre a importância de empregar a sustentabilidade nos negócios e nas atitudes do dia a dia. Desde 2011, a Maktour implementou diversas ações internas visando minimizar o impacto ambiental, como por exemplo produzir o material de marketing da empresa em material sustentável, redução de mais de 40% nos gastos com energia elétrica, criação de blog interno com informações e dicas sustentáveis, entre outras.

O projeto tem por objetivo, conscientizar os clientes sobre a importância da sustentabilidade. Neste sentido, o primeiro passo foi identificar e avaliar os fornecedores sustentáveis. Na sequência, foram desenvolvidas viagens com foco sustentável e, além disso, foi elaborada uma cartilha sobre o turismo consciente, a qual foi enviada para todos os clientes. Nessa cartilha foram destacadas as melhores práticas para que o viajante preserve o local visitado, minimizando qualquer tipo de impacto no ambiente.

RESULTADOS OBTIDOS

AMBIENTAIS

Com a sugestão dos colaboradores, foi realizada uma coleta seletiva, onde separou-se resíduos como pilhas, cartuchos, lâmpadas, depois descartados em lugares apropriados, gerando imenso benefício ao meio ambiente.

As tags de bagagem e sacolas de papel entregues aos passageiros são confeccionadas com material reciclado.

Como principal resultado destaca-se a conscientização ambiental tanto dos funcionários quanto dos passageiros que utilizam o serviço da empresa.

SOCIOCULTURAIS

Ampliação do conhecimento dos colaboradores da empresa sobre práticas sustentáveis no ambiente profissional, social e pessoal.

Conscientização do fornecedor e do cliente sobre práticas sustentáveis e o impacto de suas ações no meio ambiente.

ECONÔMICOS

O processo de trabalho da empresa possibilita oferecer um voucher eletrônico ao cliente, gerando economia tanto de recursos materiais (papel, tinta, porta voucher, energia elétrica etc.), como na entrega, pois diminuímos gastos com motoboy, correio, deslocamento do passageiro etc.

O mesmo vale para a cartilha sobre o turismo consciente, distribuída por meio eletrônico, também gerando economia de recursos materiais.

INOVAÇÃO

Plantar uma semente de práticas sustentáveis no elo mais distante da cadeia que é o cliente, podendo envolver as três partes do negócio: operadora, fornecedor e cliente.

Apesar da dificuldade socioeconômica do país, notadamente no setor turístico, houve

esta oportunidade em focar o turismo em destinos sustentáveis, utilizando de prática que não necessariamente precisam de grandes investimentos para colocar o tema da sustentabilidade como fator motivacional dentro da empresa.

▶ *EDUCAÇÃO*

Com o incentivo da venda de pacotes com apelo sustentável, houve uma justificativa para a manutenção dos projetos e dos fornecedores que os amparam.

Promovendo também a divulgação das iniciativas sustentáveis criadas por seus fornecedores para além da comunidade local, abrangendo toda a carteira de clientes, funcionários e parceiros.

ABRANGÊNCIA

Foram divulgadas informações sobre turismo sustentável no blog interno (intranet) e no site e realizada campanha de e-mail marketing para os clientes com dicas sustentáveis. Em resumo, usamos extensivamente nossos canais de comunicação com os stakeholders, representando em números cerca de 90 funcionários, 10 fornecedores e 5.500 clientes diretos e indiretos.

CATEGORIA ASSOCIADAS BRAZTOA

3º LUGAR

TAM VIAGENS

Projeto
Plantando atitudes, construindo uma história

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Em dezembro 2013, foi divulgado o Programa de Sustentabilidade TAM Viagens que, com base no tripé da sustentabilidade, tem como objetivo promover a conservação e o desenvolvimento dos destinos turísticos da empresa nos três pilares que compõe o tripé, Social, Econômico e Ambiental. A TAM Viagens entende que a longevidade do negócio está amplamente relacionada ao elo entre estes três pilares.

Para dar sustentação ao programa, foi criado o Comitê de Sustentabilidade TAM Viagens para fomentar o tema da sustentabilidade nas áreas e envolver os colaboradores nas ações realizadas. Ao longo de 2014, o Comitê de Sustentabilidade foi o agente responsável pela mudança de atitude e conscientização dos colaboradores, clientes e fornecedores para as questões ambientais, sociais e econômicas por meio de ações e iniciativas realizadas.

Dentro deste Programa, várias ações foram implementadas, sendo: redução em 80% nos gastos com copos descartáveis; implantação da coleta seletiva em todas as áreas internas com gestão de indicadores; participação e envolvimento dos colaboradores em três grandes ações sociais; melhoria na divulgação e comunicação sobre a sustentabilidade para os

colaboradores, fornecedores e clientes; treinamento e envolvimento dos serviços de receptivo para fomentar o turismo sustentável; gestão de impressões com redução no número de impressões e custos e conquista da certificação nível Parceiro da Travelife.

RESULTADOS OBTIDOS

AMBIENTAIS

Em 2015 implantamos o sistema de coleta seletiva que envolveu alterações no sistema de coleta do prédio e na rotina dos funcionários através da substituição dos coletores de lixo individuais por ilhas de coleta seletiva, capacitação dos colaboradores sobre os impactos dos resíduos e das equipes de limpeza no novo modelo contido no Procedimento de Gestão de Resíduos. Como resultado, de janeiro a setembro, aproximadamente duas toneladas de resíduos tiveram o destino adequado.

SOCIOCULTURAIS

Para incentivar o desenvolvimento das comunidades locais, solicitamos a produção de brindes com uniformes reciclados para ONGs locais para o lançamento do Programa e a Convenção Anual de Franquias TAM Viagens. Além disso, realizamos uma feira de natal com ONGs locais para exposição e comercialização de produtos elaborados com materiais recicláveis. No site TAM Viagens disponibilizamos orientações aos clientes sobre o incentivo à cultura local através de informações e o Guia de Sustentabilidade.

ECONÔMICOS

Através da distribuição de canecas TAM Viagens para funcionários e eliminação de copos descartáveis, atingimos uma redução em 80% nos gastos com copos e eliminamos o descarte de mais de 20 mil copos por mês. Em paralelo, o programa de reciclagem garantiu o trabalho

a dezenas de trabalhadores das cooperativas. Na implantação de um novo sistema de impressão, as impressoras foram substituídas por modelos mais modernos e de menor consumo. Assim, estima-se uma redução de 44% em custos com impressões.

INOVAÇÃO

A TAM Viagens possui o comprometimento em trabalhar com os recursos de maneira ambientalmente responsável, socialmente justa e economicamente viável. Com base nessa premissa, foram desenvolvidas ações com foco em condições de trabalho, direitos humanos, meio ambiente, biodiversidade e práticas comerciais justas. Como resultado, a TAM Viagens é a primeira operadora de turismo no país a conquistar a certificação Nível Parceiro da Travelife, se tornando um marco importante no turismo brasileiro.

EDUCAÇÃO

Para fomentar o turismo sustentável nos destinos, foi elaborado um material de Práticas Sustentáveis para todos os receptivos nacionais operados pela TAM Viagens. Além disso, foi inserida uma cláusula de Sustentabilidade no contrato de prestação de serviços com base nos requisitos Travelife. No site TAM Viagens,

a página de Sustentabilidade e o Guia de Sustentabilidade fazem a divulgação do tema a clientes e fornecedores e o Jornal da Sustentabilidade leva o tema mensalmente a todos os colaboradores.

ABRANGÊNCIA

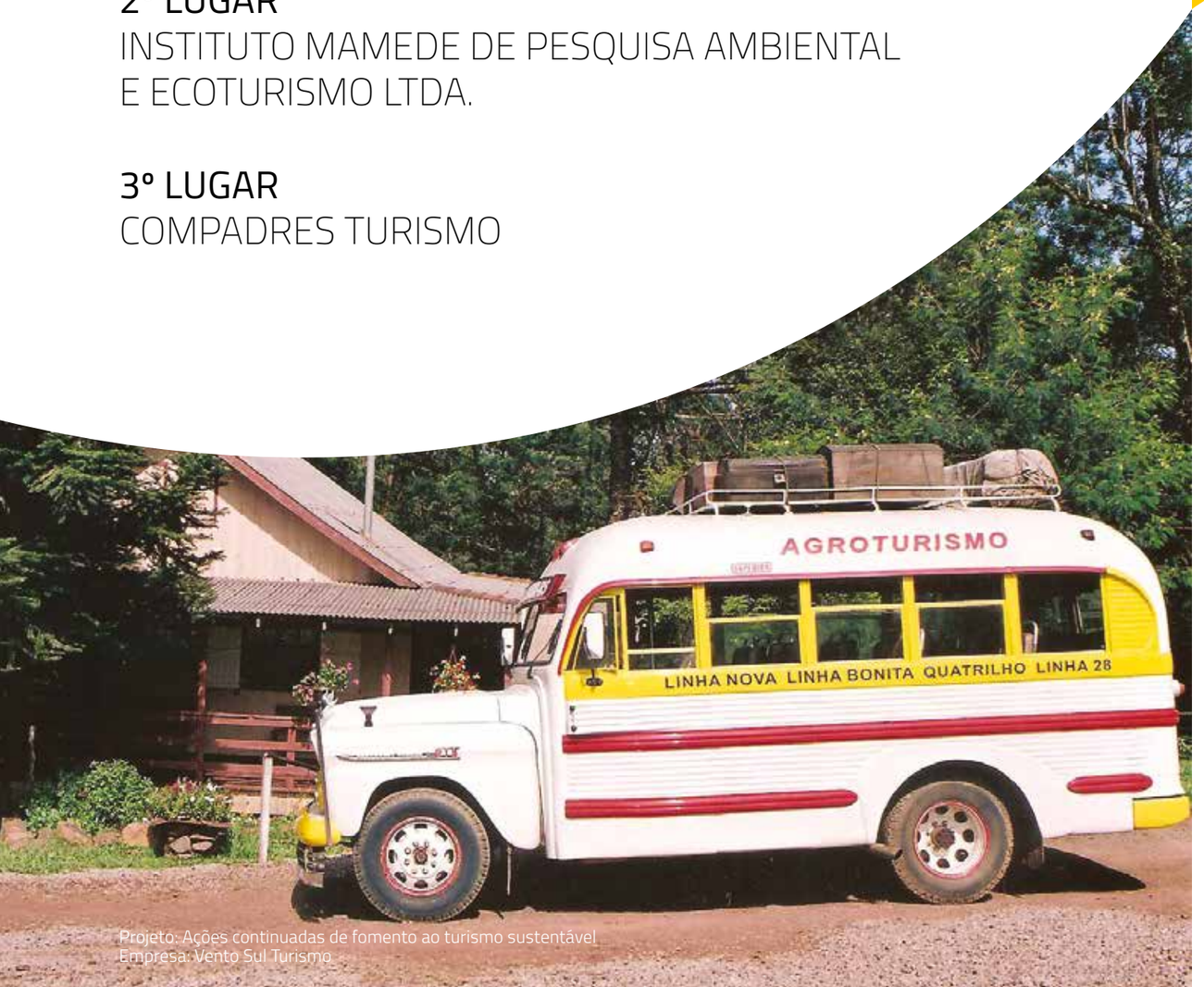
Através do Comitê de Sustentabilidade, composto por representantes de todas as áreas da empresa, foram realizadas três grandes ações sociais que mobilizaram os 400 funcionários da empresa na doação de itens e participação em atividades de recreação e melhorias realizadas nas cinco instituições contempladas. Além da participação de funcionários, foi feito investimento de aproximadamente R$20.000,00 para realização das iniciativas contempladas no Programa de Sustentabilidade.

