

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MATO GROSSO DO SUL
UNIDADE UNIVERSITÁRIA DE CAMPO GRANDE
CURSO DE TURISMO COM ÊNFASE EM EMPREENDEDORISMO E
POLÍTICAS PÚBLICAS**

VANESSA SANTANA MORINIGO

**A IMPORTÂNCIA DO CITY TOUR PARA O DESENVOLVIMENTO DO
TURISMO EM CAMPO GRANDE - MS**

**CAMPO GRANDE – MS
2014**

VANESSA SANTANA MORINIGO

**A IMPORTÂNCIA DO CITY TOUR PARA O DESENVOLVIMENTO DO
TURISMO EM CAMPO GRANDE - MS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado em formato de Artigo Científico para obtenção do título de Bacharel em Turismo, da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul – Unidade Universitária de Campo Grande.

Orientador: Prof. Me Rodrigo Hakira Minohara.

**CAMPO GRANDE – MS
2014**

M85i Morinigo, Vanessa Santana

A importância do City Tour para o desenvolvimento do turismo em Campo Grande-MS/ Vanessa Santana Morinigo. Campo Grande, MS: UEMS, 2014.

23p. ; 30cm

Artigo (Graduação) – Turismo – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul, 2014.

Orientador: Prof. Me. Rodrigo Hakira Minohara.

1. Turismo 2. Campo Grande (MS) - turismo 3. City Tour – roteiros turísticos I. Título

CDD 23.ed. - 790.18

É concedida a Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul, permissão para reproduzir cópias desse trabalho de TCC somente para propósitos acadêmicos e científicos.

Vanessa Santana Morinigo



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MATO GROSSO DO SUL

UNIDADE UNIVERSITÁRIA DE CAMPO GRANDE

CURSO DE TURISMO

Ficha de Aprovação de TCC

TERMO DE APROVAÇÃO

A IMPORTÂNCIA DO CITY TOUR PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO
EM CAMPO GRANDE/MS

Por

VANESSA SANTANA MORINIGO

Este Trabalho de Conclusão de Curso em formato de Artigo Científico intitulado “A IMPORTÂNCIA DO CITY TOUR PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO EM CAMPO GRANDE/MS” foi apresentado em 26 de Novembro de 2014 como requisito para a obtenção do título de Bacharel em Turismo. A acadêmica foi arguida pela Banca Examinadora composta pelos professores abaixo assinados. Após deliberação, a Banca Examinadora considerou o trabalho Aprovado.

Prof. Me. Rodrigo Hakira Minohara
Orientador

Prof. Dra. Daniela Sottili Garcia
Membro titular

Prof. Dr. Djanires Lageano Neto
Membro titular

Dedico a Deus em primeiro lugar, pois Ele é meu refúgio e fortaleza, sempre está ao meu lado, me ajudando a superar as dificuldades.

As pessoas que amo incondicionalmente, minha família, que me apoiaram em todos os desafios e nunca me deixaram desistir, sempre acreditando em mim.

AGRADECIMENTOS

A minha família, a base de tudo que sou.

Ao meu orientador, Rodrigo Hakira Minohara, que me mostrou os caminhos, pela orientação e apoio para chegar até chegar ao final do trabalho.

A todos os professores, por me proporcionarem conhecimentos, aos quais mesmo sem nominá-los terão meu eterno agradecimento.

Aos professores da banca examinadora, que contribuíram para o final deste trabalho.

A Kelly Almeida, por me conceder informações referente ao meu trabalho e pela oportunidade de conhecer melhor o funcionamento do objeto desse trabalho.

Aos gestores, que colaboraram na entrevista.

A Vilma Santana, minha mãe, tão doce e amável, conselheira, mulher sábia, seu cuidado e dedicação me fizeram seguir até o final deste trabalho.

Ao Ranulfo Morinigo, meu pai, sempre transmitindo força e segurança para seguir em frente.

A Yara Santana Morinigo e Ana Beatriz Santana Morinigo, pela paciência e compreensão de muitas vezes deixar de seus compromissos para estar ao meu lado, dando força e coragem como verdadeiras irmãs que são.

As minhas amigas, Marta Melo, Liliane Nunes, Naiara Silva e Aldenora Lima, pela paciência, pelo apoio, pelo companheirismo e pelo incentivo nos momentos de dificuldades, sempre demonstrando carinho e amizade.

A todos que contribuíram direta ou indiretamente para minha formação.

E a Deus por me permitir esta conquista, pois Bem aventurado os que confiam no Senhor, e só por Ele consegui chegar até aqui.

A IMPORTÂNCIA DO CITY TOUR PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO EM CAMPO GRANDE/MS¹

THE IMPORTANCE OF THE CITY TOUR FOR TOURISM DEVELOPMENT IN CAMPO GRANDE/MS

Vanessa Santana Morinigo²

Rodrigo Hakira Minohara³

RESUMO

O turismo hoje é uma das atividades que mais vem crescendo e gerando renda no mundo, essa atividade se tornou possível devido ao desenvolvimento urbano e a partir da evolução dos meios de transportes. Considerando que os meios de transportes são a essência para o desenvolvimento do turismo, o City Tour é fundamental e indispensável, pois é uma das formas de apresentar a cidade e seus pontos turísticos para os visitantes, um elemento essencial para o desenvolvimento do turismo local. Sendo assim esse estudo tem como objetivo analisar a importância do City Tour para desenvolvimento do turismo no município de Campo Grande/MS. O método utilizado foi exploratório de natureza qualitativa e os meios empregados para coleta e análise dos dados foram desenvolvidos a partir de material bibliográfico que conceitua cinco temáticas principais: Turismo, Agências e Transporte, Agências de Viagens, Roteiros Turísticos e City Tour. Após a coleta, os dados foram selecionados e sistematizados, cuja análise privilegiou o método descritivo de interpretação e explicação da importância do City Tour para o desenvolvimento do turismo em Campo Grande/MS.

Palavras-chaves: Desenvolvimento; Meios de Transportes; Roteiros Turísticos.

ABSTRACT

Tourism is one of the activities that is rapidly growing and generating more and more income, these activities were made possible due to the rapid evolution and development of Urban areas and also means of transport. Whereas the means of transport are the essence for the development of tourism, City Tours are fundamental and indispensable as it is one way of presenting the city and its sights to its visitors, it is an essential element for the development of local tourism. Therefore these studies aims to examine the importance of the City Tour for tourism development in Campo Grande/MS. The methods used were of a qualitative and exploratory nature and the means used to collect and analyze the data were developed from bibliographic materials which defines five main themes: Tourism, Transport Agencies, Travel Agencies, and Tourist Routes and City Tour. After collection, the data was selected and systematized, in which the analysis will focus on the descriptive method of interpretation and explanation of the importance of the City Tours for the touristic development in Campo Grande/MS.

