

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MATO GROSSO DO SUL**

**ELLEN DO NASCIMENTO CUNHA**

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO  
ANÁLISE DO POTENCIAL TURÍSTICO E PLANEJAMENTO  
DA ESTRUTURA FÍSICA DO SANTUÁRIO RIO DA PRATA  
MUNICÍPIO DE JARDIM – MS**

**Jardim - MS**

**2007**

**ELLEN DO NASCIMENTO CUNHA**

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO  
ANÁLISE DO POTENCIAL TURÍSTICO E PLANEJAMENTO  
DA ESTRUTURA FÍSICA DO SANTUÁRIO RIO DA PRATA  
MUNICÍPIO DE JARDIM – MS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Turismo com Ênfase em Ambientes Naturais da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul como parte das exigências para a obtenção do grau de Bacharel em Turismo.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Alaíde Brum de Mattos

**Jardim - MS**

**2007**

**ELLEN DO NASCIMENTO CUNHA**

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO  
UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MATO GROSSO DO SUL  
CURSO DE TURISMO**

**ANÁLISE DO POTENCIAL TURÍSTICO E PLANEJAMENTO  
DA ESTRUTURA FÍSICA DO SANTUÁRIO RIO DA PRATA  
MUNICÍPIO DE JARDIM – MS**

**APROVADO EM:** \_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_

---

Orientador: Prof<sup>ª</sup>. Alaíde Brum de Mattos  
UEMS

---

Prof.

---

Prof.

## FICHA CATALOGRÁFICA

Cunha, Ellen do Nascimento

Análise do Potencial Turístico e Planejamento da Estrutura Física do Santuário Rio da Prata Município de Jardim – MS.

Jardim – MS, 107 p., 2007.

1. Turismo. 2. Planejamento. 3. Rejuvenescimento.

## DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho com todo meu amor e carinho a meus pais Ramona e Fausto, por todo zelo, cuidado, conselhos e confiança depositado a mim por toda minha vida.

Ao meu grande irmão Newton.

Aos meus poucos, mais sinceros amigos e amigas.

Aos meus entes queridos, tios, tias, em especial Maria, Lucia, padrinhos Irene e Flávio.

## **AGRADECIMENTOS**

Ao meu Pai Celestial “DEUS”, que me fortaleceu com todas suas forças, me deu paz, tranqüilidade, paciência, inteligência e perseverança durante toda minha caminhada enquanto acadêmica.

Aos meus grandes, valiosos e inesquecíveis mestres pelo grandioso conhecimento reconhecido e jamais esquecido.

A minha tão querida e paciente orientadora Prof<sup>ª</sup>. Alaíde, que com o decorrer do tempo se tornou grande amiga.

Ressalto também o agradecimento a Prof<sup>ª</sup>. Msc. Daniela, coordenadora do Curso de Turismo de Jardim – MS, que com muito zelo e paciência conduziu-nos para um bom trabalho em campo e científico.

Ao companheiro, amigo, namorado José Luis, pessoa especial que contribuiu em grande valia.

As minhas queridas companheiras e amigas de trabalho pelo apoio, incentivo e paciência na realização de minhas funções em minha ausência.

## RESUMO

O TCC – Trabalho de Conclusão de Curso que tem como título “Análise do Potencial Turístico e Planejamento da Estrutura Física do Santuário Rio da Prata – Município de Jardim/MS”, trata-se de um estudo específico sobre o atrativo Santuário Rio da Prata, que faz parte do conjunto de atrativos turísticos do município jardinense que tem o Rio da Prata de águas transparentes e cristalinas como o principal atrativo, e, também, como o principal produto procurado pelos visitantes que costumam frequentá-lo. Como os demais balneários existentes na localidade – do Anicézio, do Verano, do Seu Assis Camping e Balneário, o Santuário Rio da Prata vem apresentando sinais evidentes de declínio em seu ciclo de vida. Com a finalidade de se avaliar a origem das causas responsáveis por esse fenômeno, se propôs o presente trabalho, que seguiu uma linha metodológica baseada essencialmente na definição de conceitos de desenvolvimento sustentável, turismo ecológico, ciclo de vida dos produtos turísticos e planejamento turístico. Dessa forma, os levantamentos do acervo bibliográficos para respaldar esta pesquisa foram tomados como passo inicial para os estudos, fazendo-se seguir de amplo levantamento documental sobre o município de Jardim e seu potencial natural e cultural para o turismo. Também se levantou dados sobre o atrativo tendo como fontes de informações os próprios proprietários do atrativo - Sr. José Secomandi e Sra. Elizabeth. Analisou-se o potencial do atrativo e sua estrutura física, e através da aplicação de questionários aos visitantes puderam-se avaliar as possibilidades de um trabalho de rejuvenescimento do produto ofertado pelo Santuário Rio da Prata.

Palavras Chave: 1. Turismo. 2. Planejamento. 3. Rejuvenescimento.

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	14
1.1 Problema	15
1.2 Justificativa	15
1.3 Objetivo Geral	17
1.4 Objetivos Específicos	17
1.5 Caracterização Geral da Organização	18
1.5.1 Dados do empreendimento	18
1.5.2 Origem da área de localização do atrativo Santuário Rio da Prata-histórico	18
1.5.3 O surgimento do Turismo Ecológico no Município de Jardim/MS	21
<b>2. DESENVOLVIMENTO</b>	23
2.1 Fundamentação Teórica	23
2.2 Metodologia	28
<b>3. DIAGNÓSTICO LOCALIZACIONAL</b>	30
3.1 Em relação à localização no Brasil	30
3.1.1 Em relação á localização no Estado de MS	31
3.1.2 Um breve histórico da origem do município de Jardim/MS	33
3.1.3 O município de Jardim/MS no contexto da Guerra do Paraguai	35
3.1.4 Distância de Jardim/MS aos principais pólos regionais, nacionais e turísticos	38
3.2 Diagnóstico Comercial	40
3.3 Diagnóstico Operacional	44
3.4 Diagnóstico Socioambiental	45
<b>4. ANÁLISE DA ORGANIZAÇÃO CONFORME A TÉCNICA</b>	47
<b>5. PESQUISA PRELIMINAR DE MERCADO</b>	53
5.1 Análise quantitativa da demanda	53
<b>6. PROPOSTAS DO PLANO DE AÇÃO</b>	63
6.1 (re) Planejamento da estrutura básica das áreas do balneário e camping	65
6.1.1 Ações da proposta	67
6.2 Implantação da rede elétrica na área de camping do atrativo e dos conjuntos sanitários	68

6.2.1 Ações da proposta	68
6.3 Construção dos quiosques	69
6.3.1 Ações da proposta	69
6.4 Construção dos equipamentos de lazer	69
6.4.1 Ações da proposta	71
6.5 Elaboração do plano de marketing	74
6.5.1 Ações da proposta	74
<b>7. VIABILIDADE ECONÔMICA</b>	75
<b>8. CRONOGRAMA DE IMPLANTAÇÃO DAS PROPOSTAS</b>	76
<b>9. RESULTADOS ESPERADOS</b>	78
<b>10. REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO</b>	81
<b>ANEXOS</b>	82

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1	Distâncias - Jardim /MS e Pólos Regionais de MS	39
Tabela 2	Distâncias - Jardim/MS aos destinos turísticos de MS	39
Tabela 3	Distâncias - Jardim/MS às capitais brasileiras mais próximas	39
Tabela 4	Preço dos Produtos do Atrativo	41
Tabela 5	Análise “SWOT” do Atrativo Santuário Rio da Prata	47
Tabela 6	Santuário Rio da Prata - Origem do Turista	54
Tabela 7	Santuário Rio da Prata - Grau de instrução dos turistas	55
Tabela 8	Santuário Rio da Prata - Faixa etária dos usuários	55
Tabela 9	Santuário Rio da Prata – Grau de satisfação do turista	56
Tabela 10	Santuário Ro da Prata - O atrativo que mais chama atenção	57
Tabela 11	Santuário Rio da Prata - Melhorias no empreendimento	58
Tabela 12	Santuário rio da Prata - Estrutura s deficientes	59
Tabela 13	Santuário rio da Prata - Ações melhorar o atrativo	59
Tabela 14	Você indicaria o atrativo Santuário Rio da Prata	60
Tabela 15	Meios de divulgação do atrativo	61
Tabela 16	Nome ideal para o atrativo	62

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1	Quedas d' água Santuário Rio da Prata	20
Figura 2	Área de lazer Santuário Rio da Prata	20
Figura 3	Áreas dos banheiros Santuário Rio da Prata	21
Figura 4	Mapa do Brasil – Divisão Regional	30
Figura 5	Mapa do Estado de MS – Visão Regional	31
Figura 6	Área de mata ciliar intocável e banho	32
Figura 7	Praça José Ferrero Centro Jardim/MS	34
Figura 8	Centro Jardim/MS	35
Figura 9	Balneário do Assis	42
Figura 10	Balneário do Anicézio	43
Figura 11	Balneário do Verano	44
Figura 12	Área de banho (I) - Santuário Rio da Prata	63
Figura 13	Área de banho (II) – Santuário Rio da Prata	64
Figura 14	Equipamento para acesso ao rio - deck	64
Figura 15	Churrasqueiras	65
Figura 16	Área de camping	72
Figura 17	Área para estacionamento	73
Figura 18	Área para a construção de “quiosques”	73

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1	Santuário Rio da Prata – Origem do Turista	51
Gráfico 2	Santuário Rio da Prata – Grau de instrução	52
Gráfico 3	Santuário Rio da Prata – Faixa etária	53
Gráfico 4	Santuário Rio da Prata – Grau de satisfação do turista	54
Gráfico 5	Santuário Rio da Prata – O que mais chama atenção no atrativo	55
Gráfico 6	Santuário Rio da Prata – Melhorias no empreendimento	56
Gráfico 7	Santuário Rio da Prata – Estrutura com deficiência no atrativo	56
Gráfico 8	Santuário Rio da Prata – Ações para melhorar o atrativo	57
Gráfico 9	Santuário Rio da Prata – Você indicaria o atrativo	58
Gráfico 10	Santuário Rio da Prata – Meios que veio a conhecer o atrativo	59
Gráfico 11	Santuário Rio da Prata – Nome ideal para o atrativo	60

## **LISTA DE ABREVIATURA E SIGLAS**

OMT – Organização Mundial do Turismo.

TCC – Trabalho de Conclusão de Curso

SP – São Paulo

MS – Mato Grosso do Sul

ONG – Organização não governamental

EIA – Estudo de Impactos Ambientais

RIMA – Relatório de Impactos do Meio Ambiente

CAT – Centro de Atendimento ao Turista.

CER 3 – Comissão de Estradas de Rodagem n° 3.

UEMS – Universidade Estadual do Mato Grosso do Sul.

COMTUR - Conselho Municipal de Turismo.

## INTRODUÇÃO

A OMT – Organização Mundial do Turismo tem apontado que o que mais têm motivado os turistas da atualidade a se deslocarem tem sido o ecoturismo, segmento que se opõe aos modelos de turismo de massa a exemplo do modelo “sol e praia”.

As chamadas sociedades globalizadas da modernidade impuseram um novo comportamento em consequência da vida agitada nos grandes centros urbanos do mundo, que entre outros males, provoca a depressão, e o stress que acabam por levar o homem do século XXI a buscar novos espaços para se refazer dessas incômodas fadigas urbanas.

Com isso há uma tendência do homem moderno buscar locais ricos em atrativos naturais e culturais espalhados pelo mundo, notadamente pelos chamados países periféricos da América Latina, Ásia e África, onde há ainda grande número de áreas naturais intocadas, e que conservam seus recursos naturais e culturais sem uso para finalidades turísticas.

De certa forma esta colocação é preocupante, uma vez que há necessidade do emprego de ações previamente planejadas para desenvolver um turismo com sustentabilidade sócio ambiental, econômica e cultural. Sabemos que estas práticas, além

de recentes se mostram deficientes e incapazes de deter o avanço de práticas turísticas que possam deteriorar o meio ambiente, elemento vital para o desenvolvimento das atividades turísticas ligadas ao Turismo de Natureza.

O Município de Jardim/MS está inserido dentro do contexto mencionado. Dispõe de recursos naturais invejáveis para o uso do Turismo de Natureza, e está inserido dentro de um importante ecossistema denominado Serra da Bodoquena, compondo ao lado de Bonito/MS circuito de roteiros turísticos mundialmente conhecidos, onde se destacam atrativos que atraem visitantes das mais diferentes partes do mundo como é o caso do Buraco das Araras, Recanto Ecológico Rio da Prata e o Balneário Municipal de Jardim.

O Balneário Santuário Rio da Prata, do Seu Assis, do Anicézio, do Verano são atrativos potenciais ao longo do Rio da Prata, que futuramente poderão compor um complexo ecoturístico de “balnearidade” sem igual. Diante dessa perspectiva, é natural que haja preocupações no sentido de se definir uma linha metodológica para traçar ações relativas ao planejamento de ações que possam garantir o uso sustentável destes recursos.

As colocações feitas ganham expressividade com os dizeres de RUSCHMANN (1997), quando afirma: “Como o meio ambiente constitui um elemento fundamental do turismo, sua manutenção sadia é essencial para a evolução da atividade”.

É com esta tônica que se pretende desenvolver o presente TCC – “Análise do Potencial Turístico e Planejamento da Estrutura Física do Santuário Rio da Prata – Município de Jardim/MS”, pois, este atrativo detém enorme potencial passível de exploração turística capaz de se transformar em poderoso diferencial da oferta turística entre os balneários do município jardinense.

### **1.1 – Problema**

O trabalho ora sendo desenvolvido tem como meta responder ao seguinte questionamento:

Quais as estratégias para avaliar o potencial turístico do Santuário Rio da Prata?

Que recursos seriam necessários em sua infra-estrutura para desenvolver a atividade de Ecoturismo?

### **1.2 – Justificativa**

A realização do TCC “Análise do Potencial Turístico e Planejamento da Estrutura Física do Santuário Rio da Prata – Município de Jardim/MS” decorre em primeiro lugar da exigência do Curso de Turismo da UEMS com Ênfase em Ambientes Naturais, de que para bacharelar-se o acadêmico deve desenvolver um tema de estudos pertinente à sua área profissional.