CATEGORIA AGÊNCIAS DE VIAGEM

1º LUGAR
VENTO SUL TURISMO

2º LUGAR
INSTITUTO MAMEDE DE PESQUISA AMBIENTAL E ECOTURISMO LTDA.

3º LUGAR
COMPADRES TURISMO



Projeto: Ações continuadas de fomento ao turismo sustentável
Empresa: Vento Sul Turismo

CATEGORIA AGÊNCIAS DE VIAGEM

1º LUGAR

VENTO SUL TURISMO

Projeto
Ações continuadas de fomento ao turismo sustentável

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Vento Sul Turismo vem desempenhando um papel de destaque de excelência de atendimento e referência em prestação de serviços turísticos na Serra Gaúcha. Também percebe claramente a necessidade de diversificação dos segmentos turísticos atendidos, principalmente no receptivo desenvolvido.

Diante disso, começou há muitos anos a criar estratégias de diversificação de segmento e, percebendo o potencial preservacionista existente na atividade turística e na lacuna existente no desenvolvimento desta atividade na área rural do município, passou a estruturar e planejar os roteiros turísticos no interior juntamente com as famílias de agricultores envolvidos no projeto. Com isso, a empresa incentivou e ajudou a qualificar estas famílias, juntamente com o apoio e coordenação técnica de parceiros fundamentais como a Prefeitura Municipal de Gramado e o Ministério do Turismo.

A Administração Pública Municipal percebeu a necessidade de ordenamento da oferta turística do Município e lançou este ano um projeto ousado e inovador de concessão dos roteiros turísticos do município: por meio do Edital 001/2015, ofertou dois lotes com 03 roteiros

cada para serem atendidos por Agências de Turismo ou Operadores Turísticos.

A Vento Sul foi a vencedora do processo, possibilitando a continuidade das ações desenvolvidas em parcerias com estas famílias e a sustentabilidade aplicada nestas ações.

RESULTADOS OBTIDOS

▸ *AMBIENTAIS*

O objetivo era buscar o bem estar das pessoas, a preservação ambiental, a utilização e indução a práticas agroecológicas nos empreendimentos dos Roteiros, a preservação da cultura existente nas comunidades visitadas e o resultado financeiro positivo para estas famílias e para a empresa. O resultado operacional, desde o início desta ação, pode mensurar o resultado das ações.

▸ *SOCIOCULTURAIS*

A parceria existente entre a Vento Sul, a administração pública local e as famílias envolvidas gera um resultado muito positivo para

a preservação do meio ambiente da cultura e proporciona a permanência destas famílias em suas propriedades no interior, através do resultado econômico proporcionado. Estas ações integradas possibilitam a perpetuação dos saberes e fazeres tradicionais destas comunidades.

▸ *ECONÔMICOS*

Hoje, operando os Roteiros: o Quatrilho, Tour no Vale e Caminhos Linha Ávila, pertencentes ao Lote 02 da Licitação citada anteriormente, a Vento Sul possibilita o pagamento de R$ 40,00 por passageiro por Roteiro. Este valor,

aliado a um montante de nove mil visitantes até agosto de 2015, possibilita um resultado econômico extremamente satisfatório tanto para as famílias, quanto para a empresa, que segue investindo fortemente na divulgação destes segmentos sustentáveis e em novos mercados para os Roteiros.

▸ *INOVAÇÃO*

O item mais inovador e desafiador é justamente a composição do grupo e entendimento do processo de pensamento coletivo para os grupos formados pelas famílias que atendem direta e indiretamente os Roteiros. A qualificação constante dos envolvidos também é um dos itens de destaque desta prática. Outra ação inovadora é a implantação de um ponto de venda em uma das áreas mais nobres da cidade para fomentar a venda destes Roteiros.

▸ *EDUCAÇÃO*

Para todos os Roteiros, operados ou não pela Vento Sul Turismo, houve um incentivo

junto a Prefeitura para buscar processos de qualificação para os envolvidos, direta ou indiretamente, na atividade turística, justamente por saber da importância de um atendimento de excelência, corroborando com a captação de cursos do Pronatec e da qualificação do Talentos do Brasil Rural, ambos com o apoio fundamental do Ministério do Turismo, com o intuito de desenvolver e qualificar ainda mais o turismo no destino.

ABRANGÊNCIA

A empresa conta hoje com 25 colaboradores, e operamos três Roteiros de Base Comunitária que envolvem diretamente 52 pessoas e indiretamente mais de 27 famílias, através da produção associada de produtos da agricultura familiar oferecidos nos pontos de parada destes Roteiros. O principal ponto crítico para replicabilidade é a formação de um entendimento de grupo e que no Turismo precisa de relações de ganha-ganha para possibilitar o sucesso de Projetos de Roteirização.

CATEGORIA AGÊNCIAS DE VIAGEM

2º LUGAR

INSTITUTO MAMEDE DE PESQUISA AMBIENTAL E ECOTURISMO LTDA.

Projeto
Cicloturismo socioambiental e bike birding

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto intitulado "Cicloturismo Socioambiental e *Bike Birding*" consiste em um produto ecoturístico, que tem como diferencial a bicicleta, seja como meio de transporte mais sustentável, seja como meio de inclusão, integração e interação, tendo em vista que a bicicleta permite maior contato tanto social quanto ambiental com os lugares visitados. Este projeto tem entre seus objetivos: proporcionar momentos de vivência com a natureza e interação com a comunidade local utilizando um meio de transporte mais sustentável; promover o ecoturismo envolvendo ações socioambientais integrando turista e a comunidade local, como oficinas de fotografia, cine ambiental, observação de aves, plantio de mudas nativas e troca de experiências entre os participantes; provocar olhares de valorização da sociobiodiversidade brasileira; fomentar o turismo de observação de vida silvestre, uma vez que durante o percurso os participantes são acompanhados por guias especializados em *birdwatching* (por isso *bike birding*) e em observação de vida silvestre.

Cada roteiro de Cicloturismo tem a duração entre dois a dez dias, com percursos de 60 a

400 km dependendo do perfil de cada participante. Os roteiros são realizados em regiões que contemplam áreas naturais e comunidades tradicionais. Já participaram do projeto de forma direta 400 pessoas, entre brasileiros e estrangeiros e de forma indireta mais de 10.000 participantes. A cada roteiro, a percepção de que é possível a construção de territórios sustentáveis.

RESULTADOS OBTIDOS

AMBIENTAIS

Diminuição da emissão de gases poluentes em atividades turísticas; Contribuição no aumento de Sequestro de Carbono a partir de plantio de mudas nativas; Recuperação de áreas degradadas; Sensibilização dos envolvidos sobre a importância da conservação da biodiversidade dos biomas percorridos pelos cicloturistas; Incentivo do uso da bicicleta como um meio de transporte menos poluente; Diminuição na geração de resíduos, utilizando canecas, além do incentivo ao uso racional da água.

SOCIOCULTURAIS

O envolvimento das comunidades locais com o Turismo e Ecoturismo de Base Comunitária; Incentivo à valorização e confecção de produtos tradicionais das comunidades locais como rapadura, farinha, cestarias; Envolvimento da comunidade na recepção e participação do Cicloturismo; Envolvimento da comunidade local nas oficinas que acontecem durante o percurso, tais como fotografia, técnicas de identificação de aves, observação da vida silvestre.

ECONÔMICOS

Crescente procura pelo produto "Cicloturismo Socioambiental e Bike Birding"; Os destinos já realizados pelo projeto têm obtido maior visibilidade como "ecoturísticos"; O produto tem uma boa aceitação junto à mídia local, a qual tem contribuído com a divulgação em jornais locais; O investimento tem aumentado gradativamente, devido ao envolvimento de novos parceiros que procuram contribuir por considerarem uma atividade sustentável e referência de economia criativa.

INOVAÇÃO

Um dos maiores diferenciais aplicados ao projeto é a composição da equipe que consiste em profissionais de múltiplas áreas de formação, sendo criativos, proativos, competentes e que amam o que desenvolvem, dinamizam as atividades, acreditam num mundo mais sustentável e respeitam as comunidades locais; um processo contínuo de treinamento, viagens, diálogo e fomento de inteligência coletiva e Educação Ambiental dentro e fora da empresa; e o uso de tecnologias sem perder a essência da simplicidade.

