

PLANO MUNICIPAL DE TURISMO DE
BODOQUENA

(versão preliminar para download)

PREFEITO DE BODOQUENA
Kazuto Horii

SECRETÁRIA MUNICIPAL DE TURISMO, CULTURA, MEIO AMBIENTE E
DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO DE BODOQUENA
Vanessa de Gouvêia Leite

**Documento elaborado através da parceria entre a Prefeitura Municipal de
Turismo de Bodoquena e a Universidade Federal de Mato Grosso do sul –
Curso de Turismo (Campus de Aquidauana)**

COORDENAÇÃO E ELABORAÇÃO DO DOCUMENTO FINAL
Professora Doutora Isabelle Pinheiro

EQUIPE TÉCNICA
Lejania Narjara Ribeiro Malheiros
Reginaldo Medeiros Barreto
Danillo Ângelo Santos
Deyvid Felizardo
Ludmila Saldanha Escobar

PESQUISADORAS
Ana Beatriz Almeida Cordeiro Leal
Josuely Jennifer de Souza

CONSELHEIROS DO COMTUR

Pedro Rosa

Sandra M. P. A. Massonis

Reginaldo M. Barreto

Mirian T. Gonçalves

Juliardson de C. Couto

Valdiza Dias de Olanda

José Albertino Duarte

Carlos Petronillo

Nelson de Paula

Jully Ana Niehues

Claudia Souza

Edir Mendes Flores

Ana Paula Ferreira

Belmira Azambuja

Cristina Gasperim

Edson Silva

Sergio R. da Rocha

Eliseu Dionísio Dutra

Dermival A. Correia

Eliana M. dos Santos Morikawa

Aldaiza A. de Souza

Alan Ibarra de Souza

Leandro Maicon dos S. Leon

Carlos Roberto

Valdelício N. de Oliveira

Maria Angélica S. da Paixão

1. INTRODUÇÃO

O planejamento turístico se configura como um conjunto de diretrizes que orientam o fomento do Turismo de um destino ou de um atrativo. Também pode ser entendido como um conjunto de atividades que “envolve a intenção de estabelecer condições favoráveis para alcançar objetivos propostos. Ele tem por objetivo o provisão de facilidades e serviços para que uma comunidade atenda aos seus desejos e necessidades” (RUSCHMANN, 2008, p. 83), no que se refere ao desenvolvimento da atividade turística.

Para cada fase do planejamento existe o delineamento de objetivos e metas a serem alcançados, levando em consideração os interesses da iniciativa privada, da gestão pública e da comunidade local, entendendo que dentro da dinâmica do Turismo, cada setor tem função e formas de atuação específicas. Paralelo a isso, a população deve fazer parte do processo de planejamento e condução do Turismo, uma vez que a participação dela é elemento primordial para que a atividade venha se estabelecer de forma equitativa para todos os segmentos sociais.

Segundo Vieira (2007) o planejamento turístico deve alcançar os seguintes objetivos gerais: contribuir para a melhoria da qualidade de vida da população; promover a integração comunitária; garantir o desenvolvimento econômico sustentável e proporcionar as condições necessárias para o sucesso empresarial. No que concerne aos objetivos específicos, o autor argumenta que o planejamento deve: garantir a sustentabilidade do desenvolvimento turístico; propiciar um nível elevado de satisfação aos turistas; proteger os recursos turísticos; identificar as zonas com potencial turístico e integrar as correntes turísticas nas comunidades anfitriãs. Como forma de otimização do fazer turístico, o planejamento em turismo engloba um “processo contínuo” baseado na “pesquisa e na ação” (DENCKER, 2004, p. 1). A pesquisa contribuirá como uma das ferramentas de gestão para ambos os atores da atividade turística.

Assim, o Plano de Turismo de Bodoquena tem como objetivo **organizar, ampliar e qualificar a oferta turística do município, tornando-o um local viável para o investimento privado e um destino competitivo na Rota Pantanal – Bonito/Serra da Bodoquena**. Para tanto, este documento se divide em três seções, a saber: o diagnóstico da oferta turística de Bodoquena, seguido da segunda seção que apresenta objetivos específicos, estratégias e ações para o desenvolvimento do Turismo no município e por fim, as ferramentas para que a equipe gestora consiga monitorar o andamento dos projetos e ações previstos.

O Plano Municipal de Turismo de Bodoquena/MS foi construído a “várias mãos”, envolvendo uma equipe de colaboradores da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul –

Campus de Aquidauana/Curso de Turismo e da Secretaria Municipal de Turismo, Cultura Meio Ambiente e Desenvolvimento Econômico de Bodoquena. Esta equipe trabalhou envolvida no processo de pesquisa-ação, de modo que em alguns momentos, o levantamento de informações ocorria em paralelo a intervenções junto ao Conselho Municipal de Turismo de Bodoquena e à própria Secretaria de Turismo. Em outros momentos, a equipe de pesquisadores ia *in loco* conhecer os lugares (equipamentos turísticos) e áreas naturais para a realização do diagnóstico que configurou no conhecimento aprofundado do município no que concerne às demandas e potencialidades locais para a atividade turística.

Também foram realizadas reuniões com toda a equipe da Secretaria Municipal de Turismo, Meio Ambiente, Cultura e Desenvolvimento Econômico, membros do COMTUR e agentes sociais estratégicos, para discussão dos projetos e ações propostos. Tais discussões foram extremamente relevantes para a apropriação do plano pela equipe técnica da secretaria e do COMTUR, uma vez que serão eles quem protagonizarão a efetividade das propostas contidas neste documento.

2. DIAGNÓSTICO DO SETOR DE TURISMO DO MUNICÍPIO DE BODOQUENA/MS

2.1 ANÁLISE DOS EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS DO MUNICÍPIO

Os equipamentos turísticos de um destino fazem parte de sua oferta e referem-se, segundo Montejano (2001, p.110) ao “conjunto da infraestrutura de bens e serviços – hospedagem, transportes e alimentos e bebidas, etc. – para prestar os correspondentes serviços à demanda turística”. Em Bodoquena, foram considerados os equipamentos turísticos de hospedagem, alimentos e bebidas, agências de viagens e transportes, sediados no perímetro urbano e na zona rural do município, bem como os balneários que por apresentar algumas especificidades, foram levantados de forma diferenciada.

