

ESTUDO DE CASO: GREEN TRAILS ECOTURISMO

A Green Trails Ecoturismo é uma empresa situada no interior do Brasil, especializada em oferecer experiências de turismo de natureza. Fundada há cinco anos, a empresa rapidamente se estabeleceu como uma das principais fornecedoras de ecoturismo na região, oferecendo atividades como trilhas guiadas, observação de aves, passeios de caiaque em rios selvagens e acampamentos em áreas protegidas.

No entanto, nos últimos dois anos, a Green Trails tem enfrentado desafios significativos. O aumento da concorrência, a variação na demanda por atividades ao ar livre devido a fatores sazonais e a necessidade de adaptar-se a um público cada vez mais exigente em termos de sustentabilidade e segurança têm pressionado a empresa a repensar sua estratégia competitiva.

Para garantir sua posição no mercado e desenvolver um plano estratégico eficaz, a Green Trails deve conduzir uma análise das forças competitivas de Porter, identificando as ameaças e oportunidades no ambiente competitivo e estabelecendo as melhores práticas para se destacar.

1. Descrição da empresa e do mercado

1.1 A Green Trails Ecoturismo

A Green Trails Ecoturismo é uma empresa brasileira especializada em oferecer experiências autênticas de turismo de natureza. Fundada há cinco anos por um grupo de empreendedores apaixonados pela preservação ambiental, a empresa rapidamente se destacou na indústria de ecoturismo por seu compromisso com práticas sustentáveis e pelo oferecimento de experiências imersivas e educativas.

- **Visão:** Ser referência em turismo de natureza no Brasil, promovendo a conservação ambiental e o desenvolvimento sustentável por meio de experiências turísticas de alta qualidade.
- **Missão:** Proporcionar aos visitantes experiências únicas de contato com a natureza, promovendo a conscientização ambiental e contribuindo para a preservação dos ecossistemas locais.

1.1.1 Serviços Oferecidos

A Green Trails Ecoturismo oferece uma ampla gama de serviços voltados para o turismo de natureza. Entre os principais estão as trilhas guiadas, que consistem em caminhadas por trilhas localizadas em reservas naturais, acompanhadas por guias especializados que fornecem informações detalhadas sobre a flora, fauna e geografia local.

Além disso, a empresa oferece atividades de observação de aves, focadas em espécies raras e endêmicas, especialmente aquelas ameaçadas de extinção. Outra opção popular são os passeios de caiaque, que permitem aos visitantes explorar rios e lagos selvagens, proporcionando uma experiência imersiva nos ecossistemas aquáticos de forma sustentável.

Por fim, a Green Trails também organiza acampamentos em áreas protegidas, oferecendo aos visitantes a oportunidade de vivenciar a natureza de maneira íntima e responsável, dentro de locais de preservação ambiental.

1.1.2 Posicionamento no Mercado

A Green Trails se posiciona como uma empresa de ecoturismo de alto padrão, focada em proporcionar experiências educativas e transformadoras, aliadas à preservação ambiental. O público-alvo da empresa inclui turistas nacionais e internacionais que buscam atividades de natureza, com um perfil socioeconômico médio a alto, interessados em sustentabilidade e experiências autênticas.

1.2 Características do mercado de Turismo de Natureza

O mercado de turismo de natureza, também conhecido como ecoturismo, tem apresentado um crescimento significativo nos últimos anos, impulsionado por várias tendências de consumo e por um perfil de consumidor cada vez mais consciente e exigente. Uma das principais tendências é a demanda crescente por sustentabilidade. Com o aumento da conscientização ambiental, muitos turistas estão optando por experiências que minimizam o impacto ambiental e promovem a conservação. Este grupo de consumidores prefere empresas que adotam práticas sustentáveis e que ofereçam atividades educacionais, onde podem aprender mais sobre a preservação da natureza e a importância da sustentabilidade.

