

**GERENCIAMENTO INTEGRADO AO MEIO AMBIENTE NO  
TURISMO: CASO DA ROTA GASTRONÔMICA DA QUARTA  
COLÔNIA - RS.**

**INTEGRATED MANAGEMENT OF THE ENVIRONMENT IN THE  
TOURISM: THE ROUTE GASTRONOMY OF THE QUARTA  
COLÔNIA-RS CASE.**

**Profª Ms. Rut Maria Friedrich Marquette**

Centro Universitário Franciscano – UNIFRA. Curso de Turismo.

Endereço: Rua Serafin Valandro, 1372, ap 1003

Fone: (55) 3028-6206. E-mail: [rutmarquette@gmail.com](mailto:rutmarquette@gmail.com)

**Resumo:** o presente artigo objetiva contribuir para ampliar a visão de proteção do meio ambiente, a saúde das pequenas empresas, a promoção da qualidade de vida e segurança no trabalho dos anfitriões que integram a Rota Gastronômica da Quarta Colônia - RS. Foi necessário identificar os aspectos do gerenciamento integrado do meio ambiente aplicado na área do turismo através de levantamento bibliográfico, depoimentos e registros fotográficos. O aumento do fluxo turístico em destinos, como esta rota, sinaliza para a emergência da implantação de medidas que leve em conta a profissionalização dos serviços ofertados. O domínio gerencial no sentido de conduzir os processos e resultados das atividades à obtenção da sustentabilidade, considerando as variáveis socioculturais e econômicas, com foco nas questões qualitativas dos recursos naturais e a minimização dos impactos à saúde humana.

**Palavras-Chave:** Gerenciamento Integrado; Meio Ambiente; Turismo.

**Abstract:** thus, this article discusses this theme aiming to contribute, in some way, to amplify the protection vision of the environment, the small business health and the promotion of the life quality, as well as the security in the work of the hosts who are integrated into the route. For in such a way, it was necessary to identify the relevant aspects of the integrated management of the environment applied to the tourism by means of the bibliography survey, depositions and photography register. The tourist flow increase in some destinies, such as the Route Gastronomy of the Quarta Colônia/RS, signals to the urgency for the establishment of management measures that consider some variables, such as the professionalization of the offering services. The management domain in the sense of leading the process and the activities in order to obtain the natural, social, culture and economic environment sustainability.

**Key-word:** Integrated Management; Environment; Tourism

## **1 INTRODUÇÃO**

A partir da década de 90, quando o Estado começou a apresentar dificuldades em solucionar problemas ambientais e sociais, as empresas começaram a preocuparem-se mais com as questões ambientais. Segundo May et al. (2003), as empresas que aderiam aos programas de conservação de energia e otimização de processos obtiveram melhorias na sua imagem e reconhecimento social.

No entanto, o acelerado crescimento do consumo turístico e o incremento da tecnologia induzem os anfitriões a transformar os elementos da natureza, deixando-a vulnerável aos danos que comprometem a qualidade dos atrativos naturais e culturais, a segurança e qualidade de vida das pequenas empresas, inclusive a saúde humana.

Por isso, é imprescindível que os empresários da Rota Gastronômica da Quarta Colônia - RS adotem uma política que contenha práticas de gestão ambiental nas atividades, métodos e procedimentos de trabalho. Além disso, é fundamental sensibilização dos sujeitos integrantes dessa organização no sentido de planejar e controlar as variantes da destinação, pois as pressões sociais e a emergência em proteger o meio ambiente caminham junto com o crescimento do fluxo turístico.

Na medida em que as empresas, os administradores e os colaboradores forem inseridos neste processo, poderá aumentar em proporção, a oferta e a demanda pelos produtos de valor agregado, bem como a confiança e a segurança no trabalho.

## **2 GERENCIAMENTO INTEGRADO**

O termo integrado ao meio ambiente remete a idéia de sustentação, de “fazer parte de um todo” ou ainda “integrar o turismo aos processos e atividades na área do destino” (PEARCE & BUTLER, 2002, p.87-88). O turismo, as pessoas, a ecologia e a economia devem estar integrados em uma rede formada por representantes dos setores públicos, privados e institucionais. Segundo Silva in Trigo et al (2005, p.86), o envolvimento da comunidade também pode ser representado por órgãos como a “imprensa, instituições de ensino, governos, empresários e demais *stakeholders*”.