Um fato que chama a atenção para Bodoquena, e que corrobora com a importância do Turismo planejado e organizado no município diz respeito aos indicadores econômicos do município. Segundo dados do SEBRAE (2019), no que concerne às atividades produtivas desenvolvidas, 21% do valor adicionado ao PIB do município foi gerado pelo setor primário (agropecuária), 23% dos aportes financeiros foram provenientes do setor secundário e 56% advindos do setor terciário (comércio e serviços), setor ao qual o Turismo está inserido. Tais fatos demonstram a importância do comércio local e dos serviços na geração de renda para o

município, considerando também que o Turismo é uma atividade ambientalmente com menor grau de geração de impactos negativos.

Portanto, este plano aguçou um olhar mais crítico e estratégico para a oferta turística de Bodoquena, entendendo que existe uma potencialidade latente para o Turismo quanto aos recursos naturais e ao patrimônio cultural local. No entanto, sem que haja uma cadeia produtiva do turismo imbuída nos princípios de gestão da qualidade, esta riqueza se perde ou fica subutilizada.

Após as visitas de campo realizadas no município de Bodoquena/MS foi feita uma análise do cenário atual dos ambientes internos e externos, com dados e informações que poderão ser utilizados para a melhoria da gestão pública e privada do Turismo no município, principalmente no que diz respeito à organização e qualificação dos equipamentos turísticos. Os equipamentos de apoio ao turista também estão inseridos neste diagnóstico, pois funcionam como infraestrutura básica essencial para o desenvolvimento do turismo, uma vez que a qualidade dos serviços prestados associados à infraestrutura da ofertada implicará na demanda real ou potencial do município.

Cabe à iniciativa privada segundo (RUSCHMANN, 2001, p.68):

- a) observar leis e regulamentos, bem como mecanismos de fiscalização e controle;
- b) atuar no desenvolvimento da infraestrutura turística;
- c) planejar cuidadosamente o funcionamento de suas atividades e equipamentos para atender com qualidade às necessidades e desejos do turista;
- d) utilizar-se de mão de obra capacitada;
- e) desenvolver associações, com vistas à troca de experiências e informações bem como para melhor articulação na criação e defesa de interesses perante empresariado e/ou governo;
- f) manter-se atualizada quanto às tendências do turismo;
- g) elaborar pesquisas com clientes, acompanhando a funcionalidade e a qualidade de seu estabelecimento.

Com base nestas orientações e através da pesquisa realizada, foi aplicada a metodologia SWOT. Esta metodologia é amplamente utilizada no planejamento turístico, principalmente na fase do diagnóstico da oferta turística. A metodologia consiste em coletar informações e aplicar um quadro com análise do ambiente interno do destino (força e fraqueza) e do ambiente externo (ameaças e oportunidades).

Para tanto, foram elaborados três quadros da matriz SWOT, sendo 01 para os balneários, 01 para meios de hospedagem e 01 para equipamentos de alimentos e bebidas.

2.1.1 Matriz SWOT dos Balneários

AMBIENTE EXTERNO

OPORTUNIDADES

1. Consolidação do segmento de observação de aves;
2. Localização próxima à Bonito;
3. Presença de áreas naturais com forte apelo para o Turismo;
4. Inserção do município na Rota Pantanal/ Bonito – Serra da Bodoquena
5. Elaboração do Plano Municipal de Turismo;
6. Aumento da procura por locais que proporcionem maior contato com a natureza e com a história e a cultura local;
7. Programa MS “Investe Turismo”, convênio SEBRAE e Governo do Estado;
8. O município possui 90% de seu perímetro urbano saneado;
9. Presença de locais com forte apelo turístico (grutas, mirantes, patrimônio cultural, local propícios para atividades de aventura);
10. Elaboração para implementação do “Plano Municipal de Coleta Seletiva” de Bodoquena;
11. Realização de eventos esportivos no município;

AMEAÇAS

1. Concorrência com outros atrativos localizados em Bonito, com maior qualidade na estrutura e nos serviços;
2. Falta de local adequado para descarte de resíduos sólidos;
3. Ausência de uma cadeia produtiva do Turismo fortalecida;
4. Falta de alguns serviços e infraestrutura urbana essenciais para o Turismo (saúde, unidade do corpo de bombeiros, unidade de apoio ao consumidor);
5. Assoreamento dos rios Betione, Salobra e Campina proveniente de atividades econômicas e descarte inadequado de resíduos sólidos;
6. Influência negativa da agropecuária nos rios;

AMBIENTE INTERNO

PONTOS FORTES

1. Recursos naturais ;
2. Localização geográfica;
3. Proximidade do perímetro urbano;
4. Atendimento de serviços de hospedagem e alimentação na maioria dos balneários;
5. Formação de um grupo de guias de turismo de Bodoquena em 2019;

PONTOS FRACOS

1. Falta de estrutura de Acessibilidade para portadores de necessidades especiais;
2. Profissionais capacitados;
3. Falta de horários flexíveis aos clientes em alguns locais;
4. A falta de gestão empresarial focada na qualidade;
5. Ausência de Infraestrutura de lazer e segurança em alguns locais;
6. Precificação incoerente com o serviço prestado;
7. Ausência de guarda-vidas em alguns Balneários;
8. Falta de capacidade de investimento de muitos dos proprietários das áreas naturais com potencialidade turística;

2.1.2 Matriz SWOT dos Equipamentos de Alimentos e Bebidas

AMBIENTE EXTERNO

OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Existência de uma demanda potencial pelo Turismo Gastronômico; 2. Existência de eventos esportivos com presença de um perfil de turista com maior interesse pela culinária local; 3. Existência da Feira do Produtor, com atividades de lazer semanais; 4. Realização de ações promovidas pela prefeitura municipal para capacitação na gestão (Mostra de Turismo, Cidade Empreendedora, etc.); 5. Realização de eventos esportivos no município; 6. Carne bovina diferenciada da região 7. Mídias sociais; 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proximidade de Bonito, com uma oferta de equipamentos de AeB bem estruturada;

AMBIENTE INTERNO

PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Prato típico do local (Palga Serrana) contextualizada com a história e a cultura local; 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Falta de Acessibilidade para portadores de necessidades especiais; 2. Escassez de profissionais capacitados; 3. Falta de flexibilidade de horários aos clientes em alguns empreendimentos; 4. A falta de gestão empresarial com foco na qualidade; 5. Atendimento de má qualidade em alguns estabelecimentos de AeB; 6. Falta de capacidade de investimento de muitos dos proprietários das áreas naturais com potencialidade turística;

2.1.3 Matriz SWOT dos Equipamentos de Hospedagem Urbanos

AMBIENTE EXTERNO

OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Localização geográfica; 2. Presença de áreas naturais com forte apelo para o Turismo; 3. Realização de eventos esportivos no município; 4. Realização de ações promovidas pela 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proximidade com o município de Bonito e Miranda, que possui uma cadeia hoteleira consolidada;

prefeitura municipal para capacitação na gestão (Mostra de Turismo, Cidade Empreendedora, etc.)