A escolha deste tema recaiu sobre um dos atrativos naturais do Município de Jardim/MS, mas precisamente o Santuário Rio da Prata, um dos balneários localizado ao logo do curso Rio da Prata, que reúne condições excepcionais para o desenvolvimento de atividades turísticas ligadas ao meio ambiente.

Estando os atrativos naturais do município de Jardim, (com exploração efetiva e os com potencialidade), localizados na micro-bacia do Rio da Prata, que por sua vez está inserida na área correspondente a Serra da Bodoquena, é natural a preocupação e o interesse que se possa ter em desenvolver estudos e pesquisas nessa área. Daí o motivo e o interesse em pesquisar e analisar o atrativo Santuário Rio da Prata, que ainda se acha em fase de estruturação para poder competir no mesmo nível com os produtos ecoturísticos do destino Serra da Bodoquena.

Todavia, para que este atrativo possa ganhar essa posição, é necessário que se desenvolva um plano de ações necessário para definir políticas e processos de implementação e instalação de equipamentos e atividades que deverão ser desenvolvidas no local, bem como planejar a revitalização dos locais degradados e garantir a preservação permanente de alguns pontos do local no sentido de preservar as espécies naturais do ambiente, focando sempre a importância da conscientização ambiental, de tal forma que com que todos sejam beneficiados com a exploração do atrativo: os proprietários que poderão aferir lucros, os turistas que poderão sentir e perceber os encantos naturais do local, a comunidade residente e os órgãos responsáveis pela manutenção saudável do meio ambiente do atrativo e da região.

Por se tratar de um atrativo inserido em área natural, toda e qualquer intervenção no Santuário do Rio da Prata requer ações previamente planejadas que estejam de acordo com as regulamentações ambientais vigentes tanto a nível ambiental como regional. Esta postura é indispensável, caso contrário as atividades turísticas e as instalações de equipamentos turísticos ao longo do Rio da Prata, poderá comprometer de forma irreversível a sustentabilidade micro e macroambiental do ecossistema Serra da Bodoquena.

A minha responsabilidade como cidadã e como profissional atuando na área turística, também se fez presente na decisão da escolha quanto ao estudo do planejamento e estrutura física do atrativo em questão. Se pelo menos um terço dos formandos de cada ano letivo do Curso de Turismo da UEMS refletissem em seu TCCs as questões pertinentes ao turismo no espaço jardinense, no prazo de uma década poderíamos ter inúmeras pesquisas

de cunho científico, das quais uma boa porcentagem poderia subsidiar os questionamentos do turismo e sua interface com as questões ambientais.

O Balneário Santuário Rio da Prata é uma localidade que propicia lazer, tranquilidade e diversão, e para que isto possa se estender a um número maior de usuários, seus proprietários estão procurando fazer investimentos necessários e óbvios que com expectativas de retorno no futuro que possam ser contabilizados tanto financeiramente quanto ambientalmente.

Com a expectativa de se poder utilizar os recursos naturais sem comprometer sua produção, fazer proveito da natureza sem devastá-la, realizar benfeitorias no atrativo de acordo com as ações propostas para o planejamento da estrutura física turística, realizar o estudo da capacidade de carga do atrativo e seus equipamentos, revitalizar áreas degradadas, melhorar o atendimento aos turistas, capacitar a equipe responsável pela gestão do empreendimento, é que se deseja contribuir para que esse atrativo – Santuário Rio da Prata, possa compor ao lado dos demais a oferta turística de Jardim/MS.

### **1.3 – Objetivo geral**

Analisar o potencial e a estrutura física do atrativo turístico Santuário Rio da Prata com a finalidade de se propor ações que possam contribuir para o melhor aproveitamento dos recursos da localidade.

### **1.4 - Objetivos específicos**

- Analisar a infra-estrutura física do atrativo Santuário Rio da Prata;
- Avaliar a instalação dos equipamentos turísticos do atrativo;
- Sugerir ações que possam contribuir para o melhor aproveitamento dos recursos existentes no atrativo.

### **1.5 – Apresentação e caracterização da organização**

Neste item se pretende informar o máximo possível todos os dados e informações do atrativo turístico Santuário Rio da Prata localizado no Município de Jardim/MS.

### **1.5.1 – Dados do empreendimento**

Nome do atrativo: Santuário Rio da Prata

Atividade desenvolvida: Turismo Ecológico

Localização: BR 267 - km 25 – Jardim/Porto Murtinho - MS

Fone/Fax: (0XX67) 3251-2505 / 9905-5278 / 9929-7094

Inscrição Estadual de Produtor nº. 28578147-2

### **1.5.2 – Origem da área de localização do atrativo Santuário Rio da Prata - histórico**

O Senhor Jesus José Secomandi e sua família passaram se deslocar de forma costumeira da cidade de Campinas – SP para o Estado de Mato Grosso do Sul com a finalidade de descanso e para a prática de caça e pesca, atividades consideradas como grande entretenimento por pessoas de cidade mais desenvolvidas.

Os visitantes passaram a conhecer as belezas da localidade e a diversidade da fauna e da flora local e se interessaram por comprar terras na região. No ano de 1974 por ocasião de sua 3ª visita ao de MS, o senhor Jesus José Secomandi conheceu e adquiriu a propriedade denominada Fazenda Santuário Rio da Prata com 500 hectares, localizada apenas a 6 km do tão famoso Rio da Prata no Município de Jardim/MS.

Na época a área era de difícil acesso e só podia ser alcançada de trator ou à cavalo fato que gerava uma grande dificuldade para os novos proprietários e seus convidados para chegar até a fazenda, sendo que também era muito complicado o acesso pelas rodovias que adentravam o Estado, da cidade de Rio Brillhante até Jardim, pois estas rodovias não eram asfaltadas. Mas a vontade que o proprietário e sua família tinham de passear em seu próprio “pedaço de chão” era tão satisfatória, que o cansaço e o estresse da viagem eram esquecidos quando se deparavam com a beleza do local e as águas transparentes do Rio da Prata.

No ano de 1988 o estado de MS começou a experimentar uma nova fase de progresso e desenvolvimento, quando começou a surgir a melhoria nas estradas que ligavam o Estado de São Paulo com Mato Grosso do Sul. A partir disso as vindas para a fazenda se tornaram mais constantes, os parentes e amigos da família passaram a visitar mais a fazenda, que era motivo de grande orgulho e estima do senhor Jesus José Secomandi.

Em março do ano de 1994 o senhor Jesus José Secomandi veio a falecer e a Fazenda Santuário Rio da Prata passa aos cuidados de seu filho José Secomandi, que também era residente na cidade de Campinas. Este, formado na área de engenharia civil, era proprietário de uma empreiteira. Com o falecimento de seu pai, José Secomandi passa vir constantemente em Jardim/MS acompanhado de sua esposa e filho para atender a Fazenda Santuário Rio da Prata , passando após o falecimento de seu pai, ter que vir mais constantemente até Jardim, para tomar conta da fazenda. Levou algum tempo para poder conciliar suas atividades em Campinas – SP com o atendimento à sua propriedade no MS

Inicialmente a Sra. Elizabeth esposa do Sr. José Secomandi passou a cuidar e administrar a propriedade até que seu esposo pudesse se desvencilhar de seus compromissos profissionais e pessoais no estado de SP. Como diz a Sra. Elizabeth, foi um grande desafio que ela teve que vencer, pois, era acostumada com a cidade grande e suas vantagens, e teve que se adaptar a um novo estilo de vida, e mais ainda, administrar e morar sozinha com seu filho numa fazenda de MS distante de seu estado de origem.

Os proprietários da fazenda vislumbrados com as riquezas e belezas naturais de sua propriedade, passaram a ter cada dia mais admiração e zelo pela mesma, cuidando do meio ambiente, e tudo que podia proporcionar bem-estar e qualidade de vida aos que ali residiam e visitavam. Com esse propósito fundaram junto com outros proprietários que de terra e de atrativos turísticos a ONG Santuário Rio da Prata. No início pôde contar com grandes parceiros, entre eles a Polícia Ambiental do Município de Jardim, parceria essa mais tarde desfeita. A ONG ainda existe e tem como presidente a senhora Elizabeth Secomandi, proprietária do Santuário rio da Prata.

As figuras abaixo mostram ângulos do atrativo Santuário Rio da Prata.



Figura 1: Quedas d'água Santuário Rio da Prata

Fonte: Ellen Cunha



Figura 2: Área de lazer Santuário Rio da Prata

Fonte: Ellen Cunha



Figura 3: Área dos banheiros Santuário Rio da Prata

Fonte: Ellen Cunha

### **1.5.3 – O surgimento do Turismo Ecológico no Município de Jardim/MS**

Podemos considerar a Fazenda Santuário Rio da Prata como marco inicial do Turismo Ecológico no Município de Jardim e região de entorno, pois, a partir do documentário produzido na propriedade e exibido pela TV Morena, houve um despertar para outros atrativos potenciais na época como o Buraco das Araras, Recanto Ecológico Rio da Prata, e a já extinta Pousada Jatobá, e até mesmo a cidade de Bonito, que vieram rapidamente a se desenvolver no ramo do turismo, pois, os visitantes que vinham até o Santuário do rio da Prata, passavam por outros atrativos da região, muitas vezes ficando um dia em cada um, e geralmente pernoitavam na Pousada Jatobá, visto que todos os atrativos estavam próximos um do outro.

Após a exibição do documentário produzido pela TV Morena, o atrativo Santuário Rio da Prata passou a receber visitantes estrangeiros, como alemães e americanos, que

ficavam maravilhados com a beleza da região. No ano de 1997 uma nova reportagem foi realizada no local, que além das belezas expostas na primeira entrevista, documentou as atividades que o atrativo oferecia aos seus visitantes: turistas, como a cavalgada, o passeio de trator, o passeio de bote, de barco, e passeios que mostravam a vida no campo e a vida em meio à natureza.

Este segundo documentário foi de grande valia para o atrativo, pois, atraiu novos turistas novos e os que vieram pela segunda vez, buscando saciar a necessidade de tranquilidade e harmonia junto da natureza e desfrutar das novidades propiciadas pelo atrativo. Mas infelizmente esta demanda não se desenvolveu de acordo com a demanda que a região proporcionava, e o atrativo entrou em declínio quanto as visitas, o que se acentuou cada vez mais com a falta de recursos para novos investimentos.

Hoje, cercado por atrativos como o Balneário Municipal, o Buraco das Araras, e Recanto Ecológico Rio da Prata, o Santuário Rio da Prata que é tido como o atrativo mais próximo da BR – 267, distando apenas 25 km da cidade de Jardim, ficam para trás no quesito de visitação, pois sua infra-estrutura está deficiente, não acompanhando mais o nível dos equipamentos turísticos instalados na região. Além do mais, está sem incentivos financeiros para agilizar um plano que possa desenvolver a atividade turística em condições de disputar com igualdade no mercado os demais produtos ofertados. Pretende-se com a realização deste trabalho observar como se deu o declínio deste atrativo e quais poderiam ser as ações ou diretrizes que poderiam contribuir para que o mesmo pudesse recuperar sua posição anterior.

## 2. DESENVOLVIMENTO

### 2.1 – Fundamentação Teórica

O caráter desta pesquisa deverá se respaldar teoricamente, uma vez que o desenvolvimento do turismo com base na teoria do amadorismo tem trazido sérios problemas a inúmeros núcleos receptores que acabaram por entrar em colapso, configurando de forma inevitável seu declínio, de forma muitas vezes irreversível, nada podendo ser feito no sentido de provocar o seu rejuvenescimento. A princípio o que se afirma é o que nos parece ter ocorrido com o Santuário Rio da Prata. Todavia, para diagnosticar esse fenômeno e afirmá-lo como ocorrido nesse atrativo, há necessidade de se trazer à baila das discussões os conceitos de Planejamento Turístico, Desenvolvimento Sustentável, Turismo Ecológico e Ciclo de Vida das Destinações Turísticas (CDVT). Portanto, serão estes conceitos que irão nortear o estudo que se propõe a realizar através deste TCC “Análise do Potencial Turístico e Planejamento da Estrutura Física do Santuário Rio da Prata – Município de Jardim/MS”.

O ato de planejar com antecedência as atividades desenvolvidas pelo homem como fonte de renda é recente, havendo inclusive relutância por parte de alguns setores da economia em adotar sistematicamente o planejamento como ferramenta que possa garantir sustentabilidade aos seus empreendimentos. No campo do turismo esta situação não é diferente, aliás, com freqüência se observa que nesse setor as ações no sentido de promover o turismo, são totalmente desprovidas de critérios e normas que possam promover o desenvolvimento da atividade de forma adequada.

Para que se tenha uma noção da função e importância do planejamento, vejamos as considerações de CHIAVENATO (1987) apud PETROCCHI (2001, p. 67):

O planejamento costuma figurar como a primeira função administrativa, por ser exatamente aquela que serve de base para as demais. O planejamento é a função administrativa que determina antecipadamente o que se deve fazer e quais os objetivos que devem ser atingidos. O planejamento é um modelo teórico para a

função futura. Visa dar condições para que o sistema seja organizado e dirigido a partir de certas hipóteses a cerca da realidade atual e futura. O planejamento é uma atividade desenvolvida de maneira consistente para dar continuidade às atividades, a seu focus principal é a consideração objetiva do futuro.

Com base nas considerações de Chiavenato, teórico expoente no campo da Administração, os estudiosos da área de turismo quanto ao planejamento aplicado ao Turismo, assim se posicionam:

Ruschmann (1997), “Apenas as ações planejadas dentro de uma metodologia científica poderá promover o desenvolvimento do turismo de forma sustentável, trazendo benefícios para os empreendedores, para as populações receptoras e para os turistas”.

Boullón (2002), “Planejar bem o espaço é descobrir o seu erro como é na realidade (nossa realidade não outra), é ser capaz de imaginar aquilo que devemos agregar-lhe para que, sem que perca seus atributos, adapte-se às nossas necessidades”.

