

# Avaliação da cadeia produtiva do turismo no estado de Mato Grosso do Sul: região dos lagos

Cynthia Cândida Corrêa (AJES, UNIVAG – MT/Brasil) - cynthiacandida@yahoo.com.br

• R. A01, quadra 11, bl. 1, apto 303, 78048-258, Residencial Paiaguás, Cuiabá-MT, fone: (55) 65-9206-7932

Milton Mariani (UFMS – MS/Brasil) - mitmari@terra.com.br

Aline de Freitas Veloso (FAEMG – MG/Brasil) - alinefveloso@hotmail.com

Mônica Ferreira Satolani (ANHANGUERA UNIDERP – MS/Brasil) - monicasatolani@hotmail.com

## Resumo

O turismo é um dos maiores segmentos da economia mundial, com considerável potencial de geração de emprego e renda. O Brasil é repleto de atrativos turísticos e potencialidades, prontos para serem explorados de modo racional. Uma dessas potencialidades é o Estado de Mato Grosso do Sul, que vem se destacando por seu significativo potencial turístico, sobretudo no segmento do ecoturismo, dada à exuberância de suas riquezas naturais. Esse estudo teve como objetivo descrever o potencial turístico da Região dos Lagos do Estado do Mato Grosso do Sul, priorizando as cidades de Aparecida do Taboado, Três Lagoas e Bataguassu, municípios com potencialidades turísticas dessa região. Pretende-se, assim, contribuir para o aumento da competitividade e sustentabilidade do destino turístico de Mato Grosso do Sul, perante os outros destinos brasileiros, por meio da identificação dos fatores estratégicos do setor, possibilitando a formulação de ações público-privadas voltadas para consolidar o turismo, como uma das principais atividades econômicas do Estado. O estudo baseou-se em um diagnóstico dos possíveis atrativos turísticos, assim como a infra-estrutura básica para o desenvolvimento dessa atividade na Região. Como resultados, verificou-se que os investimentos realizados na expansão do setor, estão diretamente relacionados com a expansão das demais atividades econômicas locais. Além disso, o implemento e desenvolvimento da atividade turística pode trazer benefícios ambientais, viabilizando a preservação e recuperação de áreas de grande beleza natural e medidas de contenção da poluição. Por isso, a necessidade de um envolvimento sistêmico entre os setores relacionados com a atividade: atrativos turísticos, empresários e poder público.

Palavras-chave: turismo no espaço rural; ecoturismo; forma sistêmica.

## Abstract

*With a considerable potential for creating jobs and income, tourism is one of the most important segments of the world-wide economy. Brazil's tourist attractions and natural potentials are ready to be explored in a rational way. An area of great potential lies in the state of Mato Grosso do Sul, whose significant tourism potential, mainly for ecotourism, is highlighted through its natural exuberant attractions. In describing the potential for tourism in the Região dos Lagos (The Lakes Region) this study focused on the cities of Aparecida do Taboado, Três Lagoas and Bataguassu; municipalities with a big potential for tourism in the region. We therefore, hope to contribute to increasing the competitiveness and sustainability of these tourism destinations within Mato Grosso do Sul relative to other Brazilian destinations. This will be achieved by identifying strategic factors, creating the formulation of public and private action plans aimed at consolidating tourism as one of the most important economic activities in the state. The study was based on a diagnosis of possible tourist attractions as well as the basic infrastructure needed for the development of that activity in the area. As the results showed, it was verified that those investments carried out relative to the expansion of the segment are directly related to an expansion of the economies of other local activities. In addition, the implementation and development of tourism activity can bring environmental benefits also, making it possible for the preservation and recuperation for areas of great natural beauty and measures for avoiding pollution. Therefore, there is a necessity for a systematic involvement among all segments related to this activity: tourist attractions; businessmen and politicians.*

*Keywords: tourism in the rural space; ecotourism; scientific methods.*

## 1. INTRODUÇÃO

O turismo constitui-se numa atividade produtiva, geradora de emprego e inclui-se entre os setores motrizes da economia. Esta é uma área da economia mundial que está se consolidando com um número cada vez maior de pessoas envolvidas. À medida que cresce o número de turistas que chegam a uma região, aumenta-se o consumo de bens e serviços e isto se reflete em maior produção e em maior crescimento local. Em resumo, ocorre um efeito dinamizador ou multiplicador, uma vez que precisa da criação ou do desenvolvimento de outras atividades econômicas e até de mudanças na estrutura econômica tradicional.

Para Molina (1997 *apud* CAETANO, 2006), essa atividade pode gerar benefícios significativos para uma localidade, como: geração de renda e divisas, a partir da comercialização de produtos turísticos; geração de empregos; resgate e preservação dos valores sócio-culturais; distribuição de renda; redução do êxodo rural, com o desenvolvimento do turismo em áreas rurais e contribuição para a preservação da fauna e da flora em áreas de proteção ambiental. Estes e outros fatores fazem da atividade turística uma oportunidade de desenvolvimento sócio-econômico para muitos países e regiões.

As mudanças do mundo moderno vêm despertando para novas modalidades da atividade turística. De acordo com Ruschmann (1997 *apud* FRATA, 2007), o consumo pela natureza teve sua evolução nas últimas duas décadas, em função da “busca pelo verde” e da “fuga” dos tumultos dos grandes conglomerados urbanos. Essa mudança comportamental do consumidor turístico fez com que outras regiões passassem a se destacar como pólos turísticos, além das regiões praianas e grandes centros, como São Paulo.

O Brasil destaca-se nesse novo ambiente, é repleto de atrativos turísticos e potencialidades, prontos para serem explorados de modo racional, capazes de oferecer um produto turístico de qualidade, que contribua para a melhoria da qualidade de vida da população, preservação e valorização do patrimônio cultural.

Uma dessas potencialidades é o Estado de Mato Grosso do Sul. Consolidado o processo de desenvolvimento econômico natural, sob as vertentes da pecuária e agricultura, resta o desafio de promover o desenvolvimento dessa atividade natural, o turismo. As oportunidades potenciais do Estado, para buscar o seu desenvolvimento, através da atividade turística, são inigualáveis. Sabe-se que muitos municípios desse Estado são privilegiados por possuir atrativos turísticos. A somatória de atrativos naturais e culturais locais fornece uma diversificação de produtos turísticos dos mais importantes do Brasil.

O planejamento turístico surge, portanto, como uma opção para o ordenamento deste crescimento, maximizando seus benefícios e minimizando seus prejuízos. A existência de um plano que balize e oriente a ação governamental e dos agentes privados é uma condição necessária para a desconcentração geográfica e temporal dos fluxos turísticos, para a preservação do patrimônio turístico (natural e cultural), para a maximização dos benefícios econômicos e sociais do Estado e para viabilizar a exploração de novos segmentos do mercado.

Nesse contexto, este estudo tem como objetivo, descrever o potencial turístico da Região dos Lagos do Estado do Mato Grosso do Sul, priorizando as cidades de Aparecida do Taboado, Três Lagoas e Bataguassu, considerados como municípios com potencialidades turísticas nessa região. Pretende-se, assim, contribuir para o aumento da competitividade e sustentabilidade do destino turístico de Mato Grosso do Sul, perante os outros destinos brasileiros, por meio da identificação dos fatores estratégicos do setor, possibilitando, assim, a formulação de ações público-privadas voltadas para consolidar o turismo, como uma das principais atividades econômicas do Estado.

Este estudo do sistema produtivo é importante para a formulação de um planejamento turístico sustentável, sendo, assim, possível identificar os agentes que estão interferindo na atividade e quais os pontos fortes e fracos do turismo na região. Para tanto, foi realizado um estudo da oferta turística na Região dos Lagos, no Estado do Mato Grosso do Sul, sendo avaliados os itens: Meios de Hospedagem, Serviços de Alimentos e Bebidas e Atrativos Turísticos. Como este trabalho é uma pesquisa qualitativa, com propósito descritivo exploratório, os instrumentos de coleta de dados utilizados foram: análise documental, que teve como principal base de apoio o estudo da cadeia do turismo, formulado pela Fundação Cândido Rondon e como fonte de dados, o Plano de Desenvolvimento do Turismo em Mato Grosso do Sul – PDTUR, e observação direta, para verificar se os dados constantes nesses documentos estavam coerentes com a realidade encontrada, atualmente, nos municípios analisados. Além disso, foi efetuado contato no setor público municipal, para a obtenção de documentos e informações relacionados aos municípios da região estudada.

