

IDEA BUSINESS POOL

Project Sheet #8

Turismo Ecológico

PROMOTOR



CO-FINANCIAMENTO



1 Apresentação sucinta da ideia e conceito de negócio

O conceito de “Turismo Ecológico” está relacionado com um conjunto de serviços que envolvem experiências na natureza e ao ar livre (incluindo ou não alojamento) em que, através de práticas ecológicas e sustentáveis, a interação entre o ser humano e o meio-ambiente não provoca danos ambientais e contribui quer para a sustentabilidade das economias locais (pela valorização económica das suas tradições, do seu património cultural e dos seus recursos endógenos) quer para a preservação ambiental e conservação de áreas naturais (por via da valorização dos sistemas ecológicos e da sensibilização/consciencialização para a importância da sua preservação enquanto fonte de riqueza para as populações).

Procura responder às necessidades que muitos clientes possuem de um contacto mais próximo e direto com a natureza, as quais podem ser satisfeitas através de um conjunto diverso de atividades de animação turística – desde as mais passivas (p.ex.: observação de fauna e da flora, *birdwatching*, observação de cenários e paisagens naturais, contacto com a cultura e tradições locais, etc.), até às ativas (p.ex.: caminhadas, escaladas, cicloturismo na natureza, trilhos em espaços verdes, provas de orientação, percursos pedestres, participação em festas e tradições locais, etc.) e até às radicais (*rafting*, *canyoning*, *rapel*, escalada e outros desportos de aventura ao ar livre).

2 Fileira ou setor de atividade em que se insere

Turismo (animação turística)

3 Exemplos de produtos e serviços

Entre alguns dos exemplos de serviços de animação turística ecológica a oferecer encontram-se:

- / Acampamento ou *camping* na natureza;
- / Arvorismo;
- / *Trekking*, *Hikking* e Percursos pedestres;
- / Cicloturismo na natureza;
- / *Birdwatching*;
- / Espeleoturismo;
- / *Canyoning*;
- / *Rafting*;
- / Escaladas;
- / *Rapel*;
- / Provas de orientação na natureza;
- / Observação de fauna e flora locais;
- / Imersão em atividades culturais e tradições locais;
- / Visitas, observação e interpretação de património natural;
- / Etc.

4 Janela de oportunidade: Necessidades de mercado a que responde

Portugal, pese embora a sua reduzida dimensão, possui uma enorme riqueza e diversidade quanto ao património natural e cultural oferecidos, com um elevado potencial de exploração no âmbito de uma lógica de turismo ecológico.

Se os conceitos como o turismo de Sol & Mar (Algarve), urbano (Lisboa e Porto), insular (Funchal) e fluvial (rio Douro) apresentam já níveis de maturidade elevados, escasseiam contudo ofertas complementares noutras regiões do país e em vertentes menos exploradas. A conjugação destas duas últimas realidades - turismo ecológico em destinos nacionais subaproveitados - representa consequentemente uma oportunidade de mercado, tanto mais que se verifica no plano internacional uma crescente procura por soluções turísticas menos massificadas, mais diferenciadas e com forte pendor ecológico. Por outro lado, estas ofertas não representam necessariamente concorrência ao turismo massificado e aos grandes operadores, posto que também estes necessitam de integrar tais ofertas diferen-

ciadas para complemento das experiências que pretendem proporcionar aos seus clientes.

5 Mercado(s) alvo

Entre aos clientes dos serviços destacam-se:

- / Consumidores finais (via venda em loja própria, rede de parceiros ou *website* próprio);
- / Operadores turísticos (nacionais e internacionais);
- / Agências de viagens (nacionais e internacionais);
- / Hotéis e outras unidades de alojamento;
- / Portais *online* especializados em turismo (generalistas ou especializados).

6 Recursos aconselháveis

- / Estratégia de comunicação digital de *inbound marketing* através de ferramentas como as redes sociais, Google Adwords, Facebook Ads, *banners* e publicidade em *blogs* especializados, etc.;
- / Rede de parceiros que assegurem uma ampla e diversificada oferta de serviços;
- / Conhecimentos adequados da região a promover e dos produtos/serviços a prestar;
- / Disponibilidade para criar ofertas de experiências inovadoras, diferenciadas e personalizadas;
- / Parcerias com clientes, *opinion makers* e prescritores.

PROMOTOR



CO-FINANCIAMENTO