Refletindo os dizeres de Ruschmann e Boullón para esclarecer o conceito de Planejamento Turístico, fica explícito o entendimento de que é necessário fomentar a atividade turística de acordo com os princípios do desenvolvimento sustentável, pois, o turismo igualmente a outras atividades implementadas pelo homem, causa impactos de várias ordens, portanto, é preciso gerencia-los.

Esclarecida a importância do planejamento e sua aplicabilidade para o desenvolvimento do turismo, passamos agora a tecer considerações teóricas a respeito do que se considera como sendo desenvolvimento sustentável e estabelecer qual é a sua relação com o Planejamento Turístico.

O desenvolvimento sustentável é entendido pela Comissão Mundo sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento como:

Um processo de transformação, no qual a exploração dos recursos, a direção dos investimentos, a orientação da evolução tecnológica e a mudança institucional se harmonizam e reforçam o potencial presente e futuro, a fim de atender as necessidades e aspirações humanas. (CMMAD 1991, p. 49).

Segundo JOHN (2000) o desenvolvimento sustentável é um pré-requisito para o turismo sustentável, pois o desenvolvimento não-sustentável pode reduzir drasticamente a qualidade do produto do turismo devido a uma infra-estrutura inadequada.

Desenvolvimento Sustentável é aquele que atende as necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem às próprias necessidades segundo o pensamento de BRUNDTLAND (1987, p.20).

Ruschmann (1997) encontra-se entre os estudiosos que avaliam os impactos do turismo e defendem a idéia de se implementar o Turismo Sustentável, ou seja, que o turismo se aproprie dos recursos naturais e culturais em consonância com os princípios de sustentabilidade, quer seja econômica, quanto socioambiental e cultural, podendo desta forma preservar estes valores para as gerações futuras que deles irão necessitar se utilizar. Ruschmann coloca:

O desenvolvimento Sustentável das atrações turísticas deverá ocorrer em etapas e, por causa de sua diversidade, em áreas distintas e, portanto, de extensão territorial menor; permitirá sua implantação de forma gradual, favorecendo o acompanhamento e o controle de sua evolução.

Nesta discussão teórica já se trabalhou os conceitos de planejamento e desenvolvimento sustentável. Mas para se fazer uma análise mais precisa sobre o atrativo em pauta – Balneário Santuário Rio da Prata passamos a seguir a discutir a natureza do potencial existente no atrativo que em todo o seu conjunto configura como sendo propício para o desenvolvimento do Turismo de Natureza, também conhecido como Ecoturismo.

Todavia para se avaliar de forma mais precisa se o potencial do atrativo Balneário Santuário Rio da Prata enquadra-se com a modalidade mencionada, vejamos alguns conceitos do que se entende por Ecoturismo.

Um dos primeiros a utilizar e definir a atividade ecoturística foi Ceballos-Lascuràin, na década de 1980, conceituando turismo ecológico como “a realização de viagens para áreas naturais não perturbadas ou contaminadas, com o objetivo de admirar, gozar e estudar a paisagem, sua flora e fauna, assim como as culturas passadas e presentes em tais áreas” COSTA (2005, p. 27).

O Ecoturismo é o turismo desenvolvido em localidades com potencial ecológico, de forma conservacionista, procurando conciliar a exploração turística com o meio-ambiente, harmonizando as ações com a natureza, bem como oferecer aos turistas um contato íntimo com os recursos naturais e culturais da região buscando a formação de uma consciência ecológica. (EMBRATUR, 1994).

Para reforçar o conceito colocado pela EMBRATUR (1994), vejamos LINDEBERG e HAWKINS (1995), que assim se manifestam:

Ecoturismo é provocar e satisfazer o desejo que temos de estar em contato com a natureza, é explorar potencial turístico visando à conservação e ao desenvolvimento, é evitar o impacto sobre a ecologia, é evitar o impacto negativo sobre a ecologia, a cultura e a estética.

Segundo MOLINA (2001, p. 159), por ecoturismo entende-se que “é um turismo que tem lugar em ecossistemas, em ambientes naturais, e, por outro lado, que busca favorecer o conhecimento e aprendizado de manifestações naturais, mediante certas interações de baixo impacto”.

Com o passar do tempo este segmento foi se caracterizando fortemente, dando origem a uma demanda cada vez maior, exigindo a instalação de equipamentos de hospedagem, alimentação, transportes, lazer e serviços específicos. Na atualidade os

destinos ecoturísticos estão entre os mais procurados pelos diferentes centros emissores das sociedades globalizadas.

O chamado Ecoturismo é uma atividade que promove o reencontro do homem com a natureza de forma a compreender os ecossistemas que mantêm a vida. As atividades são desenvolvidas através da observação do ambiente natural, através da transmissão de informações e conceitos ou simplesmente da contemplação da paisagem.

O potencial do Balneário Rio da Prata relaciona-se muito com o Ecoturismo, pois, seus principais atrativos são constituídos de recursos naturais.

Por fim, há necessidade de se avaliar o conceito de Ciclo de Vida das Destinações Turísticas (CVDT), lembrando-nos na oportunidade que um destino turístico na mercadologia corresponde a um produto turístico e como tal tem seu período de validade.

Nesse campo de estudo, entre outros, podemos citar BUTLER (1980) que criou o conceito de “ciclo de vida de destinações turísticas” com base no conceito desenvolvido pelo marketing de produtos, e o aplicou para estudar o crescimento e o declínio dos equipamentos turísticos e das regiões nas quais estes se localizam.

Vários pesquisadores e estudiosos utilizaram o modelo de Butler para comprovar a sua validade na análise de evolução de destinações turísticas. Entre eles podemos citar Cooper e Jackson que o aplicaram na ilha de Man (1989); Lesley France (1991) que o utilizou em Barbados e Hudman (1991) que utilizou o modelo para realizar uma análise do turismo no mundo.

O modelo de Butler estabelece que o ciclo de vida de um produto turístico compreende as fases da exploração/investimento, do desenvolvimento, da consolidação, da estagnação, do declínio e do rejuvenescimento.

Na fase da exploração, a localidade apresenta algumas facilidades para atrair os primeiros visitantes. Na fase do desenvolvimento a participação e o controle dos equipamentos caem rapidamente e dão lugar às facilidades introduzidas por organizações externas, que estimulam o crescimento do número de visitantes. Na fase da estagnação ocorre o apogeu quantitativo da demanda e o destino satura. A partir daí, a destinação começa a decair na preferência dos turistas. Quando o destino turístico perde a sua força de atrair demandas, inicia-se a fase do declínio e começa a sua luta pela sobrevivência no mercado.

Normalmente se considera que a situação de apogeu de um destino ou atrativo turístico perdure por 20 anos, porém, o declínio não é inevitável, uma vez que elas poderão ser revitalizadas ou rejuvenescidas pelo planejamento modificando e/ou buscando novos mercados consumidores. A utilização do modelo de Butler como ferramenta de planejamento turístico se justifica na determinação da fase em que se encontra a localidade em estudo, e nas medidas cabíveis para direcionar o seu desenvolvimento.

O principal objetivo da revisão dos conceitos de planejamento, desenvolvimento sustentável, ecoturismo e ciclo de vida das destinações turísticas têm como objetivo respaldar a análise do potencial e da estrutura física do atrativo turístico Balneário Santuário Rio da Prata.

## **2.2 – Metodologia**

Uma das dificuldades que normalmente se encontra está relacionada aos métodos que se deve utilizar para a pesquisa em turismo, uma vez que o turismo se apresenta ainda como um fenômeno social e não como uma ciência. Desta forma, há que se buscar em outras disciplinas os métodos de investigação científica que mais se identificam com o estudo que se deseja realizar.

Faz parte da metodologia utilizada para este trabalho o estágio de 480 horas realizado no atrativo em estudo como exigência da disciplina de Estágio Supervisionado que compõe a grade curricular do Curso de Turismo da UEMS com Ênfase em Ambientes

Naturais. Esta experiência validou em muito as observações *in loco* do atrativo, quanto ao seu funcionamento, às suas instalações e a sua gestão enquanto empresa.

Paralela a esta ação se promoveu levantamento bibliográfico buscando nos teóricos as orientações, confirmações e respostas para as inquietudes de um pesquisador com pouca experiência que busca um horizonte científico para situar o seu trabalho. Ao lado do levantamento bibliográfico, também, se realizou um levantamento documental para que se pudesse conhecer um pouco mais sobre o atrativo, a sua área de entorno e como a atividade teve o seu início no núcleo receptor que o abriga.

Dando seqüência, se levantaram dados por órgãos públicos municipais, estaduais e federais todas as informações pertinentes ao assunto em estudo. Também se utilizou técnica de abordagem aos turistas para obter destes as informações pessoais em relação ao atrativo Santuário Rio da Prata. Aplicou-se questionários e entrevistas para os turistas, cujos resultados foram utilizados neste estudo.

E, por fim, se utilizou a cobertura fotográfica para registrar detalhes importantes para esta análise e documentar as belezas cênicas da localidade.

### 3. DIAGNÓSTICO LOCALIZACIONAL

É de fundamental importância situar geograficamente o atrativo Balneário Santuário Rio da Prata para que o leitor possa dimensionar sua localização no contexto regional do espaço sul mato-grossense, e qual sua localização na escala nacional e global.

#### 3.1 – Em relação à localização no Brasil

Utilizamos este recurso cartográfico para que o leitor possa fazer a leitura a que nos referimos.

Figura 4: Mapa do Brasil - Divisão Regional



fonte: <http://www.brasil-turismo.com/geografia.html>

Reforçando a leitura visual do leitor, é importante frisar que o atrativo Balneário Santuário Rio da Prata faz parte do conjunto de atrativos naturais do destino turístico Serra da Bodoquena (Bonito, Bodoquena e Jardim) localizados na Região Centro-Oeste, mais precisamente no estado de Mato Grosso do Sul.

### 3.1.1 – Em relação à localização no Estado de MS

Figura 5: Mapa do Estado de Mato Grosso do Sul – Visão Regional



Fonte: Prefeitura Municipal de Jardim

Jardim é um [município brasileiro](#) localizado no [estado](#) de [Mato Grosso do Sul](#). O município conta com uma área de 2207,68 km<sup>2</sup>, que corresponde a 0,699% da área do Estado de MS, possui um distrito chamado Boqueirão - criado em 1963. O município localiza-se a uma [latitude](#) 21°28'49" sul e a uma [longitude](#) 56°08'17" oeste, estando a uma altitude de 259 metros. Apresenta clima subtropical úmido, e as temperaturas variam de 15° a 39°, e sua precipitação pluviométrica é de 1750 à 2000 mm. Sua população estimada em 2004 era de 24.193 habitantes. (CENSO 2004).

O município faz limites com: Norte: Bonito e Guia Lopes da Laguna; Sul: Bela Vista e Ponta Porá; Leste: Ponta Porã e Guia Lopes da Laguna; Oeste: Caracol, Porto Murtinho e Bela Vista.

As rodovias federais a BR – 267 e BR – 060 que atravessam o município são pavimentadas, e conta com três rodovias estaduais a MS – 178, MS – 166 e MS 270 e as mesmas apresentam bom estado de conservação.

A economia na região está baseada na atividade primária (pecuária e agricultura). Jardim tem a maior arrecadação de ICMS no setor terciário, onde o segmento do comércio é o principal contribuinte.



Figura 6: Área de mata ciliar intocável e banho

Fonte: Ellen Cunha

### **3.1.2 – Um breve histórico da origem do município de Jardim/MS**

Por volta do ano de [1934](#) o presidente [Getulio Vargas](#) percebendo a necessidade de se povoar a região que corresponde ao atual estado de MS, destacou um batalhão para a construção de uma estrada que iniciaria a ligação dos municípios de [Aquidauana](#) á [Porto Murtinho](#) e [Bela Vista](#). Em 1936 Getúlio Vargas destacou um batalhão que se instalou nas proximidades da margem direita do Rio Miranda, onde contribuiu para expandir o pequeno aglomerado de pessoas que daria origem mais tarde à cidade vizinha de Guia Lopes da Laguna. Aí instalados, construíram uma ponte para poderem atravessar os pesados equipamentos que utilizariam para a construção das rodovias com direção a Porto Murtinho e Bela Vista. Essa ponte corresponde hoje à chamada Ponte Velha e que no momento está desativada em virtude de uma grande enchente do rio Miranda que provocou o desmoronamento dos barrancos que prendem a ponte.

Em [1939](#) o Batalhão de funcionários deslocou para a margem esquerda do Rio Miranda, aí se fixando para dar continuidade à construção das rodovias. Para esse trabalho foi criada em 03 de março de 1945 a CRE 3 – Comissão de Estradas de Rodagem nº 3 que também iria contribuir para dar origem a um segundo aglomerado de pessoas que mais tarde receberia o nome de Jardim em homenagem à Estância Jardim, um dos retiros da Fazenda Jardim (46 mil hectares de terra) de propriedade de Dona Senhorinha e José Francisco Lopes. Convém lembrar que a Fazenda Jardim ainda existe com sede oficial no município de Guia Lopes da Laguna.

Após a criação da CER 3, esse vilarejo crescia á medida que as obras rodoviárias iam aumentando. Com o crescimento desse novo aglomerado, Fábio Martins Barbosa, antigo proprietário da Fazenda Jardim, doou parte de suas terras para a construção das moradias dos funcionários da CER 3, fato que contribuiu para o povoamento da região. O

povoado cresceu e aumentou rapidamente a sua população, o que levou a Vila de Jardim se transformou em município no dia 14 de maio de 1946. No dia 11 de dezembro de 1953 Jardim conquistou sua emancipação política com a lei estadual nº 677/53 com apoio do major Alberto Rodrigues da Costa. Logo após o término da construção da estrada, a CER 3, ainda permaneceu e contribuiu para o desenvolvimento de Jardim, sendo extinta em 1986 dando lugar á 4º CIA E COMB MEC, ligada ao Comando Militar do Oeste.

Hoje o município integra o Parque Nacional da Serra da Bodoquena, criado no ano de 2000, área que possui um grande potencial turístico para o ecoturismo, considerado uma das alternativas para a biodiversidade da região, sem deixar de explorá-la com outras finalidades.

