

FORMAÇÃO DE UM *CLUSTER* EM TORNO DO TURISMO
DE NATUREZA SUSTENTÁVEL EM BONITO - MS
(Versão para discussão no workshop)

Maria Alice Cunha Barbosa
Roberto Aricó Zamboni

Brasília, abril de 2000

- 1 INTRODUÇÃO
- 2 SELEÇÃO DO CASO
- 3 BASE CONCEITUAL
- 4 PROCEDIMENTO METODOLÓGICO
- 5 A REGIÃO ESTUDADA
- 6 MERCADO ECOTURÍSTICO
- 7 HISTÓRICO: DO LAZER AO TURISMO
- 8 DESCRIÇÃO DO CLUSTER
 - 8.1 Os Atrativos
 - 8.1.1. Ecoturismo
 - 8.1.2. Aventura
 - 8.1.3 Lazer
 - 8.2 Os Guias
 - 8.3 As Agências
 - 8.4 Os Hotéis
 - 8.5 Os Restaurantes
 - 8.6 As Lojas
- 9 A DIMENSÃO ECONÔMICA DO *TRADE*
- 10 COMPETITIVIDADE: NÍVEL MICRO
- 11 INSTITUIÇÕES DE APOIO LOCAL: INSTÂNCIAS POLÍTICAS
- 12 COMPETITIVIDADE: NÍVEL META
- 13 INSTÂNCIAS DE APOIO SUPRA LOCAL
 - 13.1 Instâncias Responsáveis por Políticas de Turismo
 - 13.2 Instâncias Responsáveis por Políticas e Ações Destinadas à Preservação Ambiental
 - 13.3 Instituições de Suporte às Empresas
 - 13.4 Instituições Ligadas à Produção e Difusão do Conhecimento e Tecnologia
- 14 Competitividade: Nível Meso
- 15 O Meio Urbano
- 16 O Meio Rural
- 17 A Infra Estrutura de Acesso
 - 17.1 As Rodovias
 - 17.2 Aeroporto
- 18 AS EXTERNALIDADES
 - 18.1 Externalidades Positivas
 - 18.2 Externalidades Negativas
- 19 ESTÁGIO DO CLUSTER
- 20 CONCLUSÕES
 - 20.1 Perspectivas para o Desenvolvimento do Turismo de Natureza Sustentável
 - 20.2 Principais Desafios
 - 20.2.1. Nível Meta
 - 20.2.2 Nível Micro
 - 20.2.3 Nível Meso
 - 20.3 Uma Estratégia para o Desenvolvimento do Turismo de Natureza Sustentável: Um Novo Padrão de Turismo
 - 20.4 Estratégias
 - 20.4.1 Nível meta
 - 20.4.2 Nível micro
 - 20.4.3 Nível meso
- 21 BIBLIOGRAFIA
- 22 APÊNDICE 1: Programas e Ações com Impacto na Região

FORMAÇÃO DE UM *CLUSTER* EM TORNO DO ECOTURISMO NA REGIÃO DE BONITO-MS

1 - INTRODUÇÃO

O presente trabalho integra um conjunto de pesquisas patrocinadas pela **Comissão Econômica para a América Latina e Caribe – CEPAL** e pelo **Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - IPEA** que visam estudar a formação de *clusters* baseados na exploração recursos naturais capazes de contribuir para o desenvolvimento sustentável da região.

Constituem objetivos deste estudo:

- subsidiar a CEPAL a identificar as maneiras pelas quais as políticas públicas podem estimular a construção de um ambiente de eficiência coletiva gerador de vantagens competitivas em setores selecionados;
- contribuir para a definição de estratégias e políticas, no âmbito nacional e regional, voltadas para o desenvolvimento do ecoturismo, especialmente em áreas onde as aglomerações configurem uma situação de *cluster* potencial;
- subsidiar e apoiar o planejamento e ações locais na medida em que são apontados os pontos críticos ao desenvolvimento e amadurecimento da cadeia produtiva relacionada ao turismo;
- demonstrar a importância sócio econômica do ecoturismo para o município de Bonito
- identificar os principais desafios para o desenvolvimento do ecoturismo na região e propor estratégias para sua superação.

2 - SELEÇÃO DO CASO

A seleção do caso a ser estudado foi precedida de um levantamento das características das atividades de ecoturismo nas duas regiões brasileiras que mais se destacam pelo elevado potencial que apresentam nesse ramo, a saber, a Amazônia e o Pantanal Matogrossense.