Pressupõe-se que os parceiros tenham transparência, comunicação, conhecimento e compreensão de sua estrutura de trabalho, pela qual se fundamentam os objetivos e decisões consensuais, sem hierarquia de poder nem subordinados. De acordo com Putnam in Becker et al. (2003), essa forma de articulação contribui para a democracia uma vez que se trata de práticas cívicas imbuídas de sentimentos de confiança e compartilhamento, o que muito auxilia no alcance dos objetivos comuns e ações que visem garantir a defesa dos interesses gerenciais.

A Organização Mundial do Turismo (OMT) (2003) sugere a inclusão de aconselhamento técnico ou demonstração dos procedimentos, os quais potencializam o atendimento aos padrões de higiene na feitura dos alimentos. De acordo com o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA), é imprescindível a “realização de monitoramento e avaliações permanentes que indicam os impactos ambientais, auditorias ambientais e o exame contínuo dos graus de mudança e a capacidade de carga” (DIAS, 2003, p. 80).

A demanda por produtos ecológicos e fabricados dentro das premissas ambientais apresenta-se em franco crescimento, tendendo à rejeição pelos serviços e produtos fabris, hortifrutigrangeiros e cereais que carregam consigo substâncias químicas que comprometem o meio ambiente, priorizando aqueles que obtêm a concessão do “Selo Verde”, “Orgânicos” e/ou os ecoprodutos. São produtos que muitos consumidores se dispõem a pagar mais por serem ecologicamente corretos, a exemplo das embalagens feitas de papel reciclado, alimentos sem agrotóxicos, entre outros (SACHS, 2002).

Além disso, a legislação, normas e regulamentos relativos ao meio ambiente estão cada vez mais rígidos, baseados em critérios fundamentados nas diretrizes do Sistema de Gestão Ambiental – SGA (PEREIRA; TOCHETTO, 2006), barreiras protecionistas, responsabilidade tributária pela geração de poluentes (Princípio do “Poluidor Paga”), responsabilidade sobre o seu produto (do berço ao túmulo), custos minimizados através da economia de recursos, produção e disposição de resíduos incluindo apelo ao marketing para melhoram a sua imagem no mercado (CONTADOR, 1997).

## **2.1 Componentes do gerenciamento turístico**

Goldner et al. (2002, p.32), apresentaram um conjunto de componentes do turismo e do gerenciamento descrevendo da seguinte maneira:

- a) Processos, resultados e atividades turísticas: a determinação das políticas, da visão, das estratégias, planejamento, desenvolvimento, marketing, administração, visitação, comportamentos, experiências, impactos, monitoramento, avaliação, organização, filosofia, pesquisa;
- b) Recursos e ambiente natural: clima, as pessoas (residentes e visitantes), fisiografia (natureza e a aparência estética da paisagem);
- c) Ambiente construído: informações, a cultura, infra-estrutura, superestrutura, orientações e tecnologia;
- d) Segmentos operacionais do setor turístico: setores da hospedagem, serviços, transporte, entretenimento, alimentação, recreação e aventura, atrações, eventos e viagens;
- e) Organizações catalizadoras, de planejamento, desenvolvimento e promoção: componentes dos setores privados (associações nacionais, estaduais e provinciais, locais e regionais da indústria turística, *Conventions and Visitor Bureaus* ) e públicos (organismos turísticos de governos nacionais, estaduais e provinciais, locais e municipais).

## **2.2 Gerenciamento do meio ambiente no turismo**

A forma mais adequada de turismo a ser desenvolvido é o chamado turismo “suave”, que segundo Krippendorff (2000, p.138), “leva em conta as necessidades de todas as pessoas envolvidas, de forma a priorizar os interesses dos turistas e da população local”, sem desconsiderar a harmonia com o meio ambiente.

O fenômeno turístico tem gerado o aumento do fluxo de pessoas e, consigo o aumento exagerado do consumo, podendo escassear e atingir os recursos básicos como: a água potável pelo grande volume de resíduos, saturar a rede de esgoto ou contaminar os lençóis freáticos; os recursos da terra, que incluem os minerais, combustível fóssil, solos férteis, florestas, terra úmida e vida selvagem (BOULLIÓ, 2002). As obras de infra-estrutura, o desflorestamento, a abertura de áreas livres, loteamentos bem como o ciclo de vida de um produto, desde o transporte e transformação de matéria-prima, a distribuição e comercialização, o uso e a assistência técnica até sua destinação final, tornam ainda mais vulneráveis os recursos naturais (DIAS, 2003).

Goeldner et al. in Trigo et al. (2005, p.83), sugere que as “capacidades do gestor ambiental na área do turismo estejam focadas na sustentabilidade da qualidade da água, qualidade do ar, na vida selvagem, na fauna e na flora, na comunidade e na integridade do

patrimônio histórico”. O mesmo autor confere habilidades empresariais aos gerentes que apresentam competitividade nas áreas de marketing, financeira, operacional, recursos humanos, informações, organizacional e no planejamento estratégico.