AMBIENTE INTERNO

PONTOS FORTES

1. Existência de alguns empreendimentos com foco na gestão da qualidade;

PONTOS FRACOS

1. Falta de acessibilidade para portadores de necessidades especiais;
2. Falta de harmonia e decoração nos ambientes internos (Unidades Habitacionais e demais instalações de acolhimento e lazer)
3. Falta de Profissionais capacitados nos locais;
4. Falta de flexibilidade de horários e informação aos clientes em alguns estabelecimento;
5. A falta de gestão empresarial com foco na qualidade do atendimento;
6. Preços praticados que não condizem com o serviço prestado;
7. Falta de capacidade de investimento de muitos dos proprietários das áreas naturais com potencialidade turística;

A partir da pesquisa de campo realizada no mês de maio de 2018, foram constatadas realidades que demandam atenção por parte da iniciativa privada e da instância de governança local, o COMTUR, a saber:

- Empreendimentos de hospedagem sem funcionamento nos finais de semana e feriados;
- Ausência de pessoas capacitadas nas funções estratégicas de recepção e governança nos meios de hospedagem;
- Necessidade de melhoria nas instalações dos meios de hospedagem e alimentação (limpeza, decoração e organização do espaço) localizados no perímetro urbano de Bodoquena, com vistas à qualidade no atendimento e da imagem da oferta turística local no mercado turístico;
- Número reduzido de empreendimentos de hospedagem e alimentação com CADASTUR.

Tal diagnóstico aponta a importância da sensibilização junto à cadeia produtiva do Turismo para o entendimento que dentro da dinâmica do Turismo existem agentes sociais distintos, também com papéis distintos. Deste modo, cabe à iniciativa privada ofertar produtos de qualidade, o que implica diretamente na organização, limpeza, estruturação e excelência no atendimento dos empreendimentos turísticos.

Uma outra questão detectada é a pequena oferta de agências de viagem no município. Acredita-se que, pelo fato do Turismo não ser uma atividade regulamentada em Bodoquena, e pela inexpressiva demanda local de serviços de passagens e pacotes presenciais, considerando as facilidades de acesso à compra através dos serviços *on line*, as agências não encontram oportunidades mais consolidadas para ampliação deste segmento. Ressalte-se que a queda pela procura de agências de modo presencial é uma realidade mundial. Em termos locais, uma estratégia que oportunizaria este segmento, seria a implantação do voucher único ou outra forma de regulamentação de uso e acesso aos atrativos locais.

No que aos concerne aos aspectos positivos, o município de Bodoquena possui uma oferta de equipamentos turísticos que atende à necessidade da demanda atual em termos quantitativos, no perímetro urbano, com a presença de alguns empreendimentos que imprimem qualidade no atendimento. Mesmo assim, precisam existir mecanismos que estimulem a qualidade e o devido conhecimento da realidade e da demanda turística local.

2.2 AVALIAÇÃO DA INFRAESTRUTURA URBANA E TURÍSTICA DE BODOQUENA

A avaliação da infraestrutura urbana e turística de Bodoquena ocorreu através de pesquisa *in loco*, e consistiu no levantamento e posterior avaliação dos equipamentos e serviços urbanos que não estão diretamente ligados ao Turismo, mas que os destinos turísticos precisam ter para que a experiência da visita seja satisfatória.

Esta seção está dividida em informações turísticas, e infraestrutura de apoio ao turista.

Quanto às informações turísticas, na área urbana de Bodoquena, há o Centro de Atendimento ao Turista (CAT) que funciona na Secretaria de Turismo, Meio Ambiente, Cultura e Desenvolvimento Econômico do município, porém, o mesmo funciona somente de segunda a sexta feira, e no horário de atendimento da Secretaria, não operando nos finais de semana por falta de colaborador fixo.

No que diz respeito à Infraestrutura de apoio ao Turista, o município dispõe de:

- **Instituições bancárias e casa lotérica**

Na cidade existem três instituições bancárias, Caixa Econômica, Bradesco e Banco do Brasil, com apoio de uma casa lotérica. Mesmo assim, os bancos não atendem saques após as 21h e nos finais de semana existe a reclamação de que falta dinheiro para saques. Os estabelecimentos turísticos locais são equipados para o recebimento de serviços e produtos por meio de cartões de débito e de crédito.

- **Sistema de transporte rodoviário**

O município é servido por duas empresas de transporte intermunicipal:

-Expresso Mato Grosso, que liga Bodoquena a Miranda, Anastácio, Aquidauana, Dois Irmãos do Buriti, Terenos, Indubrasil e Campo Grande

- Expresso Cruzeiro do Sul que liga Bodoquena a Bonito, Jardim, Miranda e Corumbá.

Dentro do perímetro urbano, existe apenas serviço de moto-táxi. Em relação ao transporte aéreo, verificou-se a existência de um aeródromo privado na Fazenda Boca da Onça.

- **Sistema de comunicações**

O município em termos de comunicação é coberto pela TELEMAR NORTE LESTE S/A. A telefonia celular é executada através das Operadoras VIVO, CLARO BRT, TIM E OI. O município possui uma agência de correios e telégrafos, que funciona de segunda a sexta das 09h às 16h. Atualmente conta somente com uma TV com transmissão do estado, a TV Morena e as demais emissoras são acessadas somente através de antena parabólica. Há um Jornal impresso no município, o Jornal “Aqui é Destaque” com circulação quinzenal, mas circulam na cidade outros jornais como “Jornal da Cidade”, “Gazeta do Pantanal” e “Guaicuru” do município de Miranda, o “Correio do Estado” (Campo Grande), “Diário do Povo” (Dourados), “Tribuna Popular” (Jardim) e “O Pantaneiro” (Aquidauana). Possui também uma emissora de rádio, a “FM Comunitária Serra da Bodoquena”.

- **Sistema médico-hospitalar**

O município possui 15 estabelecimentos de saúde (SEBRAE, 2019), sendo um hospital com 23 leitos, 05 médicos com atendimento de clínica geral, 02 enfermeiras e 01 bioquímico. Possui exames de ultra-som, aparelho de raio-x, 01 centro cirúrgico e 06 ambulâncias. Também dispõe de 01 unidade móvel de atendimento para área rural sendo ônibus equipado com consultório odontológico e atendimento de consultas e equipamentos mínimos necessários para primeiros atendimentos de emergência como curativos, balão de oxigênio, etc.