## 2. TURISMO E SUA FORMA SISTÊMICA

### 2.1. Conceito de turismo

Segundo Urry (1996 *apud* MARIANI, 2001), no século XIX, o turismo era uma atividade aristocrática; foi só a partir da criação do turismo de massa que foi popularizado. Essa popularização está ligada às transformações no mundo do trabalho, ao surgimento de férias remuneradas e à diminuição da jornada de trabalho; ao processo de urbanização e à melhoria dos meios de transportes. Devido a essas mudanças, é que o fenômeno do turismo vem sendo tema de pesquisa nos mais variados meios acadêmicos, em todo o mundo, desde meados do século passado, graças aos altos índices de desenvolvimento e crescimento por ele alcançado.

A primeira definição do termo turismo, elaborada em 1910, por Hermann, afirmava que o turismo compreendia todos os processos acarretados pela presença de turistas, em determinado município, país ou região. Porém, enfatizava os processos econômicos que, segundo ele, eram representados na chegada, permanência e saída do turista destas localidades (BENI, 2004).

O conceito de turismo, admitido do ponto de vista formal e que serve como ponto de referência para a elaboração das estatísticas internacionais, é o estabelecido pela Organização Mundial do Turismo – OMT, em 1994, que define Turismo, como:

Conjunto de atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e estadas em lugares distintos de seu entorno habitual, por um período de tempo consecutivo, inferior a um ano, com fins de lazer, negócios ou por outros motivos não relacionados ao exercício de alguma atividade remunerada no local visitado (OMT, 2004).

Já Beni (2004), conceitua o turismo como sendo um fenômeno social que, ao originar uma série de atividades, como transporte, alojamento, recreação e outras, as faz gerar outra série de efeitos sobre o meio ambiente, em que se desenvolvem e que podem ser de caráter econômico, social, cultural e até ecológico.

Apesar das diferentes definições a cerca da atividade turística, observa-se a presença comum de três elementos: espaço físico, tempo e indivíduo. Nesse processo, intervêm inúmeros fatores de realização pessoal e social, de natureza motivacional, econômica, cultural, ecológica e científica, que ditam a escolha dos destinos, a permanência, os meios de transporte e o alojamento, bem como o objetivo da viagem em si, para a fruição tanto material como subjetiva dos conteúdos de sonhos, desejos, de imaginação projetiva, de enriquecimento existencial histórico-humanístico, profissional e de expansão de negócios.

Conforme Mariani (2001), novas formas de turismo não convencionais vêm surgindo, o turismo litorâneo já não é o único atrativo para a sociedade urbano-industrial. Os recursos naturais, principalmente a riqueza hidrográfica, passa a ser comercializado e consumido.

Essa nova forma de turismo é denominado como turismo no espaço rural (TER). A expressão “turismo em áreas rurais ou no meio rural” tem significado amplo e envolve qualquer atividade de lazer e turismo que seja realizada em áreas rurais, envolvendo outras atividades não relacionadas com propriedades agropecuárias produtivas ou com a produção agropecuária (CAMPANHOLA e SILVA, 2002).

TULIK (1997) sugere o uso da terminologia turismo no espaço rural, porque inclui tanto visitas às propriedades rurais como também, compreende o interesse pela visita à natureza, com objetivos diferenciados. Ainda segundo o autor, existem alguns aspectos que são considerados necessários para o TER, sendo eles: proximidade da natureza, ausência de multidões, sossego, ambiente não mecanizado, contato pessoal, senso de estabilidade e continuidade da história, preservação da identidade e controle local, envolvendo os agentes e comunidade rural.

As modalidades do turismo no espaço rural, conforme Zimmermann (1996), são:

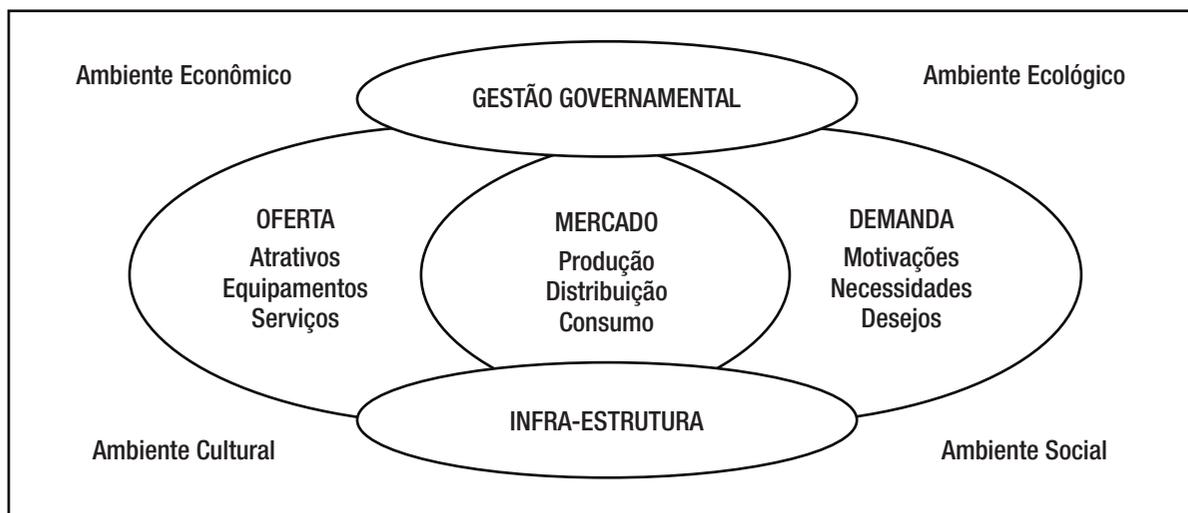
- **Turismo Rural:** Desenvolvido em áreas rurais produtivas, relacionado com a convivência e alojamento na sede da propriedade. Os turistas participam das diferentes atividades agropecuárias desenvolvidas neste espaço, quer como lazer, oferta de produtos turísticos naturais de origem local ou regional, quer como a gastronomia típica e o conhecimento da cultura local ou aprendizado;
- **Turismo Esportivo:** A essência é a prática de qualquer atividade esportiva e tem como apelo turístico, as sensações de risco;
- **Turismo de Aventura:** Modalidade de turismo que utiliza o entorno rural ou meio natural, como recurso para produzir, nos participantes, sensações de descobrimento e emoção, necessitando-se para esses objetos, espaços pouco explorados turisticamente;
- **Turismo Cultural:** Atividade turística embasada na utilização dos recursos culturais de um território em área rural, recursos artísticos, históricos, costumes, etc., orientando-se sempre para a sua preservação;
- **Ecoturismo:** Modalidade onde a paisagem é o principal componente, como ponto de encontro entre fatores ambientais e antropológicos e cujo objetivo é a integração dos visitantes ao meio humano natural.

## 2.2. O Turismo e a Forma Sistêmica

O setor de turismo deve ser analisado na visão sistêmica e gerenciado por meio de uma gestão baseada em análises dos ambientes interno ou externo e pela interação de ambos. Atualmente, o turismo tem sido tratado como sendo uma indústria, a soma de operações de natureza econômica, um fenômeno social e econômico, dentre outras coisas. Por ser um fenômeno complexo, vários setores interagem para que o turismo possa ser explorado: operadoras, agências de viagens, hotéis, guias, infra-estrutura local, etc., fomentando a geração de empregos e a economia local; conseqüentemente necessita de ordenamento.