EDUCAÇÃO

A empresa é proativa em relação à questão da Educação para a Sustentabilidade, por isso colabora de forma voluntária em processos educativos junto às comunidades onde se realizam roteiros de Cicloturismo, além das próprias intervenções junto à comunidade durante o roteiro em si. Participa de diálogos visando políticas públicas socioambientais, planos diretores das cidades que atuamos, incentivamos e propomos roteiros ecoturísticos integrados e contribuímos na elaboração da Política de Educação Ambiental no MS.

ABRANGÊNCIA

Todos os funcionários se envolvem no projeto. Muitas parcerias são firmadas durante a promoção dos roteiros de Cicloturismo socioambiental, como: prefeituras locais, ONGs, empresas, Parque Nacional, Associação da Comunidade Quilombola Furnas da Boa Sorte, entre outras.

CATEGORIA
AGÊNCIAS DE VIAGEM

3º LUGAR

COMPADRES TURISMO

Projeto
Caminhos da canastra

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O Cerrado brasileiro é o segundo maior bioma do país, e desempenha um papel crucial na questão dos recursos domésticos. A região do projeto é uma área de 130 mil hectares de Cerrado, que desde 1972 vem passando por constantes problemas fundiários em decorrência da tentativa ineficiente de implantação de uma Unidade de Conservação.

A agência Compadres Turismo trabalha há 10 anos na região e é conhecedora da realidade de falta de ações, perspectivas de dinamização sustentável e desenvolvimento. O Ecoturismo tem um potencial incrível na região, porém o trade turístico ainda trabalha isoladamente e sem diretrizes.

O projeto Caminhos da Canastra pretende criar e adequar uma rota ecoturística de *trekking* para envolver e unir os empreendimentos turísticos existentes, ligando-os através de um caminho ecológico, na área não regularizada do Parque Nacional da Serra da Canastra no município de São João Batista do Glória-MG. A criação da rota e sua classificação nas normas da ABNT 15505-2, sugerida pelo MTur e ABETA, tende a impulsionar o ecoturismo, fortalecendo o trade através de um produto turístico comum, gerando segurança para os ecoturistas e inserindo o "Glória" no roll de destinos providos de trilhas adequadas ao trekking. O fomento e as ações conjuntas serão decisivos para a adequação do produto turístico conservacionista, gerando qualidade da visitação e fazendo com que a região tenha mais desenvolvimento econômico, deixando de depender exclusivamente de atividades insustentáveis.

RESULTADOS OBTIDOS

▸ *AMBIENTAIS*

Conscientização e fomento junto a empreendedores locais sobre a necessidade de conservar a Serra da Canastra. Sensibilização dos ecoturistas sobre a riqueza natural, princípios conservacionistas e normas de preservação que serão dispostas no percurso do caminho, nas pousadas e pontos de apoio. O envolvimento geral propaga o caráter mitigador de impacto do projeto e consolida um fluxo turístico mais consciente e sustentável, ampliando a geração e distribuição da renda para a comunidade local.

▸ *SOCIOCULTURAIS*

O produto turístico visa dar oportunidade aos ecoturistas de vivenciar os costumes Canastreiros, conhecer as paisagens naturais e rupestres, os muros de pedras da Canastra, cruzar riachos cristalinos e observar espécies raras do Cerrado. O produto agrega o trade e fortalece a imagem do comunitário com profissionalismo, transmitindo confiança para operadoras e agencias de viagens, guias de turismo e aos ecoturistas, que passam a ser multiplicadores da promoção e disseminação do destino turístico.

▸ *ECONÔMICOS*

O projeto Caminhos da Canastra pretende atrair os praticantes do trekking. Visa "turistificar" a região com roteiros de 1 a 5 dias envolvendo os empreendimentos parceiros e os atrativos naturais. Além de apresentar no mercado ecoturístico um produto inédito, com

um grupo conciso de empreendedores locais que buscam enfrentar a sazonalidade do setor, diversificando as opções na região.

INOVAÇÃO

A rota foi concebida e classificada utilizando a norma técnica ABNT NBR 15505-2: Turismo com atividades de caminhada – Parte 2: Classificação de Percursos. O processo possibilita tratar a questão da segurança no turismo com atividades de caminhada, estabelecendo critérios para a classificação de percursos com o propósito de facilitar o acesso às informações pelos ecoturistas de maneira sistemática, padronizada e comparativa.

EDUCAÇÃO

Temas variados de interpretação ambiental estarão inseridos em pórticos, painéis e placas; lixeiras serão dispostas em pontos da rota e atingirão diretamente os ecoturistas, divulgando o envolvimento com a causa da sustentabilidade na Canastra. As pousadas e empreendimentos serão mantenedores destes equipamentos, demonstrando que a própria comunidade valoriza e está interessada em manter a integridade do Meio Ambiente em que vivem, ampliando a sustentabilidade e a eficácia das ações.

ABRANGÊNCIA

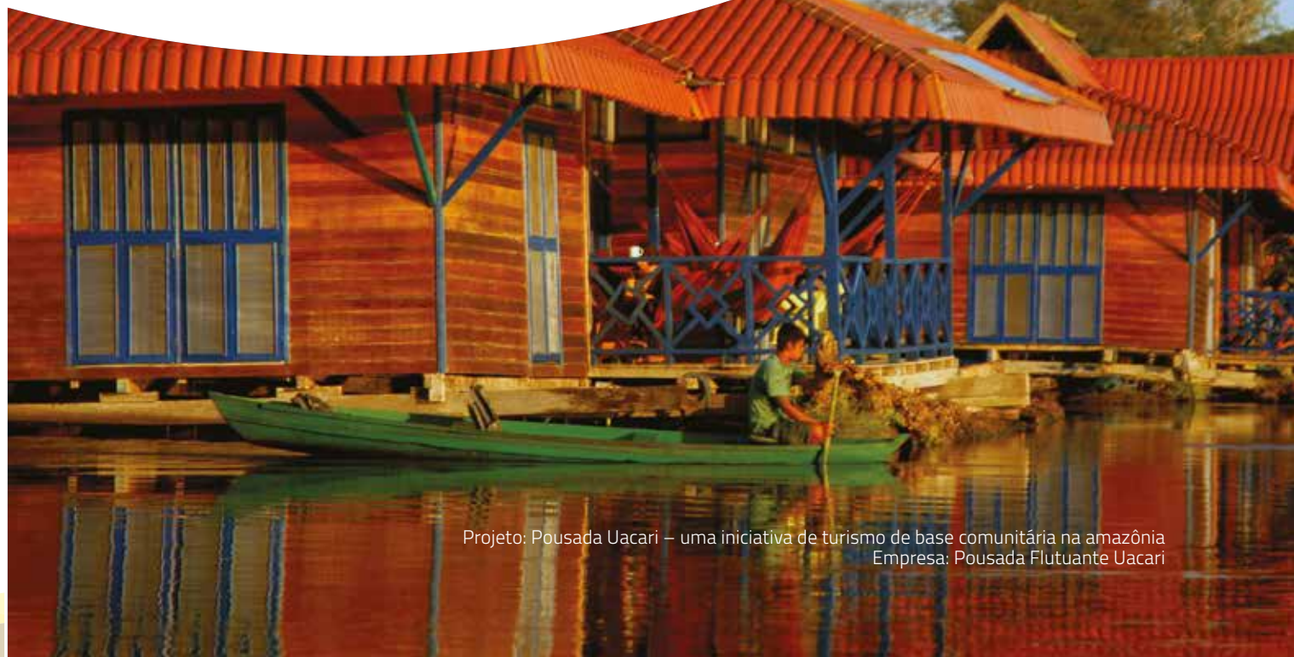
A rota foi delimitada em 37 km de percurso no eixo principal, divididos em três trechos. Conta com 11 empreendimentos parceiros e o apoio institucional da UEMG e do COMTUR. Novas ramificações podem ser implantadas, possibilitando o acesso a atrativos naturais ainda pouco visitados e também uma ampliação da abrangência da rota até a parte regulamentada do Parque Nacional da Serra da Canastra, perfazendo uma rota mais extensa, inserindo novos estabelecimentos e atraindo ecoturistas do mundo inteiro.

CATEGORIA MEIOS DE HOSPEDAGEM

1º LUGAR
POUSADA FLUTUANTE UACARI

2º LUGAR
HOTEL BANGALÔS DA SERRA LTDA.

3º LUGAR
HOTEL FAZENDA CAMPO DOS SONHOS



Projeto: Pousada Uacari – uma iniciativa de turismo de base comunitária na amazônia
Empresa: Pousada Flutuante Uacari

CATEGORIA
MEIOS DE HOSPEDAGEM

1º LUGAR

POUSADA FLUTUANTE UACARI

Projeto
Pousada Uacari: uma iniciativa de turismo de base comunitária na amazônia

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Pousada Uacari é pioneira em Ecoturismo de Base Comunitária na Amazônia brasileira, já foi considerada como melhor destino de ecoturismo do mundo e premiada como exemplo de turismo sustentável. Foi idealizada para ser uma fonte de renda adicional e alternativa para os locais, contribuindo com a distribuição dos benefícios e com a conservação dos recursos naturais. Desde 1998, a Pousada trouxe mais de R$ 2 milhões em renda às comunidades, com uma média de retorno para a economia local de R$ 4,72 para cada R$1,00 investido. Um dos principais benefícios é o empoderamento das populações locais. Os comunitários não só participam nos serviços e venda de produtos locais e artesanatos, mas são os protagonistas, cabendo a eles também as funções de gestão da Pousada, tomadas de decisão através da associação local e divisão dos benefícios. A preocupação com os impactos ambientais é presente em todo o processo, com normas estabelecidas para mitiga-los. Dez comunidades são beneficiadas, 350 moradores locais capacitados e alguns deles se tornaram multiplicadores. A empresa quer ir além, e ver, até 2022, a Pousada Uacari 100% nas mãos

dos comunitários. Todos os esforços estão agora voltados para fornecer aos comunitários a capacitação para que eles possam assumir integralmente e conduzir o negócio independentemente. Com isso, a Pousada Uacari servirá como referência para o protagonismo comunitário, contribuindo com o desenvolvimento da região sendo socialmente e ambientalmente responsável.