Nos casos mais graves, os pacientes são transportados até Aquidauana ou Campo Grande. Possui também um Centro de Saúde que funciona das 07h às 17h. O município conta também com 03 postos de saúde (PS) rurais: PS São José (Morraria), PS Canaã e PS Sumatra, que prestam atendimento à população local.

- **Sistema de fornecimento de água**

O órgão responsável pelo abastecimento de água é a SANESUL - Empresa de Saneamento de Mato Grosso do Sul. Na zona rural o abastecimento de água é através de poços semi-artesianos, córregos, poços rasos e profundos. A cobertura na área urbana corresponde em torno de 100% através de ligações da rede de distribuição de água.

- **Sistema de fornecimento de energia elétrica**

O fornecimento de energia elétrica é feito através da Empresa de Energia Elétrica de Mato Grosso do Sul – ENERGISA. Segundo dados do SEBRAE (2019) em Bodoquena, 99% dos domicílios possuem energia elétrica.

- **Saneamento do meio**

O município é assistido duas vezes por semana nos bairros, vilas e no centro pelo serviço público de coleta de lixo doméstico. A sua destinação final é em lixão a céu aberto localizado 7 Km do centro da cidade. O sistema de coleta é realizado por caminhões basculantes e o montante recolhido atinge diariamente em torno de 05 toneladas. O local não tem Licenciamento Ambiental para operação, há uma necessidade de implantação de procedimentos voltados à preservação ambiental. Quanto ao lixo hospitalar, o município contrata uma empresa terceirizada especialista na coleta e no descarte do material.

A partir das pesquisas realizadas, constatamos que:

- O município precisa pavimentar suas ruas, melhorando o paisagismo e a infraestrutura do perímetro urbano;
- O município de Bodoquena dispõe de uma infraestrutura que atende a comunidade local, em termos de serviços urbanos tais como limpeza urbana, distribuição de água e energia elétrica, além de acesso ao local e oferta de equipamentos de apoio ao turista;
- O município, por ter muitos rios e córregos, conseqüentemente, um lençol freático extenso, precisa ter uma estrutura ambiental e legalmente atendida, para descarte e tratamento de seus resíduos sólidos;
- O município necessita ampliar seus serviços de saúde, principalmente quando se trata de urgência e emergência. Considerando que Bodoquena dispõe de áreas naturais com potencialidade para o desenvolvimento dos segmentos de Turismo de Aventura e Turismo de Natureza, existe uma demanda latente por serviços de saúde e segurança para o município.

2.3 A POTENCIALIDADE TURÍSTICA DE BODOQUENA

O Turismo é uma atividade que se apropria dos recursos naturais e do patrimônio cultural, material e imaterial, como recurso básico para o seu desenvolvimento. Por diferentes motivos pelo qual vive a sociedade contemporânea, tais como os problemas psicossociais que somatizados nos grandes centros urbanos, tem havido um aumento considerável pela procura de locais que dispõem de “belezas naturais e clima agradável” (RIBEIRO e STIGLIANO, 2010), e por lugares com expressões culturais mais autênticas e que remontem à história e à cultura local.

Bodoquena sedia em sua área político-geográfica muitos destes elementos, e atualmente, se caracteriza como um município de Mato Grosso do Sul com expressiva potencialidade turística. Assim, este diagnóstico, proveniente de pesquisas de campo visitou lugares, tanto já organizados, como locais sem nenhuma infraestrutura de visitação.

Esta seção foi dividida em duas partes, sendo a Matriz SWOT dos Recursos Naturais e a Matriz SWOT do patrimônio cultural material e imaterial do município.

2.3.1 Recursos Naturais

AMBIENTE EXTERNO	
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Estruturação para uso turístico do Parque Nacional Serra da Bodoquena; 2. Aumento da demanda turística nacional e internacional por áreas naturais; 3. Proximidade do município de Bonito; 4. Melhor acesso ao Parque Nacional da Serra da Bodoquena; 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fragilização da Política Ambiental Brasileira; 2. Fragilidade do órgão de fiscalização de Meio Ambiente de MS; 3. Ausência de Lei municipal de Meio Ambiente;
AMBIENTE INTERNO	
PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Rios de águas cristalinas e com potencial para áreas de banho, relevo propício para contemplação da paisagem, áreas naturais propícias realização de esportes de aventura menos impactantes ambientalmente; 2. Raras formações geológicas, geomorfológicas e espeleológicas; 3. Áreas extensas com remanescentes de florestas, no Parque Serra da Bodoquena; 4. Presença de fauna exótica pela proximidade com o Pantanal, tendo a demanda turística como referência; 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Extensas áreas de atividades econômicas ambientalmente impactantes e sem o atendimento do passivo ambiental que geram; 2. Falta de licenciamento ambiental de muitos empreendimentos turísticos localizados nas áreas naturais; 3. Falta de capacidade de investimento de muitos dos proprietários das áreas naturais com potencialidade turística; 4. Falta de controle do fluxo e registro de visitação nas áreas naturais com potencialidade turísticas e nos balneários; 5. Falta de conhecimento das boas práticas ambientais no manejo e na operacionalização das atividades internas;

2.2.2 Patrimônio Cultural

AMBIENTE EXTERNO

OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
<ol style="list-style-type: none">1. Localização geográfica estratégica;2. Proximidade e acesso de tribo indígena no município;3. Feira do Produtor;4. Cultura pantaneira que reflete no município;	<ol style="list-style-type: none">1. Falta de um centro de apoio ao Turista que pudesse mostrar o artesanato e a cultura local;2. Falta de produtos que alinhem natureza e cultura;

AMBIENTE INTERNO

PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
<ol style="list-style-type: none">1. Presença de prato típico Bodoquenense;2. Banda de Música atuante;3. Falta de diretrizes para a gestão pública direcionada à cultura;4. Festas religiosas;	<ol style="list-style-type: none">1. Casa do Artesão subutilizada;2. Ausência de alinhamento entre os eventos ocorridos na cidade e os canais de expressão da cultura material e imaterial;3. Falta de cadastro de fomentadores da cultura (artesãos, músicos, artistas locais, etc.)

Percebe-se pois, que o município de Bodoquena dispõe de áreas naturais de relevante potencialidade para o Turismo. Apesar disso, estes recursos precisam passar por um processo de licenciamento, monitoramento e cadastramento para que a atividade turística seja o mínimo impactante possível, uma vez que a conservação dos recursos e das áreas naturais é condição *sine qua non* para a viabilidade do Turismo.