Além disso, há uma busca crescente por experiências autênticas. Os turistas estão cada vez mais interessados em vivenciar a cultura e a natureza de forma genuína, preferindo destinos que oferecem atividades de imersão e aprendizagem, como a observação de vida selvagem, caminhadas guiadas por especialistas locais e a participação em projetos de conservação. Essa busca por autenticidade reflete um desejo de conexão mais profunda com os destinos visitados, indo além do turismo convencional.

Outra tendência relevante é o aumento do turismo doméstico, especialmente no contexto pós-pandemia de COVID-19. Durante a pandemia, muitos brasileiros começaram a explorar destinos naturais dentro do país, e essa tendência se manteve, impulsionando o crescimento do ecoturismo em diversas regiões. Este fenômeno também foi acompanhado por uma maior valorização da segurança e da saúde, com os turistas priorizando destinos que ofereçam um ambiente seguro e práticas sanitárias rigorosas.

O perfil dos consumidores de turismo de natureza é caracterizado por indivíduos com uma forte conexão com o meio ambiente e um interesse por práticas de vida sustentável. Eles tendem a valorizar experiências que proporcionem aprendizado e contribuam para a conservação da natureza. Este público é composto tanto por famílias, quanto por casais e grupos de amigos, com idades variando principalmente entre 25 e 55 anos, e um nível educacional médio a alto. Esses consumidores estão em busca de atividades que atendam especificamente aos seus interesses, como a fotografia da natureza, o estudo da flora e fauna, ou práticas de *mindfulness* na natureza. Eles também são sensíveis a fatores como a acessibilidade dos destinos e a qualidade da infraestrutura local, que podem influenciar diretamente suas escolhas de viagem.

O QUE VOCÊS DEVEM FAZER?

A partir das informações fornecidas vocês devem realizar uma análise das cinco forças de Porter, identificar oportunidades e ameaças, desenvolver recomendações estratégicas e elaborar um relatório final. Para tal, considerem responder perguntas como:

- Quais são as barreiras à entrada no mercado de ecoturismo na região? Como elas impactam novos concorrentes?
- Qual o nível de investimento necessário para iniciar uma empresa de turismo de natureza? A expertise e o conhecimento local são fatores críticos?
- A Green Trails depende de fornecedores específicos para equipamentos ou serviços essenciais (como guias turísticos, transporte etc.)? Como essa dependência influencia os custos e a operação da empresa?
- Existem alternativas viáveis para os principais fornecedores da Green Trails? O que poderia ser feito para reduzir a dependência?
- Como os clientes da Green Trails reagem a mudanças de preço? A empresa enfrenta pressão para manter preços baixos?
- Os clientes têm muitas opções de atividades de ecoturismo na região? Como isso afeta o poder de barganha dos clientes?
- Existem alternativas aos serviços oferecidos pela Green Trails que os consumidores poderiam considerar (como resorts, parques temáticos, ou viagens para outras regiões)?
- Como inovações tecnológicas ou mudanças no comportamento dos consumidores (por exemplo, aumento do turismo virtual) podem ameaçar a demanda por ecoturismo?
- Qual é o nível de rivalidade entre os concorrentes na região? A competição é baseada em preço, qualidade ou diferenciação?
- Como a Green Trails se diferencia dos seus concorrentes? Essa diferenciação é sustentável?
- Quais oportunidades a Green Trails pode explorar para melhorar sua posição competitiva? Por exemplo, novas tendências de turismo sustentável, parcerias estratégicas, ou expansão para novos mercados.
- Quais são as principais ameaças identificadas na análise das cinco forças? Como a empresa pode mitigá-las?
- Como a Green Trails pode se diferenciar ainda mais da concorrência? Que inovações podem ser implementadas para atrair novos clientes e fidelizar os existentes?
- Que parcerias podem ser estabelecidas para fortalecer a posição da empresa no mercado (por exemplo, com ONGs ambientais, órgãos de turismo ou outras empresas de turismo sustentável)?
- Como a empresa pode ajustar suas estratégias de preço e marketing para melhor atender ao seu público-alvo e aumentar sua participação de mercado?