Outra informação de grande relevância sobre o município de Jardim é o fato de que o mesmo foi juntamente com áreas de seu entorno, palco da Guerra do Paraguai (1865/1870) e registrou em suas terras parte do episódio que ficaria conhecido como A Retirada da Laguna.

Para que o leitor possa criar ni seu imaginário uma visão da paisagem do espaço jardinense ao logo das cinco décadas transcorridas de seu desenvolvimento, expõe-se as imagens que se seguem:



Figura 7: Praça José Ferrero Centro Jardim/MS

Fonte: <http://www.jardim.ms.gov.br/site/>



Figura 8: Centro Jardim/MS

Fonte: <http://www.jardim.ms.gov.br/site/>

### **3.1.3 – O Município de Jardim/MS no contexto da Guerra do Paraguai**

As terras do município de Jardim/MS estão localizadas nas proximidades da fronteira entre Brasil e Paraguai é de 93 Km, sendo separado deste país apenas pelo município de Bela Vista/MS, que por sua vez separa-se do Paraguai através do rio Apa, estando do outro lado a cidade paraguaia de Bella Vista Norte Paraguay que se originou do forte paraguaio de mesmo nome e que foi ponto de Invasão Paraguaia à Província de Mato Grosso.

A Invasão Paraguaia à Província de Mato Grosso é considerada pelos historiadores como a causa imediata do maior conflito latino americano que ficaria conhecido como Guerra da Tríplice Aliança, mas que muitos estudiosos preferem chamar de Guerra do Paraguai (1865/1870).

Esta guerra que envolveu os países platinos (Paraguai, Brasil, Uruguai e Argentina) foi se desenhando por bom tempo em virtude de disputas pela hegemonia destes países sobre a Bacia Platina, e, pelo interesse do ditador paraguaio Francisco Solano López em formar um corredor de saída do Paraguai para o Atlântico, uma vez que este país é centralizado territorialmente, portanto, sem saída para o mar, fato que dificulta seu contato com outras nações e dificulta o escoamento de seus produtos.

Diante do exposto o ditador paraguaio traçou plano imperialista objetivando formar o chamado Paraguai Maior, que anexaria terras brasileiras e argentinas da Bacia Platina. Antecederam ao conflito vários momentos de fortes tensões entre os países platinos e o Paraguai, dos quais a Inglaterra nação de forte domínio imperialista na América Latina procurou tirar vantagens políticas e econômicas. Sendo coagido por esta postura o ditador Francisco Solano López declara guerra aos países platinos contrários aos seus interesses, sendo que entre as suas primeiras ações foi apresar o navio brasileiro Marques de Olinda

que subia o Rio Paraguai levando entre seus passageiros o presidente da Província de Mato Grosso, o coronel Frederico Carneiro de Campos que deveria assumir o governo da província ainda no mes de dezembro de 1864.

Segundo Acyr Vaz de Guimarães a invasão paraguaia à Província de Mato Grosso foi favorecida pela existência de vasta fronteira entre os dois países. Outro fator é de que na época o único acesso à Província de Mato Grosso era feito através do rio Paraguai.

Para defender a Província de Mato Grosso invadida pelas tropas paraguaias, formou-se no ano de 1865 a Coluna Expedicionária que acolheu soldados voluntários de todas as partes do Brasil. Saíram de São Paulo em direção aos sertões matogrossense inicialmente com destino à capital Cuiabá ameaçada de ser invadida pelas tropas invasoras. Mais tarde, tomando conhecimento de que os inimigos tinham sido rechaçados da cidade portuária de Corumbá às margens do Rio Paraguai, as tropas da Coluna Expedicionária marcharam com destino à Colônia de Miranda que fora invadida pelas tropas de López. Antes de atingir o destino traçado os expedicionários se aquartelaram na região de Coxim refazendo-se dos desgastes sofrido durante o percurso.

De Coxim os engenheiros militares, os tenentes Lago e Taunay, acompanhados de Tonhá, experiente sertanejo e conhecedor da região que fora encontrado na Fazenda Taboco, partem para fazer reconhecimento dos caminhos que os expedicionários teriam que percorrer para chegar em Miranda. Chegam até a Região denominada “Morros” ou “cuestas” de Aquidauana/MS. Tonhá retorna com o traçado do caminho e as tropas expedicionárias avançam até Miranda que já havia sido invadida e abandonada pelos invasores.

Coube ao coronel Izidoro Resquim das tropas paraguaias invadir a Província de Mato Grosso por terra que atravessou o Rio Apa tomando na seqüência Bela Vista, Colônia Militar de Miranda, Nioaque e a Vila de Miranda.

Frustrada a tentativa de defesa da Colônia Militar de Miranda e áreas de sua proximidade, o comando da Coluna Expedicionária decidiram por avançar até Bela Vista e atacar a estância Laguna no Paraguai na tentativa de resgatar os brasileiros que foram levados como prisioneiros, entre eles a esposa de José Francisco Lopes – Dona Senhorinha, bem como seus escravos, seus filhos e outras pessoas que se encontravam na região por ocasião da invasão paraguaia.

Foi desta forma que José Francisco Lopes, o mais tarde “Guia Lopes” envolveu-se no conflito que conhecemos como Guerra do Paraguai. Profundo conhecedor da região, pois, quase todas as terras da região naquela época foram desbravadas e ocupadas pelos irmãos Lopes, que fundaram em 1845 a Fazenda Monjolinho atual município de Bela Vista.

Na ocasião do ataque de Resquin, José Francisco Lopes proprietário da Fazenda Jardim encontrava-se a negócios na Vila de Miranda, portanto, não estava presente quando sua esposa, filhos, parentes e pessoas conhecidas foram levadas prisioneiras. Havia informações de que estes prisioneiros estivessem detidos na estância Laguna, atual Departamento de Bella Vista del Norte Paraguay. Esperançoso de que pudessem resgatá-los, José Francisco Lopes se ofereceu como guia das tropas expedicionárias, na ocasião sob o comando do Coronel Carlos de Moraes Camisão, em 10 de janeiro de 1867 na Vila de Miranda ordenou iniciou o avanço de suas tropas para Laguna no Paraguay.

A incursão da tropa expedicionária comandada pelo Coronel Carlos de Moraes Camisão, não logrou total êxito com a sua invasão à Laguna e tiveram que se retirar. Este episódio que foi dramático em toda sua extensão (08/05 a 11/06 de 1867) e ficou conhecido na história do Brasil e Regional como “Retirada da Laguna”.

Segundo MATTOS (1999, p. 36):

O episódio se tornou clássico na história militar, sendo considerado como uma verdadeira odisséia. Entre os 700 sobreviventes doentes, esfarrapados e famintos

estava Taunay. Sobreviveu para contar aos brasileiros e ao sul matogrossense o que foi exatamente a Retirada da Laguna.

Este relato além de exercício de civismo, se entende como necessário uma vez que o Município de Jardim foi palco dos acontecimentos da malograda expedição, e que é tida no conceito de muitos países, a exemplo da França, como símbolo de heroísmo e patriotismo. Aliás, a célebre narrativa da Retirada da Laguna de autoria de Alfredo d'Escagnolle Taunay (Visconde de Taunay), teve sua primeira edição em francês (1871) com o título “La Retraite de la Laguna”. Para o leitor melhor se inteirar do episódio, veja os anexos de nº 01 , 02 que foram extraídos da Cartilha Fatos e Relatos “Retirada da Laguna”- Prefeitura Municipal de Jardim/MS (2003).

Por outro lado, quanto aos estudos turísticos, quando um núcleo ou atrativo turístico conhece no seu ciclo de vida a fase do declínio, por vezes há como renova-lo utilizando-se de ferramentas que possam agregar novos valores ao produto principal. E, muitas vezes os recursos culturais e históricos de uma localidade sendo explorados com critérios poderá contribuir para se formatar novos produtos com forte diferencial turístico e que poderão contribuir para reativar o núcleo receptor ou o atrativo turístico.

### **3.1.4 – Distâncias de Jardim/MS aos principais pólos regionais, nacionais e turísticos**

Neste diagnóstico situacional se faz pertinente acrescentar as distâncias da localidade de Jardim em relação aos pólos regionais, nacionais e os circuitos turísticos de MS. Para tal informação se optou por utilizar tabelas como as que se seguem:

Tabela 01. Distâncias - Jardim /MS e Pólos Regionais de MS

<b>LOCALIDADES</b>	<b>DISTÂNCIAS</b>
NOVA ALVORADA DO SUL	294 KM
RIO BRILHANTE	200 KM
DOURADOS	210 KM

ITAPORÃ	200 KM
MARACAJU	116 KM
NIOAQUE	68 KM
GUIA LOPES DA LAGUNA	05 KM
CARACOL	96 KM
BELA VISTA	85 KM

Fonte: Agesul – 2007

Tabela 02. Distâncias - Jardim/MS aos destinos turísticos de MS

<b>LOCALIDADES</b>	<b>DISTÂNCIAS</b>
CAMPO GRANDE	242 KM
AQUIDAUANA	168 KM
MIRANDA	230 KM
CORUMBÁ	435 KM
PORTO MURTINHO	205 KM
BODOQUENA	140 KM
BONITO	65 KM

Fonte: Agesul – 2007

Tabela 03. Distâncias - Jardim/MS às capitais brasileiras mais próximas

<b>LOCALIDADES</b>	<b>DISTÂNCIAS</b>
BRASÍLIA-DF	1376 KM
RIO DE JANEIRO - RJ	1777 KM
SÃO PAULO - SP	1256 KM
CURITIBA - PR	1233 KM
FLORIANÓPOLIS-SC	1540 KM
PORTO ALEGRE - RS	1825 KM

Fonte: Agesul – 2007

Além das localidades mencionadas, não podemos nos esquecer que o município de Jardim/MS está muito próximo da área de fronteira com o Paraguai distando deste apenas 93 km . Sendo assim esta região de fronteira não deixa de ser parte das proximidades do município brasileiro em estudo, aliás, a região exerce forte influência cultural (idioma, costumes, rituais religiosos, gastronomia, dança e música) sobre o município jardinense.

### 3.2 – Diagnóstico Comercial

O Santuário Rio da Prata conta com o oferecimento de lazer e recreação diretamente com a natureza, ou seja, disponibiliza em suas dependências atividades de camping e balneário. A área disponibilizada na propriedade para desenvolver a atividade turística é de 100 hectares, e o restante da área (400 ha.), estão arrendadas para a pecuária.

A propriedade possui produção própria como a criação de frangos, carneiro, vaca de leite, cavalos, e uma produção hortifrutigranjeira, com pomar e uma horta de ervas aromáticas, que podem ser apreciados por seus visitantes para conhecer como é a rotina de um meio rural.

Quanto à infra-estrutura complementar do atrativo, esta conta com três (03) banheiros para uso de seus turistas, sendo dois (02) um masculino e outro feminino, próximos a área do rio. O terceiro tem chuveiro e fica na casa de apoio ao lado da sede, podendo ser utilizado para quem pernoitar no camping. Próximo ao rio estão disponibilizadas as 15 churrasqueiras, e ao lado destas os tambores de lixo, bem dispersos uma do outro. Os valores do balneário e camping são apresentados na tabela abaixo.

Tabela 4 Preço dos Produtos do Atrativo

Atividade	Valor - R\$
Balneário (day use)	5,00 por pessoa
Camping (pernoite)	10,00 por pessoa

Fonte: elaborado pela autora

As dependências da fazenda possuem estilo rural, portanto, ela é rústica. Na sede está localizado o receptivo e tem a casa de apoio ao lado, que conta com um (01) galpão, um (01) curral, um (01) galinheiro e um (01) depósito.

A fazenda conta com uma infra-estrutura básica em bom estado de conservação. Quanto aos itens que possam vir a complementar e fazer do passeio do turista uma estada mais agradável e tranqüila, há na fazenda geladeira, freezer, fogão industrial, louças, copos, talheres, panelas, toalhas disponíveis para atender até 50 pessoas. Para se utilizar destes serviços, os usuários pagam uma taxa a parte.

Quanto à questão de comunicação, existe na sede um aparelho celular que funciona por uma antena, e como segurança para chuvas e temporais, possui um pára-raios instalado na rede elétrica.

Embora as instalações que sustentam a sua infra-estrutura não sejam suficientes e bem preparadas, a baixa demanda do atrativo na atualidade decorre de outros fatores, tais como: o turismo em nosso município estar em fase de estagnação; a gestão insipiente do período de sazonalidade da atividade turística no atrativo; a falta de divulgação do atrativo através de um plano de marketing; poucos investimentos para que a atividade possa trazer renda a seus proprietários.

Um ponto positivo neste diagnóstico comercial se refere à localização do atrativo, sendo o primeiro entre os atrativos localizados ao longo da BR – 267. O acesso após a rodovia pavimentada encontra-se em bom estado de conservação e possui boa sinalização até a chegada da fazenda. Assim, se constata que o mesmo tem chances no mercado turístico regional, nacional e internacional, e que a partir de ações planejadas com antecedência e compatível com as peculiaridades do atrativo, sua demanda tende a aumentar, gerando reconhecimento no seu segmento e benefícios a seus proprietários.