Keywords: Development; Means of Transport; Tourist Routes.

¹Artigo submetido para a Revista Turismo Visão e Ação.

²MORINIGO, V. S. Discente do Curso de Turismo - Ênfase em Empreendedorismo e Políticas Públicas – UEMS, Unidade Universitária de Campo Grande, MS. E-mail: wanessamorinigo@hotmail.com.

³MINOHARA, R. H. Orientador, Professor Mestre do Curso de Turismo - Ênfase em Empreendedorismo e Políticas Públicas – UEMS, Unidade Universitária de Campo Grande, MS. E-mail: rminohara@uems.br.

1 INTRODUÇÃO

A atividade turística vem ganhando destaque e é uma das atividades que vem gerando fonte de renda e contribuindo com empregos diretos e indiretos e consequentemente ajudando a movimentar o setor econômico. Pode se dizer que é um setor que está em desenvolvimento sendo pouco explorada, mas atraindo muitos olhares de investidores do setor turístico (Organização Mundial do Turismo – OMT, 2001).

O setor do turismo se caracteriza não só pela quantidade de elementos que é composta, mas, também pelos diferentes setores econômicos do seu desenvolvimento, favorecendo a criação de empregos, no qual gera renda, equilibra a balança de pagamentos, aquece a atividade empresarial entre outros.

Assim a “atividade turística tem uma grande importância na economia devido a sua elevada contribuição para a geração de valor agregado bruto na região receptora” (OMT, 2001, p. 10). Sendo assim os segmentos turísticos podem ser estabelecidos a partir dos elementos de identidade da oferta e também das características e variáveis da demanda.

No Brasil pode se dizer que o turismo esta crescendo, principalmente em relação à atividade socioeconômica e seu caráter multidisciplinar, onde existe uma ausência de definições conceituais claras que definam a atividade turística, mas que todas colaboram no aprofundamento de entendimento do turismo. (OMT, 2001).

As modalidades que o setor do turismo oferece são inúmeras, levando em consideração o turismo no Brasil, destaca-se os seguintes segmentos: turismo de sol e praia, o turismo cultural, o turismo urbano, o turismo voltado para a natureza, o turismo rural, o turismo de aventura, o turismo de negócio, entre outros. São vários os segmentos do turismo que podem ser divididos em subsegmentos. (DIAS, 2005).

Essa grande quantidade de segmentos e subsegmentos existentes se dão pelo fato do país apresentar grande extensão territorial, favorecendo assim uma vasta diversidade natural, cultural, entre outros. Entretanto a atividade turística é relativamente nova no país.

Segundo Sottili (2013), pode se dizer que o estado de Mato Grosso do Sul teve sua atividade turística iniciada na década de 1970 por meio do segmento de pesca onde os principais destinos eram da região do Pantanal sul-matogrossense, Aquidauana, Miranda, Corumbá, Porto Murtinho, Coxim e Rio Verde de Mato Grosso. Deste modo percebe-se que a capital Campo Grande não era considerada como um destino turístico, atuando mais como cidade “corredor” onde os turistas apenas passavam sem nenhuma programação turística. Contudo Campo Grande se destaca como turismo de negócios, segundo DIAS (2005, p. 74) “Turismo de negócio é um tipo de turismo essencialmente urbano e que não é afetado pela sazonalidade, podendo ocorrer durante o ano todo”.

O mercado de agências de viagens, também vem aumentando a cada dia e cada vez menos amparadas do apoio das companhias aéreas, redes hoteleiras e operadoras de turismo, que estão em processo de concorrência pela busca de novos clientes diretos e pela fidelização dos mesmos.

Para uma empresa que oferece serviços turísticos, entre dezenas de outras que dispõem dos mesmos produtos, é necessário conhecer bem e saber explorar adequadamente os recursos, procurando se diferenciar na qualidade do atendimento prestado.

Sendo assim, é importante ressaltar que o mercado está cada vez mais competitivo, onde quase sempre as aquisições feitas pelas empresas são dos mesmos produtos, as mesmas encontram-se sem um foco estratégico, ou seja, sem saber qual rumo tomar para manter-se no mercado.

Assim, o mercado turístico vem se fortalecendo e se expandindo oferecendo oportunidades para empreendimentos de grande, médio e pequeno porte. Mas em função

desse desenvolvimento, o público turístico busca equipamentos e serviços com qualidade de custo-benefício, além de alternativas variadas e de diferenciais.

Pensando como um diferencial neste mercado turístico competitivo, buscou-se trabalhar com a problemática de indagar qual a importância do City Tour para o turismo na capital?. O que possibilitou responder ao objetivo geral, foi analisar a importância do City Tour para o desenvolvimento turístico de Campo Grande/MS. Dessa forma procurou-se a fundamentação teórica em estudos de Turismo, Agências e Transportes, Agências de viagens, Roteiros Turísticos e City Tour. Como também buscou resposta aos objetivos específicos propostos como: compreender a relação entre o turismo e City Tour; descrever a operacionalização do City Tour Oficial de Campo Grande/MS; e identificar as vantagens e desvantagens causados pelo City Tour em Campo Grande/MS.

2 TURISMO

Diversos autores buscam a definição de turismo, não mostrando facilidade em chegar a uma conclusão firme e sem ambiguidade de tal fenômeno. A multiplicidade desse fenômeno tem dificultado essa aceção, uma vez que cada autor o aborda segundo uma óptica específica e, por isso mesmo, limitada.

Essa dificuldade de encontrar uma definição global do que se entende por turismo advém do fato de entendermos que ele é, antes de mais nada, um estado de espírito, uma atitude, um comportamento, uma experiência pessoal que, como tal, não é passível de definição. Após uma longa análise e consulta bibliográfica, segue algumas citações desse fenômeno e da sua abrangência nos mais variados âmbitos.

Segundo a Organização Mundial do Turismo - OMT (2001, p. 102) o turismo corresponde a:

Atividades realizadas por indivíduos durante as suas viagens e estadas em lugares distintos da sua residência habitual, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano e com fins de lazer, negócios ou outros motivos, e em que o turista é um visitante que permanece, pelo menos uma noite, num alojamento coletivo ou particular, no lugar visitado.

Esta seria a definição mais simples, mais direta, contudo o turismo envolve uma série de condições que convém assinalar, podendo ser definido ou percebido como um acontecimento complexo implicando um sentido de relações sociais em muitas esferas da vida social.

Dentro desse contexto tem-se a definição proposta por Gastal (2007, p. 11) que seria um campo de práticas históricas sociais que implicam o deslocamento das pessoas em ocasiões e lugares distintos daqueles do seu dia a dia. Um deslocamento repleto de subjetividade, que proporciona o afastamento concreto e ao mesmo tempo simbólico do cotidiano em que estão envolvidos novos comportamentos e atividades que ocorrem em busca da felicidade.