Por ser um município novo, Bodoquena dispõe de uma pequena cultura material expressa em prédios e construções. No entanto, além da culinária regional, o município sedia uma aldeia da etnia kadiweu, onde já existe uma organização para confecção de artesanato. Ademais, Bodoquena têm um prato típico Bodoquenense, além de uma feira que ocorre semanalmente, elementos que podem ser utilizados na formatação de produtos turísticos que integrem a natureza e a cultura locais.

3.4 ANÁLISE DA ESTRUTURA DE GESTÃO LIGADA AO TURISMO

O município de Bodoquena, no que se refere à estrutura legal, estabelece um sistema de gestão participativa do Turismo, frente à Lei nº 271/97, que criou o Conselho Municipal de Turismo – COMTUR, com representatividade dos quatros agentes sociais diretamente ligados ao Turismo, a saber: Poder Público, Iniciativa Privada, Sociedade Civil Organizada e Comunidade Local. O COMTUR atua de forma efetiva, considerando que o mesmo realiza reuniões mensais e em sua grande maioria, com quórum. A leitura das atas das reuniões permitiu constatar que

existe um esforço, por parte dos conselheiros, de organizar o Turismo em Bodoquena. Principalmente nas reuniões dos meses de setembro, outubro e novembro de 2018, os conselheiros se debruçaram sob a estrutura legal e a implantação da Lei do Voucher Único, inclusive com a participação da assessoria jurídica da Prefeitura de Bodoquena, enfatizando a necessidade da implantação desta Lei para o ordenamento do Turismo local. Houve a finalização da correção e adequação deste documento, sendo o mesmo encaminhado à Secretaria de Turismo, que ficou responsável pelos demais encaminhamentos (informação verbal). No entanto, até junho de 2019 o Voucher Único ainda não havia sido implantado no município.

Também se detectou uma discussão exaustiva sobre demandas locais relacionadas à atividade turística no município, no entanto, existe uma carência de encaminhamentos que efetivem o atendimento das demandas apresentadas e discutidas nas reuniões.

No período de elaboração deste plano - 2018/2019, a pasta do Turismo está na Secretaria Municipal de Turismo, Meio Ambiente, Cultura e Desenvolvimento Econômico, com a capacidade de gestão à cargo de um secretário municipal nomeado pelo Prefeito Municipal, e distribuída em quatro departamentos, sendo: Meio Ambiente (que coordena ações de gerenciamento, fiscalização e pesquisas relacionadas à questão ambiental); Turismo (que executa ações relativas à infraestrutura, marketing e fomento turístico), Cultura (que atua no estímulo às manifestações culturais locais) e Desenvolvimento Econômico (que realiza ações de apoio à indústria e ao comércio local).

Muito embora a Secretaria de Turismo tenha a função de planejar, organizar e fomentar o Turismo no município constatou-se, a partir das várias visitas feitas ao local, que a secretaria centraliza suas atividades na organização de eventos, eventos estes que muitas vezes não geram o fluxo turístico desejado em termos de quantidade e principalmente, de poder de consumo. Os eventos, a exemplo do réveillon e carnaval, apresentam uma alta demanda de recursos e compromete sobremaneira a equipe da secretaria de Turismo em termos de tempo e investimento público, mas não apresenta os resultados satisfatórios, uma vez que a grande maioria do público presente nas festas são pessoas da própria localidade e excursionistas, ou seja, que vêm à cidade somente para o evento e não deixa renda para o município através do consumo de hospedagem, alimentação e entrada nos atrativos.

Baseando-se nos exemplos das capitais e outras cidades nordestinas como Recife - PE, Fortaleza - CE e Campina Grande - PB, que finalizaram com as "micaretas" ao constatarem que os impactos ambientais negativos superavam os aspectos positivos nestes eventos, e por isso, optaram por focar os recursos públicos em outras estratégias de fomento do Turismo, sugerimos neste plano uma reestruturação dos eventos sediados no município. Tal fato também corrobora

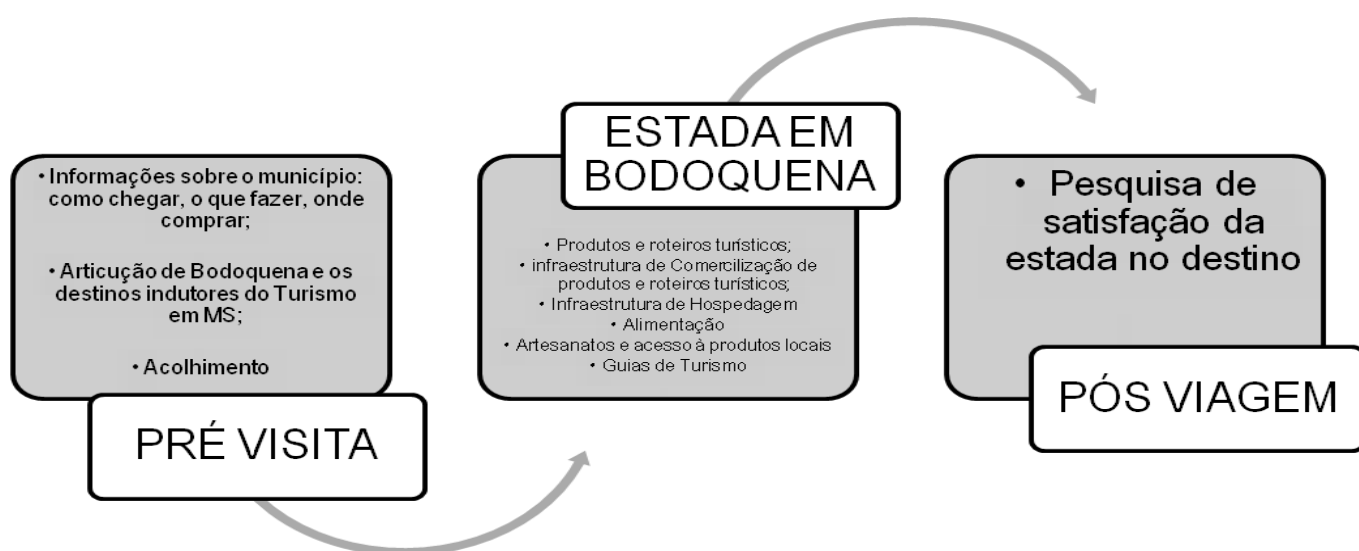
com a necessidade de um novo foco para a Secretaria de Turismo, Meio Ambiente, Cultura e Desenvolvimento Econômico, principalmente para que a mesma atue mais efetivamente no planejamento, na organização, na gestão e no fomento do Turismo no município.