É possível, dessa maneira, constatar que o mercado turístico é um complexo resultado de relações entre diferentes fatores, que devem ser considerados conjuntamente, como um sistema e que evoluem de forma dinâmica. A visão sistêmica do turismo tem no Sistema de Turismo – Sistur, elaborado por Beni, o principal modelo organizacional da área, o qual tenciona situar o Turismo em toda a sua abrangência e complexidade. Dentro desse sistema, os elementos são organizados e caracterizados em três diferentes conjuntos: das Relações Ambientais, da Organização Estrutural e das Relações Operacionais. O ambiente do Sistur está presente no conjunto das relações ambientais, formado pelos ambientes: Econômico, Social, Ecológico e Cultural (BENI, 2004). O esquema proposto por Beni, pode ser observado na figura 1.

Figura 1 – Sistema de Turismo – SISTUR.



Fonte: BENI (2004).

De acordo com Beni (2004), os elementos básicos para o desenvolvimento da atividade, são: o espaço geográfico, a demanda, a oferta e as operadoras de mercado. Estes elementos formam um conjunto complexo de diferentes fatores inter-relacionados, característicos de um sistema, que evolui de forma dinâmica.

- **Espaço geográfico** é o local onde ocorrem as experiências turísticas, em um determinado momento. Esse espaço pode ser chamado espaço turístico (zona, área, complexo, centro ou núcleo turístico), município turístico ou destino turístico. A denominação mais usada é destino turístico, que faz referência a um lugar de chegada, de acolhida, de recepção aos visitantes e introduz o elemento dinâmico no conceito.
- A demanda turística é constituída por todos aqueles turistas que, de maneira individual ou coletiva, se deslocam, além de seu domicílio habitual, motivados pelos produtos ou serviços turísticos criados para satisfazer suas necessidades de lazer, recreio, descanso, diversão, cultura, etc., em seus períodos de lazer (BALANZÁ e NADAL, 2003).

Em função da origem dos turistas e seus destinos, pode ser classificada, como: Turismo doméstico (turistas que visitam seu próprio país); Turismo receptivo (não-residentes, provenientes de um determinado país); e Turismo emissor (turistas de um país que visitam outro país). Estas três classificações podem combinar entre si: Turismo interior (doméstico e receptivo); Turismo nacional (doméstico e emissor); e Turismo internacional (emissor e receptivo).

Os principais fatores que influenciam a demanda turística, de acordo com Lage e Milone (2001), são:

1. Preço dos produtos turísticos: quanto mais alto o preço dos produtos turísticos, menor será a quantidade demandada e vice-versa;
2. Preço de outros bens e serviços: se o preço for relativamente menor do que os preços dos outros bens e serviços concorrentes, o consumidor racional demandará mais do produto turístico;
3. Nível de renda dos turistas;
4. Gostos dos turistas.

Lemos (2001) complementa, relatando que os principais fatores que delimitam demanda pelo produto turístico, são: preferências, informações, renda disponível, tempo disponível, gastos turísticos, taxa de câmbio, distância e tempo de viagem, preços e alternativas de gastos, disponibilidade de bens e produtos turísticos, qualidade de bens e produtos turísticos e publicidade. Outro aspecto importante a ser analisado, conforme o autor, quanto ao comportamento da demanda, é a elasticidade da demanda, a qual pode medir a variação na demanda diante das oscilações nas variáveis econômicas. Considerando que a demanda turística é considerada altamente elástica, uma vez que é sensível a reações nos preços e na renda.

- A oferta turística é entendida como o “conjunto de recursos naturais e culturais que, em sua essência, constituem a matéria-prima da atividade turística porque, na realidade, são esses recursos que provocam a afluência de turistas” (LAGE e MILONE, 2001, p. 72). A esse conjunto agregam-se os serviços produzidos para dar consistência ao seu consumo, os quais compõem os elementos que integram a oferta no seu sentido amplo, numa estrutura de mercado. Dentro desse enfoque, Beni (2004) classifica a oferta turística em: Oferta turística original, composta pelo atrativo em si, isto é, a matéria-prima do turismo; e a Oferta turística agregada, composta pelos transportes, pelas diversas formas de alojamento, lazer e recreação, pelos organizadores de viagens, pelas agências de viagens, pelos prestadores de serviços alimentícios e pelos prestadores de serviço de informação turística.

Para Lemos (2001), a oferta turística é influenciada pelos seguintes fatores: preço do produto turístico, preço de outros bens e serviços, preço dos fatores de produção, nível de avanço tecnológico, infra-estrutura disponível, impostos e subsídios.

A divisão das atividades econômicas em três setores supõe uma distinção clara e não ambígua, entre produto (agrícola e industrial) e serviço. No entanto, a interação entre ambos é muito mais complexa e de larga escala, principalmente quando se aborda a atividade turística. Kotler e Armstrong (2007, p. 200) definem produto, como:

... algo que pode ser oferecido a um mercado para apreciação, aquisição, uso ou consumo e que pode satisfazer um desejo ou necessidade. Produtos incluem mais do que apenas bens tangíveis. Definidos amplamente, incluem objetos físicos, serviços, pessoas, locais, organizações, ideias ou um misto de todas essas entidades. (KOTLER e ARMSTRONG, 2007, p. 200).

O autor classifica ainda os produtos, segundo a sua durabilidade ou tangibilidade, podendo ser rotulados, como bens duráveis e bens não-duráveis, além de serviços. Os serviços são um tipo de produto que consiste em atividades, benefícios ou satisfações oferecidas para venda, que são essencialmente intangíveis e não resultam na posse de nada. A atividade turística é um produto composto por bens e serviços tangíveis e intangíveis.

Para Beni (2004), o produto turístico é resultado do processo produtivo da atividade turística, que consiste na exploração dos recursos turísticos, isto é, atrativos naturais e culturais de um determinado país, fazendo uso de tecnologia, trabalho e capital. É o resultado da soma de recursos naturais e culturais e serviços produzidos por uma pluralidade de empresas, algumas das quais operam a transformação da matéria-prima em produto acabado, enquanto outras oferecem seus bens e serviços já existentes. De acordo com o autor, no caso do turismo, há uma característica ainda mais marcante: o produto turístico é produzido e consumido no mesmo local e o consumidor é que se desloca para a área de consumo.

De acordo com Lage e Milone (2001), a oferta turística pode ser classificada em três categorias: atrativos turísticos, equipamentos turísticos e infra-estrutura de apoio.

1. Atrativos turísticos: Entende-se como atrativos turísticos todo o lugar, objeto ou acontecimento de interesse turístico, que motiva o deslocamento de grupos humanos para conhecê-los. Entre os principais atrativos turísticos, destacam-se: recursos naturais, recursos histórico-culturais, realizações técnicas e científico-contemporâneas e acontecimentos programados.
2. Equipamentos e serviços turísticos: conjunto de edificações e instalações e serviços indispensáveis ao desenvolvimento da atividade turística. São constituídos pelos meios de hospedagem, alimentação, entretenimento, agenciamento, informações e outros serviços que visam atender às necessidades dos turistas.
3. Infra-estrutura de apoio turístico: Formada pelo conjunto de edificações, instalações de estrutura física e de base, que proporcionam o desenvolvimento da atividade turística, tais como: comunicação, transporte, serviços urbanos (água, luz, saneamento, etc).

Portanto, um produto turístico surge da seguinte equação:

Figura 2 – Equação do produto turístico.

$$\text{ATRATIVO TURÍSTICO} = \text{RECURSO NATURAL} + \text{INFRA-ESTRUTURA} + \text{SERVIÇOS}$$

Fonte: Lage e Milone (2001).

O produto turístico apresenta características distintas dos demais produtos industrializados e de comércio, além de diferenciar-se da prestação de outros tipos de serviço. Na produção, distribuição e consumo do produto turístico surgem várias empresas diferentes umas das outras. Nisso, resulta a grande dificuldade de padronização e qualidade do produto turístico, pois envolve uma combinação entre diversos serviços e equipamentos, originando uma infinidade de produtos turísticos. Como a prestação de um bom serviço turístico está interligada aos demais, cria-se uma relação de interdependência de vários fornecedores.