Para Beni (1998), a administração deve determinar a razão da falta de cumprimento dos objetivos inicialmente propostos, seguido de retroalimentação retornando assim, ao equilíbrio. Também devem ser constantemente controlados pela avaliação e alteração de programas e projetos caso necessite ajustes.

### 3 QUARTA COLÔNIA

A Quarta Colônia de Imigração Italiana está localizada na região central do Rio Grande do Sul (Figura 1) e foi a quarta localidade colonizada pelos imigrantes italianos vindos ao Brasil, no ano de 1877. Eram terras devolutas do Governo Federal destinadas aos imigrantes para que as povoassem e cultivassem (RIGHI et al., 2001).

Atualmente essa micro-região é constituída por nove municípios onde os descendentes de imigrantes resguardam métodos e técnicas de produção, originárias da Itália. Além disso, as comunidades preservaram a cultura gastronômica, a religiosidade e costumes característicos que são valorizados através de atividades turísticas e eventos promovidos pelos municípios de Agudo, Dona Francisca, Faxinal do Soturno, Ivorá, Nova Palma, Pinhal Grande, Restinga Seca, São João do Polesine e Silveira Martins.



Figura 1 - Croqui de localização da Quarta Colônia.

Fonte: Adaptado do folder. <http://www.rotaseroteiros.com.br/>

### **3.1 Rota Gastronômica da Quarta Colônia**

A Rota Gastronômica da Quarta Colônia foi constituída com a congregação de vinte e nove (29) estabelecimentos de diferentes setores, como restaurantes, bares, cantinas, pousadas, panificadoras, clubes e agroindústrias. A oferta se baseia na combinação de produtos coloniais, similares em sua tipicidade (por exemplo: vários tipos de bolachas), porém bastante variados (vinhos, sucos de uva, geléias, pães, doces, cucas e biscoitos caseiros, diversos tipos de salames e copa e variedades de queijos), os quais são manufaturados por pequenas e médias propriedades. O roteiro inclui passeios e degustação de vinhos nas cantinas de Ivorá, fabricação de queijos em Pinhal Grande, de café em Agudo (com 95% da população descendente de alemães) ou visitas a moinhos e alambiques com degustação de cachaças.

De acordo com o SEBRAE/RS (2005), a Rota Gastronômica da Quarta Colônia é uma ação do Projeto de Turismo Integrado da Quarta Colônia do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas no Rio Grande do Sul (SEBRAE/RS), juntamente com o Consórcio de Desenvolvimento Sustentável da Quarta Colônia (CONDESUS). Ela foi concebida dentro de uma política de Arranjo Produtivo Local (APL), contando com a parceria das seguintes entidades: Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai); Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac); Associação Rio-grandense de Empreendimentos de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER); e Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Além disso, ela contou com o apoio de seguintes entidades: Associação Comercial, Industrial, Serviços e Agricultura (ACISA) e clubes de serviços. No entanto, devido à escassez dos recursos financeiros que pudessem cobrir os custos de consultoria, os programas de qualificação e divulgação foram abandonados, ficando essa proposta a espera de programas que possam conferir sustentabilidade à rota em questão.

Aos participantes da rota foram ofertados alguns cursos de capacitação e qualificação, através dos quais foram abordados itens como toxinas, higiene alimentar, administração e controle, serviços, atendimentos ao cliente, preparo das refeições, treinamento de garçons, formação das mesas e orientação nutricional. Também foram realizadas reuniões, discussões e um *city tour* entre as empresas que compõem a rota, para que os empresários pudessem avaliar a organização, higienização, cozinha, banheiros, serviços, atendimento ao cliente de todos os estabelecimentos.



Logo no início da concepção da rota o SEBRAE, juntamente com o CONDESUS, realizaram *benchmarking* (SPENDOLINI, 1993), programado por dois dias com visita ao município de Santa Rosa de Lima/SC, objetivando buscar informações sobre os procedimentos utilizados em propriedades rurais que recebem turistas. Inicialmente este programa contava com fases distintas de implantação, porém, em função da fragilidade política-financeira que não suportou os custos de contratação dos técnicos necessários, o projeto estagnou.