Já em termos de políticas públicas, o território turístico do Estado de Mato Grosso do Sul está dividido em 10 regiões turísticas. O município de Bodoquena está inserido na região turística Bonito/Serra da Bodoquena, com instância de governança própria. No entanto, atualmente existe uma nova estratégia de fomento turístico, adotada pela Fundação de Turismo do Estado de Mato Grosso do Sul, que está em processo de implantação. Essa iniciativa objetiva unir duas regiões turísticas de MS: Pantanal e Bonito/Serra da Bodoquena, e criar uma associação composta por membros de ambas as regiões para ser a instância de governança regional, o que inviabilizou o funcionamento do Fórum Regional de Turismo Bonito/Serra da Bodoquena.

1- FORMULAÇÃO DAS ESTRATÉGIAS SETORIAIS: A QUALIDADE DA EXPERIÊNCIA

O fluxograma de visitação apresentado a seguir permitirá ao gestor visualizar as tarefas gerenciais que embasam cada fase do Turista em Bodoquena e conseqüentemente, os serviços e produtos que o mesmo demandará durante o processo de pré-viagem, estadia e pós viagem.

Cada uma destas fases requer estratégias em setores específicos, que deverão ser desmembradas em ações que culminem com a organização de Bodoquena para a promoção, a comercialização e o atendimento do Turista.



3.1 PRÉ VISITA

Neste plano, a pré-viagem se caracteriza pelos primeiros contatos que o turista terá com o destino. Nesta etapa, o que precisa ser planejado é como as pessoas que buscam informações sobre destinos turísticos de natureza acessarão informações sobre Bodoquena, informações essas que motivarão sua escolha pelo local. Além disso, a pré-estada se configura pelas atividades da viagem desde o deslocamento até chegada no destino, contribuindo para as primeiras impressões que o turista ou excursionista terá sobre Bodoquena.

3.1.1 Informações sobre o município: como chegar, o que fazer, onde comprar

ESTRATÉGIAS DE MARKETING DE DIFUSÃO

Estratégias de marketing, utilizando as mídias sociais e os canais de divulgação e comunicação institucionais do destino para uma maior visibilidade do município de Bodoquena no momento da escolha do destino e da organização da viagem;

3.1.2 Articulação de Bodoquena e os destinos indutores do Turismo em MS

ESTRATÉGIAS DE ACESSIBILIDADE AO DESTINO

Elaboração de estratégias de melhoria e ampliação de acesso ao destino e entre os atrativos e a infraestrutura turística dentro do destino;

3.1.3 Acolhimento

ESTRATÉGIAS DE HOSPITALIDADE URBANA

Elaboração de estratégias de melhoria e ampliação da infraestrutura de apoio ao Turista no momento de sua chegada ao destino;

3.2 ESTADA EM BODOQUENA

O Turismo é uma atividade coletiva, e pode ser caracterizado como um Sistema (BENI, 2002), que depende do bom funcionamento de todos os elementos que o compõe, para que a “engrenagem” deste sistema ocorra à contento dentro de um destino turístico.

Deste modo, pensar em uma estada de qualidade no destino turístico, requer que todos os agentes sociais do Turismo (poder público, iniciativa privada, trabalhadores do Turismo e sociedade civil) estejam imbuídos da importância da qualidade na prestação dos serviços e na comercialização de produtos e roteiros turísticos.

3.2.1 Formatação de Produtos e Roteiros Turísticos

ESTRATÉGIAS DE ESTÍMULO À DIVERSIFICAÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA LOCAL

Estratégias de estímulo à criação de novos produtos e roteiros turísticos, utilizando as áreas naturais com potencialidade para o Turismo em toda a extensão de Bodoquena, com vistas à articulação de três elementos existentes no local: recursos naturais – balneários – manifestações culturais, atendendo as necessidades e expectativas do mercado;

3.2.3 Qualidade da Cadeia Produtiva do Turismo

ESTRATÉGIAS DE ESTÍMULO À CAPACIDADE DE GESTÃO DA QUALIDADE

Realização de ações de estímulo à gestão empreendedora e à gestão da qualidade nos empreendimentos turísticos do município para formatação, divulgação, comercialização e fidelização de clientes/turistas;

3.3 PÓS-VIAGEM

ESTRATÉGIAS DE CADASTRO PARA CONTATO E PESQUISA DE SATISFAÇÃO

Criação de um cadastro com informações de contato para formação de um banco de dados para envio de mensagem do município e pesquisa de satisfação;

4.1 PRÉ-VISITA

4.1.1 Informações sobre o município: como chegar, o que fazer, onde comprar

ESTRATÉGIAS DE MARKETING DE DIFUSÃO

Objetivo	Projeto	Descrição das ações
Estratégias de marketing,	P1 – Elaboração das estratégias	Criar a identidade visual de Bodoquena; Definir os produtos e elaborar e divulgar o portfólio de

utilizando as mídias sociais e os canais de divulgação e comunicação institucionais do destino para uma maior visibilidade de Bodoquena no momento da escolha do destino e da organização da viagem;	de Marketing de difusão do destino Bodoquena	produtos;
		Elaborar a matriz de mercados reais prioritários e estratégicos e mercados potenciais prioritários e estratégicos;
		Fomentar o site institucional de Turismo e alimentá-lo periodicamente com informações objetivas (claras e diretas) e lúdicas (utilizar fotos, imagens, <i>lives</i> , etc...) de: <i>o que fazer, como chegar, onde comprar</i>
	P2 – Promover ações de publicidade para divulgação de Bodoquena	Impressão e disponibilização para download de materiais promocionais como guia do viajante, cartografia turística, folheteria por produtos e mercados;
		Estimular a realização de filmes, novelas, documentários em Bodoquena;
		Promover alianças estratégicas com os destinos indutores de Mato Grosso do Sul para dividir os custos publicitários do destino;
	Criar publicidade institucional com qualidade cinematográfica;	

4.1.2 Articulação de Bodoquena e os destinos indutores do Turismo em MS

ESTRATÉGIAS DE ACESSIBILIDADE AO DESTINO		
Objetivo	Projeto	Descrição das ações
Melhoria e ampliação do acesso ao destino	P1 – Melhoria da infraestrutura viária de acesso à Bodoquena	Organizar com os órgãos competentes a manutenção nas estradas dos seguintes acessos: (MS 339 – Miranda/Bodoquena e MS – 178 Bonito/Bodoquena) e estradas vicinais. Acesso aos distritos: Morraria do Sul e Colônias Canaã, Sumatra e Campina;
	P2 – Integrar Bodoquena no trajeto da viagem Campo Grande/Bonito	Distribuir o portfólio de produtos de Bodoquena nas agencias de transportes e locadoras de veículos;
		Realizar um evento com operadoras de Turismo apresentando o portfólio de Bodoquena;