- **Operadoras de mercado:** são empresas e organizações, cuja função principal se relaciona com a oferta e a demanda turística: agências de viagens, companhias, transporte e instituições públicas ou privadas que organizem e promovam o turismo. As informações de mercado de interesse das operadoras são obtidas em um conselho de turismo. Este conselho busca informações sobre produtos complementares e concorrentes e as apresenta em pacotes para as operadoras, agências de viagem e ao público, nos países, cujo mercado se quer atingir. Esses conselhos, também criam e implementam campanhas publicitárias, projetam, publicam, distribuem materiais promocionais, disponibilizam folhetos informativos para visitantes, além de organizarem cursos de treinamento para equipes e fazer registros dos guias turísticos, no intuito de garantir a qualidade dos serviços.

### 3. O TURISMO EM MATO GROSSO DO SUL

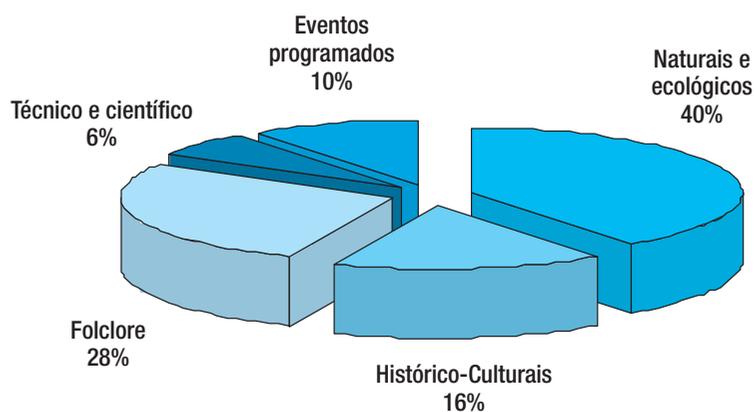
O Estado de Mato Grosso do Sul, de origem e tradição agropecuária, tem ao longo de seu território, um privilegiado potencial para exploração da atividade turística. Essa atividade, no Estado, está atrelada ao espaço rural, por ser uma região de concentração hidrográfica e ampla flora e fauna.

O Estado faz parte da região Centro-Oeste, junto com Goiás, Mato Grosso e Distrito Federal e divide a fronteira ao Sul, com os países Bolívia e Paraguai. No território nacional, limita-se a Leste com os Estados de Minas Gerais e São Paulo e ao Sul, com o Paraná, permitindo-lhe alcançar novo acesso ao Oceano Atlântico, através dos portos de Santos e Paranaguá. Ao Norte, limita-se com os Estados de Mato Grosso e Goiás, com interligações para Cuiabá, Goiânia, Brasília e mesmo Porto Velho, Rio Branco e Manaus. A extensão territorial de Mato Grosso do Sul corresponde a 18% da região Centro-Oeste e 4,19% do Brasil, com 357.124,962km<sup>2</sup>; 25% deste total, são de área do Pantanal sul-mato-grossense. O Estado é dividido em duas grandes bacias hidrográficas: a do Rio Paraná e a do Rio Paraguai (FCR, 2006). Através dessas informações, pode-se observar que o Estado possui grandes chances de aumentar os números da atividade turística, devido à sua ligação com outros Estados e países da América do Sul.

Esse Estado possui 78 municípios e 2.265.274 habitantes (IBGE, 2007). De acordo com FCR (2006), a economia sul-matogrossense é sustentada pelos setores primários e secundários, que em 2003, representaram 58,7% do Produto Interno Bruto (PIB) de Mato Grosso do Sul. Em 2003, as atividades relacionadas ao turismo (Alojamento e alimentação e Transporte e armazenagem) representaram 4,44% do total do PIB, somando R\$ 777,53 milhões. De acordo com MINTUR (2007b), Mato Grosso do Sul possui, cadastrados, 192 agências de turismo, 142 meios de hospedagens, 89 transportadoras turísticas, 19 organizadoras de eventos, totalizando 443 empreendimentos turísticos. O que demonstra que a atividade vem se estruturando para aumentar o seu poder dentro do cenário nacional.

O turismo em Mato Grosso do Sul está atrelado às questões de ordem ambiental, mais do que a qualquer outra forma (figura 3). Várias localidades do Estado têm se tornado “refúgio” para as pessoas que buscam o convívio com a natureza. Os números relatados anteriormente demonstram que o turismo no Estado está crescendo gradativamente; contudo, a atividade turística no Estado, ainda enfrenta algumas dificuldades. Apesar do potencial turístico de vários municípios do Estado, este dedica sua atenção em apenas três regiões: na Região de Campo Grande; Serra da Bodoquena, porção sudoeste do Estado composta pelos municípios de Bonito, Bodoquena e Jardim; e a região do Pantanal, Aquidauana, Miranda, Corumbá e Porto Murtinho (FUNDTUR, 2006). Torna-se necessário, então, identificar e consolidar, por meio de ações público-privadas, a cadeia produtiva do turismo nas demais regiões do Estado, como um importante mecanismo para o seu crescimento econômico.

Figura 3 – Distribuição dos atrativos turísticos de Mato Grosso do Sul.



Fonte: PDTUR (2001).

Cabe ressaltar que os atrativos da categoria Folclore, que representam 28% dos atrativos do Estado, têm um valor complementar do produto turístico, já que, de modo geral, estes pertencem aos subtipos Festas Populares, Folclóricas e de Gastronomia Típica, que apresentam características similares em muitos municípios do Estado.

Mato Grosso do Sul está se tornando um importante pólo turístico; o Estado recebeu, em 2006, 1 milhão de turistas, representando um aumento de quase 50%, em relação ao ano anterior (519.752 mil turistas). O Fluxo de turistas no Estado, de 2000 a 2006 pode ser visualizado na tabela 1. Um avanço de quase dez pontos percentuais acima do incremento médio nacional, no mesmo período, que fôra de 12,5%. A movimentação financeira gerada, em 2005, foi de R\$ 127 milhões e a média de desembolso individual/dia foi de R\$ 90,00 (FCR, 2006).

Conforme pesquisa encomendada pelo Ministério de Turismo, “Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil”, os principais Estados emissores de turistas para o Mato Grosso do Sul, são, em primeiro lugar, São Paulo (52,7%), seguido pelo próprio Mato Grosso do Sul (13,4%). O Paraná ocupa a terceira posição, com a margem de 12,5% (FCR, 2006).

A beleza e a abundância de recursos naturais, disponíveis na grande maioria dos municípios do Estado, constituem-se no seu principal patrimônio para o desenvolvimento da atividade turística. Promover a oferta de atrativos turísticos com qualidade ambiental e recuperar a paisagem urbana, são medidas importantes para fortalecer o turismo no Estado.

O Estado de Mato Grosso do Sul, entretanto, necessita superar alguns obstáculos básicos para alcançar o seu desenvolvimento turístico. Para alcançar esse desenvolvimento, primeiramente, é necessário transformar o potencial/forças internas em produtos e as oportunidades externas em negócios/vendas. As potencialidades e deficiências inseridas na atividade turística do Estado podem ser verificadas na tabela 1.

Os centros turísticos do Estado de Mato Grosso do Sul são 17, distribuídos territorialmente nas sete macro-regiões turísticas. Com o objetivo de promover uma oferta de produtos turísticos diversificados, bem como oportunizar o desenvolvimento integrado da atividade turística, oferecendo ao mercado um destino regional, o Estado foi dividido em sete Macro-Regiões Turísticas (MRT): MRT – 1: Região da Capital; MRT – 2: Região da Bodoquena; MRT – 3: Região do Pantanal; MRT - 4: Região Norte; MRT – 5: Região dos Lagos; MRT – 6 Região Sudoeste; MRT – 7 Região de Negócios e Lazer. Entretanto, esse trabalho não tem por finalidade, descrever todas essas Macro-Regiões, apenas a MRT – 5.

Tabela 1 – Potencialidades e deficiências da atividade turística de Mato Grosso do Sul.