O conceito de turismo proposto por Mário Beni (1998, p. 37) destaca que:

[...] um elaborado e complexo processo de decisão sobre o que visitar, onde e a que preço. Nesse processo influem vários fatores de realização pessoal

e social de natureza motivacional, econômica e cultural, ecológica e científica que ditam a escolha dos destinos, a permanência, os meios de transporte e o alojamento, bem como o objetivo da viagem em si e para a fruição tanto natural como subjetiva dos conteúdos de sonhos, desejos, de imaginação projetiva, de enriquecimento histórico-humanístico, profissional e de expansão de negócios.

Verifica-se que o conceito apresentado é bastante amplo em que coloca o turismo como algo que não é fácil, já que envolve decisões a serem tomadas em vários aspectos. Assim, para esse autor turismo apesar de ser uma prática prazerosa deve ser muito bem pensada e planejada, caso contrário pode se tornar algo desagradável.

Já para Mariani (2000, p. 29) turismo é considerado um fato social que “consiste no deslocamento natural e passageiro de sujeitos ou grupos de pessoas que necessariamente por causa de diversão, férias, cultura ou saúde”, deslocam-se de sua residência para outro lugar qualquer, em que não desempenham qualquer atividade laboral remunerada ou que gere algum lucro, porém exercendo várias inter-relações de importância social, econômica e cultural.

Tendo em vista Trigo (1998) fazer turismo nem sempre constitui-se em uma atividade cara, muitos locais possuem grande potencial turístico com considerável conforto, segurança e prazer com um preço bastante acessível.

Entretanto, para que se consiga desfrutar de algo bom e com preços acessíveis é necessário planejar antecipadamente a viagem, delimitando muito bem o que se quer com o lazer planejado, tempo de estadia fora do lar, o local e o que se pretende visitar, quanto se pode gastar e também qual o tipo de turismo está disposto a praticar.

Segundo Dias (2005, p. 71) há no Brasil distintas modalidades de turismo: "o de sol e praia, o cultural, o urbano, de natureza rural, de aventura, de pesca esportiva, dentre outros." Quanto ao turismo de sol e praia é um dos mais praticados no Brasil. Portanto, percebe-se a necessidade de trabalhar os outros segmentos do turismo nos destinos que não disponibilizam o segmento de sol e praia.

O turismo cultural é uma modalidade alternativa e que possui grande probabilidade de crescimento dentre as demais modalidades, tendo em vista a grande quantidade de conteúdo que o país dispõe e que podem ainda serem explorados, como os patrimônios históricos, os arqueológicos e a gastronomia diversificada, resultado da grande subculturas regionais.

Sobre o turismo cultural, o Ministério do Turismo expõe que:

Toda viagem turística é uma experiência cultural. ao sair de seu ambiente o turista entra em contato com novos sabores da culinária local, com as músicas mais pedidas nas estações de rádio do local, com a forma dos habitantes locais de lidarem com os visitantes (BRASIL, 2010, p. 13).

Tendo em vista para o Ministério do Turismo, o turismo cultural sempre foi e continua sendo um dos maiores motivadores de viagens turísticas em todo o mundo. Entretanto, houve mudanças significativas em relação aos destinos escolhidos. Anteriormente os destinos mais procurados eram os grandes conjuntos arquitetônicos, os museus e os locais em que acolhiam os tesouros materiais de culturas passadas, hoje

muitos outros aspectos da cultura tornaram-se relevantes e motivos plausíveis para serem visitados.

Contudo pode-se observar que no turismo cultural e seus destinos são sempre nos espaços urbanos, dessa forma, Dias (2005) ressalta que o turismo urbano está voltado para os aspectos culturais, recreativo e profissional da cidade.

Enquanto que o de natureza engloba o ecoturismo, o turismo rural, de observação de pássaros, safáris fotográficos, dentre outros.

Ainda conforme o autor o turismo rural está voltado para a apreciação do homem e da sua relação com os sítios, campos fazendas, distritos rurais.

E por fim, o autor enfatiza que o turismo de aventura inclui as atividades de montanhismo, escaladas, corredeira, arborismo, esportes aéreos, cavernas, dentre outros; o de pesca esportiva, principalmente os denominados pesque e pague.

Assim, todos os segmentos têm a sua importância para o turismo, porém eles devem ser trabalhados visando à sustentabilidade. Neste contexto, percebe-se que a estruturação dos segmentos do turismo é de extrema importância para o planejamento e organização das atividades que serão desenvolvidas no mercado.

2.1 AGÊNCIAS E TRANSPORTES

A literatura ressalta que as viagens por meio de transporte terrestre ocorreram no ano de 1908 Goeldner et. al,(2002), no Brasil, o turismo terrestre iniciou bem mais tarde. Segundo a Confederação Nacional do comércio (2008) o auge da demanda por pacotes turísticos rodoviários, no Brasil, foi registrado na metade da década de 1980.

Quanto ao turismo aéreo a Confederação Nacional do comércio (2008) ressalta que a última metade da década de 1980 foi marcada pela adoção de uma política governamental visando o incremento da malha aérea, tendo em vista o crescimento das companhias aéreas em relação ao turismo.

Assim, o governo incentivou a diminuição da alíquotas de impostos sobre as atividades de bens e consumo das companhias aéreas, possibilitando as companhias oferecer aos turistas um preço de passagens aéreas bem mais acessíveis, ocorrendo uma grande procura desta modalidade de transportes para se deslocar para distintos estados do Brasil, bem como para o exterior.

Segundo a OMT (2001, p. 103) define historicamente, “o desenvolvimento do turismo está muito ligado ao transporte, uma vez que, por definição, o turismo implica em deslocamentos para fora do lugar de residência habitual”.

Sendo assim, o transporte é de fundamental importância para o deslocamento tanto em seu próprio destino como para conhecer outros destinos turísticos. Contudo, pode ser considerado como uma atração turística por si próprio, como é caso dos cruzeiros.

2.1.1 Agências de Viagens

As agências de viagens e turismo são empresas que se organizam de forma auxiliar as pessoas que desejam realizar uma viagem seja para fins de lazer ou negócios, tem por objetivo comercializar produtos turísticos. Elas oferecem serviços orientação as

pessoas que ambicionam viajar, pesquisam as melhores condições de preços, formas de pagamento, destinos mais visitados, meio de transporte mais viável, dentre outros aspectos (PETROCCHI; BONA, 2003).

Pode-se dizer que as agências de viagens e turismo cumprem função de assessoria ao público, pois pesquisa, analisa e classifica as informações de forma a oferecer o cliente o que ele realmente precisa.