RESULTADOS OBTIDOS

AMBIENTAIS

A Pousada conta com várias tecnologias, testadas desde a sua criação, que visam diminuir o impacto ambiental da atividade turística: sistemas de uso de trilhas, monitoramento da fauna, uso de energia solar, tratamento de dejetos, separação do lixo, separador e clorador de água da chuva e máquina de gelo solar (novo experimento). O turismo também apoia a conservação incrementando a população de espécies-chave da região. Os resultados são multiplicados em outras áreas e fomentam políticas públicas.

SOCIOCULTURAIS

Dez comunidades atuam nas atividades de turismo, com cerca de 65% das famílias sendo beneficiadas diretamente. As comunidades participam através da prestação de serviços, fornecendo produtos, gerenciando a Pousada, na tomada de decisões e na divisão de benefícios. Desde sua criação já foram realizados mais de 140 eventos de capacitação, entre eles palestras, oficinas, intercâmbios, workshops e cursos, multiplicando sua experiência. O desafio agora é a transferência de gestão para as comunidades.

ECONÔMICOS

75% dos cargos de gerenciamento são ocupados por comunitários. Ao longo de 17 anos, foram gerados mais de R$2 milhões para as comunidades e na economia local gera retorno

médio de R$4,72 a cada R$1 investido. A prática do turismo sustentável é reconhecida com mérito e disseminada por diferentes mídias e organizações internacionais como NatGeo e Lonely Planet. Está finalista no prêmio Responsible Tourism Awards, possui prêmios internacionais e certificado de excelência do TripAdvisor desde 2012.

▸ *INOVAÇÃO*

A estrutura é 100% flutuante, localizada no meio da floresta amazônica, a mais de 500 km da capital, Manaus. Esta peculiaridade nos fez experimentar diferentes tecnologias inovadoras para a flutuação, comunicação com a cidade, tratamento dos efluentes, e outros. O processo gerencial é experimentado constantemente, hoje algumas áreas são dominadas por comunitários, o que não ocorria antes. O processo de transferência de gestão também tem contribuído na inovação gerencial do negócio.

▸ *EDUCAÇÃO*

A atividade possui sinergia com pesquisas atuantes na área e funciona como um laboratório para as áreas do ecoturismo e conservação, contribuindo para a geração de informação técnico-científica, com a disseminação através de publicações científicas, palestras e intercâmbios. Já foram capacitadas mais de 350 comunitários para algum tipo de serviço ecoturístico, vários deles tornaram-se multiplicadores e ministram capacitações para os que desejam iniciar-se profissionalmente na atividade.

ABRANGÊNCIA

Cerca de 50 prestadores de serviço e cinco funcionários, de 10 comunidades ribeirinhas, participam diretamente das atividades hoteleira, manutenção e de lazer na Pousada. Os prestadores trabalham em sistema de rodízio, permanecendo até 20 dias na Pousada. Desse modo, amplia-se o número de moradores envolvidos e as pessoas mantêm suas atividades tradicionais. Os desafios para replicabilidade são as peculiaridades dos distintos biomas brasileiros e das realidades de cada iniciativa comunitária.

CATEGORIA
MEIOS DE HOSPEDAGEM

2º LUGAR

HOTEL BANGALÔS DA SERRA LTDA.

Projeto
Mais que um negócio,
um projeto de vida

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto tem por objetivos ser um Hotel voltado à excelência no atendimento; Disseminar o conceito de sustentabilidade entre concorrentes, parceiros, fornecedores, clientes, visando a preservação do planeta para as futuras gerações; Colaborar para a melhoria da qualidade de vida dos funcionários e da comunidade como um todo; e gerar resultado econômico para garantir a continuidade do projeto.

Principais resultados alcançados do projeto foram: Divulgação da cultura local por meio de parcerias com grupo de artesãos, músicos tradicionalistas, livrarias, escritores; preservação do patrimônio imaterial com as receitas no café da manhã e dos pratos típicos no restaurante, gerando maior relacionamento com a comunidade local e apoio e divulgação para o projeto; Projeto Pais e Filhos, abrangendo "Árvore do Conhecimento", "Hora do Conto", "Oficina de Pintura", "Trilha do Conhecimento", "Pinhão e Chimarrão", "Plantas e Pássaros", proporcionando um atendimento diferenciado, gerando fidelização, aumento da taxa de ocupação e maior conscientização dos funcionários e clientes; Diminuição da produção de lixo, redução do consumo de energia, água e óleo diesel, maior

número de funcionários motivados, aumento da participação dos funcionários, diminuição do *turn over* e produção de alimentos orgânicos com maior retorno financeiro; A disseminação do conceito fica visível nas avaliações dos hóspedes nas redes sociais e sites de compra; e, Aumento da taxa de ocupação.

RESULTADOS OBTIDOS

AMBIENTAIS

Colocação de redutores de vazão de água e tanque de aproveitamento de água de chuva – redução de 50% no consumo; Troca de lâmpadas econômicas e TVs por LED, ar condicionado com a tecnologia Inverter, geração solar, eólica e hidráulica, aquecimento solar, economizadores de energia – redução de 35% no consumo; Lixeiras de coleta seletiva e compostagem, melhor comunicação, reduzindo em 40% a geração de lixo; Consumo de óleo diesel menor 50%; Produtos biodegradáveis, papel reciclável, dispensers.

SOCIOCULTURAIS

Projetos "Conhecendo e Entendendo a Hotelaria" com 160 alunos atendidos, "Hospedagem Solidária" com mais de 250 livros doados e "Semeando Sustentabilidade" com a escola do bairro, com participação dos funcionários e disseminação para hóspedes e sociedade; Parceria com artesãos com venda de seus produtos e com músicos locais, encantando e fidelizando hóspedes através da história local; Participação nas entidades empresariais; Apoio à Prefeitura em eventos culturais.

ECONÔMICOS

Criação de Experiências, fidelizando hóspedes, e atingindo 87% de aprovação; Aumento da taxa de ocupação de 26% em dois anos com consequente aumento de faturamento em 30% ao ano nos últimos dois anos; Baixa rotatividade de pessoal (em torno de 6%); Reconhecimento aos funcionários, com gratificação, acompanhamento por psicóloga empresarial, apoio em treinamentos ou formação curricular; Aumento do faturamento por funcionário de 16% ao ano nos últimos dois anos.

INOVAÇÃO

Hospedagem Solidária – troca de livros por desconto na diária;Espaço do Artesanato Gramadense – divulgação e venda de artesanato local preservando a cultura; Árvore do Conhecimento – biblioteca em forma de árvore, disponibilizando livros para hóspedes e funcionários, em parceria com a Prefeitura; Experiências onde são contadas histórias da cultura e música locais; Divulgação das ações de sustentabilidade por mascote do Hotel; Todas as ações abrangem funcionários, comunidade e hóspedes.

EDUCAÇÃO

Colaboramos com a educação através do projeto "Conhecendo e Entendendo a Hotelaria", onde os alunos do ensino médio têm aulas sobre o funcionamento do Hotel na escola, posteriormente vindo ao hotel para ver na prática o funcionamento de cada setor, inclusive preparando o almoço e servindo as mesas, arrumando quartos, entendendo um sistema reservas. As ações de entidades ou poder público também são apoiadas e divulgadas em nossas mídias sociais, com o objetivo de desenvolvimento do turismo.

ABRANGÊNCIA

O projeto abrange os funcionários, comunidade, clientes e entidades locais (CV&B, Agência Visão), e os principais desafios são a conscientização de mais empresários e o equilíbrio entre investimentos, custos e retorno, de forma a gerar resultado e consequentemente sua perenização; A replicabilidade depende da convicção de cada empresário em fazer sua parte, de recursos financeiros, e de apoio governamental, já que os atos regulatórios atrasam e prejudicam muito o andamento de processos.

CATEGORIA
MEIOS DE HOSPEDAGEM

3º LUGAR

HOTEL FAZENDA CAMPO DOS SONHOS

Projeto
Sustentabilidade – ferramenta de desenvolvimento sustentável

DESCRIÇÃO DO PROJETO

A empresa identificou que seria uma questão de sobrevivência no mercado focar em Sustentabilidade no conceito amplo, não somente ambiental, mas abrangendo o *Triple Bottom Line* – ambiental, social e econômico, pois hoje, essa prática passou a ser entendida como uma obrigação primordial da atividade empresarial e tornou-se rotina na nossa empresa. Neste contexto, fez-se destinação adequada aos resíduos orgânicos, inorgânicos, óleos e orgânicos não compostáveis. Realizou-se o tratamento adequado aos efluentes e tratamento na água resultante antes de devolver a natureza. Promoveu restauração das Áreas de Preservação Permanente – APP com mais de 20.000 árvores plantadas. Além disso, a economia de energia e de água é praticada constantemente, além de triar e reutilizar embalagens. No que tange a abrangência social, implantou acessibilidade no hotel e nas práticas de atividades. Inovou em equipamentos e procedimentos para atendimento. Aproveita a mão de obra local, implantou plano de carreira e pratica anualmente a distribuição de resultados. Conquistou a certificação em acessibilidade e nas práticas das atividades de turismo de aventura. Economicamente

a empresa passou a ter melhores resultados tanto na demanda quanto financeiramente e a contemplar recursos anualmente para investir em sustentabilidade. Ganhos mensuráveis de R$ 790.600,00 em 2014. O projeto é um case de sucesso e rendeu diversos prêmios para a empresa, tais como: World Responsible Tourism Awards, Direitos Humanos, Pintou Limpeza, MPE Brasil, entre outros, além de inúmeras reportagens espontâneas.

RESULTADOS OBTIDOS

▸ *AMBIENTAIS*

Substituímos lâmpadas incandescentes por econômicas e LED, utilizamos aquecimento solar e placa fotovoltaica. Plantamos mais de 20.000 árvores. O Centro de Compostagem utiliza todo material orgânico oriundo das atividades e o composto resultante é utilizado no Minhocário para a produção de humus para a Horta Orgânica. Tratamos os efluentes via biotecnologia e a água resultante. O Centro de Triagem dá destinação ao lixo seco e reutilizamos parte dessa triagem para fazer artesanato com clientes.