Contudo, a seleção do lixo (Figura 2), padronização das embalagens de plástico e vidro para conservas e geléias (Figura 3), sacos plásticos novos e/ou filme plástico para embalar pães e bolachas, rotulagem da Quarta Colônia que contenham tabelas nutricionais, logomarcas individuais e a adoção de normas técnicas foram implementadas de forma integrada. Além disso, foi efetivado um programa de marketing que possibilitou a divulgação e distribuição de *folders* no Salão Gaúcho de Turismo no ano de 2006.

Até o ano de 2006, algumas iniciativas persistiram e avançaram para a inserção de novas tecnologias, como o código de barras e consultoria técnica. Os remanescentes empenham-se para discutir questões relacionadas aos problemas comuns, dificultados pela falta de uma diretoria e regulamentos que oficializem a rota.



Figura 2: lixo seletivo

Fonte: Autora



Figura 3: Produtos embalados em frascos de plástico e vidro.

Fonte: Autora

#### 4 METODOLOGIA

A presente pesquisa define-se por uma abordagem do tipo descritiva, qualitativa e desenvolvida através do estudo de caso da Rota Gastronômica da Quarta Colônia-RS, no mês de janeiro de 2006. Foram realizadas visitas ao local da rota que permitiram a observação

contextual, entrevistas (*in loco*) individuais e não estruturadas destinadas a investigar as ações dos empresários da rota em questão, referentes ao gerenciamento integrado ao meio ambiente.

Foram selecionados três empresários dos setores de restaurante (1), agroindústria (2) tendo-se o cuidado para que as entrevistas ocorressem no ambiente de trabalho dos pesquisados, por considerar mais apropriado para discorrerem a respeito dos cuidados ambientais, suas atividades e conhecimentos aos quais estavam submetidos.

O estudo em bibliografias específicas permitiu elencar alguns passos para a aplicação de um modelo de gerenciamento que envolvesse a integração, o meio ambiente e o turismo.

## **5 DISCUSSÃO**

Na Rota Gastronômica da Quarta Colônia é possível conviver com as pessoas da zona rural e observar o ambiente interiorano, constituído por lavouras de arroz, milho, cana-de-açúcar, feijão e hortifruticulturas, muitos dos quais se esforçam para garantir a qualidade da boa comida no local.

Os setores envolvidos na rota pesquisada constituem uma forma institucional não regulamentada, que inexiste, até o momento, a formatação de um modelo de gestão efetiva ao seu desenvolvimento. No material de divulgação estão enunciadas as empresas que ofertam produtos alimentícios, como padarias e agroindústrias, porém, se o turista desejar percorrer essa rota, se defrontará com a falta de um itinerário e de contatos, estando sujeito a não ser atendido no local de visitação.

### **5.1 Proposta de gestão da Rota Gastronômica da Quarta Colônia**

Primeiramente, faz-se o levantamento dos empreendimentos (padarias, agroindústrias, pastelaria, restaurantes, cantinas, vinícolas) e das condições ambientais (os componentes da gestão e do turismo) seguida de uma clara exposição do modelo aos membros representantes das forças produtivas, setor público e privado da Quarta Colônia. Uma vez aprovado, segue-se para a elaboração do planejamento, caso contrário, o modelo é encaminhado a retroalimentação e efetuado os ajustes necessários ao processo (Figura 4).