Atualmente, a realidade econômica e financeira do país tem produzido impactos nos resultados das agências de viagens, obrigando as mesmas a se adequarem às novas exigências do mercado. Dentre os fatores que interferem nos desempenhos das agências turísticas na atualidade estão as mudanças ocorridas no setor de turismo e a guerra das tarifas (PETROCCHI; BONA, 2003).

Em relação às mudanças essas têm ocorrido principalmente em consequência do grande avanço tecnológico dos últimos tempos e as mudanças aceleradas que têm ocorrido em todos os setores e que não é diferente no setor de turismo. Outros fatores que têm afetado o setor são: a desvalorização cambial; a desregulamentação do transporte aéreo e a viabilização de viagens aos turistas de baixa renda devido à troca do meio de transporte.

Quanto a baixa das tarifas das passagens constitui-se no resultado também da aplicação da tecnologia na emissão de passagens aéreas em substituição aos bilhetes físicos. Ao investir na informatização do sistema de emissão de passagens as próprias companhias aéreas passaram a reservar e a emitir suas passagens não necessitando mais dos serviços das agências de turismo, automaticamente não precisando repassar para as mesmas comissões (PETROCCHI; BONA, 2003).

Apesar de todos esses aspectos apresentados influenciarem nos resultados das agências aéreas, estas, segundo os Serviços de turismo no Brasil: agências e operadoras (2014) as agências de viagem no Brasil movimentam em média um total de USD 3,2 bilhões, sendo responsáveis por 78% das emissões de passagens nacionais e internacionais.

As agências contribuem, significativamente com a economia local e com a economia de uma forma geral. As agências de viagens, 95% tem menos de 10 empregados. Entretanto, são muitas espalhadas por todo o Brasil e juntas geram mais empregos que a indústria automobilística, mantém 35 mil ocupações diretas e mais de 100 mil empregos indiretos (SERVIÇOS DE TURISMO NO BRASIL: AGÊNCIAS E OPERADORAS, 2014).

2.2 ROTEIROS TURÍSTICOS

Para Tavares (2002, p 14) “Roteiros Turísticos são itinerários de visita organizados. É um termo genérico utilizado para a apresentação de itinerários e programações efetuados com a finalidade de turismo”.

De acordo com a referida autora um roteiro turístico não é tão somente um roteiro de atrativos, constitui-se também em uma importante ferramenta que possibilita fazer uma leitura da realidade existente e da situação socioeconômica do local. Por esse motivo é que a autora acredita que o roteiro deve ser elaborado por profissionais capacitados.

No entendimento de Tavares (2002) os roteiros turísticos são formas de contextualizar os atrativos existentes em uma determinada região, bem como potencializar o seu poder de atratividade, ressaltando que qualquer localidade ou construção histórica serve para uma visita turística, porém é importante frisar que não se deve levar em

consideração apenas seus aspectos físicos mas sim deve-se analisá-la em todos os seus aspectos: históricos, culturais, sociais e também ambientais.

Tavares (2002) ressalta também que os roteiros turísticos podem ser considerados uma das mais importantes formas de aumentar o potencial turístico e de atratividade de uma determinada região. Entretanto, para que isso aconteça faz-se necessário que exista uma política integrada de desenvolvimento local.

Silva e Novo (2010) apresentam várias definições para roteiros turísticos, um deles está relacionado a "um conjunto de informações que orientam os turistas e o guia de turismo durante a viagem. Contém as atividades que serão desenvolvidas pela empresa de turismo durante a viagem."

De acordo com o conceito apresentado pelas autoras constata-se que roteiro turísticos está relacionado a um determinado percurso que o guia turístico utilizará para mostrar aos turistas os atrativos de um determinado lugar, lembrando que esse trajeto foi previamente preparado, levando-se em consideração o que tem de melhor a ser mostrado.

Ainda, segundo as autoras supracitadas os roteiros turísticos existem em qualquer parte independente do tamanho da área a ser explorada, seja em um grande centro urbano ou uma cidade do interior. Entretanto, independente do que será explorado o roteiro turístico deve ser elaborado com muita cautela, com muita organização e planejamento, tendo em vista que estão diretamente relacionados á comercialização do turismo como produto.

Quando os turistas se deslocam até um local específico, eles na maioria das vezes não estão interessados apenas nos atrativos de uma maneira isolada, mas possuem interesse em apreciar outros aspectos relacionados ao local, como por exemplo, a cultura, a história, as características ambientais e a geografia local, para que assim possam ter uma ideia geral do contexto visitado.

Segundo Tavares (2002) independente da forma como foram organizados na prática, os roteiros turísticos podem ser realizados tanto por conta própria como por meio de agências de viagens. A vantagem de colocar em execução um roteiro turístico por meio de uma agência de viagem é que esta normalmente possui um guia turístico que conhece muito bem os locais a serem visitados e faz o acompanhamento durante todo o percurso.

Os roteiros turísticos têm peculiaridades distintas e a combinação de seus elementos é que determinará a terminologia empregada para classificá-los. Tavares (2002) os classifica em: *forfait*, excursão 1 e 2, pacotes e City Tour.

De acordo com a autora citada, o *forfait* é um roteiro turístico organizado segundo o interesse do consumidor final e, leva em consideração aspectos como as motivações pessoais do cliente para realizar o turismo, quantidade de pessoas que participarão, tempo disponível, capital existente para investimento, por esse motivo deve ser realizado para cada cliente, segundo as suas necessidades, possibilidades e interesses.

A excursão trata-se de roteiros turísticos organizados pela agência de turismo segundo as expectativas médias do grupo de consumidores. Trata-se de itinerários complexos que contêm visitas a inúmeros locais. Eles são realizados com passeios que possuem duração de no mínimo 3 dias e no mínimo dois lugares. Além da visita à agência oferece ainda alimentação, hospedagem e outras formas de lazer por meio de roteiros menores ou ainda passeios pela cidade (TAVARES, 2002).

Quanto a excursão 2 trata-se, necessariamente, de passeio de curta duração, diferente da excursão 1 que os passeios eram longos, não menos que 3 dias. Nessa modalidade, a excursão é efetivada em um único dia e para uma localidade apenas. Normalmente, quem faz esse tipo de excursão são grupos de amigos, escolas, empresas, dentre outros.

Segundo Tavares (2002) os pacotes são bastante parecidos com a excursão 1, porém, um pouco mais simples. Também são realizados a fim de serem executados em

grupos. Não existe um rigor a quantas localidades serão visitadas pelo grupo, entretanto, esses passeios não excedem a duas cidades.

Uma das características dos pacotes é que são escolhidas normalmente cidades que tenham forte atrativo turístico. Possuem um conjunto de itens que foram previamente relacionados e que serão comercializados pelo grupo como um todo, e que não permite alterações, por exemplo, passeios e quantidades de dias ou noite.