▸ *SOCIOCULTURAIS*

Práticas sustentáveis simples, inéditas e transformadoras contribuíram para a ampliação do capital intelectual e a transformação para um turismo mais sustentável. Um alinhamento entre a ação com os princípios essenciais da organização, disseminando a cultura de sustentabilidade como um fator-chave e estratégico da companhia para um processo de gestão bem-sucedido. Diversas ONGs locais e regionais foram parceiras nos âmbitos: Ambiental, Social e Econômico além de valorização da cultura local.

▸ *ECONÔMICOS*

O sucesso do projeto trouxe R$ 550.000,00 de mídia espontânea. Aumentou a taxa de

ocupação do hotel, saltando de 58% em 2007 para 89% em 2014. Essa ocorrência propiciou recursos para continuidade do projeto e novos investimentos. Ganhamos notoriedade do mercado de turismo e das três esferas governamentais. Contribuímos com a sustentabilidade e sensibilizamos as pessoas da comunidade e região, mostrando que sustentabilidade é viável e traz grandes vantagens para a empresa e para a humanidade.

▸ *INOVAÇÃO*

Foi inovado em equipamentos como cadeiras para trilha, cadeira de tirolesa, manta para tirolesa, corrimão de bambu e de madeira de reuso ou de reflorestamento; em procedimento de atendimento e operação nas atividades de turismo de aventura; treinamento para atender pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida, treinamento para uso de equipamentos de cozinha para economia de energia e água; comunicação em braile e alto relevo, palestras, confecção de banners, folders e vídeo.

▸ *EDUCAÇÃO*

Como case de sucesso nacional, recebemos mais de 25 visitas técnicas por ano, a nível nacional e internacional, somos exemplo de melhores práticas de turismo. Press Trip da

imprensa nacional e de diversos países já nos visitaram como: Uruguai, Paraguai, Argentina, Inglaterra e Alemanha. Palestras proferidas sobre nosso case em quase todos os estados da federação e em inúmeras universidades e faculdades. Somos um exemplo para o trade de turismo da cidade de Socorro e para nossa comunidade.

ABRANGÊNCIA

O projeto é totalmente e facilmente replicável, nem mesmo os equipamentos inovados não foram patenteados para facilitar a replicação. Todos os colaboradores (48) da empresa participaram do processo, além de parcerias com ONGs (7) e o governo local. Palestras sobre o projeto são apresentadas (25 em 2014), mostrando o que foi feito e como foi feito, enfim o projeto prima pela educação para as melhores práticas.

CATEGORIA PARCEIROS DO TRADE

1º LUGAR
PORTAL ECOHOSPEDAGEM

2º LUGAR
CASA DO VIDRO

3º LUGAR
ECOBOOKING

Projeto: Na rota da sustentabilidade
Empresa: Portal EcoHospedagem

CATEGORIA
PARCEIROS DO TRADE

1º LUGAR

PORTAL ECOHOSPEDAGEM

Projeto
Na rota da sustentabilidade

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Durante os cinco primeiros meses de 2015 foram visitadas as cinco regiões mais turísticas de Santa Catarina em busca de opções de turismo sustentável.

Foram visitados roteiros de Ecoturismo, Turismo Comunitário, Cultural e Rural, Restaurantes e Meios de hospedagem que realizem ações relacionadas à sustentabilidade, Lojas, parques temáticos, projetos e similares que tenham a sustentabilidade como diferencial.

As visitas foram realizadas, preferencialmente, acompanhado de um morador local, que goste do tema sustentabilidade e se propôs a participar, levando a locais e passeios da região que ele conheça.

O desafio foi encontrar alternativas de turismo mais sustentáveis nestas regiões com o objetivo de divulga-las e assim gerar renda por meio do turismo para estas comunidades e empreendimento. Além de disseminar as boas práticas de sustentabilidade no turismo por meio das visitas pessoais e a divulgação das boas práticas do setor.

Como resultados, o projeto gerou grande retorno de mídia e das comunidades envolvidas.

Foram mais de 60 matérias com opções de roteiros de turismo sustentável, 3.228 km rodados, 12.161 fotos tiradas e 36 empreendimentos visitados.

RESULTADOS OBTIDOS

- *AMBIENTAIS*

Identificação e divulgação de boas práticas ambientais desenvolvidas pelos empreendimentos visitados.

Divulgação de empreendimentos com ações socioambientais, dando visibilidade a eles e incentivando que os turistas usem seus serviços. Foram 36 empreendimentos visitados e divulgados.

Divulgação de passeios de Ecoturismo, como forma de incentivar o contato das pessoas com a natureza, sem prejudicá-la.

Não foi realizado nenhum passeio que necessitasse de combustível fóssil para ser realizado.

- *SOCIOCULTURAIS*

Foram visitados e divulgados mais de 35 opções de roteiros de turismo sustentável, dentre os quais muitos de contato com a comunidade e cultura locais. Outros mostrando sobre a historia da colonização local, ou de hábitos e festas típicas. Além do incentivo a geração de renda para moradores locais, que tiveram seus trabalhos, seja como guias, artesanato, projetos e outros, divulgados na mídia.

- *ECONÔMICOS*

O objetivo principal foi a divulgação de opções de turismo sustentável como forma de gerar renda para estes locais. O projeto gerou grande retorno de mídia e das comunidades envolvidas. Foram mais de 49.000 visualizações no website do projeto até 14/07/2015, duas reportagens de TV sobre o projeto (uma delas na RBS, filiada da Rede Globo em Santa Catarina), uma reportagem de duas páginas no

jornal mais lido no estado, e dezenas de chamadas na capa do DC online, ClicRBS e Facebook da RBS.

▶ *INOVAÇÃO*

A inovação é que o projeto divulga APENAS destinos e locais com ações de sustentabilidade, e todo o conteúdo é divulgado na internet, reunindo e facilitando a busca de opções de turismo sustentável pelos turistas.

▶ *EDUCAÇÃO*

Por meio da divulgação dos destinos e empreendimentos que desenvolvam boas ações de sustentabilidade, além de beneficiá-los diretamente, incentivando que continuem com estas ações, e levando mais turistas conscientes para estes destinos. Isto faz com que os outros locais da região também passem a adotar tais ações para atraírem estes turistas.

ABRANGÊNCIA

Foram 36 roteiros divulgados, trazendo benefícios a todos os envolvidos com estes roteiros (guias locais, empresas, membros da comunidade) e outros 36 empreendimentos visitados e divulgados (hotéis, restaurantes, lojas de artesanato e outros), gerando mídia para todos e incentivando o incremento da renda, trazendo benefícios a todos os colaboradores. O projeto foi realizado apenas no estado de Santa Catarina, mas já esta em fase de finalização para ser realizado em todo o Brasil ainda em 2016.

CATEGORIA
PARCEIROS DO TRADE

2º LUGAR

CASA DO VIDRO

Projeto
Vidro não é lixo

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Criação de Ecoponto na cidade de Bonito-MS, em parceria com a Prefeitura Municipal de Bonito, como centro de apoio ao descarte adequado de vidro. Reutilização do vidro com foco em projetos de educação ambiental em parceria com ONG local – IASB. Parceria com a Sec. De Meio Ambiente do município em projeto de conscientização para coleta seletiva.

RESULTADOS OBTIDOS

▶ *AMBIENTAIS*

Retirada do vidro da natureza, transformando-o em um produto útil, ampliando seu ciclo de vida e diversificando seu uso, além da transformação social através da geração de renda e educação ambiental.

▶ *SOCIOCULTURAIS*

As ações serão obtidas a longo prazo, com base na conscientização de todo um paraíso ecológico, Bonito, onde vidro não é lixo.

▶ *ECONÔMICOS*

A empresa com apenas um ano e meio tem uma equipe de oito funcionários e com grande potencial de crescimento, sem contar com a multiplicação de ações em outras cidades, desenvolvendo técnicas de reutilização do descarte do vidro, promovendo a consciência ambiental da população bem como dos turistas, através da mudança de comportamento no que se refere às questões ecológicas.

▶ *INOVAÇÃO*

A Fábrica é a primeira empresa de reutilização de vidros do Brasil, com o intuito de produção de lustres, objetos de decoração e utensílios domésticos. Além de reforçar o trabalho de conscientização de coleta seletiva e educação ambiental para os moradores da cidade, bem como os turistas que a visitam e sendo responsável pela retirada do meio ambiente de 80% do vidro descartado na cidade.

▶ *EDUCAÇÃO*

Hoje sendo uma empresa referência de sustentabilidade na cidade de Bonito, recebemos um numero considerável de turistas nas nossas instalações, pois somos responsáveis por obter 80% do vidro descartado do município. A grande atração é o nosso showroom.

ABRANGÊNCIA

De acordo com as leis dos resíduos sólidos, desde setembro de 2014, um aterro sanitário deveria ser implantado em todas as cidades brasileiras. A Casa do Vidro é um Ecoponto na cidade de Bonito-MS, em parceria com a Prefeitura Municipal de Bonito, funcionando como centro de apoio ao descarte adequado do vidro. Reutilização do vidro com foco em projetos de educação ambiental em parceria com uma ONG local - IASB. Parceria com a Sec. de Meio Ambiente do município em projeto de conscientização para coleta seletiva.

CATEGORIA PARCEIROS DO TRADE

3º LUGAR

ECOBOOKING

Projeto
Ecobooking – sistema de gestão do turismo

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Ecobooking é um Sistema de Gestão do Turismo na Web, que produz dados estatísticos, inclusive gráficos que traçam a perfil do turista, ou seja, sua origem, idade, profissão, quanto gasta e para onde vai. Ele também funciona como sistema de voucher único digital. Esses dados são fundamentais para o planejamento estratégico do turismo, indispensáveis na hora de formatação de produtos e elaboração dos Planos de Turismo voltados para o desenvolvimento sustentável do setor. Com dados exatos, pode-se dar desenvolvimento de forma ordenada da cadeia produtiva para que o turismo seja economicamente viável, socialmente responsável e ecologicamente sustentável.