Há no município jardinense outros atrativos que a exemplo do Santuário do Rio da Prata que possuem as mesmas características e desenvolvem o mesmo segmento, ou seja, as práticas ecoturísticas (balneário e camping), e que são os seguintes: o Seu Assis Camping e Balneário, o Balneário do Anicézio e o Balneário do Verano, sendo que todos têm capacidade limite de pessoas, respeitando assim o meio ambiente de cada local e acolhendo satisfatoriamente suas demandas. Para este estudo comparativo, se resolveu analisar a estrutura de cada um desses atrativos:

**Seu Assis Camping e Balneário** – Seu acesso dá-se no percurso Jardim/Porto Murtinho pela BR 267. Balneário e área de camping são os principais produtos do atrativo. Sua capacidade é para 200 pessoas e oferece confortáveis quiosques com pias, churrasqueiras, armários, energia elétrica. Possui banheiro masculino e feminino com água fria e quente para banho. Há pouco tempo concluiu-se o restaurante e a lanchonete para melhor atender as solicitações dos visitantes. Observe abaixo uma imagem desse atrativo:



Figura 9: Balneário do Assis

Foto: [www.pdturms.com.br](http://www.pdturms.com.br)

**Balneário do Anicézio:** Está a uma distância de 44 km da cidade de Jardim, com acesso pela BR 267. Com pequenas cachoeiras e uma boa área de banho, possui capacidade para 100 pessoas. Na sua infra-estrutura o atrativo conta com banheiro feminino e masculino, chuveiros de água fria e quente, estacionamento, boa área de camping e churrasqueiras. Veja abaixo ângulo paisagístico desse atrativo:



Figura 10: Balneário do Anicézio

Fonte: [www.pdturms.com.br](http://www.pdturms.com.br)

**Balneário do Verano:** Com acesso pela BR 267, está localizado a 26 km de Jardim. Sua capacidade está entre as maiores da região com a estimativa de 200 pessoas. Com área de balneário e camping o atrativo se encontra em uma fase de declínio. Conta em sua infra-estrutura com quiosques, rede elétrica, área de lazer, churrasqueiras e área para banho.



Figura 11: Balneário do Verano

Fonte: Ellen Cunha

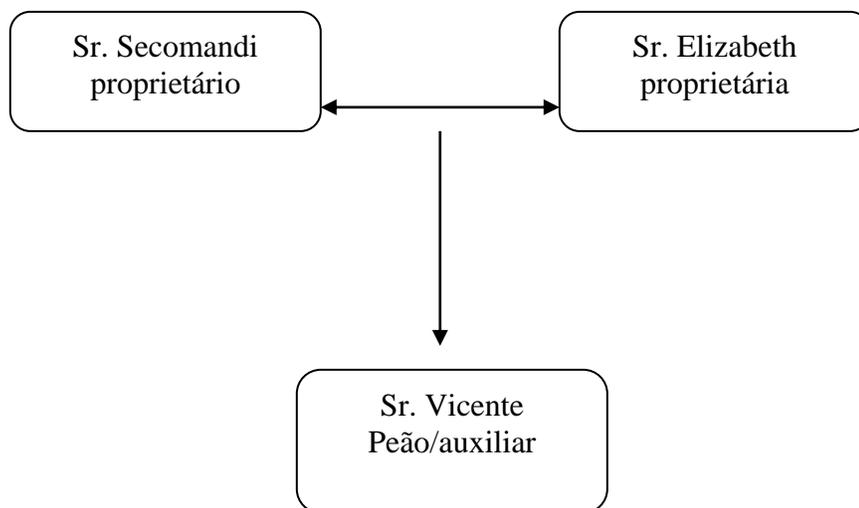
### **3.3 – Diagnóstico Operacional**

A gestão do atrativo Santuário do Rio da Prata é um empreendimento que conta com uma administração familiar, onde o senhor José Secomandi e sua esposa Elizabeth Secomandi são os responsáveis diretos pelo funcionamento do atrativo. Este casal prima pelo atendimento de qualidade em seu empreendimento, estando sempre presentes no atrativo, especialmente por ocasião da alta temporada entre os meses de setembro a fevereiro. O atrativo funciona todos os dias da semana, e o produto mais utilizado tem sido a área de camping.

A fazenda tem somente um funcionário, este o Sr. Vicente, que tem como sua função a de peão. O mesmo reside na fazenda, apresenta um perfil de homem rural, e gosta das funções que exerce, com o tempo passou a ter mais contato com os visitantes do atrativo e hoje na ausência dos proprietários, é ele quem toma conta do atrativo e toma as

providências necessárias para a estada dos visitantes, cuida das atividades desenvolvidas pelos mesmos para não ocorrer nenhum dano ao meio ambiente.

Abaixo estamos mostrando através de um organograma a gestão do empreendimento:



### **3.4 – Diagnóstico Socioambiental**

O Santuário Rio da Prata tem, nos próprios proprietários seus maiores defensores ambientais não permitindo pesca nem caça na área de domínio de suas terras. Para resguardá-la fundou a ONG Santuário Rio da Prata que possibilitou o desenvolvimento de ações que pudessem evitar a degradação do meio ambiente. Inicialmente, todos os proprietários de terras ao redor do Santuário Rio da Prata participaram das iniciativas em defesa da preservação do Rio da Prata, colaborando pra que a caça e a pesca não ocorressem na localidade. Todavia, os investimentos da ONG estavam sendo distorcidos e algumas medidas foram tomadas para afastar os membros que não estavam comprometidos

com os objetivos defendidos pela mesma. Atualmente a senhora Elizabeth Secomandi preside a ONG Santuário Rio da Prata.

A questão ambiental no atrativo é tida como questão fundamental para a sua sobrevivência, pois, seus proprietários são ambientalistas e conservacionistas. Esta informação pode ser constatada no próprio local quando se observa a área de mata ciliar que é muito densa. A localidade ainda conserva as características rústica e rural.

Apesar de todos os cuidados ambientais com o atrativo, o mesmo não está devidamente licenciado para desenvolver as práticas ecoturísticas.

Toda a região de entorno do atrativo conta com a fiscalização do 2º Pelotão de Polícia Militar Ambiental que possui sede instalada na cidade de Jardim.

#### 4. ANÁLISE DA ORGANIZAÇÃO CONFORME A TÉCNICA (FOFA)

Em inglês esta técnica é conhecida como SWOT, ferramenta que representa as iniciais das palavras *Strengths* (forças), *Weaknesses* (fraquezas), *Opportunities* (oportunidades) e *Threats* (ameaças). Seu uso tem sido muito intenso na área de planejamento, notadamente para auxiliar na elaboração de diagnósticos de empresas, possibilitando que se possa ter uma visão de todos os fatores internos e externos que atuam no desenvolvimento de uma organização no momento presente e como poderão influenciar posteriormente. Portanto, sua função no planejamento é essencialmente estratégica.

Como o próprio nome já diz, a idéia central da análise consiste em avaliar os pontos fortes, os pontos fracos, as oportunidades e as ameaças da organização e do mercado no qual esta inserida. A análise é dividida em duas partes: o ambiente externo (oportunidades e ameaças), e o ambiente interno à organização (pontos fortes e pontos fracos). Os dois aspectos são importantes e diante dos mesmos a empresa ou a organização terá que agir de forma diferenciada.

As *oportunidades* deverão se constituir como metas futuras a serem pensadas e alcançadas pela organização. Para as *ameaças* deverão ser conjugados todos os esforços no sentido de afastá-las. Os *pontos fortes* deverão ser ressaltados e maximizados deles se retirando o máximo proveito. Os *pontos fracos* deverão ser sistematicamente ponderados e superados através de estratégias que possam minimizá-los o máximo possível.

De acordo com o que se expôs o quadro abaixo representa uma radiografia diagnóstica do empreendimento em estudo de acordo com a técnica SWOT, que foi detectada através de pesquisas e estudos sistemáticos, cujos resultados assim se mostram:

Tabela 5 - Análise “SWOT” do Atrativo Santuário Rio da Prata

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Localização geográfica favorável</li></ul>
--	--

<p>PONTOS FORTES</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facilidade de acesso – BR 267</li> <li>• Abundância de recursos naturais</li> <li>• Recurso paisagístico</li> <li>• Fauna e Flora preservadas</li> <li>• Existência da ONG Rio da Prata</li> <li>• Pioneirismo da atividade ecoturística no local</li> </ul>
<p>PONTOS FRACOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausência de profissional da área</li> <li>• Falta de recursos para investimentos</li> <li>• Divulgação inadequada do atrativo</li> <li>• Falta de Licença Ambiental</li> <li>• Dificuldade para inserção do empreendimento no mercado</li> <li>• Infra-estrutura desatualizada do equipamento</li> </ul>
<p>OPORTUNIDADES</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inserção do atrativo no roteiro ecoturístico do destino Serra da Bodoquena/MS</li> <li>• Desenvolver novo plano de manejo para as áreas naturais do entorno do atrativo</li> <li>• Formatação de produtos complementares da oferta básica</li> <li>• Inserir a cultura do homem do campo no roteiro das atividades desenvolvidas no atrativo</li> <li>• Atrair novos mercados consumidores</li> <li>• Atrair demanda local e regional para “day use”</li> <li>• Plano de Rejuvenescimento para o produto oferecido</li> </ul>
<p>AMEAÇAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Declínio total do atrativo</li> <li>• Presença de demandas descomprometidas com a valorização do chamado Turismo Ecológico</li> </ul>

Fonte: A autora – 2007

A localização geográfica do atrativo neste contexto assume relevância em virtude do atrativo estar inserido num dos principais destinos ecoturísticos do mundo – Serra da Bodoquena, que tem atraído demandas nacionais e internacionais consideráveis. A facilidade de acesso também é considerada como ponto positivo, todavia, sabemos, por exemplo, que o acesso ao destino Antártida é muito complicado, entretanto, há demandas para o continente gelado.

Embora haja recursos naturais em abundância na área correspondente ao atrativo, o uso destes para o turismo requer atenções especiais, pois, nem todos os recursos poderão ser disponibilizados para fins turísticos. E, os que puderem ser utilizados devem ser acompanhados com suporte de infra-estrutura adequada, dotada de equipamentos como passarelas, decks, mirantes e outros. Há que se definir os espaços corretos para a instalação desses equipamentos, de tal forma que possam contemplar o equilíbrio dos recursos naturais atingidos e contemplar a estética da paisagem local tanto no seu aspecto natural quanto cultural.

A fauna e a flora local poderão compor belíssimos roteiros e agregar valores ao produto “Balneário”, que é o atrativo principal. Contudo, há necessidade de um inventário minucioso das espécies aí existentes, devendo ser catalogadas formando um álbum florístico e faunístico local. Com estes elementos, há também como se montar um “Video Clip do Santuário do Rio da Prata” para ser exibido aos visitantes nas horas de descontração.

A existência da ONG à qual o atrativo se encontra interligada deve ser mais bem divulgada, principalmente no que diz respeito aos efeitos positivos deste trabalho em conjunto, ressaltando os benefícios para o local no qual o atrativo está inserido, bem como analisar os benefícios desta parceria para a comunidade autóctone.

E finalmente, a questão do Santuário Rio da Prata se encontrar entre os pioneiros na região no sentido de atrair visitantes, mostra o volume de valores naturais e culturais que o atrativo dispõe para atrair demandas. É necessário apenas desenvolver novas estratégias de

divulgação do atrativo, que estejam conectadas com o sistema turístico do núcleo receptor ou região receptora.

Contrapondo-se aos pontos positivos, foram levantados os pontos fracos, sendo que a identificação dos mesmos permite que se possa desenvolver ações no sentido de atenuá-los o máximo possível. Sendo assim, é dispensável a Licença Ambiental a fim de que o atrativo possa funcionar de forma legalizada. Entre outras exigências, os órgãos ambientais solicitam os projetos ambientais denominados EIA – Estudo de Impactos Ambientais, e o RIMA – Relatório de Impactos do Meio Ambiente, que são fundamentais inclusive para se determinar a capacidade de carga oferecida pelo atrativo.

Por outro lado, não há como divulgar um produto turístico no mercado se ele não estiver contido ou integrado no sistema turístico local ou regional. Para se entender esta dinâmica é necessário entender com bastante clareza o conceito de Sistema de Turismo.

Em primeiro lugar é necessário saber que a gestão de um sistema turístico precisa contemplar todos os subsistemas: hospedagem, alimentação, agenciamento, transportes, serviços turísticos e serviços públicos, pois, são variáveis que concorrem para a resultante do Sistema de Turismo que irá caracterizar a localidade receptora.

É interessante nos reportarmos aqui aos teóricos quanto ao entendimento do que venha a ser o Sistema de Turismo, e qual o seu papel para o bom desempenho da atividade turística numa localidade turística.

Boullón (2002) esquematiza o Sistema de Turismo sob a ótica do mercado por meio do modelo oferta demanda. Isto em palavreado simples significa dizer que se temos produto a ofertar, conseqüentemente teremos compradores para os mesmos.

Beni (2001) apresenta um modelo de referência para o Sistema de Turismo que é conhecido como SISTUR, que consiste nos conjuntos: da organização estrutural (subsistema da superestrutura e infra-estrutura); das relações ambientais (subsistema

econômico, ecológico, social e cultural); das relações operacionais (subsistemas da produção, da distribuição, da oferta e do mercado). Para uma leitura mais detalhada, veja anexo nº. 03 - Diagrama de Ishikawa.

No mundo globalizado, o núcleo receptor que não integrar a rede de outros núcleos receptores, praticamente estará fora do mercado convertendo-se em produto pré-determinado a desaparecer. Esta afirmação pode ser respaldada no conceito de ciclo de vida das destinações turísticas que tem Butler (1980) como um dos principais estudiosos do assunto. Para reforçar este conceito, veja no anexo nº. 04 o Gráfico de Butler (1980) – Ciclo de Vida das Destinações Turísticas.

Outra consideração pertinente neste trabalho é a de que as atividades turísticas desenvolvidas em áreas naturais (ecoturismo), também, necessitam de instalações modernas quanto à infra-estrutura para bem recepcionar e oferecer conforto aos visitantes. Sem dúvida, há mais riscos de se degradar o meio ambiente desprovido de equipamentos adequados do que de posse deles.

Também se considera de vital importância a presença de profissionais com conhecimentos da área (bacharel em turismo, biólogo e guia ambiental de turismo), para auxiliar na gestão do empreendimento através dos conhecimentos específicos da área de cada um destes.

Entende-se que não existe fórmula para desenvolver uma atividade sem que haja investimentos financeiros. E, até mesmo dizer, que além de necessários, há que se admitir que o retorno dos investimentos raramente ocorrerá de forma imediata. Por isso deve ser feito um plano orçamentário com antecedência para se evitar investimentos desnecessários.

Em relação às oportunidades que se pode visualizar neste estudo, há que se admitir que todos os esforços devem ser conjugados no sentido de se promover a inserção do Santuário Rio da Prata na relação de atrativos ecoturísticos da região. Este trabalho tem uma página iniciada, uma vez que foi um dos atrativos explorados para se divulgar o

potencial da região para o Turismo Ecológico. Em 1994 a TV Morena levou ao ar um documentário sobre o atrativo que acabou por motivar demandas para o local e áreas de entorno como já foi relatado.