2.2.1 City Tour

É comum agências de viagens trabalharem com o City Tour, que tem por objetivo primordial mostrar a cidade e todos os seus principais pontos turísticos. Essa prática de promover o turismo é muito apreciada pelos turistas e tende a aguçar a curiosidade do mesmo para conhecer individualmente o local visitado.

Segundo Tavares (2002) os atrativos são organizados de maneira que seja possível perceber as características mais significativas do local visitado. Assim, um roteiro de caráter histórico, deve possibilitar ao turista perceber e compreender o crescimento e desenvolvimento da cidade.

Entretanto, para que isso aconteça é importante que o City Tour contemple locais de significativa relevância política, histórica e social, bem como torna-se imprescindível que durante a visita deve ser repassado ao turista informações coerentes e de forma cronológica.

Os City Tours são extremamente viáveis às agências de turismo porque ao mostrar o que a cidade possui de melhor a oferecer é possível aumentar a permanência do turista na cidade, levando-o a consumir mais e também a permanecer mais tempo hospedado na cidade, gerando maior investimento local. (TAVARES, 2002).

A referida autora divide o City Tour em: básico, panorâmico, monumental, motivacional, e *by nights*. Entretanto, esses tipos somente são oferecidos em cidades de grande porte, que possuem várias atividades turísticas de significativa atratividade.

O City Tour básico é destinado a visita dos principais pontos turísticos da cidade, normalmente é realizado por meio de carro ou ônibus, levando-se em conta a quantidade de pessoas que participarão do mesmo. É destinado a todos os tipos de turistas, mas principalmente para aqueles que não conhecem a língua local.

O City Tour panorâmico é aquele realizado sem parada em local específico para visita. Pode ser realizado tanto em ônibus como também em veículo menor, dependendo do tamanho do grupo de turistas. Esse tipo de passeio possibilita ao turista ter um conhecimento dos principais atrativos turísticos da cidade, o que possibilitará ao mesmo decidir, posteriormente, qual deles irá visitar utilizando outra modalidade turística (SILVA; NOVO, 2010).

O City Tour monumental tem por objetivo a visita de atrativos mais significativos da cidade, portanto, a quantidade de visitas é um pouco menor, sendo que em todos eles existe a parada para visita. Os passeios também podem ser realizados em ônibus ou veículo menor dependendo do tamanho do grupo.

O City Tour motivacional é destinado aquelas pessoas que pretendem conhecer uma atração turística específica. Normalmente, os roteiros são lugares históricos e possuem a intenção de enfatizar o monumento histórico da cidade, a cultura local. Os locais são normalmente museus, galerias, edifícios históricos, centros comerciais específicos, shopping

centers, dentre outros. Diferentes das demais modalidades de city tour, essa pode ser realizada tanto em ônibus, veículo menor ou ainda a pé (SILVA; NOVO, 2010).

O City Tour *by nights* são realizado no período noturno. São feito visitasões em monumentos iluminados e as visitasões normalmente terminam em um restaurante, uma casa noturna, de shows ou ainda em um teatro. Esse tipo de turismo tem por objetivo oferecer ao turista uma visão noturna da cidade com todo o conforto e segurança, já que muitos turistas apreciam a vida noturna, mas por não conhecer a cidade ela torna potencialmente perigosa para ele.

3 CARACTERIZAÇÃO HISTÓRICA E GEOGRÁFICA DE CAMPO GRANDE/MS

Localizado na região Centro-Oeste do Brasil se encontra, Campo Grande capital de Mato Grosso do Sul, fundada por mineiros que vieram desfrutar dos campos e águas cristalinas da região do cerrado, que contribuindo para que a cidade se tornasse um pólo de desenvolvimento, onde facilitou para a construção das primeiras estradas da região. O estado vem crescendo a cada dia e esta se desenvolvendo, sendo a maior parte ativa do município o setor terciário a economia é baseada na produção rural, indústria, prestação de serviços e turismo ecológico. Sua cultura é marcada pela diversidade de costumes, gastronomia e músicas, que reflete em traços singulares, deixados pelos povos indígenas, paraguaios, japonesas e também por imigrantes de outras regiões.

O Estado é conhecido por sua biodiversidade, possui atrativos natural e cultural, é também considerado o portal de entrada para o pantanal por ser rico na fauna e flora com cenários distintos. A capital Campo Grande foi cuidadosamente planejada com ruas e avenidas largas em meio a vasta área verde, pela cor de sua terra roxo-avermelhada, recebeu o nome de cidade morena dado carinhosamente pela população, que segundo os dados do IBGE (2011) possui uma população estimada em 832.352 habitantes. Apresenta uma considerada infraestrutura para o turismo de eventos, oferece varias opções de hotéis e equipamentos de lazer e recreação.

Quanto ao clima pode-se considerar como clima tropical úmido, bem como suas estações bem definidas, onde no verão com temperaturas altas e chuvoso, e um inverno sem chuvas com temperaturas amenas. A economia do estado é fortemente ligada à pecuária, onde a economia de Campo Grande/MS esta mais ligada ao setor terciário, concentrada no comércio e serviços, podendo esta se estender ao artesanato local. Não esquecendo que o City Tour, tem grande relevância e contribui para o desenvolvimento econômico da cidade (SOTTILI, 2013).

3.1 CARACTERIZAÇÃO DO CITY TOUR OFICIAL DE CAMPO GRANDE/MS

O City Tour de Campo Grande/MS foi apresentado em 2003 durante Assembléia geral dos *Conventions & Visitors Bureaux*⁴ em Campinas – SP onde foi firmado convênio entre Prefeitura Municipal de Campo Grande/MS e *Convention & Visitors Bureau*, ficando responsável pela administração do City Tour o Campo Grande *Convention & Visitors Bureau* (CARTILHA CITY TOUR OFICIAL DE CAMPO GRANDE, 2009).

Segundo a referida cartilha, o City Tour tem como finalidade incentivar os *Conventions & Visitors Bureaux* a implementá-los em locais de abrangências,

⁴Os *Conventions & Visitors Bureaux* (CVB) “foram criados para realizarem importante trabalho de captação de eventos para movimentarem a atividade turística”. Dias (2005, p. 74).

incrementando o turismo local e o aumento e permanência de dias dos visitantes nas cidades.

De acordo com a Cartilha City Tour Oficial de Campo Grande (2009) no dia 05 de agosto de 2004, foi lançada oficialmente o City Tour para o Trade Turístico⁵ de Campo Grande, com a finalidade da inserção da comunidade nas atividades turísticas, turismo social, entre as escolas municipais através do projeto “conhecendo minha cidade” em parceria com a Prefeitura Municipal de Campo Grande.