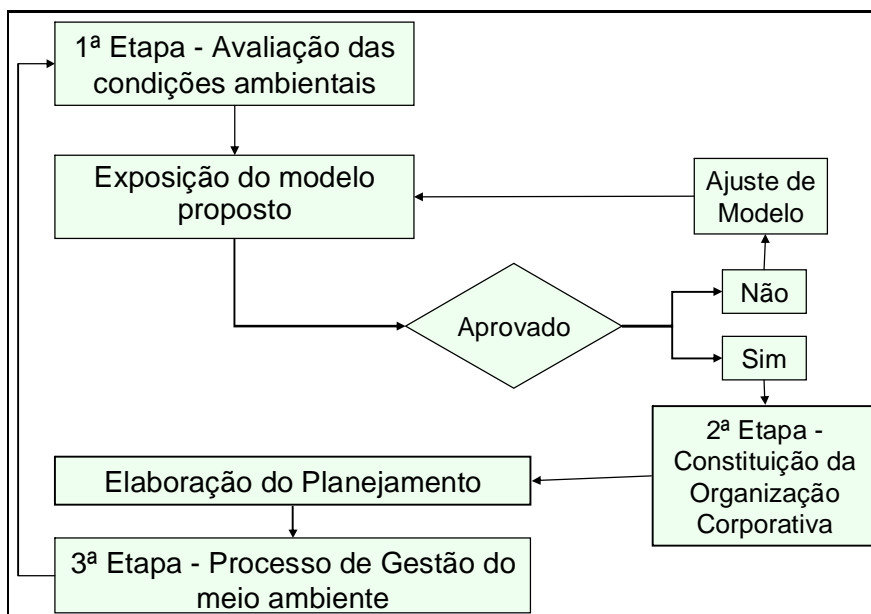


Figura IV - Etapas do levantamento técnico  
Fonte: Construída pelo pesquisador

A segunda etapa requer a constituição de uma organização corporativa dotada de eficientes meios de ação e crédito para adotar políticas e práticas de responsabilidade ambiental, bem como poder para coibir os que excedem as diretrizes adotadas. Como fomentadora, ela estará comprometida em arquitetar o planejamento, os processos, atividades e futuros resultados, devendo estar competitiva o suficiente para se impor no mercado.

O responsável pelo gerenciamento deverá estar participando ativamente deste processo, pois o planejamento é, por natureza, dinâmico e requer acompanhamento desde o início de sua estruturação, para que os prováveis ajustes sejam efetuados de acordo com os objetivos originais.

Na terceira etapa, o gerente recebe os poderes necessários para exercer suas funções e cumprir um cronograma com ações concretas, respeitando as etapas recomendadas, as quais são baseadas nas informações do desempenho da rota, da estrutura atual, das tendências de mercado, pontos fortes e fracos, ameaças e oportunidades.

Além disso, é fundamental o total conhecimento da legislação, dos acordos voluntários, incentivos e oportunidades, bem como o levantamento da opinião de consumidores, da comunidade que deverão ser considerados no planejamento. Tais informações servirão para

objetivar as ações de implantação de modelo de auditoria ambiental voluntária e de comunicação ambiental para os trabalhadores, consumidores, comunidade, organizações governamentais e não-governamentais; *design* de produto ou de processo para reduzir os resíduos na fonte geradora, reduzir o consumo de água e energia, o reuso, incluindo a reciclagem primária nas fábricas de cachaça, banana desidratada, massas, salame, queijos, vinho, licores, entre outros produtos.

O gerenciamento deve transpor os limites individuais de cada empresa e os atores (artesãos, proprietários das agroindústrias e restaurantes) devem criar condições para implantação de um modelo, estabelecer relações institucionais, integradas e de confiança entre os envolvidos.

#### 4.2 Aplicação da metodologia do Macrofluxo do Processo de Gestão

O Macrofluxo do processo (Figura 5) estabelece as entradas, insumos, que deverão ser processadas (transformação) para entregar ao cliente um produto final de qualidade, denominados saídas físicas e lógicas, bem como deverão ser identificadas as melhorias a serem controladas e avaliadas (CRUZ, 2003).

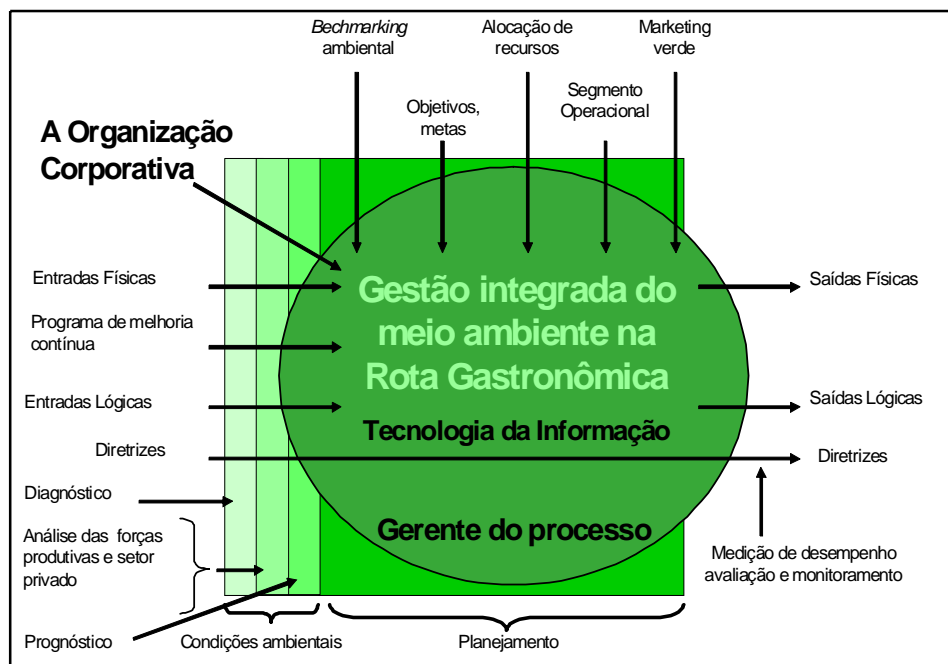


Figura 5 - Macrofluxo do processo  
Fonte: Adaptado de CRUZ (2003, p.27).