POTENCIALIDADES	DEFICIÊNCIAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existência de cerca de 50 atrativos de alta hierarquia para o mercado internacional e nacional. Bacia Hidrográfica do Paraguai e Paraná, além de outros rios, matas, cerrados, áreas protegidas e áreas potenciais, serras, cavernas, grutas, etc;</li> <li>• A oportunidade de ofertar um produto diferenciado, como a observação da fauna silvestre;</li> <li>• Diversidade de atrativos e ecossistemas;</li> <li>• Oportunidade de captação de segmentos de mercado, face às características de cada MRT;</li> <li>• O desenvolvimento de protótipos de equipamentos turísticos (Pousadas Rurais Pesqueiras), que adotam novos padrões de consumo, em relação às diferentes aspirações da demanda;</li> <li>• A oferta de uma planta hoteleira de 405 estabelecimentos, perfazendo cerca de 25.000 UH, das quais, um significativo percentual pode servir de base para o desenvolvimento do Ecoturismo;</li> <li>• O Pantanal tem imagem de destino verde, e pode operar como marca comercial nos Estados Unidos e Europa;</li> <li>• A diversificação cultural e a riqueza da gastronomia fronteiriça é matéria-prima básica para o desenvolvimento de eventos festivos nas diferentes MRT.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dificuldades sociais, como as invasões de áreas rurais, o tráfico de drogas e a violência urbana, promovem uma imagem extremamente negativa do Estado.</li> <li>• Falta de confiança por parte do setor privado, nos planos de desenvolvimento propostos pelo poder público;</li> <li>• Baixa qualidade dos serviços turísticos, infra-estrutura dos atrativos e equipamentos hoteleiros;</li> <li>• Baixo poder de negociação das operadoras do Estado, frente às operadoras turísticas de Rio e São Paulo;</li> <li>• Falta de informação confiável que possa ser utilizada na elaboração de planos de nível geral e na tomada de decisões sobre o turismo;</li> <li>• Divulgação no mercado externo de informações sobre a baixa qualidade do produto Ecoturismo, em especial, por não ter como sua base, as áreas protegidas;</li> <li>• Desconhecimento do perfil dos diferentes segmentos de mercado, o que origina a identificação equivocada de projetos turísticos que não atendem às necessidades da demanda;</li> <li>• Unidades de conservação sem planos de manejo ou não implementadas, que retardam as ações de investigação, preservação e instalação de equipamentos necessários;</li> <li>• Cultura preservacionista;</li> <li>• Desentrosamento entre os organismos intervenientes (IBAMA, SEMA, ONG's, etc) quanto a critérios políticos e interpretações de leis ambientais;</li> <li>• Inexistência de fiscalização e punição junto aos prestadores de serviços turísticos;</li> <li>• Descomprometimento do poder público estadual e municipal na priorização de investimentos na infra-estrutura de acesso aos principais atrativos.</li> </ul>

Fonte: PDTUR (2001).

## 4. MACRO REGIÃO-TURÍSTICA - 5: REGIÃO DOS LAGOS

Constituída por 11 municípios, a MRT-5, região dos Lagos, considerada a principal porta de entrada dos Estados litorâneos para o Mercosul. Banhada pela Bacia do Paraná – Tietê, tem como característica a formação de fronteira com o Estado de São Paulo, através do Rio Paraná. A região caracteriza-se por ter dois portões de entrada com o Estado de São Paulo. Ao Norte, no município de Aparecida do Taboado, com a conclusão da ponte rodoferroviária. Ao Sul, no município de Bataguassu, faz fronteira com a região mais produtiva desse Estado. A fronteira litorânea do Rio Paraná propicia, através das três hidroelétricas, a formação de um grande lago, que tem seu início no município de Bataguassu, ao Sul, indo até o município de Paranaíba, ao Norte.

O projeto integrado com o Estado de São Paulo, denominado como Hidroelétrica de Porto Primavera, Bataguassu é responsável por um lago-reservatório, com 160.000 ha inundados no território sul-mato-grossense, cujos impactos ambientais e sociais poderão ser amenizados pela indústria turística, capaz de manter a identidade local, oportunizando a geração de novos empregos e renda. Com características similares, quanto ao potencial hídrico, temos os municípios de Três Lagoas, Aparecida do Taboado e Bataguassu. Além disso, possui rico artesanato, bem como história da colonização sul-mato-grossense na rota das Entradas e Bandeiras.

Caracterizada por um privilegiado manancial hídrico, a MRT-5 tem neste recurso, sua principal vertente para desenvolver a atividade turística. Neste sentido, três segmentos da atividade turística são propícios para serem desenvolvidos: os esportes náuticos, a pesca esportiva e os balneários. Entretanto, essas atividades somente terão demanda, à medida em que for disponibilizada a infra-estrutura competente. Em função dos representativos investimentos necessários, torna-se necessário uma ligação, envolvendo os poderes públicos municipais, estadual e a iniciativa privada.

Individualmente, cada um dos municípios que compõem a Macro-região turística, possui potencialidades que se encontram distribuídas nos diferentes recursos (naturais, culturais, etc.) e devem ser promovidos, quer pela sua importância local (qualidade de vida) quer para geração de fluxo regional.

Tabela 2 – MRT-5: Macro-Região Turística dos Lagos - Estrutura de funcionamento dos Centros Turísticos.

Município	Função Principal	Função Secundária	Observação
Bataguassu	Centro de escala	Centro de recepção e recreação da população local/regional.	Centro de escala (5.000 veículos/dia). Potencial para centro de estadia com mercado de pesca.
Três Lagoas	Centro de escala	Centro de recepção e recreação da população local/regional.	Potencial para centro de distribuição com oferta de novos produtos turísticos.
Aparecida do Taboado	Centro de escala	Centro de recepção e recreação da população local/regional.	Potencial para centro de distribuição a partir da oferta de novos atrativos turísticos.

Fonte: PDTUR (2001).

## 4.1. O Potencial Turístico do Município de Aparecida do Taboado

O primeiro povoado surgido na região foi o Porto Taboado, que era passagem obrigatória do antigo Mato Grosso e de Goiás, com destino a São Paulo, às margens do Rio Paraná. Distante de Campo Grande 481km, com acesso pela BR 262 e 158. O município tem cerca de 16.900 habitantes, ocupa uma área total de 2.757,5km<sup>2</sup>. Limita-se ao Norte, com Paranaíba; ao Sul, faz divisa com o Estado de São Paulo; a Leste, com os Estados de Minas Gerais e São Paulo; a Oeste, faz limite com os municípios de Inocência e Selvíria. Pertence à Bacia Hidrográfica do Paraná, Sub-bacia dos rios Pântanos e da Quitéria. São nascentes no município vários córregos e ribeirões, entre eles, o Ribeirão Formoso.

A base econômica é a Agropecuária, Frigorífico e Comércio. A pecuária de corte é a atividade principal, mas foi criado, em 2000, um pólo industrial, pois o município conta com várias indústrias de beneficiamento de madeira; minerais não metálicos; metalúrgica; materiais elétricos e de comunicação; transportes; couros, peles e produtos similares; indústria química; perfumaria, sabão e velas; vestuário, calçados e artefatos de tecidos; produtos alimentícios; bebidas, álcool etílico e vinagre; editorial e gráfica; frigorífico (bovinos e aves); laticínios; usina de beneficiamento de leite; fábrica de café, mate solúvel e cerâmica.

Atividades turísticas possíveis de se desenvolverem nesse município: Turismo Desportivo, Turismo Rural, Turismo Religioso, Turismo Náutico, Turismo de Pesca Amadora e Eventos. Entretanto, mesmo diante do potencial existente, não existem no município os órgãos responsáveis pela regulamentação e desenvolvimento do setor, como: Conselho Municipal de Turismo; Órgão de Gestão Turística; Plano de Desenvolvimento de Turismo; Fundo Municipal de Turismo; Sinalização Turística. Participa dos seguintes programas de desenvolvimento do turismo: PNMT e Programa de Iniciação Escolar para o Turismo. Legislação Específica: - Plano Diretor - Uso e Ocupação do Solo - Preservação Ambiental - Proteção do Patrimônio Artístico e Cultural. Incentivos e estímulos ao Turismo: Lei municipal de incentivo fiscal para o setor.

Devido à sua proximidade com grandes rios, a cidade promove torneios de pesca, campeonatos de *jet-ski* e canoagem. A cidade se destaca nos segmentos do turismo de aventura e ecoturismo, com o aproveitamento dos seus recursos hídricos.