Embasada na cartilha, a central de reservas está localizada na Morada dos Baís onde são feitos os agendamentos e reserva, sendo também o ponto de embarque e desembarque, com passeios realizados de terça a domingo, com horários flexíveis no período matutino e vespertino, sendo na segunda-feira fechado para manutenção do ônibus, o passeio tem aproximadamente 3h de duração. Sendo todo o trajeto percorrido pelo ônibus Double deck com capacidade para 74 lugares, sendo este na modalidade panorâmico, com piso superior descoberto, considerado seu principal diferencial.

E como parte de um projeto do Campo Grande *Convention & Visitor Bureau*, responsável pelo City Tour Oficial de campo Grande/MS, prevê a aquisição de mais um ônibus com as mesmas características para atender a demanda turística, onde o mesmo cresce a cada dia. Considerando o tempo de uso do mesmo ônibus, no qual vem adquirindo problemas que atrapalham o bom funcionamento do passeio, dentre destacam-se que o piso superior precisa trocar o assoalho em toda extensão, pois causa infiltração na parte inferior do ônibus, problemas na parte elétrica e mecânica do ônibus dentre outros. Sendo assim, à necessidade da aquisição de mais um ônibus para uma melhor operacionalização do passeio. Segue a imagem atual do ônibus City Tour Oficial de Campo Grande/MS.



Figura 1: Ônibus City Tour Oficial de Campo Grande/MS.

Fonte: Lima, 2014.

⁵Trade Turístico - são organizações privadas e governamentais atuantes no setor de Turismo e Eventos, e todas as atividades comerciais periféricas ligadas direta ou indiretamente à atividade turística.

Ao total são 45 pontos turísticos por onde o ônibus do City Tour passa, todo o passeio é acompanhado por um guia devidamente capacitado fazendo a explanação dos atrativos, atualmente com parada para visitaçao no Memorial da Cultura Indígena (CARTILHA CITY TOUR OFICIAL DE CAMPO GRANDE, 2009).

O passeio tem seu inicio na Morada dos Baís percorrendo a Av Afonso Pena passando pela Praça das Araras, logo após passa pelo Quartel General, seguindo para o Aero Porto Internacional de Campo Grande/MS, retornando a Av Afonso Pena, onde o mesmo passa por vários atrativos localizados na área central da capital. Seguindo para o Parque das Nações Indígenas e Parque dos Poderes logo após segue para o Memorial da Cultura Indígena, onde faz uma parada rápida mostrando os artesanatos indígenas expostos no local. Continuando com passeio, o ônibus retorna ao parque dos poderes, que segue para a Av Mato Grosso, o mesmo continua para a Av Calógeras mostrando a Feira Central e Explanada Ferroviária, que segue finalizando o passeio para o ponto de desembarque na Morada dos Baís. Todo o passeio tem aproximadamente 3 horas de duração, e como ilustração do percurso segue o Mapa do City Tour Oficial de Campo Grande/MS (CARTILHA CITY TOUR OFICIAL DE CAMPO GRANDE, 2009).

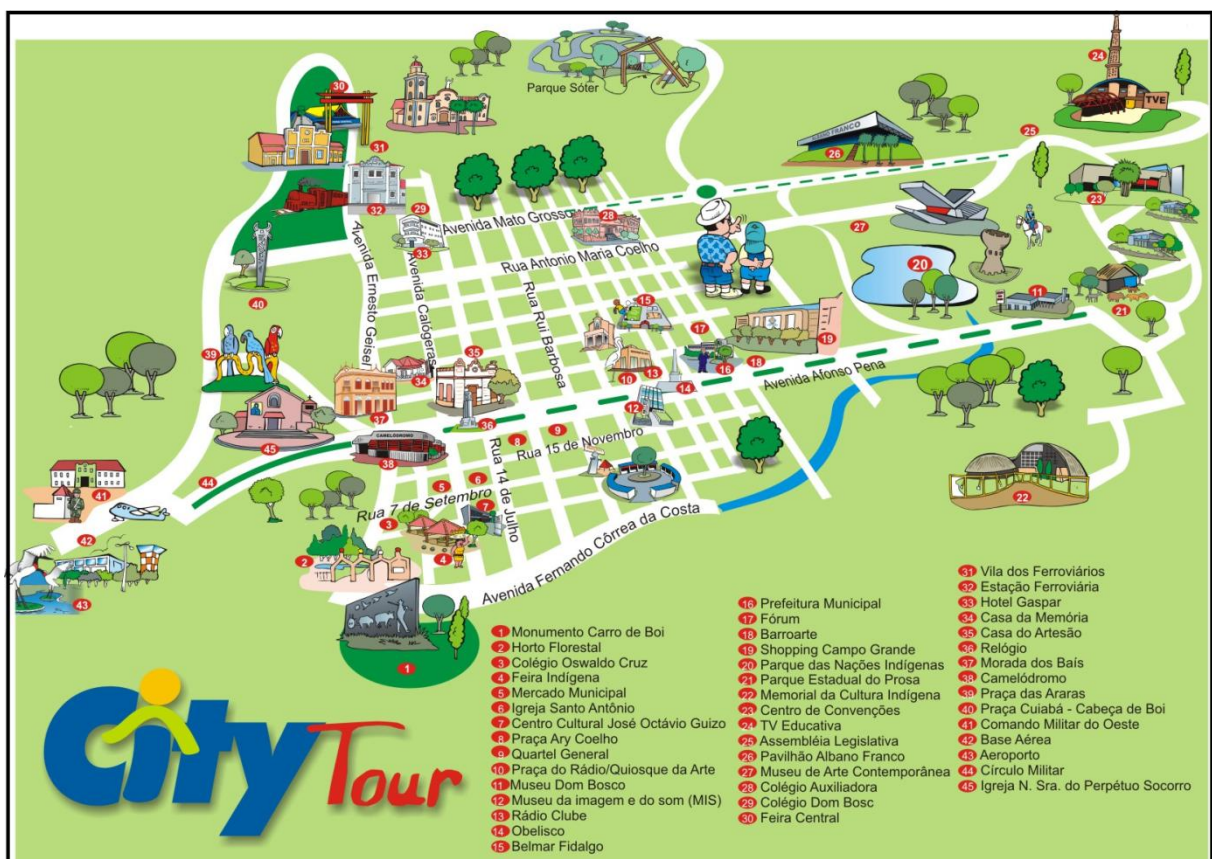


Figura 2: Mapa do Roteiro Turístico do City Tour Oficial de Campo Grande/MS

Fonte: <http://www.pmcg.ms.gov.br/sedesc>, 2014.

No mês de dezembro no período natalino, é realizado o passeio no período noturno este com um roteiro diferenciado, que percorre os principais atrativos iluminados na da cidade, fazendo parte do roteiro anual desde 2007.