Não obstante a Amazônia ser alvo de um Programa específico de ecoturismo¹ e apesar da pujança de seus atrativos naturais a dispersão dos pólos de turismo em uma área correspondente a 45% do território nacional, abrangendo 7 Estados da Federação, não contribui para o desenvolvimento de estratégias onde a complementariedade das ações a serem desenvolvidas permitam ganhos importantes de externalidades ou mesmo favoreçam ações coletivas. Isto não significa que a região não apresente condições para uma exploração sustentável do ecoturismo, mas sim que, comparativamente à outra alternativa, seria menos propícia para a análise de um caso de *cluster*

Por outro lado, após um mapeamento preliminar do ecoturismo na região do Pantanal Matogrossense, considerou-se que a área adjacente, compreendida pelos Municípios de Bonito, Jardim e Bodoquena, apresenta uma série de características, a seguir elencadas, que a torna mais interessante para o estudo de caso de formação de um *cluster* com base no ecoturismo.

¹ Programa de Ecoturismo da Amazônia Legal - PROECOTUR, objeto de financiamento do BID.

Características:

- grande quantidade e diversidade de atrativos naturais concentrados no raio de 50 Km da sede do município de Bonito, que se destacam por rios de águas cristalinas que abrigam exuberante fauna ictiológica; por suas cachoeiras, fauna terrestre, flora; por suas grutas e ainda pelo contraste da planície com a Serra da Bodoquena, formada por rochas carbonáticas com relevo interessante;
- forma de exploração desses atrativos, especialmente os aquáticos, cuja visitação obedece técnicas de manejo com a preocupação de não comprometer a sustentabilidade da atividade;
- expressivo número de atores com ações que contribuem para o desenvolvimento sustentável das atividades turísticas;
- existência de projetos financiados pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento/BID, despertando o interesse de outros investidores;
- percepção, por parte das lideranças empresariais locais, da importância da preservação do meio ambiente;
- localização estratégica da região:
 - uma das principais portas de entrada do Pantanal Sul Matogrossense além do que ocupa uma posição geográfica privilegiada no chamado Corredor Ecoturístico², que concentra a maioria dos atrativos ecoturísticos de expressão nacional;
 - proximidade de São Paulo, principal centro emissor;
- perspectiva de implantação, a curto prazo, de um aeroporto internacional no município de Bonito na Região.

3 - BASE CONCEITUAL

Este estudo parte do conceito elaborado por Porter, segundo o qual um *cluster* representa uma “concentração geográfica e setorial de empresas e instituições que em sua interação geram capacidade de inovação e conhecimento especializado”³. No decorrer do trabalho, contudo, procedeu-se à reformulações de maneira a adaptá-lo às particularidades do objeto de estudo: o ecoturismo na região de Bonito.

Nos mercado de bens e serviços em geral, a construção de vantagens competitivas apoia-se sobretudo em inovações que possibilitam a redução de custos ou a diferenciação como estratégias para conquistar o mercado. Já em um *cluster* em torno do ecoturismo, é a interação entre empresas e instituições que deverá possibilitar, especialmente, a otimização no uso das vantagens competitivas naturais de forma sustentável.

Nessa perspectiva, e sem desconsiderar o papel importante que as inovações jogam na competitividade deste setor, seja no desenvolvimento de novos produtos ecoturísticos, seja nas formas de gestão que propiciam uma melhor articulação entre os agentes das cadeias de valor, postula-se que a interação entre os agentes tem por missão principal assegurar a sustentabilidade da exploração daquilo que inicialmente era apenas uma vantagem competitiva natural. Não seria um exagero afirmar que a forma como uma região cuida de seu meio ambiente se tornou um dos principais fatores de atração nesse segmento de mercado. Este aspecto tem relevância ainda maior em situações onde o êxito inicial na exploração dos atrativos naturais desperta o interesse por uma exploração massiva desses atrativos, gerando uma forte tensão entre os investidores voltados para lucros imediatos e os agentes, inclusive outros investidores, comprometidos com a

²O Corredor Ecoturístico resulta de uma articulação entre os estados do Pará, Amazonas, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul e Paraná. A criação deste corredor (constituído com personalidade jurídica própria) está sendo formalizada e tem por objetivo facilitar a coordenação das iniciativas voltadas principalmente para a promoção do ecoturismo.