Tabela 3 – Recursos Naturais da Cidade de Aparecida do Taboado – MS.

Recursos	Tipo de recurso	Localização	Descrição do Recurso	Propriedade
Balneário Lago Azul	Praias e Balneários	Às margens do Rio Paraná - 8km da cidade	Campeonato de <i>jet-ski</i> e esportes náuticos	Pública
Biquinha	Praias e Balneários	Fazenda Santa Maria	Lagoa propícia para prática de esportes e banho	Privada
Lagoa Suja	Praias e Balneários	Jardim Lago	Lagoa coberta por vegetação, local próprio para construção de balneário e parques	Pública

Fonte: PDTUR (2001).

### 4.1.1. Recursos de Preservação Histórico Cultural

- Estátua de Nossa Senhora Aparecida: Estátua em homenagem à Padroeira do município, Nossa Senhora Aparecida;
- Busto – Antônio Leandro de Menezes: Estátua em homenagem ao fundador do município – Antônio Leandro de Menezes;
- Capela São José;
- Prédio da Escola Municipal Coronel João Alves Lara;
- Capela Santo Antônio;
- Ponte Rodoferroviária sobre o Rio Paraná;
- Tabelionato Uba.

### 4.1.2. Atrativos Culturais, Arte e Folclore

Existem, no município, 16 artistas, com os mais variados trabalhos: Trabalhos em barro (artesanato), vasos, frutas, animais; Entalhe e pirografagem em madeira; Trabalhos em crochê e tapetes de cordão; Artesanato com peças de resina e velas decorativas. Para atender esses artistas, a Prefeitura criou a Casa do Artesão, com capacidade para 30 pessoas. Reúne várias peças de artesãos do município, para venda de *souvenirs*, cestas de taboca, vasos de argila, vidro, artesanato em madeira, crochê, tricô, pintura e bordado.

O município conta com dois grupos folclóricos: Companhia Embaixadores dos Reis Magos e Estrela da Guia (Folia de Reis); além de um grupo de teatro, Flor da Terra e uma banda de música, Banda Marcial Municipal de Aparecida do Taboado.

A cidade de Aparecida do Taboado se destaca com sua Festa do peão de boiadeiro, desenvolvendo assim, um turismo de eventos.

### 4.1.3. Equipamento de Infra-estrutura

A rede hoteleira não é nem um pouco significativa. De acordo com PDTUR, em 2001, o município possuía apenas 11 meios de hospedagens, que disponibilizam 86 unidades habitacionais e 248 leitos. A rede hoteleira é diversificada em meios de hospedagens econômicos (pousadas, albergues, hotéis duas e uma estrela) e hotéis 3 estrelas. Apesar da deficiência em meios de hospedagem, existem na cidade, Hotéis Pesqueiro e Pousadas Rurais, próprias para o Turismo Rural. O consumo médio verificado é de R\$ 18,60, variando de R\$ 6,00 a R\$ 30,00. Nenhum meio de hospedagem aceitava, na época da pesquisa, cartão de crédito.

A cidade possui, também, uma carência no setor de alimentos e bebidas. O turista não tem a oportunidade de saborear pratos típicos da cozinha regional. Na cidade, podem ser encontradas pizzarias, restaurantes, churrascarias, confeitarias, sorveterias e restaurantes *self-service*.

## 4.2. O Potencial Turístico do Município de Três Lagoas

Foi elevada a distrito pela Lei nº 656, de 12 de junho de 1914 e o município criado pela Lei nº 706, de 15 de junho de 1915. Distante de Campo Grande 339km, com acesso pela BR 262, Três Lagoas tem cerca de 80 mil habitantes. Ocupa uma área total de 10.235,8km<sup>2</sup>. O município tem 42 escolas de ensino fundamental e médio e três centros universitários, quatro hospitais, sete centros e seis postos de saúde, duas agências de viagem, seis agências bancárias e sete agências de correios.

As principais atividades econômicas de Três Lagoas são o comércio, agricultura e pecuária, tendo o 3º rebanho bovino do Estado; 2º rebanho equino; 4º rebanho ovino; 8º produtor de mel de abelhas e 8º produtor de leite. O município começa a se destacar como um pólo industrial do Estado.

Limita-se ao Norte, com Inocência; ao Sul, com Brasilândia; a Noroeste com Selvíria e Rio Pardo; a Leste, com Selvíria e o Estado de São Paulo e a Oeste com o município de Água Clara. Três Lagoas tem os distritos de: Arapuá, Garcia, Ilha Comprida e Guadalupe do Alto do Paraná. A bacia hidrográfica do município é o Rio Paraná e as sub-bacias são: Rio Verde e Rio Sucurí.

Não existe um órgão específico de gestão turística, nem um fundo municipal de turismo, mas já foi constituído o Conselho Municipal de Turismo. A cidade vem investindo na atividade do turismo para agregação de renda da população. Para isso, foi elaborado um plano de desenvolvimento do turismo; existe uma Sinalização Turística. O município participa dos Programas: PNMT, Programa Nacional de Municipal de Turismo e do Programa de Iniciação Escolar para o Turismo. Como incentivos e estímulos ao turismo, o governo isenta empresários do IPTU e INSS.

O município tem como principais atrativos turísticos, o lago da Barragem da Ilha Solteira de Jupia, com praia e local para pesca; o balneário municipal; a Casa do Artesão e a Igreja de Santo Antônio. Dentre outros, como a tabela 4, abaixo:

Tabela 4 – Recursos Naturais da Cidade de Três Lagoas – MS.

Recursos Naturais	Descrição do Recurso
Balneário Público Municipal	As águas desse rio tornaram-se paraíso para a pesca do Tucunaré e exóticas para os praticantes de esportes náuticos. O balneário público conta com praias, quiosques, churrasqueiras, bar e banheiros.
Bosquinho	Região com árvores nativas preservadas, com praia no Rio Paraná, área de 260ha.
Cascalheira	Local onde foi retirado grande quantidade de material (rocha e terra), onde se formou um grande lago. Ideal para banho e bonito visual panorâmico.
Circular da Lagoa	Localizada na região das lagoas, com pista de <i>cooper</i> , quadra poliesportiva, parque infantil e uma área de praia com pedalinhas, <i>jet-ski</i> e pesca. Possui ainda, uma área com praia destinada a banhos e esportes. É o principal ponto turístico do município.
Quarta Lagoa	Área propícia para bar, passeios de barco, pesca e campeonatos náuticos.
Viveiro de Mudas da CESP	Viveiro de mudas com várias espécies de árvores, que são usadas para reflorestamento das áreas degradadas.

Fonte: PDTUR (2001).

Para o desenvolvimento do turismo na cidade, foram verificados todos os pontos que já são pontos turísticos e aqueles com potencial. No PDTUR (2001) constam como ponto turísticos, além dos recursos naturais:

#### 4.2.1. Recursos de Preservação Histórico-Cultural

- Mercado Municipal;
- Ponte Ferroviária;
- Usina Souza Dias - Unidade de Produção Jupirá;
- Escola de 1º e 2º graus Afonso Pena;
- Relógio Central;
- Estação Ferroviária Novoeste S.A.;
- Oficina Nob (Atual Dcu);
- Catedral (Matriz) Sagrado Coração de Jesus;
- Igreja Santo Antônio.

#### 4.2.2. Atrativos Culturais, Arte e Folclore

- Festa do Bom *Odori*: Festa que ocorre na primeira semana de junho, na colônia nipo-brasileira, cultura japonesa, dança, comidas típicas;
- Festa do Peixe: Festa que ocorre em agosto, na Colônia dos Pescadores, consta no calendário do município, com competições de pesca e comercialização de peixes. Presidente da Colônia dos Pescadores: José Carlos Pavan.;
- Exposição Agropecuária e Industrial de Três Lagoas: Evento com duração de 10 dias, com *shows*, rodeio, *stands*, exposição e comércio de gado, praça de alimentação, parque de diversões, bailes, etc.;
- Alambique: Produção de pinga artesanal, 300l/mês. A cana é produzida na própria fazenda para comercialização. Produz farinha, doces e licores. Proprietário: Orvino Tiago de Souza;
- Colônia dos Pescadores – descrição dos recursos: Extrativismo pesqueiro e área de lazer para eventos turísticos;
- Ateliê do Zé Miguel Leite: Venda e exposição de esculturas da fauna sul-matogrossense, materiais utilizados para confecção das esculturas, borracha sintética, cimento e seixos;
- Casa do Artesão: Local onde os artistas da cidade colocam a venda suas obras, trabalhos em barro, cordão, palha e artesanatos de vários lugares do Estado.