4 METODOLOGIA

A pesquisa realizada na elaboração deste estudo, foi classificada como exploratória. Segundo Dencker, (1998, p. 124): “A pesquisa exploratória procura aprimorar idéias ou descobrir intuições. Caracteriza-se por possuir um planejamento flexível envolvendo em geral levantamento bibliográfico, entrevista com pessoas experientes e análise de exemplos similares”.

Já para Gil (2002, p. 41):

A pesquisa exploratória tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipótese. Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de idéias ou a descoberta de intuições. Seu planejamento é, portanto, bastante flexível de modo que possibilite a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado.

Logo a técnica de pesquisa aplicada é bem flexível e envolve várias formas de pesquisa como o levantamento bibliográfico, entrevista com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema e também análise de exemplos que proporcione uma melhor compreensão do problema, sendo importante para a elaboração deste estudo, permitindo assim que a pesquisa tenha maiores detalhes e informações.

A pesquisa exploratória de natureza qualitativa e os meios empregados para coleta e análise dos dados foram desenvolvidos a partir do levantamento bibliográfico que conceitua cinco temáticas principais: Turismo, Agências e Transporte, Agências de Viagens, Roteiros Turísticos e City Tour.

Contudo foi utilizado o mesmo método de pesquisa para as entrevistas não padronizadas, as mesmas foram aplicadas no mês de Novembro de 2014, com o gestor responsável pelo City Tour de Campo Grande e com responsável pelo atrativo Memorial da Cultura Indígena, por meio de entrevista semiestruturadas, afim de atender os objetivos dessa pesquisa.

Para Dencker (1998, p. 137): “A entrevista é uma comunicação verbal entre duas ou mais pessoas, com um grau de estruturação previamente definido, cuja finalidade é a obtenção de informações de pesquisa”.

Após a coleta, os dados foram selecionados e sistematizados, cuja análise privilegiou o método descritivo de interpretação e explicação da importância do City Tour para o desenvolvimento do turismo em Campo Grande.

Quanto à natureza das variáveis foi utilizado o método qualitativo, pois esse tipo de pesquisa, os cálculos são substituídos por classificações e análises dissertativas.

5 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Para entender a importância do City Tour em Campo Grande/MS foram realizadas entrevistas com o gestor do City Tour e com os gestor de um dos atrativos em que o ônibus do City Tour faz as suas paradas. Foi realizada a entrevista com o Coordenador do Memorial da Cultura Indígena – MCI⁶ e com o Coordenador do City Tour Oficial de Campo Grande/MS.

Porém devido ao longo percurso que estava havendo, foi removido do passeio City Tour um atrativo, de comum acordo de ambas as partes. No entanto segundo o mesmo atrativo, foi de grande relevância a retirada, pois, estava havendo gastos extras com a parada do ônibus no local. Dessa forma, encontram-se as análises e resultados das entrevistas realizadas e os dados obtidos.

Para atingir aos objetivos propostos, foram elaboradas perguntas para os entrevistados. As perguntas para o gestor focaram na importância do City Tour para o município, e se o mesmo está correspondendo as expectativas e quais as vantagens e desvantagens do mesmo. Para o atrativo as perguntas focaram nos dados históricos e nos objetivos do MCI, assim como a importância do City Tour para a comunidade e quais as vantagens e desvantagens que o mesmo proporciona.

As perguntas foram aplicadas por meio de entrevista no mês de novembro de 2014. Dessa maneira serão apresentados os resultados encontrados na pesquisa realizado no City Tour Oficial de Campo Grande/MS e posteriormente ao Memorial da Cultura Indígena.

5.1 GESTOR DO CITY TOUR OFICIAL DE CAMPO GRANDE

Foi questionado ao gestor se a implantação do passeio City Tour está correspondendo às expectativas, a média de passageiros e quantos são os visitantes de outras localidades. A resposta foi que sim, está correspondendo às expectativas como também contribuindo para um aumento significativo e que são em média 35 pessoas por passeio onde 30% são visitantes de outras localidades.

Também foi questionado a importância do City Tour para o Município de Campo Grande/MS. A resposta foi bem precisa onde segundo o gestor, o City Tour proporciona uma visão geral da cidade contribuindo para o desenvolvimento turístico e oferecendo maior visibilidade a capital.

Foi questionado quais as vantagens e desvantagens de ter um passeio City Tour na capital. O gestor relata que, uma das vantagens é ter um atrativo turístico a mais, onde o mesmo apresenta a cidade para seus visitantes e a principal desvantagem é o pequeno número de passageiros com confirmação em alguns dias, ocasionando assim um prejuízo, pois é alto as despesas para a manutenção e circulação desse passeio.

⁶O Memorial da Cultura Indígena é um centro cultural brasileiro localizado na cidade de Campo Grande - MS. Situado na Aldeia Indígena Urbana Marçal de Souza, única do Brasil, o memorial foi construído com bambu tratado, coberto com palha de bacuri e possui área total de 340 metros quadrados e destina-se a exposição e comercialização de artesanato.

5.2 COORDENADOR DO MEMORIAL DA CULTURA INDÍGENA

Foi questionado ao Coordenador do local, os dados históricos e os objetivos do MCI, pois não existe nenhum relato sobre a história e os objetivos do atrativo. Sendo o MCI fundado em 30/08/1999 com intuito de gerar renda aos indígenas artesãos e um local apropriado para expor e comercializar seus produtos, garantindo assim um complemento na renda familiar, pois por lá passam em média 950 turistas com o ônibus City Tour.

Também foi questionado a importância do City Tour para a comunidade do MCI. O Coordenador relatou que é de extrema importância que o ônibus City Tour pare no local, pois é um apoio a comunidade que depende dos turistas visitantes para o auxílio na renda familiar.

E também foi questionado as vantagens e desvantagens do City Tour para o MCI. A resposta relatada pelo Coordenador foi que, uma das vantagens é proporcionar uma renda extra às indígenas que expõem seus artesanatos no MCI, conhecer e divulgar a cultura indígena, mas também colaborar com pesquisas acadêmicas. E a principal desvantagem é a exposição da comunidade perante os turistas que muitas vezes querem entrar nas residências, algo que incomoda a comunidade indígena.

Nesse sentido o City Tour de Campo Grande/MS é considerado uma ferramenta fundamental para o desenvolvimento do turismo, pois se encaixa em uma forma de apresentação da cidade agregando valor ao município e a sua população. Este tem caráter educativo e, conceitualmente, proporciona também lazer. Tornando-se assim um produto fundamental e indispensável para a estratégia de marketing do município que tem como destaque a própria vida e construção do mesmo. Desta forma, o City Tour colabora com a educação através da prática do turismo. Portanto, entende-se que o City tour se consagra como equipamento turístico, que por sua vez contribui com o desenvolvimento do turismo em Campo Grande/MS.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho permitiu perceber e registrar a importância do City Tour para o desenvolvimento turístico de Campo Grande/MS, onde procurou levantar informações sobre o City Tour Oficial de Campo Grande/MS, analisando seu valor diante de uma capital que esta em constante desenvolvimento turístico, a partir da visão dos coordenadores, os principais atores que contribuem para o desenvolvimento do turismo na capital.