³ Buitelaar, R. M. , 2000, *Como Crear Competitividad Colectiva*, paper.

preservação ambiental.

Em um estudo sobre esse segmento de atividade - o ecoturismo - merecem destaque os determinantes de competitividade situados no nível *meta*⁴ pois o sucesso na exploração sustentável do ecoturismo depende fundamentalmente da capacidade dos atores se aglutinarem em torno de objetivos e diretrizes de horizontes mais largos, capazes de garantir o desenvolvimento da atividade ecoturística sem comprometer o meio ambiente. Isso requer um patamar mínimo de coesão social e de uma visão estratégica em torno da forma como deve ser aproveitada a vocação turística da região.

Ainda entre os determinantes de competitividade mencionados por Meyer-Stamer, este estudo abordará aqueles situados no nível microeconômico e no nível *meso*⁵. Com relação a esse último destaca-se a importância da atuação dos órgãos de apoio – instituições governamentais, de educação, de pesquisa e tecnologia, de qualificação profissional, etc.

No que diz respeito ao conceito de ecoturismo, partiu-se da definição proposta por um Grupo de Trabalho Interministerial integrado pelos Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo e Ministério do Meio Ambiente, dos Recursos Hídricos e da Amazônia Legal. Segundo esta definição, entende-se por ecoturismo um “segmento da atividade turística que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista através da interpretação do ambiente, promovendo o bem estar das populações envolvidas”⁶.

Na realidade, nem todas as atividades turísticas praticadas em Bonito atendem integralmente os requisitos acima indicados. Por isso, optou-se pela uso do termo turismo de natureza sustentável, mais flexível e adequado para abranger a prática do turismo de aventura e os passeios em balneários. Em função disso, estabeleceu-se uma tipologia de atrativos agrupados em três modalidades de turismo de natureza sustentável, por sua vez subdivididos em tipos de atrativos:

Modalidade Ecoturismo, composta pelos seguintes tipos de atrativos:

- visitação a grutas
- flutuação (observação da flora e fauna ictiológica)
- trilhas e cachoeiras (caminhadas com observação da flora e fauna terrestre)
- turismo rural e ecológico (conhecimento de atividades rurais e conscientização ambiental).

Modalidade Turismo de Aventura e Especializado, composta dos seguintes tipos de atrativos:

- passeios de bote;
- *bóia-cross*;
- *rapel*;
- mergulho.

Modalidade Turismo de Lazer, composta dos seguintes tipos de atrativos:

- balneários;
- cavalgadas.

Para que a prática do ecoturismo seja exitosa é fundamental que a formação de uma consciência ambiental constitua um interesse compartilhado por todos os agentes envolvidos. As

⁴Meyer-Stamer, *Competitividad Sistémica*. Nuevo Desafio a las Empresas y a la Política, in Revista de la CEPAL n° 59, Santiago 1996.

⁵Idem

⁶*Diretrizes para uma Política Nacional de Ecoturismo*, 1994.

condições para que isso ocorra, todavia, não são poucas. Os próprios turistas, freqüentemente, têm se mostrado mais interessados em apreciar a riqueza cênica da localidade do que em obter conhecimento sobre o *habitat*. Enfim, a prática do ecoturismo exige ecoturistas que, mesmo em número crescente, ainda constituem a parcela menos significativa da demanda em Bonito.

A interação entre empresários e turistas com perfis sócio-culturais bem diferenciados deu origem a uma atividade turística igualmente diversificada. Alguns atrativos vêm explorando os recursos naturais, especialmente os hídricos, em patamares próximos ou superior à capacidade de suporte, principalmente nos períodos de férias. Em outros observa-se uma maior preocupação com a obediência aos parâmetros de sustentabilidade, ainda que estabelecidos de uma forma meramente empírica.

A denominação *Trade* será utilizada neste estudo para designar a cadeia de negócios relacionada com a exploração do ecoturismo, como as operadoras e agências de turismo, hotéis, restaurantes, atrativos turísticos, assim como pelo comércio direcionado aos turistas.