Apesar de ambientalistas por excelência, os proprietários do atrativo Santuário Rio da Prata devem rever esta postura dentro dos parâmetros atuais quanto ao uso de recursos naturais para o turismo. Acredita-se que um novo plano de manejo para as áreas naturais do entorno do atrativo poderá contribuir para a formatação de novos produtos que poderão agregar valores à oferta original, propiciando diferencial na oferta turística local. Esta estratégia poderá ser motivadora para atrair novos mercados consumidores.

Independente do mercado externo, o atrativo tem condições para oferecer seus produtos para as demandas de centros emissores mais próximos e até mesmo da localidade, formatando pacotes para “day use” voltados para excursões escolares, aulas técnicas para estudantes, grupos da Terceira Idade, treinamento e capacitação de funcionários, eventos familiares, etc.

E por fim, a adoção de um plano de rejuvenescimento dos produtos ofertados pelo Santuário do Rio da Prata. Este trabalho é específico da área de planejamento turístico e requer um trabalho multidisciplinar para a determinação de ações pontuais e direcionadas a reconquista do mercado.

As ameaças são cenários destrutivos antevistos que podem perfeitamente ser evitado com as orientações que se ousou transmitir neste capítulo de estudo. Havendo interesse dos proprietários em prosseguir explorando as atividades turísticas desenvolvidas no atrativo, deve-se evitar que o atrativo entre em declínio, pois, quanto mais acentuada for essa fase, mais difícil será o rejuvenescer do atrativo.

## **5. PESQUISA PRELIMINAR DE MERCADO**

### **5.1 – Análise Quantitativa da Demanda**

Tendo em vista que o empreendimento Santuário Rio da Prata iniciou suas atividades turísticas apresentando uma satisfatória taxa de ocupação, que a partir de 2001 passa a se apresentar de forma declinante, faz-se necessário a elaboração de um plano visando levantamento de dados que possam permitir a avaliação das causas que estão determinando o processo, fixando diretrizes e metas a serem efetivadas a curto, médio e longo prazo.

Para responder a esse questionamento foi elaborado um questionário, onde as principais questões objetivaram a análise do perfil da demanda do empreendimento, assim como o grau de satisfação dos mesmos quanto ao atendimento e expectativas. Também se preocupou em levantar dados e informações e consequentemente, o entendimento o público usuário do atrativo quanto à sua continuidade no mercado. as medidas que achassem necessário para um possível retorno ao atrativo.

Com o questionário se obteve 115 amostras, coletadas de forma aleatória, onde além de turistas-visitantes do município, se envolveu pessoa envolvida do setor turístico do município de Jardim – MS. O anexo nº. 05 corresponde ao questionário elaborado para se obter as informações que se seguem:

Quanto à origem dos turistas:

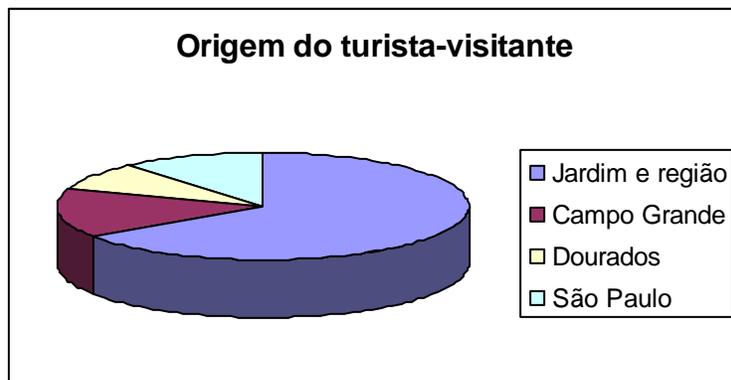


Gráfico 1. Santuário Rio da Prata – Origem do turista

Fonte: A autora – Jardim/MS - 2007

Pela leitura se observa que a maior demanda turística atinge o mercado local e o regional, seguindo-se de São Paulo como centro emissor externo, Campo Grande e Dourados como pólos emissores de MS.

Além do gráfico, se utilizou o sistema de informações por tabela, o que facilita a leitura para quem possa ter dificuldade em interpretação de gráficos.

Tabela 6. Santuário Rio da Prata - Origem do Turista

Estado	Cidade	Quantidade
MS	Jardim e região	75
MS	Campo Grande	17
MS	Dourados	10
SP	São Paulo	13
<b>TOTAL</b>		<b>115</b>

Fonte: A autora -. Jardim/MS - 2007

Quanto ao nível de instrução dos usuários do atrativo santuário Rio da Prata, o resultado obtido foi:

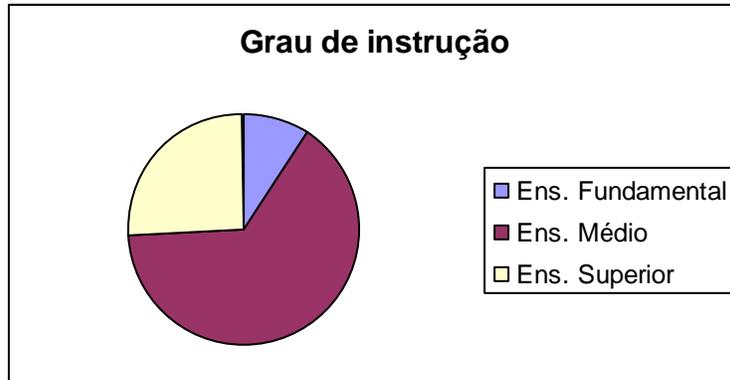


Gráfico 2. Santuário Rio da Prata – Grau de instrução do turista

Fonte: A autora – Jardim/MS – 2007

O grau de instrução dos visitantes do atrativo que teve o maior índice foi o de Ensino Médio. Veja tabela:

Tabela 7. Santuário Rio da Prata - Grau de instrução dos turistas

<b>Ensino Fundamental</b>	<b>Ensino Médio</b>	<b>Ensino Superior</b>	<b>Quantidade</b>
11	74	30	<b>115</b>

Fonte: A autora – Jardim/MS – 2007

Quanto à faixa etária dos turistas de Jardim, este é o resultado que se obteve:

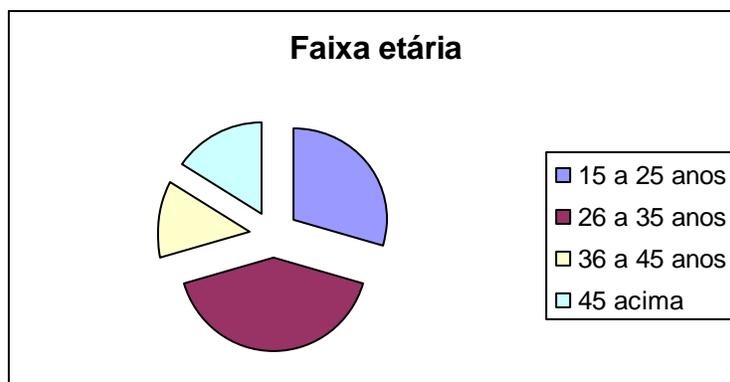


Gráfico 3. Santuário Rio da Prata – Faixa etária do turista

Fonte: A autora – Jardim/MS – 2007

Portanto, a maioria dos visitantes do atrativo Santuário Rio da Prata estão na faixa de 26 a 35 anos e na faixa entre 15 a 25 anos. Confira pelo gráfico abaixo:

Tabela 8. Santuário Rio da Prata - Faixa Etária dos Usuários

<b>Idade</b>	<b>Quantidade</b>
15 a 25 anos	34
26 a 35 anos	47
36 a 45 anos	15
45 anos acima	19
<b>Total</b>	115

Fonte: A autora – Jardim/MS – 2007

Ao se verificar o grau de satisfação dos usuários do atrativo em estudo, este foi o resultado à que se chegou:

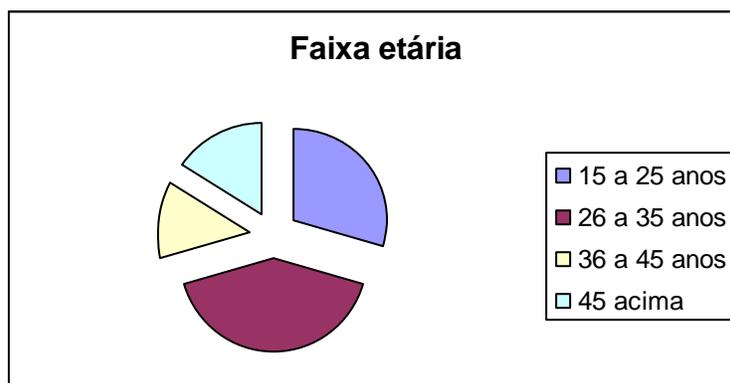


Gráfico 4. Santuário Rio da Prata – Grau de satisfação do turista

Fonte: A autora – Jardim/MS – 2007

Na avaliação dos usuários o grau de satisfação predominou com as classificações regular e bom. Este resultado de certa forma pode ser como otimista quanto à eficácia de um plano de rejuvenescimento do produto oferecido pelo atrativo.

Tabela 9. Santuário Rio da Prata – Grau de satisfação do turista

<b>Ótimo</b>	<b>Bom</b>	<b>Regular</b>	<b>Ruim</b>	<b>Quantidade</b>
09	46	53	07	<b>115</b>

Fonte: A autora – Jardim/MS – 2007

Ao se questionar qual o elemento do meio ambiente que mais chama atenção no atrativo Santuário Rio da Prata, obteve-se o seguinte resultado:



Gráfico 5 Santuário Rio da Prata – O que mais chama atenção no atrativo

Fonte: A autora – Jardim/MS – 2007

A tabela abaixo mostra numérica a escolha entre a fauna, a flora e o Rio da Prata: resultado:

Tabela 10. Santuário Rio da Prata - O atrativo que mais chama atenção

<b>Rio da Prata</b>	<b>Fauna</b>	<b>Flora</b>	<b>Quantidade</b>
67	23	25	<b>115</b>

Fonte: A autora – Jardim/MS – 2007

Como se constatou o Rio da Prata é um dos maiores atrativos do Santuário Rio da Prata, os turistas nele podem se refrescar admirar suas águas cristalinas e seus surpreendentes cardumes de peixes, como dourados, piraputangas, entre outros.

Também se questionou aos entrevistados quais as melhorias necessárias e que devem ser implementadas no atrativo para oferecer maior conforto aos visitantes. Colheu-se o resultado abaixo:

O gráfico abaixo confirma numericamente as informações deste item:



Gráfico 6 Santuário Rio da Prata – Melhorias no empreendimento

Fonte: A autora – Jardim/MS – 2007

Podendo ser melhor expresso seus resultados na tabela abaixo:

Tabela 11. Santuário Rio da Prata - Melhorias no empreendimento

<b>Atendimento</b>	<b>Banheiros</b>	<b>Churrasqueiras</b>	<b>Outros</b>	<b>Quantidade</b>
03	37	69	06	<b>115</b>

Fonte: A autora – Jardim/MS – 2007

Ao se questionar a deficiência apresentada pela infra-estrutura dos equipamentos instalados no atrativo, os resultados apontaram como sendo a área de lazer o equipamento mais deficitário, seguida da questão de sinalização e placas.



Gráfico 7. Santuário Rio da Prata – Estrutura com deficiência no atrativo

Fonte: A autora – Jardim/MS – 2007

Seguem-se as mesmas informações sendo visualizadas através da tabela abaixo:

Tabela 12. Santuário rio da Prata - Estruturas deficientes

Receptivo	07
Sinalização e placas	16
Bancos para assento	11
Área de lazer	77
Outros	04
<b>Total</b>	<b>115</b>

Fonte: A autora – Jardim/MS – 2007

Interessou-se em avaliar quais as ações que poderiam ser desenvolvidas para melhorar o atrativo. O gráfico abaixo aponta os resultados obtidos:

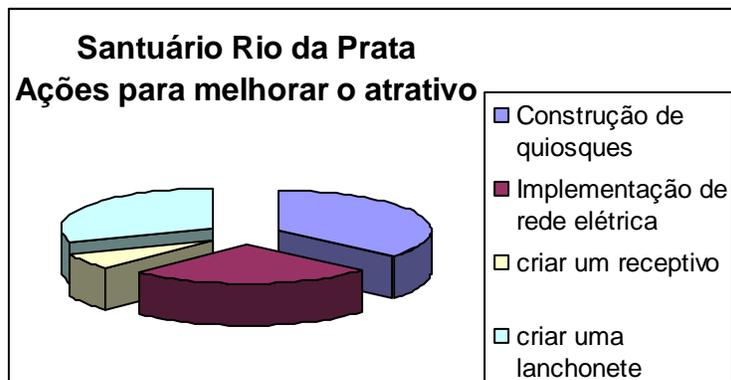


Gráfico 8. Santuário Rio da Prata – Ações para melhorar o atrativo

Fonte: A autora – Jardim/MS – 2007

A construção de quiosques foi apontada como a ação de maior urgência, seguida da instalação da rede elétrica pela área do camping. Veja a tabela:

Tabela 13. Santuário rio da Prata - Ações melhorar o atrativo

Construção de quiosques	42
Implementação de rede elétrica na área de camping	30
Criar um receptivo	08
Criar uma lanchonete	35
<b>Total</b>	<b>115</b>

Fonte: A autora – Jardim/MS – 2007

A satisfação da maioria dos visitantes do atrativo deve-se ao contato com a natureza, pois, desse convívio direto com o meio natural pode-se desfrutar de momentos prazerosos, de descanso, lazer e entretenimento.



Gráfico 9. Santuário Rio da Prata – Você indicaria o atrativo  
 Fonte: A autora – Jardim/MS – 2007

Tabela 14 - Você indicaria o atrativo Santuário Rio da Prata

<b>Sim</b>	<b>Não</b>	<b>Quantidade</b>
104	11	<b>115</b>

Fonte: A autora – Jardim/MS – 2007

Outra informação importante reporta-se á forma de como o visitante tomou conhecimento do atrativo. A resposta confirma por mais uma vez que a informação “boca a boca” ainda surte efeitos surpreendentes.