### 4.2.3. Áreas de Interesse Turístico Cultural

- Jatobá: Árvore de grande valor histórico, serviu como ponto de referência na época da construção da estrada de ferro (NOB), na década de 1910, tombado pelo patrimônio histórico municipal;
- Obelisco: Monumento representativo das comitivas que proliferaram na época da fundação de Três Lagoas. Tombado pelo Patrimônio Histórico;
- Cemitério do Soldado: Cemitério onde está enterrado o soldado José Carvalho Lima, que se retirou da Guerra do Paraguai;
- Estátua de Cristo: Estátua do Cristo saudando o povo de Três Lagoas e os visitantes com a seguinte frase “Cristo, abençoe o meu povo”.

### 4.2.4. Equipamentos de Infra-Estrutura

De acordo com PDTUR (2001), o município possui apenas 21 meios de hospedagens, que disponibilizam 532 unidades habitacionais e 849 leitos, disponibilizando aos visitantes hospedagens de categoria superior (hotéis quatro e três estrelas) e meios de hospedagens econômicos (pousadas, albergues, hotéis duas e uma estrela), sendo passível, o atendimento dos mais variados tipos de turistas. O consumo médio verificado é de R\$30,00.

O setor de alimentos e bebidas é bastante diversificado. Três Lagoas possui restaurantes que oferecem os mais variados tipos de cardápios, podendo ser encontradas pizzarias, restaurantes que servem cozinha oriental, churrascarias, casa de massas, restaurantes especializados em peixes, além de confeitarias, sorveterias e restaurantes *self-service*.

Centro Cultural Professora Irene Marques Alexandria, que conta com Teatro, Cinema e Auditório. Com Capacidade para 100 pessoas. Local onde a comunidade pode se beneficiar de atividades artísticas, culturais e sociais, como cursos, palestras, *workshops*, cineclube, clube de xadrez, exposição, oficinas, folclore e teatros.

Entidades e Associações Culturais: Banda Marcial Cristo Redentor; Associação Literária; Grupo folclórico: Festa do Folclore; Orquestra e Coral dos Violeiros de Três Lagoas; Grupos de teatro: Grupo Amigos e Grupo CRAJ.

As fábricas existentes no município, como a MABEL – Fábrica de Produtos Alimentícios, são avaliadas como novos atrativos turísticos, atraindo pessoas para que desfrutem do turismo técnico.

## 4.3. O Potencial Turístico do Município de Bataguassu

Foi elevada a distrito pela Resolução nº 611, de 10.07.1952 e o município foi criado pela Lei nº 683, de 11.12.1953. Distante de Campo Grande 341km, com acesso pelas BR 163 e BR 267, Bataguassu tem cerca de 13.700 habitantes. Com uma área total de 2.423km<sup>2</sup>. Bataguassu tem um hospital, um centro e dois postos de saúde, 14 escolas de ensino fundamental e médio, três agências bancárias e uma agência de correios.

A principal atividade econômica do município é a pecuária, além de ser 5º produtor de mel de abelhas e 9º produtor de mandioca. No comércio, os principais ramos, são: minerais não metálicos; metalúrgica; madeira; perfumaria, sabões e velas; produtos de matérias plásticas; vestuário, calçados e artefatos

de tecidos; produtos alimentícios; editorial e gráfica; cerâmica; usina de beneficiamento de leite; material elétrico e de comunicação; fecularia; indústria química; frigorífico de abate de bovino e laticínios.

Limita-se ao Norte e Nordeste com Santa Rita do Pardo; ao Sul e Sudoeste com Anaurilândia; a Leste e Sudoeste, com o Estado de São Paulo; a Oeste, Nova Andradina e a Noroeste, Ribas do Rio Pardo. Tem como bacia hidrográfica, a Bacia do Rio Paraná, Sub-Bacia Rio Pardo e Ivinhema. Rios: Aranha, Paraná e Pardo.

O município de Bataguassu tem a possibilidade de desenvolver o turismo do tipo: Turismo de Pesca – Eventos. Todavia, ainda não foi criado na cidade um Órgão de Gestão Turística, nem um Conselho Municipal de Turismo, mas já existe um Fundo Municipal de Turismo. Como incentivos e estímulos ao turismo existe, isenções de tributos e adequação da infra-estrutura necessária para o desenvolvimento da atividade.

### 4.3.1. Recursos Naturais

Na pesquisa efetivada pelo PDTUR (2001), não foram identificados recursos naturais neste município.

### 4.3.2. Recursos de Preservação Histórico Cultural

- Ponte Maurício Joppert;
- Ponte Jan Antonim Bata.

### 4.3.3. Atrativos Culturais, Arte e Folclore

- Carnaval Popular de Rua: Festa popular de rua com a participação de entidades filantrópicas na organização, barracas de bebidas e alimentação;
- Feira Agropecuária e Industrial de Bataguassu: *Shows*, leilões, rodeios, prova de laço, palestras, *stands* e barracas para alimentação;
- Feira do Produtor: Espaço aberto para artesãos, pequeno comerciante e pequenos produtores rurais. Produtos do plano Municipal de desenvolvimento rural: Agricultura Familiar, construído com recursos do PRONAF e Prefeitura;
- Festa de Nossa Senhora dos Navegantes: Evento de 50 anos, envolvendo os municípios de Bataguassu e Presidente Epitácio, com procissão fluvial pelos Rios Pardo e Rio Paraná, saindo do Porto XV até o Porto de Epitácio; segue em procissão pelas ruas de Epitácio até a Igreja Matriz, retornando após a missa para a Igreja dos Navegantes na Nova Porto XV. Logo após a parte religiosa, começam as festividades, com: bailes, barracas e comidas típicas (peixes);
- Festa do Padroeiro São João: Barracas típicas, comidas típicas, danças, procissão de veículos com benção dos carros, dos motoristas e missa;
- Porto XV de Novembro: Local para venda de pescado e artesanato, lanches, material para pesca; 21 *boxes* em construção;
- Associação dos Artesãos da Nova Porto XV: 100 associados que confeccionam artesanatos em madeira, linha, lã, cordão, jornal, palha e barro e vendem no local;
- Banda Marcial Mestre Ambrósio.

#### 4.3.4. Áreas de Interesse Turístico Cultural

- Praça Manoel Cecílio de Lima: Estátua em homenagem ao ilustre cidadão bataguauense, pelos relevantes serviços prestados a esta coletividade - 1908/1974.

#### 4.3.5. Equipamentos de Infra-estrutura:

De acordo com a pesquisa, em 2001 o município contava com apenas 5 hotéis, que disponibilizavam 105 unidades habitacionais e 233 leitos. Não foi identificado na pesquisa, a existência de pousadas ou hotéis-fazenda. O consumo médio verificado é de R\$ 37,50.

O setor de alimentos e bebidas encontra-se com certa diversidade, quando comparado com o deficitário setor de hospedagem. Bataguassu possui restaurantes que oferecem os mais variados tipos de cardápios. Na cidade, podem ser encontrados pizzarias, restaurantes que servem cozinha oriental, churras-carias, restaurantes especializados em peixes, além de confeitarias, sorveterias e restaurantes *self-service*.

### 5. ANÁLISE DOS DADOS

A partir da pesquisa, observou-se que apesar do potencial natural, histórico e cultural, para desenvolver a atividade turística, os municípios devem superar algumas limitações ao desenvolvimento da atividade, entre outros, os pontos frágeis, identificados na tabela 5.

Tabela 5 – Pontos Fracos e Pontos Fortes da Atividade Turística da Região dos Lagos.