Á princípio, este tipo de modelo requer os dados do levantamento técnico, baseado no diagnóstico e prognóstico das condições ambientais e focado nos processos - insumos, transformação e produto final bem como na pesquisa da demanda, das tendências turísticas, o macroambiente. Em seguida, há que se fazer uma análise das forças produtivas e do setor privado com todas suas implicações nos âmbitos sociais, culturais, naturais e econômicas.

Para melhor compreensão, recorreu-se à cadeia da demanda pelos serviços, produtos e insumos (Figura 6) constituintes dos seguintes itens:

- Entradas físicas (*inputs*): Material didático, formulários, relatórios.
- Insumos serão os recursos transformadores (pessoal administrativo, equipamentos) e/ou a serem transformados (informações, dados técnicos, materiais, pessoas que atuem como consumidoras para testar o produto ou serviço):

Insumos para a produção de alimentos: Grãos, verduras, mel, leite e derivados, frutas, legumes, carnes, água, embalagens, solo, árvores.

Insumos turísticos: infra-estrutura turística (serviços urbanos, saneamento básico, sistema de transportes, organização territorial, equipamentos), superestrutura turística (políticas ambientais e de turismo, estrutura administrativa, planejamento, o governo, aspectos jurídicos/legais). No caso dos serviços, as pessoas utilizam os insumos materiais (bens) para produzirem serviços e mão-de-obra. Os serviços turísticos são produzidos pela utilização de insumos e consumidos instantaneamente, ou seja, no momento em que é entregue ao cliente e, portanto, não pode ser estocado. Alguns serviços são prestados sem a utilização de materiais, como por exemplo, a concessão de informação sem o auxílio de folheteria ou qualquer outro tipo de imagem.

Insumos de depreciação ambiental: Lixo orgânico, lixo seco, esgoto, poluição sonora e visual, lançamento impróprio de resíduos nos rios, beiras de estradas, campos e matas, *layout* mal planejado, uso de sinalizações impróprias e obstrução das paisagens, pichações e vandalismo.

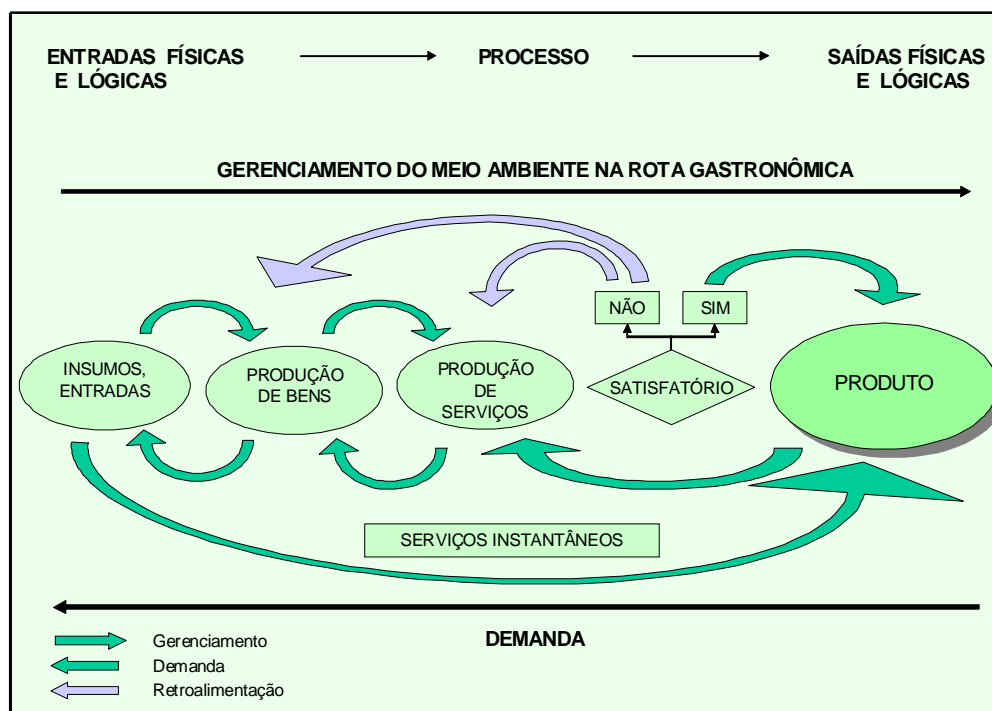


Figura VI: Cadeia da demanda por serviços, produtos, insumos.