RESULTADOS OBTIDOS

▶ *AMBIENTAIS*

Instrumento de controle e ordenamento da visitação em atrativos públicos e particulares, permitindo o agendamento de passeios, via rede mundial de computadores (internet), controlando, desta forma, os limites de capacidade de carga dos atrativos em tempo real, além de evitar a sobrecarga e o agendamento de passeios além da capacidade de carga dos atrativos.

▶ *SOCIOCULTURAIS*

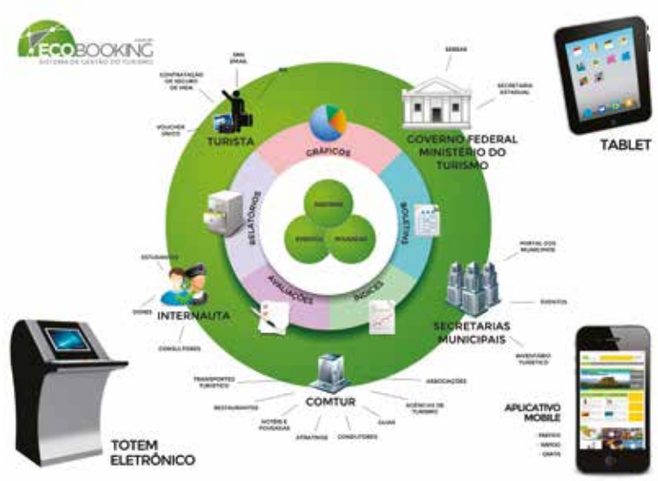
Sem informações, a indústria turística cria seus efeitos negativos na sociedade, que só com projetos eficientes podem prever estas situações. Também cria a possibilidade de maximizar os aspectos positivos, criação de emprego/renda, infraestrutura urbana, qualidade de vida, aumento de arrecadação de impostos, preservação ambiental, entre outros.

▶ *ECONÔMICOS*

A falta de informação atualizada, ordenadas e confiáveis sobre o setor dificulta a obtenção de benefícios e investimentos, que só são concedidos a projetos amplamente justificados.

▶ *INOVAÇÃO*

A possibilidade de se efetuar o agendamento das visitas em tempo real. A oportunidade de se gerar automaticamente relatórios e gráficos. O controle da capacidade de carga dos atrativos. O credenciamento prévio e remoto dos visitantes. A rápida divulgação de normas e procedimentos sobre os atrativos. A possibilidade do visitante avaliar a sua experiência na visitação incluindo estrutura, serviços e atendimento recebido.



▶ *EDUCAÇÃO*

A adoção de um instrumento de controle, útil para a gestão da visitação, facilitando o agendamento de visitas nos diversos atrativos oferecidos, proporcionando ferramentas de avaliação, análise e controle da visitação. A implantação do Ecobooking será importante para o controle de entrada de visitantes, da qualidade ambiental e da visitação.

ABRANGÊNCIA

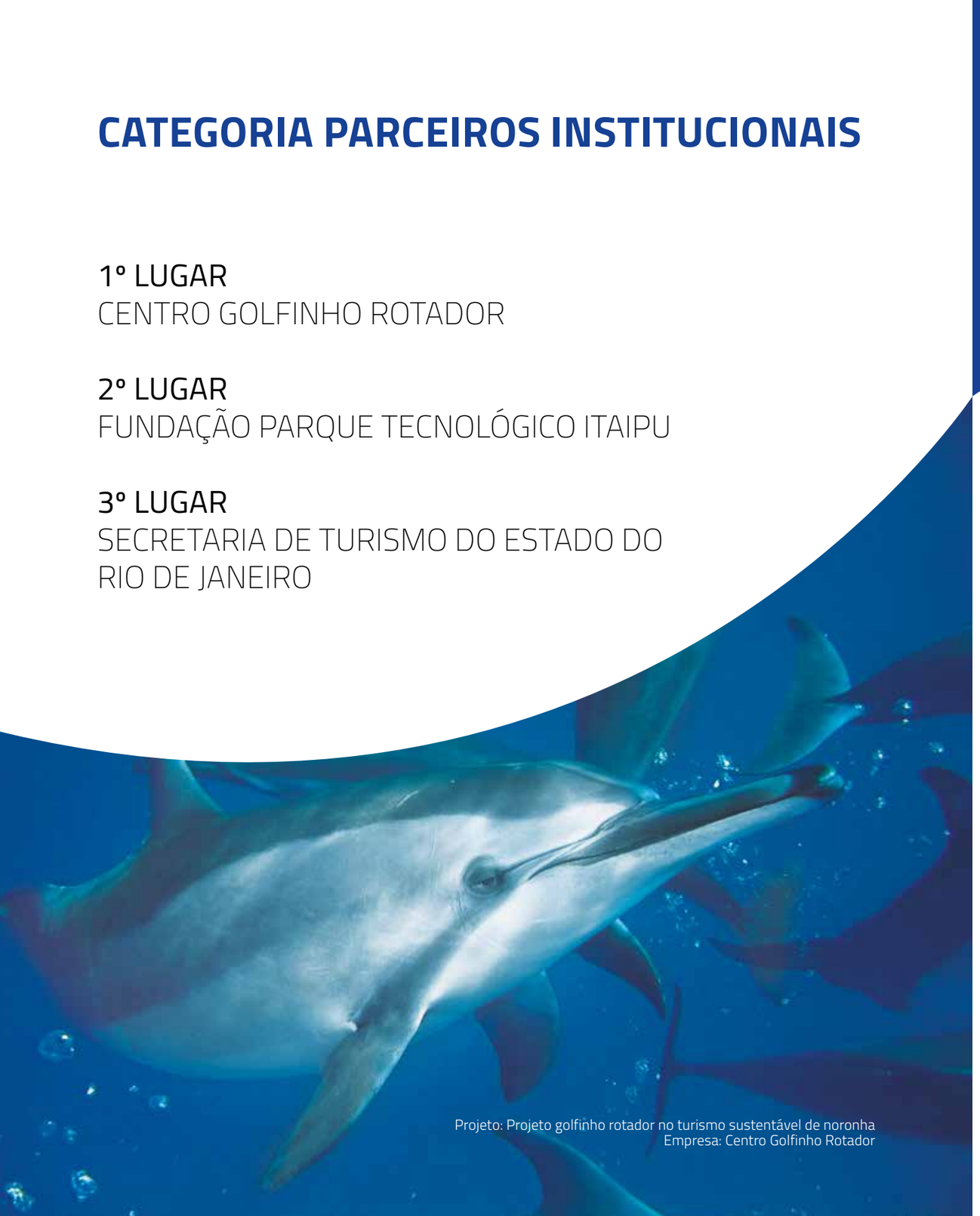
Atuamos em quatro Parques Nacionais, e algumas cidades turísticas, dentre elas: Chapada dos Guimarães/MT, Cachoeiras do Macacu/RJ. Temos uma equipe bem enxuta, mas que vem dando conta do trabalho. Temos alguns consultores associados, que nos ajuda nas implantações e treinamentos (quando necessário). Aumentando a demanda, poderemos aumentar a equipe.

CATEGORIA PARCEIROS INSTITUCIONAIS

1º LUGAR
CENTRO GOLFINHO ROTADOR

2º LUGAR
FUNDAÇÃO PARQUE TECNOLÓGICO ITAIPU

3º LUGAR
SECRETARIA DE TURISMO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO



Projeto: Projeto golfinho rotador no turismo sustentável de noronha
Empresa: Centro Golfinho Rotador

CATEGORIA PARCEIROS INSTITUCIONAIS

1º LUGAR

CENTRO GOLFINHO ROTADOR

Projeto
Projeto golfinho rotador no turismo sustentável de noronha

DESCRIÇÃO DO PROJETO

Dentre os serviços turísticos de Fernando de Noronha, a condução e hospedagem de visitantes são os setores mais representativos e onde predominam ilhéus, por isto que, para estimular o ecoturismo de base comunitária e sustentável em Fernando de Noronha, o Projeto Golfinho Rotador implantou programas de Capacitação Profissional e Sustentabilidade dos Meios de Hospedagem. Os programas foram gratuitos e oferecidos à comunidade local.

O programa Capacitação Profissional atingiu 770 alunos em 15 cursos profissionalizantes, como inglês, mergulho autônomo, primeiros socorros, condutor de visitante para poder trabalhar no Parque Nacional Marinho Fernando de Noronha. Ao final, realizou-se avaliação com os alunos.

O programa Sustentabilidade de Meio de Hospedagem foi desenvolvido em 5 etapas: 1) Diagnóstico de Sustentabilidade de 75 Meios de Hospedagem (71% dos reconhecidos oficialmente pela Administração de Fernando de Noronha). 2) Relatório de Conformidade específico, Manual de Sustentabilidade e Materiais Informativos e bilíngues sobre sustentabilidade,

fornecidos para os 75 Meios de Hospedagem. 3) Consultoria em gestão sustentável para 20 Meios de Hospedagem. 4) Projeto de Conformidade para Implementação de uma Gestão Sustentável e de Enquadramento nas Matrizes de Classificação Local e Nacional para 20 Meios de Hospedagem. 5) Avaliação.

Segundo os alunos dos cursos e gestores dos Meios de Hospedagem, os principais resultados diretos foram o incremento na empregabilidade, eficiência na gestão e elogio dos visitantes. E como resultado indireto, houve incremento na sustentabilidade do destino Fernando de Noronha, pois a sustentabilidade é uma prática onde todos ganham.