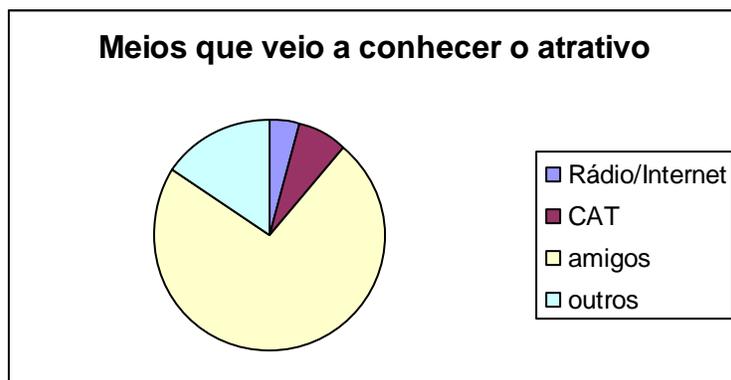


Gráfico 10. Santuário Rio da Prata – Meios que veio a conhecer o atrativo  
 Fonte: A autora – Jardim/MS – 2007

A tabela abaixo permite visualizar o resultado acima numericamente:

Tabela 15. Meios de divulgação do atrativo

<b>Radio / Internet</b>	05
<b>CAT</b>	08
<b>Amigos</b>	84
<b>Outros</b>	18
<b>Total</b>	<b>115</b>

Fonte: A autora – Jardim/MS – 2007

Essa questão foi colocada, pois há uma confusão entre o Recanto Ecológico Rio da Prata, que é um atrativos mais famosos de nossa região, por oferecer mergulho e flutuação em suas águas cristalinas e o Santuário Rio da Prata, que é muito conhecido por Balneário da Beth ou Balneário do Secomandi. Sendo assim, constatou-se o dito por muito de seus entrevistados, que o nome de Santuário Rio da Prata se identifica mais com o atrativo em questão.

A resposta apontada mostra o resultado desta pesquisa no gráfico abaixo:



Gráfico 11. Santuário Rio da Prata – Nome ideal para o atrativo

Fonte: A autora – Jardim/MS – 2007

Na tabela abaixo se representa numericamente o resultado acima:

Tabela 16: Nome ideal para o atrativo

<b>Santuário Rio da Prata</b>	<b>Balneário da Beth</b>	<b>Total</b>
98	17	115

Fonte: A autora – Jardim/MS – 2007

## 6. PROPOSTAS DO PLANO DE AÇÃO

O Estágio Supervisionado realizado no atrativo Santuário Rio da Prata oportunizou a experiência de vivência *in loco* do cotidiano do atrativo, principalmente nos dias de uma ocupação mais intensa da sua real capacidade de suporte. Portanto, pode-se avaliar a infraestrutura atual do atrativo em pleno funcionamento, o que possibilitou a percepção de alguns pontos em discordância em relação à infraestrutura considerada ideal para o tipo de atrativo em discussão.

No sentido de contribuir para uma melhora nas instalações dos equipamentos que compõem a infraestrutura do atrativo, sugerem-se algumas propostas que se procurou fundamentar dentro de uma coerência tal, que poderão ser executadas sem contratempos maiores que não seja o de um pequeno investimento.

Antes de se entrar em detalhe quanto às propostas que serão feitas, entendeu-se como necessário mostrar algumas figuras que mostram ângulos da atual estrutura física do atrativo:



Figura 12: Área de banho (I)

Fonte: Ellen Cunha

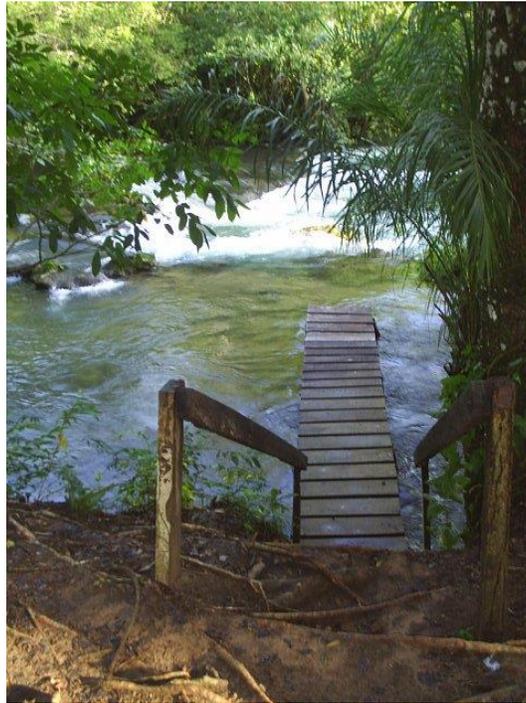


Figura 13: Área de banho (II)

Fonte: Ellen Cunha



Figura 14: Equipamento para acesso ao rio - deck

Fonte: Ellen Cunha



Figura 15: Churrasqueiras

Fonte: Ellen Cunha

### **6.1 – Proposta de nº. 1 – (re) Planejamento da estrutura básica das áreas do balneário e camping**

Segundo Costa “O planejamento físico e o desenho das infra-estruturas ecoturísticas devem ser feitos de maneira a minimizar qualquer impacto negativo que podem ter sobre o meio natural ou o meio cultural”. (2002).

Sendo assim, deve-se buscar a melhora na infra-estrutura física existente no atrativo, e para tal seguem-se algumas sugestões.

Todos os equipamentos de sanitários necessitam adequar-se às necessidades dos visitantes, sendo que nos sanitários feminino e masculino instalados na proximidade da área

de camping bem como do rio, há necessidade de se instalar chuveiros propiciando que o visitante possa fazer sua higiene com mais cuidado. O único equipamento que possui esta finalidade está instalado na casa de apoio na sede da fazenda, um pouco distante da área de camping e do rio.

Também, há necessidade de se modificar a estrutura das churrasqueiras existentes bem como a sua distribuição pela área onde deverão estar instaladas. Recomenda-se que possa ser feito um estudo para se avaliar efetivamente a capacidade de carga turística do atrativo, sendo que nessa avaliação deverão ser considerados os equipamentos que serão instalados no atrativo como um todo, e particularmente na área onde deverão ser instaladas as churrasqueiras. Convém lembrar que a distribuição das churrasqueiras nessa área deve ser muito bem dimensionada para que não haja concentração exagerada destes equipamentos, evitando-se assim prejudicar o bem estar e conforto dos visitantes.

Quanto ao sistema de coleta do lixo nesse espaço, há necessidade de se instalar 02 (dois) conjuntos de coleta seletiva (papel/papelão, plásticos, vidros, latas e resíduos orgânicos), observando-se a sua instalação de forma espacial, ou seja, 01 (um) conjunto próximo aos quiosques e outro conjunto nas proximidades da área de banho.

A organização sistema de coleta de lixo no empreendimento facilita que este problema possa ser gerenciado tanto pelos proprietários e funcionários do empreendimento, quanto pelos visitantes que automaticamente estarão pré-reciclando o lixo produzido por eles mesmos.

Quanto à área para estacionamento de veículos, também, há que se tomar algumas providências, tais como a delimitação de um espaço específico para esse fim, e sinalizações adequadas para o uso de espaços referentes a estacionamento de veículos.

Há necessidade premente de se dotar o equipamento de novos decks na área do balneário, para facilitar que o usuário adentre o rio com segurança, bem como construir passarelas de madeira para circulação pelas áreas de maior fragilidade do entorno do

atrativo. Outra providência a ser tomada está relacionada ao sistema de placas de sinalizações e informações dos regulamentos do atrativo, que devem ser espalhadas eqüitativamente pela área, sem causar efeitos óticos negativos, orientando o uso do espaço pelo visitante dentro dos critérios de sustentabilidade.

### **6.1.1 – Ações da proposta**

A instalação dos chuveiros nos sanitários masculino e feminino requer os serviços de um profissional da área de conhecimentos sobre instalações hidráulicas. Aparentemente, essa tarefa é tida como bastante simples, todavia, a instalação dos equipamentos por leigos poderá incorrer em falhas de vedação, pressão da água, e outros pormenores relativos a essa natureza de serviços.

A água que irá abastecer os banheiros é da caixa d'água abastecida por uma mina próximo ao local, instalações essas já adaptadas nas descargas dos sanitários.

Quanto aos equipamentos das churrasqueiras, o ideal seria que o proprietário do empreendimento removesse todas, substituindo-as por outras previamente analisadas e adequadas para o uso de balneários e em consonância com as características estéticas do ambiente no qual o atrativo está inserido.

Em relação aos equipamentos de coleta seletiva de lixo, fica a critério do proprietário a aquisição dos conjuntos em lojas ou fábricas deste material. Outra alternativa seria a de usar de criatividade e criar o seu próprio modelo, identificando as lixeiras com um emblema ou ícones do atrativo se estes existirem.

Ao que se refere área para estacionamento de veículos, depois de delimitada esse espaço poderá ser mapeado, tendo seu espaço dividido em outros menores cujo número

deverá atender o seu nível de capacidade. Esse trabalho poderá ser orientado por um técnico do DETRAN, que entre outros profissionais possui esta habilidade.

Como os decks instalados já estão com sua estrutura desgastada pela ação do tempo, devem ser substituídos com certa urgência. A implantação das passarelas de madeira não deixa de ser outra necessidade básica que além de proteger o ambiente, também protege os visitantes evitando que os mesmos possam ter contato direto com eventuais animais peçonhentos e outros.

Finalmente, em relação às placas de sinalizações e informações turísticas, deverá ser feita uma investigação de quais e quantas placas devem ser instaladas, e quais os pontos estratégicos existentes no atrativo para instala-las. O material para esses equipamentos poderá ser madeira destinada para reaproveitamento normalmente encontrada nas áreas de entorno do atrativo.

## **6.2 – Proposta nº. 2 - Implantação da rede elétrica na área de camping do atrativo e dos conjuntos sanitários**

Expandir a rede elétrica para a área de camping, visto que a rede elétrica se estende em toda a sede da fazenda e na casa de apoio, sendo a distancia a percorrer de fios e postes de aproximadamente 1000 m de distancia. A fiação será adquirida a partir da análise de orçamentos, e os postes retirados da mata nativa os que já estiverem caídos de acordo com a licença ambiental concedida ao proprietário do atrativo.

### **6.2.1 – Ações da proposta**

Expandir a rede elétrica para a área de camping, visto que a rede elétrica se estende apenas na sede da fazenda e na casa de apoio. Essa extensão é de aproximadamente 1000 metros de distância da casa de apoio à área de camping e balneário.

Os postes para auxiliar na condução da rede elétrica, podem ser de madeira que estão licenciadas para reaproveitamento no próprio atrativo, havendo necessidade apenas de uma autorização dos órgãos ambientais que normalmente fazem este controle a exemplo do IBAMA.

Para execução deste trabalho, normalmente se contrata equipe técnica na área de extensão de rede elétrica por áreas naturais e rurais, pois, são técnicos com conhecimentos específicos. Esta equipe fará o orçamento dos custos de material de consumo ( fios, cabo duplex, lâmpadas, soquetes, tomada) e mão-de-obra.

### **6.3 Proposta nº. 3 – Construção de Quiosques**

Este equipamento inexistente no atrativo, e sua ausência é notada pelos visitantes, por isso, sugere-se a construção de 03 (três) quiosques, para adequação e experimento dos visitantes do atrativo.

O estilo de construção dos mesmos deve seguir o modelo rústico que é adotado na região, utilizando para sua cobertura a palmeira conhecida como bacuri ou outra similar. Estes com material bem rústico, buscando manter a identidade do local.

Estes equipamentos deverão conter pias com água encanada, churrasqueiras e instalações elétricas para possibilitar o uso de aparelhos eletrodomésticos (liquidificador, ventiladores, rádios, som, etc), mesa, bancos, estantes para acomodar equipamentos de cozinha.

#### **6.3.1 - Ações da proposta**

Ainda há facilidade para se encontrar na região pessoas que conhecem técnicas artesanais de construção rústica utilizando madeira e fibra vegetal como o “bacuri”. Executam essa tarefa por preços módicos. Amadeira a ser utilizada será obtida da mesma forma que já se informou em relação aos demais equipamentos. Quanto às palmeiras para a cobertura podem ser extraídas da própria localidade que é rica nesse tipo de palmeira – o “bacuri”.

A área demarcada para a construção dos quiosques deverá ser de uma distância mínima de 150 metros da margem do Rio da Prata, conforme Lei Estadual nº. 1.871, de 15 de Julho de 1998, mantendo sempre a paisagem original do local, ver anexo nº. 06.

#### **6.4 – Proposta nº. 4 – Construção equipamentos de lazer: construção quadra de vôlei de areia, campo de futebol, equipamento de tirolesa e redário.**

Na sua abordagem sobre a gestão dos espaços turísticos e das instalações de equipamentos turísticos, Ruschmann (1997, p. 131- 137) adverte quanto à questão de recreação que se costuma dividir em diferentes categorias (Vera Guardia 1991): jogos, atividades ao ar livre, Hobbes, esportes, cultura, arte e atividades sociais que geralmente requerem instalações e equipamentos específicos.

No atrativo Santuário Rio da Prata, há como se instalar uma quadra de vôlei de areia, esporte que se adapta tanto para jovens quanto para adultos. Por outro lado, há espaço para essa atividade, lembrando ainda que essa mesma seja apreciada tanto como esporte quanto lazer.

O campo de futebol também pode ser implantado, uma vez que os visitantes que acampam, normalmente ficam entre dois ou mais dias e gostam de uma peleja futebolística como se costuma dizer.

A tirolesa é um atrativo complementar utilizado nos balneário que propiciam condições, sendo bastante apreciado pelos usuários. E, pode ser instalado no atrativo em estudo.

O uso de redes se constitui em hábito comum em nossa região - MS, o que estimula em todos os atrativos turísticos a instalação de redários (área para armar redes para pequenos intervalos de descanso). Este equipamento de técnica artesanal poderá ir do mais sofisticado ao mais simples, de acordo com o ambiente em que está sendo instalado. Como há sombras propiciadas pelas árvores distribuídas de forma abundante pela área do camping, há como se delimitar uma área apropriada para a sua instalação.