Fonte: adaptada de CRUZ (2003)

- Saídas físicas (*outputs*): Alimentos e bebidas qualificados, já processados e embalados; lixo seco selecionado, esgoto tratado, rios e lagos limpos; campos, matas e beira de estradas limpas; construções com características da cultura local, zoneamento turístico, padrão de sinalização, material didático para educação ambiental.
- Produto: Lixo seco selecionado, esgoto tratado, silêncio diário, restrições à *outdoors* e demais painéis e placas; rios e lagos limpos; campos, matas e beira de estradas limpas; construções com características da cultura local, zoneamento turístico, padrão de sinalização, material didático para educação ambiental.
- Entradas Lógicas: Sistema de informação e de gestão; Programas de *softwear*; recebimento de informações entre os parceiros da rota, os turistas e visitantes; fóruns de educação ambiental; atualização do *site*; recebimento de *e-mails*, *inputs* ou ações e operações, manifestação eletrônica e/ou virtuais.

- Saídas Lógicas: Sistema de informação e de gestão; Programas de *software*; envio de informações entre os parceiros da rota, os turistas e visitantes; educação ambiental; *site* atualizado; envio de *e-mails*.
- Programa de melhoria contínua – PMC: Produção limpa (*cleaner production*); avaliação do ciclo de vida (*Life Cycle Assessment*); ISO 14000; tecnologias limpas; gerenciamento contínuo; *Benchmarking* ambiental e Marketing Verde.

Estes procedimentos devem obter reconhecimento público através de técnicas de transmissão das informações, sugeridas no Guia de Desenvolvimento Sustentável da OMT (2003), utilizando folhetos que contenham sugestões a respeito do que fazer e ver, como chegar, breves custos, instalações disponíveis, recomendações e regulamentos; sugestão para passeios auto-guiados; degustação e amostras de objetos ou espécies naturais, painéis de texto, fotografias; *site* personalizado na Internet.

Os colaboradores podem estabelecer contato direto com o visitante para fornecer informações e obter *feedback* do trabalho realizado. A instalação de um posto de orientações e informações turísticas no local ficaria sob responsabilidade do poder público.

Diretrizes: Medição de desempenho através da Tecnologia de Informação (TI), balizado pelas diretrizes e normas para verificar os avanços obtidos, controlar e monitorar se as ações estão ajustadas aos objetivos e custos previamente estabelecidos.

## 6 CONCLUSÃO

O turista passa por caminhos que acionam os sentidos, o fazendo perceber que a maioria dos produtos oferecidos origina-se do setor primário e são transformados com base nos costumes de origem italiana e alemã (em Agudo). No entanto, necessitam de melhorias em seu sistema de produção e distribuição, ou seja, de uma estrutura organizacional cooperativa e colaborativa, com foco numa política de gerenciamento integrado ao meio ambiente.

Como a Rota Gastronômica da Quarta Colônia é uma iniciativa que envolveu os atores e o setor privado, é premente que sejam retomados os propósitos iniciais de sua constituição para então repensar o itinerário e demais ações requeridas para alavancar o “sonho” de fazer dessa rota um verdadeiro produto turístico.

A gestão integrada voltada para a preservação das características do meio ambiente no turismo, serve de base para a atividade sustentável e deve estar subordinada ao planejamento da Rota Gastronômica da Quarta Colônia. O cuidado com base nos métodos de proteção ambiental durante a utilização dos recursos naturais e culturais, pode maximizar o valor agregado à gastronomia e aos serviços turísticos ofertados.

A implantação do modelo do Macrofluxo de gestão pode minimizar ou até minimizar os efeitos negativos que impactam os núcleos turísticos - evitando a autofagia turística. Porém, é necessário avançar das discussões teóricas para a prática, aderindo ao SGA (Sistema de Gestão Ambiental) ou qualquer outro tipo de tecnologia capaz de conferir vantagem competitiva à esta organização.

O comprometimento e envolvimento dos empreendedores/proprietários nos programas determinados pelo corpo organizacional deverão efetivar a participação dos seus colaboradores e fornecedores. Os programas de sensibilização, os prestadores de serviços e fornecedores poderão provocar uma mudança de paradigmas no sentido de melhorar as condições de vida e do ambiente de trabalho. É um processo de dentro para fora e de longo prazo, já que depende da motivação e da capacidade dos indivíduos em assimilarem e adotarem as políticas ambientais.