		Estimular agências de transportes e agências de Turismo para inserir Bodoquena em seu trajeto para os destinos Pantanal e Bonito;
	P3 – Celebrar parcerias para formatação de produtos e roteiros turísticos que insiram Bodoquena nas viagens para Bonito e para o Pantanal	Realizar workshop com agências de receptivo, empresários locais, empresas de transportes de passageiros, dentre outros segmentos, para criar roteiros que integrem a passagem e a estadia de Bodoquena nas visitas que envolvam Pantanal e Bonito;
		Fomentar atrações específicas para serem oferecidas em ocasiões em que os grupos de turistas estejam em traslado. Por exemplo: apresentação cultural, feira de artesanato e da agricultura e gastronomia produtos locais;

4.1.3 Acolhimento

ESTRATÉGIAS DE HOSPITALIDADE URBANA		
Objetivo	Projeto	Descrição das ações
Instalação, melhoria e ampliação da infraestrutura de apoio ao Turista no momento de sua chegada ao destino;	P1 – Instalação e funcionamento de estrutura de apoio e encantamento ao turista	Realizar capacitação de pessoal para atuar no Posto de Informações Turística;
		Instalar uma estrutura de apoio ao Turista com balcão de informações, loja de artesanato, local para fotos e possibilidade de <i>check in</i> nas redes sociais;
		Organizar um Posto de Informações Turísticas itinerante (container, trailer, Kombi ou van) para dias de eventos ou de maior fluxo de visitantes - Tourtruck;

		Elaborar um horário de funcionamento da estrutura de apoio turista para que a mesma funcione principalmente em feriados, finais de semana e dias de eventos;
	P2 – Sensibilizar a cadeia produtiva do Turismo de Bodoquena	Realizar campanha semestral com funcionários e empresários que atuam na cadeia produtiva do Turismo sobre agências de turismo, hospedagem, equipamentos de alimentos e bebidas em Bodoquena; Criar um selo para identificar e valorizar as empresas que participam das capacitações;
	P3 – Melhorar o paisagismo, a acessibilidade e a harmonização do perímetro urbano	Pavimentar as ruas da cidade; Plantar árvores nativas nos canteiros e fazer a manutenção destes; Estabelecer a compra, dos indígenas, de lixeiras que caracterizem o patrimônio cultural e natural de Bodoquena; Melhorar e embelezar as praças do perímetro urbano plantando flores, instalando iluminação decorativa, e inserir uma fonte de água no “Monumento das Águas” e a outra praça um monumento em homenagem à cultura e à história local; Desenvolver e implantar um projeto de melhoria de acessibilidade para portadores de necessidades especiais em parceria com o IFMS e a UFMS; Ampliar o perímetro das calçadas;

4.2 ESTADA EM BODOQUENA

4.2.1 Formatação de produtos e roteiros turísticos

ESTRATÉGIAS DE ESTÍMULO À DIVERSIFICAÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA LOCAL

Objetivo	Projeto	Descrição das ações	
<p>Efetivar ações de criação de novos produtos e roteiros turísticos, utilizando as áreas com potencialidade para o Turismo em toda a extensão de Bodoquena, com vistas à articulação de três elementos existentes no local: recursos naturais – balneários – manifestações culturais, atendendo as necessidades e expectativas do mercado;</p>	<p>P1 – Melhoria das áreas e equipamentos de lazer e serviços urbanos</p>	<p>Recuperação e instalação de áreas de convivência das praças “Do Monumento, Da Liberdade, a exemplo: iluminação decorativa, pista de caminhada, fonte de água, wi-fi, jardinagem, bancos decorativos, e local para fotografia com imagens que remetam aos rios, nascentes, cultura e história local;</p>	
		<p>Desenvolver e implantar um projeto de “Parque Linear” no perímetro urbano de Bodoquena através de parceria com a UEMS e UFMS;</p>	
	<p>P2 – Instalação de equipamentos para diversificação da oferta turística local</p>	<p>Instalação de pequenos mirantes de observação de aves em lugares estratégicos;</p>	
		<p>Fomentar “A casa do artesão” com um calendário de exposição de artesanato, saraus, exposições de artes, apresentação de artistas locais e nos dias de Feira do Produtor, manter a estrutura da Casa do Artesão em funcionamento;</p>	
	<p>P3 – Otimização da oferta turística de Alimentos e Bebidas</p>		<p>Estabelecer o calendário gastronômico de Bodoquena, fomentando um prato típico da região a cada mês. O restaurante que aderir ao calendário será divulgado no portal do Turismo e no aplicativo, na opção “O que comer”;</p>
			<p>Realizar um Festival Gastronômico de “Comida Regional” no aniversário da Cidade;</p>
<p>Elaborar e confeccionar um mapa turístico gastronômico com todos os equipamentos</p>			

		turísticos de AeB da parte urbana que tiverem CADASTUR;
		Confeccionar uma pasta com informações da oferta turística de Bodoquena, calendário de eventos para ser distribuída nos Meios de Hospedagem, no Centro de Informações Turísticas e em eventos;
		Desenvolver um aplicativo com a oferta turística de Bodoquena, infraestrutura urbana e turística e inserir os empreendimentos que tiverem CADASTUR, através de parceria com o IFMS;
	P4 – Formatação de novos produtos e roteiros turísticos	Fomentar o roteiro de observação de aves através de: <ul style="list-style-type: none"> • Estabelecimento de parcerias para capacitação de guias especializados; • Cadastro dos guias especializados no segmento a ser disponibilizado no portal da Secretaria de Turismo, na pasta da oferta turística de Bodoquena e no aplicativo; • Estabelecimento de parcerias para realização de capacitação dos meios de hospedagem locais com as especificidades do segmento de Observação de Aves e destacar os empreendimentos no portal da Secretaria de Turismo, na pasta da oferta turística de Bodoquena e no aplicativo;

		<p>Fomentar um programa de Turismo de Base Comunitária nas colônias de Bodoquena através de:</p> <ul style="list-style-type: none">• Estabelecimento de parcerias com a UFMS para sensibilização e capacitação do Turismo de Base Local - TBC nas colônias;• Criação de editais de fomento ao TBC, para melhoria de infraestrutura das casas, para os serviços de AeB, Hospedagem, e estímulo à produção associada;• Criação de critérios para apoio aos eventos agro culturais, religiosos, culturais nas colônias;• Capacitação de jovens condutores ambientais para conduzirem trilheiros;• Criação de trilhas temáticas nas colônias;• Realização de um cadastro das famílias/pessoas capacitadas e os serviços que oferecem, a ser disponibilizado no portal da Secretaria de Turismo, na pasta da oferta turística de Bodoquena e no aplicativo;
--	--	---