RESULTADOS OBTIDOS

AMBIENTAIS

Priorizamos saberes e aspectos necessários à Fernando de Noronha, usando como base requisitos ambientais da NBR 15401 (água, energia, resíduos, efluentes, insumos, legislação); biologia e Unidades de Conservação (UCs). Os principais resultados foram conduta correta nas UCs e eficiência na gestão dos Meios de Hospedagem, reduzindo produção de resíduos e menor consumo de água, energia e maior uso de insumos ecoeficientes, devido à sensibilização de visitantes, gestores e colaboradores quanto à temática sustentabilidade.

SOCIOCULTURAIS

Por meio da formação em história e geografia locais e requisitos socioculturais da NBR15401 (trabalho e renda, aspectos culturais) foi incentivada a cidadania ambiental, uso da mão de obra, artesanato e alimentos locais, capacitação de colaboradores. Os resultados foram dinamização da economia e cultura locais. ICMBio, Escola Arquipélago Fernando de Noronha, Conselho Noronhense de Turismo, Conselhos do Parque Nacional e da APA de Fernando de Noronha, as Associações de Condutores de Visitantes e dos Meios de Hospedagem de Fernando de Noronha apoiaram o projeto.

ECONÔMICOS

Constatou-se melhoria na renda familiar dos condutores, pois os cursos possibilitaram acesso dos ilhéus ao mercado de trabalho ou melhoria na posição de trabalho. Cerca de 74% dos condutores afirmaram que os cursos aumentaram as oportunidades do mercado de trabalho em Fernando de Noronha. As informações e orientações recebidas pelos Meios de Hospedagem resultaram em ganhos reais como satisfação dos clientes, economia financeira e eficiência na gestão dos Meios de Hospedagem. Os programas renderam matérias na mídia nacional e internacional.

INOVAÇÃO

A inovação deste trabalho foi fortalecer a matriz Noronhense de atendimento ao turismo evitando o caos socioambiental em destinos onde a população local foi excluída do desenvolvimento socioeconômico. Este trabalho fez com que o Projeto Golfinho Rotador lançasse uma nova e desafiante etapa, que foi a criação de 4 matrizes de classificação para Meio de Hospedagem, Bares e Restaurantes, Empresas de Passeio de Barco e Mergulho Recreativo, para receberem o Selo Noronha+20 quando da adoção de práticas sustentáveis.

EDUCAÇÃO

Os programas Capacitação Profissional e Sustentabilidade dos Meios de Hospedagem contribuem com as ações que o Projeto

Golfinho Rotador vem desenvolvendo desde 1990 em prol do desenvolvimento sustentável de Fernando de Noronha, como: monitoramento dos golfinhos-rotadores de Fernando de Noronha, educação ambiental na única escola local, orientação em locais estratégicos e palestras para visitantes, cursos profissionalizantes, orientação para gestão sustentável dos empreendimentos locais e patrocínio das manifestações culturais e esportivas.

ABRANGÊNCIA

Os cursos profissionalizantes formaram 80 condutores de visitantes do Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha e o trabalho com gestão sustentável do Meio de Hospedagem atingiu diretamente 263 colaboradores e 150 gestores dos 75 Meios de Hospedagem, totalizando 1.354 leitos, que atendem cerca de 90% dos turistas de Fernando de Noronha. Esta metodologia de capacitação profissional da população local e orientação à Gestão Sustentável de pequenos Meios de Hospedagem é o caminho para a sustentabilidade de destinos turísticos, podendo ser replicada em qualquer destino.

CATEGORIA PARCEIROS INSTITUCIONAIS

2º LUGAR

FUNDAÇÃO PARQUE TECNOLÓGICO ITAIPU

Projeto
Complexo turístico Itaipu

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O CTI - Complexo Turístico Itaipu é um conjunto de atrativos em torno da maior usina hidrelétrica do mundo, a Itaipu Binacional. Tem como objetivo explorar com qualidade seu potencial turístico, aumentando a atratividade e o tempo de permanência no destino, proporcionando boas experiências e satisfação dos visitantes.

Os oito atrativos e serviços ofertados geram mais de R$ 15 milhões por ano, 250 empregos diretos e financiam importantes projetos e pesquisas voltados ao desenvolvimento sustentável.

Existem programas e ações que geram oportunidades de emprego e renda, como o Programa Ñandeva de Artesanato, Barrageiros no Turismo, o conjunto de benefícios aos colaboradores e a política comercial favorável às agências de turismo.

A atuação da empresa é nas práticas de educação para o turismo com o projeto Trilha Jovem e as visitas e cursos realizados no Polo Astronômico, Ecomuseu e com o teste drive do veículo elétrico.

A política de descontos adotada pela empresa, gratuidade à comunidade, representação institucional e relacionamento com

o trade colaboram para o fortalecimento do turismo e da gestão integrada do destino.

A preocupação com a hospitalidade e qualidade dos serviços resulta em uma média de 94% de satisfação dos visitantes, sendo o primeiro atrativo do Brasil certificado pelo selo ISO 9001 e recorrentes premiações do TripAdvisor.

A empresa além de possuir atrativo turístico, tem um empreendimento capaz de movimentar a economia local, promovendo o desenvolvimento sustentável do turismo e do território.

RESULTADOS OBTIDOS

▸ *AMBIENTAIS*

O CTI promove visitas ao Ecomuseu e ao Refúgio Biológico, sensibilizando-os para as questões ambientais e contribuindo na formação de multiplicadores de ações educativas. Outra atração sustentável é o passeio com Veículo Elétrico, que permite ao turista conhecer a hidrelétrica conduzindo um carro produzido na usina, que não polui e é silencioso. Capacidades de carga controlada e coleta seletiva também são diferenciais dos atrativos.

▸ *SOCIOCULTURAIS*

Barrageiros no Turismo: traz pessoas que trabalharam na construção da Usina para acompanhar os passeios do CTI. Eles encantam os visitantes ao contar causos e sua vivência na época, valorizando os mais de 100 mil trabalhadores. Política de Descontos: moradores dos municípios da região têm isenção de ingressos para conhecer os principais atrativos, permitindo à comunidade o acesso ao lazer. Ecomuseu: retrata a história da região e aproxima a comunidade da arte e da cultura.

▸ *ECONÔMICOS*

O valor arrecadado garante a sustentabilidade econômica da peração do CTI,

a contribuição com entidades do trade e projetos do Parque Tecnológico Itaipu. Nos últimos anos mais de R$60 milhões foram injetados na economia da região. O mercado turístico e a comunidade são beneficiados diretamente. Salários e conjunto de benefícios da equipe estão acima do mercado local. O CTI ainda arrecadou R$1,5 milhão para o Fundo Iguaçu, uma entidade local de desenvolvimento e promoção do Turismo.

▸ *INOVAÇÃO*

Desenvolvemos uma metodologia única de Avaliação Mensal da Satisfação dos visitantes, que conta com entrevistas, clientes ocultos e manifestações escritas. Por seus atrativos serem os primeiros do país a receber o selo ISO 9001, pelo passeio do veículo elétrico, único no Brasil, a nova visita panorâmica que terá áudio guia interativo em diversos idiomas e por seu programa de capacitação continuado para os funcionários, tornam o CTI referência em gestão de atrativos para parques de todo o país.

▸ *EDUCAÇÃO*

O CTI financia o projeto Trilha Jovem, que capacita e insere no mercado do turismo jovens em vulnerabilidade social. Quase mil jovens já se formaram, criando novas perspectivas e oportunidades.

Apoia também o PIET, um programa de Educação Turística que atua com a hospitalidade em escolas e setores comerciais da cidade. Polo Astronômico: Além de ser um atrativo, o espaço qualificou em astronomia cerca de mil professores da rede pública e mais de 46 mil estudantes já foram atendidos gratuitamente.

ABRANGÊNCIA

O CTI tem 250 funcionários, dezenas de empresas parceiras e atende anualmente mais de 500 mil visitantes, com crescimento médio de 8% ao ano. Atende gratuitamente mais de 60 mil moradores por ano. Atua em instâncias de governança, como no Conselho Municipal de Turismo, Conselho do Parque Nacional do Iguaçu, ICVB, Adetur e Fundo Iguaçu. O diferencial é o modelo de gestão, gerido por uma fundação privada sem fins lucrativos, que reverte o resultado financeiro para o desenvolvimento do território.

CATEGORIA
PARCEIROS INSTITUCIONAIS

3º LUGAR

SECRETARIA DE TURISMO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Projeto
Capelinha Mauá

DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto "Capelinha Mauá" é inovador, faz parte do Programa de Desenvolvimento do Turismo (PRODETUR) e foi idealizado para atender as reivindicações da população moradora do local visando facilitar o acesso à região, criando ao mesmo tempo espaços de lazer e preservação da natureza.

Neste contexto, a construção da Estrada Capelinha Mauá foi uma iniciativa da Secretaria de Estado de Obras e do Ministério do Turismo. A rodovia ecologicamente correta liga a Capelinha a Visconde de Mauá, em Resende, na região do Médio Paraíba.

O empreendimento compreendeu a pavimentação da rodovia estadual RJ-163- Rodovia Coronel Rubens Tramujas Mader, no trecho entre Capelinha e Visconde de Mauá, onde foram recuperados 16 quilômetros da rodovia pelo Departamento de Estradas e Rodagem, com investimento de cerca de R$ 48 milhões, contando com acostamentos, mirantes, um centro de visitantes e asfalto a base de polímeros, que causa menos impacto ambiental e proporciona mais segurança aos motoristas.

A empresa, objetivando sempre à preservação da natureza alinhada ao turismo sustentável, a primeira estrada-parque do Estado do Rio de Janeiro facilitou o acesso a Mauá, Maringá e Maromba, favorecendo o turismo na região e o desenvolvimento social da comunidade, impulsionando a economia, otimizando o escoamento da produção agropecuária e fortalecendo o potencial turístico da região.

RESULTADOS OBTIDOS

▸ *AMBIENTAIS*

Tomou-se cuidados especiais para a preservação da flora e da fauna locais, cursos d'águas, estruturas de drenagem, pequenas fontes e com topografia visando valorizar a paisagem local ao longo do trajeto. A abertura de passagens subterrâneas para a travessia de animais, que são formadas por blocos de concretos, com manejo cuidadoso de pedras, terra e plantio. Na mata, um funil composto por suportes metálicos e telas plásticas, orientará a fauna para a travessia segura.