A satisfação em participar de uma organização que adota práticas ambientalmente correta, pode refletir na diminuição de custos e riscos, fixação do homem no local de trabalho, geração de novos postos de trabalho, aumento da segurança e produtividade, bem como distribuição equitativa de renda e racionalização do consumo de matéria-prima. Além disso, pode resultar no aumento da credibilidade junto aos bancos e organizações de desenvolvimento, os quais oferecem linhas de crédito aos projetos que oferecem benefícios ambientais.

Esta reflexão abre um leque de possibilidades de melhorias na qualidade de vida dos anfitriões, dos visitantes/turistas, das pequenas empresas, dos produtos comercializados, da natureza, em fim, de todos os componentes que constituem o meio ambiente da Rota Gastronômica da Quarta Colônia - RS.

## REFERÊNCIAS

- BECKER, D. F. (*in memoriam*); WITTMANN, M. L. (org.). **Desenvolvimento Regional: abordagens interdisciplinares**. Santa Cruz do Sul/RS: Edunisc, 2003.
- BENI, Mario C. **Análise Estrutural do Turismo**. 2ª ed. SP: SENAC, 1998.
- BOULLIÓ, Roberto C. Trad. Josely Vianna Baptista. **Planejamento do espaço turístico**. SP: EDUSC, 2002.
- CONTADOR, J. C. et al. Produção Limpa. **Gestão de Operações: a engenharia de produção a serviço da modernização da empresa**. SP: Edgar Blücher, 1997. p.317 – 329.
- CRUZ, T. **Sistemas, métodos e processos**. São Paulo: Atlas, 2003.
- DIAS, R. **Turismo sustentável e meio ambiente**. SP: Atlas, 2003.
- \_\_\_\_\_. **Planejamento do turismo: políticas e desenvolvimento do turismo no Brasil**. SP: Atlas, 2003.
- GOELDNER, Charles R.; RITCHIE, J.R. Brent; McINTOSH, Robert W.; Trad. Roberto Cataldo Costa. **Turismo – Princípios, Práticas e Filosofias**. 8ª ed. Porto Alegre/RS: Bookman, 2002.
- KRIPPENDORF, J. **Sociologia do Turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens**. SP: Aleph, 2000.
- MAY, P.; LUSTOSA, M.C.; VINHA, V. (orgs.). **Economia do Meio Ambiente: Teoria e Prática**. Rio: Ed. Campus, 2003.
- Organização Mundial de Turismo (OMT). Trad. NETZ, S. **Guia de desenvolvimento do turismo sustentável**. Porto Alegre: Bookman, 2003.
- PEARCE, Douglas G.; BUTLER, Richard W. (orgs.). **Desenvolvimento em turismo: temas contemporâneos**. São Paulo: Contexto, 2002.
- RIGHI, José V.; BISOGNIN, Edir L.; TORRI, Valmor. **Povoadores da Quarta Colônia**. Porto Alegre: EST, 2001.
- SACHS, I. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável**. 2ª ed. RJ: Garamond, 2002.
- SPENDOLINI, Michael J. **Benchmarking**. São Paulo: Makron Books, 1993.
- TRIGO, L.G.G. et al. **Análises regionais e globais do Turismo Brasileiro**. SP: Roca, 2005.
- AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS RS, 20/12/2005. **Folder da Rota Gastronômica da Quarta Colônia - RS**. Disponível em: <http://209.85.165.104/search?q=cache:iCl63oyn8wMJ:sebraers.interjornal.com.br/noticia.kmf>



[%3Fnoticia%3D4017868%26canal%3D227+rota+gastron%C3%B4mica+da+quarta+col%C3%B4nia&hl=pt-BR&ct=clnk&cd=1&gl=br](#) Acesso em: 20 de janeiro de 2006.

AMBIENTE BRASIL. TOCCHETTO, Marta R. L.; PEREIRA, Lauro C. (2006): **Sistema de Gestão e Proteção Ambiental**. Disponível em:

[http://www.ambientebrasil.com.br/composer.php3?base=./gestao/index.html&conteudo=./gestao/artigos/sistema\\_gestao.html](http://www.ambientebrasil.com.br/composer.php3?base=./gestao/index.html&conteudo=./gestao/artigos/sistema_gestao.html) Acesso em: 23 de janeiro de 2006.

ROTAS E ROTEIROS DO TURISMO RECEPTIVO GAÚCHO. **Roteiros Integrados da Quarta Colônia - Região Turística Central**. Disponível em:

<http://www.rotaseroteiros.com.br/> Acesso em: 25 de outubro de 2007.

Artigo recebido em 4/2006 e aceito para publicação em 7/2007