		<p>Fomentar o calendário de esportes de aventura de Bodoquena, alinhando com o calendário gastronômico e outros eventos do município, sendo:</p> <p>Estabelecimento de eventos trimestrais de esportes de aventura, nos meses:</p> <p>Maio – Canoagem com aniversário da Cidade e Festival de Comida Regional;</p> <p>Julho – Mountain Bike e evento gastronômico da Feira do Produtor. Na semana do evento a Feira funcionará no fim de semana;</p> <p>Setembro – Mostra de Turismo de Bodoquena com Festival Gastronômico, quinta e sexta e no fim de semana, evento esportivo de Corrida de Aventura e Trekking;</p> <p>Apoio a implementação de uma rede de trilhas nos distritos de Bodoquena, através de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Melhoria e sinalização das trilhas em operacionalização atualmente; • Espacialização e Confecção de mapas; • Regulamentação de uso e acesso das áreas de trilhas e da operacionalização; • Divulgação das trilhas nos canais de comunicação da secretaria (portal, aplicativo, pasta);
--	--	--

4.2.4 Qualidade da Cadeia Produtiva do Turismo

ESTRATÉGIAS DE ESTÍMULO À CAPACIDADE DE GESTÃO DA QUALIDADE

Objetivo	Projeto	Descrição das ações
<p>Realização de ações de estímulo à gestão empreendedora e à gestão da qualidade nos empreendimentos turísticos do município, para formatação, divulgação, comercialização e fidelização de clientes/turistas;</p>	<p>P1 – Conscientização da comunidade que compõe a cadeia produtiva do Turismo</p>	<p>Desenvolver a coordenação e a realização, em ação conjunta com as Secretarias de Educação, de Esportes, de Turismo e Cultura, conscientização junto à comunidade local sobre a conservação ambiental e o Turismo;</p>
		<p>Incentivar a participação da comunidade local em campanhas relacionadas ao cuidado com o meio ambiente fomentando o pertencimento ao lugar, na Semana do Meio Ambiente e nos eventos programados;</p>
		<p>Apoiar a implementação de programas e projetos de harmonização dos ambientes da cidade;</p>
	<p>P2 – Capacitação do setor de Turismo</p>	<p>Realizar um calendário mensal de reuniões com gestores de associações do Turismo, por segmento, sendo: ABAV, ABIH, ABRASEL, ATRATUR, Rota Pantanal – Bonito, Associação Movimenta Pantanal, etc;</p>
		<p>Capacitação semestral sobre os produtos que integram o portfólio do município destinada a toda a cadeia produtiva do Turismo;</p>
		<p>Capacitação de Condutores ambientais, com regulamentação própria, área geográfica de atuação e atividades em complementação ao trabalho do guia;</p>
	<p>P3 – Implementação de um sistema local de qualidade turística</p>	<p>Implementação de Diretrizes e Certificações de acessibilidade nos serviços turísticos;</p>
	<p>Desenvolvimento de um Manual de Boas Práticas</p>	

		Turísticas para os Meios de Hospedagem, Agências de Turismo, equipamentos de Alimentos e Bebidas, Balneários e Guias de Turismo;
		Implementação de Programas de Qualidade específicos para os setores diretamente ligados ao Turismo, através de parcerias com universidades e Sistema “S”;
	P4 – Qualificação e regulamentação do Programa “Cama e Café”	Levantamento e cadastro das casas disponíveis para o Programa “Cama e Café”;
		Estímulo à participação nas capacitações e programas de qualidade para os setores de Turismo das casas disponíveis para “Cama e Café”;
		Criação de um cadastro das casas cujos proprietários ou funcionários participam dos programas e ações de qualificação da cadeia produtiva do Turismo
Inserção das casas que oferecem o serviço de “Cama e Café” e que participam das ações de qualificação da secretaria de turismo nos canais de divulgação de Turismo de Bodoquena, e no aplicativo;		

4.4 PÓS-VIAGEM

4.4.1 Formação de banco de dados

ESTRATÉGIAS DE CADASTRO PARA CONTATO E PESQUISA DE SATISFAÇÃO		
Criação de um cadastro com informações de contato para formação de um banco de dados para envio de mensagem do município e	P1 – Realizar pesquisa de demanda real periódica	Inserir um formulário de pesquisa de perfil e de satisfação no aplicativo de modo que ele já possa ser respondido e tabulado

pesquisa de satisfação;		Disponibilizar os formulários de pesquisa de perfil e de satisfação no CAT e nos meios de hospedagem e balneários
		Tabular mensalmente os formulários, analisar os dados e torná-los públicos bimestralmente
	P2 – Formar um banco de dados com cadastro dos visitantes para marketing de relacionamento	Solicitar no formulário de pesquisa as informações de e-mail e redes sociais dos entrevistados;
		Enviar aos atrativos, meios de hospedagem e agências o formulário com os contatos dos clientes, sendo: nome, e-mail e wats;
	Enviar, periodicamente, e-mails e postagens de relacionamento e promocionais aos visitantes cadastrados no banco de dados;	

2- PROPOSTA DO ESQUEMA DE GESTÃO PARA A IMPLEMENTAÇÃO DO PPI's (PROJETOS PRIORITÁRIOS DE INTERVENÇÃO)

6- INDICADORES DE MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO DO PLANO

REFERÊNCIAS

MONTEJANO, Jordi Montaner. **Estrutura do mercado turístico**. 2.ed. São Paulo: Roca, 2001;

RIBEIRO, Helena; STIGLIANO, Beatriz Veroneze. Desenvolvimento turístico e sustentabilidade ambiental. In: PHILLIPI JR, Arlindo; RUSCHMANN, D. V. M.; **Gestão ambiental e sustentabilidade no Turismo**. Barueri: SP. MANOLE, 2010;

SEBRAE. Cidade Empreendedora: Bodoquena em Números. Campo Grande – MS. 2019;

Prefeitura Municipal de Bodoquena. **Dados Gerais**. Disponível em: <http://www.bodoquena.ms.gov.br/conheca-bodoquena/dados-gerais/2> Acesso em : 10 Jun 2018;

RUSCHMANN, D.; WIDMER, G. **Planejamento turístico**. In: ANSARAH, M. Turismo: como aprender como ensinar. Vol 2. São Paulo: Senac, 2000

VIEIRA, J. **Planejamento e ordenamento territorial do turismo: uma perspectiva estratégica**. Lisboa-São Paulo: Editorial Verbo, 2007.