PONTOS FRACOS	PONTOS FORTES
Falta de conscientização turística na comunidade	Recursos naturais com qualidade ambiental
Pouca infra-estrutura turística com qualidade (hotéis, restaurantes, etc.)	Localização próxima ao eixo de distribuição de fluxo
Recursos naturais explorados sem infra-estrutura adequada	Possibilidades de integrar-se com facilidade ao macro destino turístico regional
Oferta hoteleira limitada	Comunidade disposta a buscar seu desenvolvimento local
Serviços turísticos de baixa qualidade	Existência de um Plano, com diretrizes, para o desenvolvimento da atividade turística
Falta de mão-de-obra qualificada para o turismo	
Visual urbano pouco atraente	
Acessos aos recursos em condições precárias	
Poucos atrativos em oferta	

Fonte: Dados da pesquisa.

De acordo com a pesquisa realizada nos hotéis, as pessoas que visitam as cidades são em sua grande maioria turistas locais e regionais. Apenas um desses meios de hospedagem declarou atender estrangeiros; entretanto, não se pode dizer que essa demanda ocorreu devido à atividade turística na Região, visto que esse hotel se encontra em Três Lagoas, município que está desenvolvendo um pólo industrial com diversas empresas internacionais.

Foi realizada uma avaliação das condições em que se encontram os recursos e de que forma poderão ser utilizados para o turismo; constatou-se que a grande dificuldade no desenvolvimento da atividade encontra-se nos equipamentos de infra-estrutura. Essa deficiência encontra-se, principalmente, nos meios de hospedagem e de alimentação e bebidas. Nos meios de hospedagem, a falta de conforto identificado é a principal barreira para atrair turistas na Região. Já no setor de alimentos e bebidas, está a falta de diversidade e estrutura de apresentação dos estabelecimentos.

Quanto aos balneários, carro-chefe da atividade na região, não dispõem de informações operativas sobre as áreas protegidas, tipo de atrativos, infra-estrutura, plano, etc. Verifica-se a necessidade de elaboração de projetos técnicos, que contemplem os devidos cuidados e medidas compensadoras, passíveis de ser implantados.

Outro fator identificado, foi o descaso do poder público, com o desenvolvimento da atividade nas cidades pesquisadas. Além da inexistência dos órgãos especializados e responsáveis pela fiscalização e desenvolvimento do turismo, não foi identificado nenhum ato de promoção e divulgação da atividade na Região.

Entretanto, mesmo perante as dificuldades, pode-se observar que a Região analisada tem potencial para desenvolver o turismo ecológico, esportivo, de lazer, recomposição, rural, gastronômico, pesca esportiva, sol e praia, turismo de negócios e turismo de convenções.

## 6. CONCLUSÃO

De modo geral, os municípios analisados apresentaram mais recursos turísticos do que infra-estrutura. Para que se torne realidade o desenvolvimento da atividade, aproveitando os recursos turísticos existentes na região, torna-se necessário iniciar um processo de mudanças e melhorias nessa infra-estrutura e serviços oferecidos, para que esses recursos se tornem atrativos turísticos. Neste sentido, consideram-se básicas as seguintes mudanças: melhoria do conforto e serviços de hotelaria local, qualificação de empresários ligados à atividade turística, treinamento de mão-de-obra do turismo, oferta de serviços gastronômicos de qualidade e oferta de atrativos e lazer.

Pode-se agregar, ainda, melhoria na infra-estrutura básica, como: abastecimento de água, comunicação, esgoto, lixo e limpeza pública, etc. Além da consolidação municipal dos órgãos responsáveis pela atividade turística, visto que pode ser observado a inexistência desses órgãos nos municípios analisados.

Devem aproveitar de maneira sistemática as suas unidades de conservação, através da interação público privada, capaz de garantir a qualidade da experiência da visita aos diferentes grupos, que possuem distintas motivações, quer de interesse amplo quer especializado de história natural, aventura, etc.

Quanto às atividades esportivas, a partir da construção da infra-estrutura competente, deverá ser criado um calendário de eventos, com diferentes níveis de abrangência de mercado, regional, nacional e internacional. Um plano de *marketing* adequado e direcionado para os respectivos mercados, é fundamental para consolidar uma identidade própria para a região.

Os investimentos realizados na expansão do setor, portanto, estão diretamente relacionadas com a expansão das demais atividades econômicas locais. Os benefícios esperados com o crescimento do turismo são apresentados em forma de objetivos econômicos, sociais e ambientais. Medidas, como melhorias na infra-estrutura básica, acessos aos atrativos e urbanização, servem tanto à população local como aos turistas, promovendo, assim, a melhoria da qualidade de vida local. Além disso, o implemento e desenvolvimento da atividade turística pode trazer benefícios ambientais, viabilizando a preservação e recuperação de áreas de grande beleza natural e medidas de contenção da poluição. Por isso, a necessidade de um envolvimento sistêmico entre os setores relacionados com a atividade: atrativos turísticos, empresários e poder público.

## 7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BALANZÁ, I. M.; NADAL, M. C. **Marketing e Comercialização de Produtos Turísticos**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

BENI, M. C. **Análise Estrutural do Turismo**. 10ª. ed. São Paulo: Editora Senac, 2004.

CAETANO, M. **Estudo das práticas alimentares dos turistas: uma contribuição metodológica para o planejamento turístico e o fortalecimento do agronegócio**. Campo Grande: Departamento de Economia e Administração, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, 2006, 91 p. Dissertação de Mestrado em Agronegócios.

CAMPANHOLA, C.; SILVA, J. G. **O lazer e o novo rural**. Sober, 2002.

FRATA, A. M. **Ciclo de Vida do Destino Turístico do Município de Bonito - Mato Grosso do Sul**. Angela Maria Frata; orientação de Ido Luiz Michels – Campo Grande, 2007 114 p.: il. Dissertação de Mestrado (M) – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, 2007.

FUNDAÇÃO CÂNDIDO RONDON. Proposta de elaboração de estudo da cadeia produtiva do turismo em Mato Grosso do Sul. Relatório Final. Convênio nº 025/2005. Campo Grande – MS. Novembro 2006.

FUNDTUR - Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul. **Plano de Ação: 2003 -2006**. Campo Grande, 2006.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Economia do Turismo. Análise das Atividades Características do Turismo: 2003**. Rio de Janeiro: IBGE, 2007.

- KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de Marketing**. 9. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2007.
- LAGE, B. H. G.; MILONE, P. C. **Economia do Turismo**. 3. ed. Campinas: Papirus, 2001.
- LEMOS, L. **Turismo que Negócio é Esse?: uma análise da economia do turismo**. 5. ed. Campinas: Papirus, 2001.
- MARIANI, M. A. P. **Geografia e turismo no paraíso das águas: o caso de Bonito**. São Paulo, 2001. 265 p. UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO, FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS. DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA
- MINTUR - MINISTÉRIO DO TURISMO. Turismo no Brasil 2007-2010. Brasília, Jun. 2006. Net. Disponível em: <<http://institucional.turismo.gov.br/mintur/coroot/CMS%5CDocumentoItem/files/livretoTURISMO.pdf#search=%22Turismo%20no%20Brasil%202007-2010%22>> Acesso em: 10 set. 2007.
- OMT - ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **International Tourist Arrivals by Country of Destination**. 2004. Disponível em: <[http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/indicators/new/ITR\\$\\_Americas\\_2004.pdf](http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/indicators/new/ITR$_Americas_2004.pdf)>. Acesso em: 10 set. 2008.
- PDTUR – **Plano de Desenvolvimento Turístico Sustentável de Mato Grosso do Sul**. Disponível em: <<http://www.pdturms.com.br>>. Acesso em: 23 nov. 2007.
- TULIK, O. Do conceito às estratégias para o desenvolvimento do turismo rural. In: RODRIGUES, A. (Org.). **Turismo: desenvolvimento local**. São Paulo: Hucitec, 1997.
- ZIMMERMANN, A. Planejamento e organização do turismo rural no Brasil. In: ZIMMERMANN, A.; CASTRO, I. **Turismo rural - um modelo brasileiro**. Florianópolis: Ed. Do Autor, 1996.