4 - PROCEDIMENTO METODOLÓGICO

Os resultados deste estudo de caso se baseiam em:

- consulta bibliográfica
- entrevistas com dirigentes de instituições federais, estaduais e municipais e com um consultor privado com ampla experiência em projetos de turismo no território nacional, com a finalidade de selecionar a área estudada;
- dados censitários e outras estatísticas elaboradas no âmbito estadual e municipal com a finalidade de elaborar a caracterização sócio econômica da região;
- consultas a instituições governamentais federais de turismo, ONG's e operadoras de turismo com a finalidade de estimar a dimensão do mercado ecoturístico brasileiro;
- questionários aplicados em cerca de 25% dos integrantes do *Trade* turístico com finalidade de delimitar a área de atuação do *cluster* e compreender as inter-relações em seu interior e órgãos de apoio, assim como estimar sua dimensão econômica;
- entrevistas com órgãos de apoio com atuação no âmbito federal, estadual e municipal para subsidiar a identificação de ações que interferem positiva ou negativamente sobre a competitividade do ecoturismo na região;
- consultas permanentes aos órgãos de apoio local e à Prefeitura de Bonito;
- informações do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, inclusive na elaboração de cartogramas,
- entrevista com atores locais que acompanharam, desde a origem, o desenvolvimento do turismo em Bonito, para subsidiar o histórico do setor.

Neste estudo, a dimensão econômica do mercado ecoturístico brasileiro foi inferida a partir da estimativa do número de turistas que se dirigem aos atrativos localizados no *Corredor Ecoturístico* brasileiro, que concentra a maioria dos atrativos de expressão nacional.

Para se obter uma visão do perfil e da performance das empresas de cada segmento do *Trade*, procedeu-se a um grupamento das mesmas o volume de seus faturamentos.

Limitações de recursos e de tempo fizeram com que o levantamento de campo, naquilo que concerne às empresas do *Trade*, se realizasse apenas em Bonito, onde se concentra o maior número de atrativos e infra-estrutura turística. Contudo, os resultados desse estudo são dirigidos à região compreendida por Bonito, Jardim e Bodoquena que possuem uma homogeneidade de recursos naturais. As conclusões apontando um sentido [de análises] prospectivo com propostas de estratégias e ações para o desenvolvimento do turismo de natureza sustentável, levam em consideração a região dos três municípios.

5 – A REGIÃO ESTUDADA

A região estudada compreendeu o município de Bonito, localizado na micro região geográfica de Bodoquena. Criado em 1948, o município apresentou até a década passada uma estrutura estritamente rural. Com a decadência da agricultura e posterior incremento das atividades turísticas, Bonito configura-se hoje num município de população predominantemente urbana.

POPULAÇÃO	1960	1970	1980	1991	1996
Urbana	863	1563	5110	10332	11164
Rural	4929	6350	5904	5221	4088
Total	5792	7913	11014	15553	15252

Fonte: IBGE

6 - O MERCADO ECOTURÍSTICO

No Brasil ainda não se dispõe de estudos e informações sistematizadas suficientes para caracterizar e dimensionar seu mercado ecoturístico. As informações disponíveis sobre produtos ecoturísticos encontram-se pulverizadas em guias e peças publicitárias divulgadas pela mídia e em *sites* na Internet mantidos por agentes do *Trade* turístico e pelas ONG's.

Em 1999, a EMBRATUR⁷ empreendeu esforços no sentido de identificar os principais pólos ecoturísticos das cinco macro-regiões brasileiras. Foram registrados 96 pólos, distribuídos por todos os estados da Federação, que poderão servir de base para a o planejamento das ações públicas destinadas ao desenvolvimento do setor.

A partir de informações obtidas junto às operadoras de turismo, estimou-se em 250 mil o número de ecoturistas que visitaram, durante o ano de 1999, o Corredor Ecoturístico. A permanência média estimada foi de 4 dias em cada destino, com um dispêndio médio de US\$ 70,0/dia, excetuando-se o transporte da origem.⁸ Isso significa que cerca de US\$ 70,0 milhões foram injetados, no período, nas economias locais e absorvidos pelo *Trade* ecoturístico.

Este é um valor bastante limitado levando-se em consideração o potencial de atrativos naturais ainda não explorados ou pouco explorados, em um país que se destaca pela riqueza de recursos naturais.