▸ *SOCIOCULTURAIS*

Promoveu a segurança do ambiente e dos usuários da estradas. Reafirmou-se o caráter turístico da região, com a qualificação de profissionais para trabalhar nas obras, adequações de diversos pontos de interesse da comunidade, incluindo mirantes. Facilitará o acesso de Mauá a outras localidades, não isolando a região e movimentando o trânsito de moradores ao comércio e escolas de outras cidades.

▸ *ECONÔMICOS*

Sendo a primeira estrada- parque do Estado do Rio de Janeiro, facilitou o acesso a Mauá, Maringá e Maromba, favorecendo o turismo na região. A estrada impulsionou também a economia da região, otimizando o escoamento da produção agropecuária e fortalecendo turisticamente a região. Facilitou-se o caminho para o turismo e o desenvolvimento sustentável da região. Foram minimizados os impactos ambientais decorrentes da operacionalidade de uma estrada estadual comum.

▸ *INOVAÇÃO*

A primeira estrada ecologicamente correta do Estado do Rio de Janeiro. Foi implantada a zoopassagem, uma passagem subterrânea para a travessia de animais silvestres, contando com acostamentos mirantes, um centro de vista e asfalto a base de polímeros, que

causa menos impacto ambiental e proporciona mais segurança aos motoristas. Houve manejo cuidadoso de pedras, terra e plantio, visando o máximo impactar menos o meio ambiente local.

▶ *EDUCAÇÃO*

A Setur está ativa no fomento do Turismo na Região de Visconde de Mauá e arredores. Nosso papel é promover e desenvolver o enorme potencial turístico por onde a estrada passa. A estrada não é benéfica somente para a comunidade, mas também para o desenvolvimento turístico local e favorecendo os pequenos produtores, que podem disseminar seus produtos com mais facilidade. A conservação da natureza é fundamental e é papel da estrada minimizar os impactos negativos na natureza de Visconde de Mauá.

ABRANGÊNCIA

Ao todo, 5 pessoas viabilizaram o projeto junto à Secretaria de Turismo do Rio de Janeiro, apoiando a Secretaria Estadual de Obras, a Prefeitura de Resende, Secretaria de Estado do Ambiente e Departamento de Estradas e Rodagens.

Empresas que apoiam o desenvolvimento do turismo sustentável

As ações do Programa Braztoa de Sustentabilidade são possíveis graças a importantes patrocinadores, apoiadores e parceiros que reconheceram a importância da sustentabilidade para a sociedade e acreditaram no comprometimento e na capacidade de realização da BRAZTOA e de seus associados.

"Ao incentivar o comportamento sustentável, assumimos o compromisso ético perante toda a cadeia de viagens no Brasil. A TRAVELPORT orgulha-se em fazer parte deste projeto com a BRAZTOA desde o início."

Luis Carlos Vargas - Country Manager TravelPort.

"Como patrocinador do Prêmio de Sustentabilidade BRAZTOA temos tido a oportunidade de confirmar a evolução que essa ação tem oferecido ao trade turístico, assim como conhecer as inúmeras iniciativas governamentais, empresariais e comunitárias de sucesso!

A divulgação dos cases e conceitos, que tornam o tripé da sustentabilidade – ambiental, econômico e social – cada vez mais conhecido e utilizado, dá ênfase para a importância do equilíbrio destes três elementos para a obtenção do resultado composto por negócios com índices de retorno financeiro diferenciado, atitude ambiental consciente e responsabilidade social."

Mario Gasparini – Diretor da IFASEG.

"O M&E se orgulha em participar como media partner de um programa de sustentabilidade como este viabilizado pela BRAZTOA e suas associadas. Um programa de ações sustentáveis com foco na cadeia de turismo, voltado para fornecedores, conectando todos os elos como operadoras, hotéis e agências".

Mari Masgrau, Diretora-Geral em SP do M&E.

"É emocionante ver como empresas de vários setores do turismo estão cada vez mais conscientes sobre o impacto de suas ações com relação à sustentabilidade. Pequenas ou grandes, não fogem de sua responsabilidade frente à sociedade. A BRAZTOA está de parabéns por incentivar este debate e gerar mais de 70 inscritos. Associações têm este papel de agregar e gerar ideias, buscar soluções e, ao mesmo tempo, compartilhar os seus achados com os membros. A BRAZTOA acreditou em um conceito, de que o mundo será melhor se todos fizerem uma parte, e foi atrás. Para nós da PANROTAS, é uma honra cobrir este projeto, participar como júri e dar os parabéns aos ganhadores."

Heloisa Prass – Diretora de Marketing da Panrotas.

Para nós, da Plataforma de Mídia Travel 3, é motivo de orgulho participar, como apoiadores, pelo 4º ano consecutivo, do Prêmio Braztoa de Sustentabilidade. Como jurada, poder ler e analisar cada uma das iniciativas, conferir e preencher a bem elaborada planilha foi, nada menos do que gratificante. Ter a consciência de que estamos fazendo parte de algo maior, da construção de um novo momento para o turismo no Brasil, nos engrandece e impele a perseverar para mudar a filosofia vigente em um país que ainda aprende a ver o turismo como uma indústria economicamente estratégica. A BRAZTOA é a pioneira em levantar a bandeira da sustentabilidade com a autoridade de quem resolveu agir para transformar, mudar para (muito) melhor, a atividade turística neste país.

Claudia Tonaco, Editora-Chefe da Travel 3.

Patrocínio

Travelport

ifaseg

QBE

Parceiros Institucionais

Ministério do Turismo

BRASIL GOVERNO FEDERAL

PNUMA

UNWTO AFFILIATE MEMBER

Consultoria

eccaplan Consultoria em Sustentabilidade

Parceiros de Mídia

Folha do Turismo m&e mercado&eventos

PANROTAS

revista travel 3 LAZER + NEGÓCIOS + AVENTURA

Apoio

Alemanha País turístico

Senac

Apoiadores Locais

ROYAL TULIP LUXURY HOTELS RIO DE JANEIRO

RIO PREFEITURA

Riotur

ABIH ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE HOTÉIS RIO DE JANEIRO

GOVERNO DO Rio de Janeiro

SeTur Secretaria de Estado de Turismo

TurisRio Companhia de Turismo do Estado do Rio de Janeiro

Agradecimentos

COMISSÃO JULGADORA

Alexandre Garrido
ABNT
Antonio Eurico
Travel 3
Caco de Paulo
Blog Clima21
Fernanda Altoé Daltro
PNUMA
Helena Costa
Universidade de Brasília
Isabel Barnasque
Ministério do Turismo
Jessica Kobayashi
SENAC-SP
Márcio Favilla
Organização Mundial do Turismo
Margaret Grantham
Centro de Turismo Alemão – DZT
Mari Masgrau
Mercado & Eventos
Mariana Aldrigui
Universidade de São Paulo
Mario Gasparini
Ifaseg/QBE
Patricia Crespi
Travelport
Ronald Sanabria
Rainforest Alliance

ENTIDADES PARCEIRAS

ABAV NACIONAL
ABAV RJ
ABAV SP
ABETA
ABIH-RJ
ABIH-SP
ABLA
ABRACORP
APRECESP
AVIESP
AVIRRP
BELTA
BITO
FOHB
SINDRIO
SP Turis

Expediente BRAZTOA

Braztoa®
associação brasileira das operadoras de turismo

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Magda Nassar - **Presidente**
José Zuquim – **Vice-Presidente**
Frederico Levy – **Conselheiro Financeiro e de Sustentabilidade**
Roberto Nedelciu – **Conselheiro de Tecnologia**
Ana Maria Berto – **Conselheira**

CEO

Monica Samia

EQUIPE BRAZTOA

André Lima
Ariane Santos
Camila Prazeres
Dandara Soares
Dante Campos
Fernando Abrão
Leonardo Tamagusuku
Priscila Perasolo
Raiane Castro
Silvia Gonçalves

Expediente SENAC São Paulo

PRESIDENTE
Abram Szajman
DIRETOR-REGIONAL
Luiz Francisco de A. Salgado
SUPERINTENDENTE UNIVERSITÁRIO E DE DESENVOLVIMENTO
Luiz Carlos Dourado
GERENTE DE DESENVOLVIMENTO
Sandra Regina Mattos Abreu de Freitas
COORDENAÇÃO DA ÁREA DE DESENVOLVIMENTO
Jéssica Kobayashi Correa
Daniele Cristiane Guimarães Ticiano

CENTRO UNIVERSITÁRIO SENAC

REITOR
Sidney Zaganin Latorre
DIRETOR DE GRADUAÇÃO
Eduardo Mazzaferro Ehlers
DIRETOR-ADMINISTRATIVO
Esmeraldo Batista de Oliveira
DIRETOR DE PÓS-GRADUAÇÃO E EXTENSÃO
Daniel Garcia Correa
DIRETORA DE RELACIONAMENTO E SERVIÇOS AO ALUNO
Maria Stela Reis Crotti
DIRETORA DO CENTRO UNIVERSITÁRIO SENAC - ÁGUAS DE SÃO PEDRO
Cícera Carla Bezerra da Silva
DIRETORA DO CENTRO UNIVERSITÁRIO SENAC - CAMPOS DO JORDÃO
Camila Fernanda Barboza e Moraes
COORDENADORA INSTITUCIONAL DE PESQUISA APLICADA
Luciana Mara Ribeiro Marino
ORGANIZADORAS DO PROJETO - SENAC
Prof. Dra. Emilia Satoshi Miyamaru Seo
Dra. Luciana Mara Ribeiro Marino

Braztoa®
sustentabilidade

Patrocinador:

Travelport

ifaseg

QBE

Parceiro Institucional:

UNWTO

Ministério do Turismo

BRASIL GOVERNO FEDERAL

Co-realização:

Senac

Realização:

Braztoa®
associação brasileira das operadoras de turismo