Com os objetivos apresentados inicialmente, buscou-se compreender a relação entre turismo e City Tour. No qual o City Tour proporciona uma interação com a identidade local, pois mostra a cidade e o que ela tem de melhor, contribuindo assim com o desenvolvimento do turismo. Também foi possível identificar as vantagens e desvantagens de ter um ônibus City Tour na capital. Por meio dessa pesquisa foi possível observar que as vantagens prevalecem, pois o mesmo divulga a cidade e seus atrativos turísticos aos visitantes, oportunizando conhecer a individualidade da cultura local, ou seja, é uma das formas de apresentar e comercializar a cidade para os turistas. Porém como todo e qualquer atrativo turístico de uma localidade, o City Tour também possui suas desvantagens, como por exemplo, a exposição do visitantes ao sol intenso durante o longo roteiro.

Sendo assim, como parte de um trabalho desenvolvido com um grupo de acadêmicas em sala de aula, foi elaborado um projeto de estudo, cujo objeto da pesquisa foi o City Tour Oficial de Campo Grande/MS, que consistem em melhorar a qualidade do passeio. Tendo em vista que o Campo Grande Convention & Visitors Bureau, responsável pelo City Tour de Campo Grande/MS, já tem uma proposta para adquirir mais um ônibus para atender a necessidade do mesmo, então foi proposto no projeto uma cobertura para o ônibus que já esta em uso, possibilitando maior comodidade para quem faz o passeio, pois clima da cidade durante todo o ano é predominantemente sol, uma vez que o passeio é realizado no período em que o sol é intenso; um pacote corporativo, que irá atrair empresas para realizar o passeio e um roteiro alternativo, possibilitando que mais pessoas realizem o passeio, minimizando o tempo do percurso. Neste sentido, observa-se que com algumas modificações o City Tour Oficial de Campo Grande/MS será operacionalizado com mais qualidade e excelência.

Diante das entrevistas observou-se a necessidade de ter o City Tour na capital, pois, mesmo de maneira tímida o City Tour vem adquirindo espaço no segmento do turismo, contribuindo assim com o desenvolvimento turístico da capital, no entanto à necessidade de apoio e investimento na infraestrutura dos atrativos turístico.

Deste modo, pode-se dizer que acima de todas as dificuldades encontradas durante o desenvolvimento deste trabalho, nas entrevistas com os gestores, com os temas direcionados ao City Tour, onde encontrou-se pouquíssimos autores no qual o mais utilizado foi Tavares, os impasses na entrevista com o gestor de um dos atrativos e entre outros. Dessa forma, entende-se que o tema City Tour, ainda é pouco explorado, no entanto existem poucos materiais sobre o City Tour Oficial de Campo Grande/MS. Portanto como recomendação para futuros trabalhos, vê-se a continuidade de pesquisas com essa temática, para agregar valor ao equipamento que desenvolve o turismo em Campo Grande/MS.

7 REFERÊNCIAS

BENI, M. C. *Análise Estrutural do Turismo*. São Paulo: Senac, 1998.

BRASIL. **Turismo Cultural**: orientações básicas. / Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação-Geral de Segmentação. – 3. ed.- Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

CAMPO GRANDE (MS). **Arquivo Histórico de Campo Grande**. Disponível em: < http://www.capital.ms.gov.br/arca/canaisTexto?id_can=3553> Acesso em: 27 nov. 2014.

CARTILHA CITY TOUR Oficial de Campo Grande, 2009.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO. **Transporte Turístico Terrestre**. Coordenação das Câmaras Brasileiras de Comércio, Câmara Brasileira de Turismo. – Rio de Janeiro: 2008.

DANTAS, V. O. **City Tour da Grande Dourados** – Uma proposta para inserção do passeio no mercado turístico da cidade de Dourados-MS. Dourados: UEMS, 2012.

DENCKER, A. F. M. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Turismo**. São Paulo: Futura, 1998.

DIAS, R. **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Atlas, 2005.

Disponível em: <http://www.pmcg.ms.gov.br/sedesc/canaisTexto?id_can=25> Acesso em: 19 out. 2014.

SOTTILI, Daniela. **Identidade cultural e imagem turística projetada da cidade de Campo Grande, Mato Grosso do Sul**. Tese (Doutoramento UFPR) Curitiba, 2013.

GASTAL, S.; MOESCH, M. M. **Turismo, políticas públicas e cidadania**. São Paulo: Aleph, 2007.

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4.ed. –São Paulo: Atlas, 2002.

GOELDNER, C. R. et al. **Turismo**: princípios, práticas e filosofias / Charles R. Goeldner; J.R. Brent Ritchie e Robert W. McIntosh. Trad. Roberto Cataldo Costa. – 8ed. – Porto Alegre: Bookman, 2002

IBGE, INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Cidades. Disponível em: <<http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=500270&search=||infogr%E1ficos:-informa%E7%F5es-completas>>. Acesso em: 15 set. 2014.

MARIANI, M. A. P. **Geografia e turismo no paraíso da águas: o caso de Bonito**. Tese (Doutoramento). São Paulo: USP, 2000.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT). **Introdução ao Turismo**. Direção e redação Amparo Sancho; traduzido por Dolores Martin Rodrigues. São Paulo: Roca, 2001.

PELIZZER, H. A. Planejamento e Gestão da Hospitalidade no Turismo Receptivo. In: DENCKER, Ada de Freitas Maneti (coord.), et al. **Planejamento e gestão em turismo e Hospitalidade**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004. p. 61.

PETROCCHI, M; BONA, A. **Agências de turismo: planejamento e gestão**. São Paulo: Futura, 2003.

SERVIÇOS DE TURISMO NO BRASIL: AGÊNCIAS E OPERADORAS. **Estudos da competitividade do turismo brasileiro**. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/SERVIXOS_DE_TURISMO_NO_BRASIL_AGxNCIAS_E_OPERADORAS.pdf> Acesso em> 17 agos. 2014.

SILVA, G. T; NOVO, C. B. M. C. **Roteiro turístico**. Novo. - Manaus : Centro de Educação Tecnológica do Amazonas, 2010.

TAVARES, A. M. **City Tour**. São Paulo: Aleph, 2002.

TRIGO, L. G. G. **Turismo básico**. São Paulo: Senac, 1998.