Ainda segundo Ruschmann, o planejamento de áreas, espaços e instalações para recreação envolvem a análise cuidadosa dos fluxos e da circulação de pessoas.

Portanto, a adequação da área de lazer no Santuário Rio da Prata para a construção de uma quadra de vôlei de areia, campo de futebol, instalação do equipamento de tirolesa e do redário precisará de uma análise para se avaliar o seu uso e horários de tal forma que a utilização simultânea dos mesmos não crie sobre carga turística.

#### **6.4.1 - Ações da proposta**

A primeira iniciativa deve partir da escolha das localidades para se instalar os equipamentos mencionados: 01 - área para se instalar a quadra de vôlei de areia; 02 - área para o campo de futebol; 03 - área para o redário; 04 - área para a instalação da tirolesa.

Para que esses equipamentos proporcionem lazer e recreação propriamente, deve-se tomar o cuidado para não instalar os equipamentos mencionados de forma concentrada, ou seja, um ao lado do outro dentro do mesmo espaço.

Dentro da estrutura física do atrativo a quadra de vôlei e o campo de futebol assumem feições de macro equipamentos, por isso, deverão utilizar espaços abertos e livres de outras instalações.

Apesar de aparentemente simples, estes equipamentos exigem conhecimentos técnicos para a sua instalação. Embora na localidade possa ser encontrada areia para a quadra de vôlei, a prática do esporte em si exige impermeabilidade e textura adequada da areia e outros requisitos, o que comprova a necessidade de se elaborar um projeto prévio para estes estudos.

Para a instalação da tirolesa, existem cálculos a ser feito para a instalação da base de apoio, dos cabos e sua extensão. Também há necessidade de se conhecer a profundidade do local onde o usuário do equipamento irá saltar na água, que não pode ser muito raso, e se muito fundo é desaconselhável em virtude de riscos de segurança que o usuário possa correr.

O redário requer espaço apropriado por se tratar de uma área de descanso. Nesse espaço também deverá ter número limitado de armadores para as redes o que será calculado através da capacidade de suporte do atrativo e da área destinada para as instalações deste equipamento.

Com estas colocações ficam justificadas as advertências dos estudiosos quanto aos critérios utilizados para o uso e instalações de equipamentos em áreas naturais. Entre eles, Ruschmann, que alerta:

Para que o desenvolvimento do turismo ocorra de forma equilibrada é necessário estabelecer critérios para a utilização de espaços de acordo com as suas características, fragilidade dos ecossistemas naturais e a originalidade cultural das populações receptoras. (1997, p. 127)

Para que se possam dimensionar os espaços existentes nos quais poderão ser implantadas as estruturas sugeridas, estamos expondo as imagens que se segue:



Figura 16: Área de camping

Fonte: Ellen Cunha



Figura 17: Área para estacionamento

Fonte: Ellen Cunha



Figura 18: Área para a construção de “quiosques”

Fonte: Ellen Cunha

## **6.5 – Elaboração de novo plano de marketing**

Desenvolver um plano de marketing que priorize a confecção de um folder e abertura de uma página na Internet para divulgar o atrativo.

### **6.5.1 Ações da proposta**

Segundo Krippendorf, o marketing turístico é:

A adaptação sistemática e coordenada das empresas de turismo, tanto privada como do Estado; no plano local, regional, nacional e internacional, visando à plena satisfação das necessidades de determinados grupos de consumidores, obtendo, com isso, um lucro apropriado.

Com a definição de marketing que se expôs fica clara a importância de desenvolver um plano onde se “distribua” o atrativo para seus consumidores. O turismo é colocado no mercado como um produto intangível, onde se compra uma experiência que só pode ser avaliada após ser vivida.

Assim, acredita-se que o marketing, a divulgação das imagens do local, do que pode ser vivenciado no local, poderá influenciar na vontade e no desejo dos turistas de desfrutarem desse lugar. Logrando êxito, este plano poderá devolver ao Santuário Rio da Prata sua antiga demanda.

## **7. VIABILIDADE ECONÔMICA**

As sugestões feitas para se (re) estruturar o atrativo Santuário Rio da Prata estão dentro de uma ampla possibilidade de excussão, ou seja, o custo de todas as ações propostas não está relacionado a valores impraticáveis.

Dispondo de grande potencial, o Santuário Rio da Prata tem grandes possibilidades de alavancar-se no segmento do turismo, visto que no seu histórico já teve temporadas de destaque no turismo local e nacional. Mais voltado para atividade da pecuária, seus proprietários não acompanharam o andamento da atividade e perderam significativamente sua demanda. Todavia, nada impede que se avalie o ciclo de vida deste atrativo para conhecer o seu estágio e se posicionar quanto às estratégias para o seu rejuvenescimento.

Nesta nova estrutura que se ousou propor para o Santuário Rio da Prata, a madeira para a construção dos equipamentos poderia onerar consideravelmente os custos dos novos investimentos, no entanto, este recurso é abundante na área de entorno do atrativo, sendo que a sua utilização é possível mediante projeto junto aos órgãos fiscalizadores do meio ambiente. Aliás, existe uma licença ambiental expedida pelo Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis – IBAMA do ano de 2004, que autoriza o proprietário da área a fazer reaproveitamento de parte dos recursos disponíveis para tal fim.

## 8. CRONOGRAMA DE IMPLANTAÇÃO DAS PROPOSTAS

**As propostas sugeridas serão novamente relacionadas neste espaço para melhor se visualizar e discutir o seu prazo de implantação.**

- Proposta de nº. 1 – (re) Planejamento da estrutura básica das áreas do balneário e camping;
- Proposta nº. 2 - Implantação da rede elétrica na área de camping do atrativo e dos conjuntos sanitários;
- Proposta nº. 3 – Construção de Quiosques;
- Proposta nº. 4 – Construção equipamentos de lazer: construção quadra de vôlei de areia, campo de futebol, equipamento de tirolesa e redário;
- Proposta nº. 5 - Elaboração de novo plano de marketing.

Segundo Molina a dimensão temporal do planejamento pode ser classificada como:

- De curto prazo – que chega até cinco (05) ou sete (07) anos;
- De médio prazo – dos cinco (05) ou (07) sete anos até quinze (15) ou vinte (20) anos;
- De longo prazo – períodos superiores a quinze (15) ou vinte 20 anos;

Optou-se pelo plano de curto prazo que se estende até cinco anos ou sete anos, entendendo que todas estas propostas podem ser executadas no prazo de no máximo três anos.

Tabela 17. Cronograma de Execução Física das Propostas

<i>PROPOSTAS</i>	<i>PRAZO</i>
01. (re) Planejamento da estrutura básica das áreas do balneário e camping	01 a 03 anos
02. Implantação da rede elétrica na área de camping do atrativo e dos conjuntos sanitários	06 meses a 01 ano
03. Construção de Quiosques	01 a 03 anos
04. Construção equipamentos de lazer: construção quadra de vôlei de areia, campo de futebol, equipamento de tirolesa e redário	01 a 03 anos
05. Elaboração de novo plano de marketing	06 meses a 01 ano

Fonte: A Autora – Jardim/MS - 2007

## 9. RESULTADOS ESPERADOS

Primeiramente quero dizer da satisfação de realizar este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) que se achou pertinente intitular “Análise do Potencial Turístico e Planejamento da Estrutura Física do Santuário Rio da Prata – Município de Jardim/MS”. Satisfação em duplo sentido, pois, além de investigar cientificamente o atrativo jardinense Santuário Rio da Prata, este estudo irá dar base para o início às tarefas de bacharel em turismo.

A oportunidade oferecida pelos proprietários do atrativo Sr. José Secomandi e Sra. Elizabeth, para que aí fosse possível estagiar o tempo necessário, presenciando e observando o funcionamento cotidiano do atrativo, pode igualar-se ao carpinteiro que com martelos e pregos nas mãos dá os seus primeiros passos rumo ao aperfeiçoamento de seus conhecimentos profissionais.

Muito significativo, também, se considera o fato de que este estudo se reporte a um tema da localidade, ou seja, do município de Jardim/MS, que se mostra carente de estudos e pesquisas na área do turismo, bem como de pessoas interessadas em desenvolvê-los.

Pontua-se no momento, que nesta localidade como nos demais núcleos receptores do destino Serra da Bodoquena, o turismo floresceu e se desenvolveu de forma espontânea, entretanto, não houve ações no sentido de planejar de forma sustentável a existência da atividade, que em tão pouco tempo já começou a prenunciar colapso. Tal informação é desalentadora, pois poucas localidades do mundo dispõem do potencial turístico existente neste importante ecossistema.

A conscientização de que o turismo requer ações planejadas de forma criteriosa para promover o seu desenvolvimento nos diferenciados espaços por onde ocorre, e em detrimento dos diferentes segmentos que abarca, ainda é matéria recente e pouca aceita por aqueles que norteiam os destinos desta atividade. Tanto é que poucas são as organizações

gestoras do turismo no âmbito municipal e estadual que possuem em suas equipes o profissional bacharel em turismo. Normalmente o turismo tem sido gerenciado amadoristicamente por todo o território nacional. Há uma corrente no setor que a cada vez mais engrossa as suas fileiras de adeptos da “teoria do achismo”, ou seja, de pessoas leigas na área, que tendo apenas a sensação de “que desta ou daquela forma” dará certo, assina a falência de um núcleo receptor antes mesmo da sua consolidação no mercado. Outros tantos, sendo mal gerenciados ficam por prolongados períodos estagnados à mercê de fórmulas capazes de reativá-los dentro das características de suas potencialidades. Mas nem sempre se encontra profissionais dessa área (planejamento turístico) com capacidade para se avaliar o estágio de vida de um destino ou atrativo turístico e traçar diretrizes e plano de ações para possibilitar o seu rejuvenescer.

Com estas considerações se pretende alertar os investidores do setor, os gestores do turismo, as populações receptoras e o público em geral, de que Turismo é uma atividade que necessita ser avaliada previamente, que o seu sucesso e o seu retorno não possuem o código da Lâmpada Maravilhosa de Aladim, que com um piscar de olhos mostra sua eficiência ao usuário. O Turismo poderá ser vetor de desenvolvimento de uma localidade, podendo gerar novas rendas, novos empregos, contribuir para desconcentração de rendas de uma região, elevar a qualidade de vida dos seus habitantes, equiparem as localidades turísticas de infra-estrutura básica, infra-estrutura de cesso e infra-estrutura turísticas condizentes para que a atividade possa se desenvolver, respeitando-se a vocação turística natural dos núcleos receptores e suas potencialidades, bem como permitindo às populações anfitriãs a sua participação efetiva no processo de desenvolvimento da atividade.

E, finalizando deixamos nosso apelo para os órgãos ambientais no sentido de reforçar suas exigências no sentido de autorizar a instalação de novos empreendimentos turísticos na região da Serra da Bodoquena, e particularmente no Município de Jardim/MS, sob pena de que os recursos existentes para essa e outras atividades necessárias à sobrevivência do homem nesse espaço irão desaparecer sem deixar vestígios. Aos gestores públicos do turismo, nosso apelo no sentido de se promover o turismo com finalidade apenas de preservar o patrimônio natural e cultural e das populações anfitriãs,

oportunizando às mesmas promover através do turismo a sua própria inclusão no contexto social. Aos educadores, apelamos esforços concentrados no sentido de informar os pequenos aprendizes o valor do patrimônio natural e cultural da sua terra. E aos bacharéis em turismo a confiança de que com o martelo e pregos nas mãos podemos pregar os princípios contidos no Código Mundial de Ética do Turismo, permitindo dessa forma que a atividade turística possa garantir a existência humana nos próximos milênios.

## 10. REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO

BARRETO, M. *Planejamento e Organização em Turismo*. Campinas, SP: Papirus, 1991, 108 p;

BENI, M. C. *Análise Estrutural do Turismo*, 6ª ed. São Paulo, SP: SENAC, 2001, 516 p;

BISSOLI, M. A. M. A. *Planejamento Turístico Municipal com suporte em sistemas de informação*, 3ª ed. São Paulo, SP: Futura, 1999, 170 p;

COSTA, P. C. *Ecoturismo*, São Paulo, SP: Aleph, 2002, 86 p;

DIAS, Reinaldo. *Introdução ao Turismo*. São Paulo, SP : Atlas, 2005, 178 p;

WEARING S. e NEIL J. *Ecoturismo: Impactos, Potencialidades e Possibilidades*. Barueri, SP: Manole, 2001, 256 P;

FOTOGRAFIAS do Município e Mapa do Estado apresentadas. Disponível em: <http://www.jardim.ms.gov.br/site/>. Acesso em: 03 mar. 2007.

HALL, C. M. *Planejamento Turístico: Políticas, processos e relacionamentos*, São Paulo, SP: Contexto, 2001, 296 p.

LINDBERG, K. e HAWKINGS, D. E. *Ecoturismo: Um guia para planejamento e gestão*, 4. ed. São Paulo, SP: SENAC, 2002, 288p.

MAPA do Brasil, apresentado. Disponível em: <http://www.brasil-turismo.com/geografia.html> , acessado em: 04 mar. 2007.

MOLINA, S. *Turismo: metodologia e planejamento*, Bauru, SP: Edusc, 2005, 126 p.

PETROCCHI, M. *Gestão de Pólos Turísticos*, São Paulo, SP: Futura, 2001, 453 p;

ROSE, Alexandre Turatti de. *Turismo: Planejamento e Marketing*. Barueri, SP: Manole, 2002, 143 p;

RUSCHMANN, D. V. de M. *Turismo e Planejamento Sustentável: A Proteção do Meio Ambiente*, 7. ed. Campinas, SP: Papirus, 1997, 199 p.

RUSCHMANN, D. V. de M. *Marketing Turístico: Um enfoque promocional*, 9ª ed. Campinas, SP: Papirus, 1990, 124 p;

SWARBROOKE, J. *Turismo Sustentável: Turismo Cultural, Ecoturismo e Ética*, vol. 5. São Paulo, SP: Aleph, 2000, 125 p;

## **ANEXOS**