7 - Histórico : do lazer ao turismo

Até a década de setenta, os recursos hídricos da região serviam quase que exclusivamente ao lazer dos habitantes, sendo visitados principalmente pelos amantes da pesca, inclusive pesca de arpão, com a aquiescência dos proprietários das fazendas. Nesta época, os pontos mais visitados eram a Gruta do Lago Azul e a Ilha do Padre. Em períodos de férias, parentes e amigos dos habitantes de Bonito provenientes de outros Estados, principalmente de São Paulo, passaram a visitar regularmente e a difundir informalmente a riqueza dos atrativos naturais.⁹

Até meados dos anos 1980, o discreto aumento de visitantes que demandavam a região ocorreu independentemente de qualquer preocupação com a exploração profissional do turismo¹⁰. Além da Gruta do Lago Azul e da Ilha do Padre, as visitas já aconteciam com regularidade nos

⁷ Instituto Brasileiro de Turismo: instituição governamental federal responsável pela formulação e implementação da política nacional de turismo.

⁸ Neste cálculo não foi incluído o dispêndio com transporte entre a origem e o destino do turista uma vez que seu impacto econômico não incide sobre o *trade* local.

⁹ Em meados dos anos 1970 foi realizada a primeira obra pública de infra-estrutura para o lazer, conhecido por Balneário Ilha do Padre, que posteriormente passou a integrar o conjunto de atrativos turísticos de Bonito.

¹⁰ Em 1983, a Prefeitura editou o primeiro folder identificando Bonito como um Município com vocação turística.

atrativos Aquário Natural, Rio do Peixe e Rio Sucuri. Ademais, começaram a ser explorados os passeios de bote e os passeios em fazendas com cachoeiras. Em torno do ano de 1986, os proprietários das fazendas onde se localizavam os rios mais procurados despertaram para a viabilidade econômica da atividade turística e passaram a cobrar uma taxa de ingresso por visitante. Tais proprietários promoveram a abertura de trilhas e a construção de escadas e *decks* de acesso aos rios, disciplinando a visitação e protegendo o meio ambiente. Entre 1987 e 1988 a prefeitura desapropriou o Balneário Municipal e implementou sua infra-estrutura, visando, na época, o lazer da população local. Ainda nesse período, mediante iniciativa conjunta de empresários e prefeitura, foram abertas vias cercadas – corredores - que possibilitaram a eliminação de colchetes, isolando os animais dos caminhos e melhorando as condições de acesso aos atrativos.

Em 1993, após a transmissão pela televisão em âmbito nacional de um documentário sobre a Gruta do Lago Azul, sucedido da apresentação de outros documentários sobre a região, o fluxo de turistas experimentou um aumento expressivo. Foram tomadas então as primeiras iniciativas no sentido de disciplinar os passeios aos rios e às grutas.¹¹ A realização no Brasil da ECO 92 e a evidência da questão ambiental criaram, nesta época, um cenário favorável à institucionalização de procedimentos disciplinadores.¹² Remontam a este período as primeiras experiências com vistas à fixação de limites para o número de visitantes em alguns passeios.

A realização do primeiro Curso de Formação de Guias, em 1993, patrocinado conjuntamente pelo SEBRAE e pela Prefeitura Municipal de Bonito, e coordenado pela Universidade Federal do Mato Grosso do Sul, constituiu o marco pioneiro para a profissionalização do turismo em Bonito. Iniciava-se, então, um processo de conscientização ambiental do município cuja base econômica residia na exploração de atividades primárias, muitas vezes conduzidas sem uma preocupação com o impacto ambiental.

Em 1995, Lei Municipal 689/95 tornou obrigatório o acompanhamento de guias nos passeios turísticos locais. Ainda no mesmo ano, a estruturação da atividade turística foi complementada pela aprovação da Lei Municipal 695/95 que instituiu o Conselho Municipal de Turismo – CONTUR -, integrado por quatro representantes escolhidos pelo Chefe do Executivo Municipal e por seis representantes dos segmentos ligados ao *Trade* turístico local. Cabe salientar que a implementação do CONTUR contribuiu para induzir a organização dos segmentos que compõem o *Trade*. Simultaneamente foi instituído o Fundo Municipal de Turismo, o FUTUR.

A Instrução Normativa nº 1/95 do CONTUR regulamentou a instituição do voucher único, principal instrumento para viabilizar o ordenamento da atividade turística em Bonito

Emitido e controlado pela Secretaria de Turismo e de Meio Ambiente Bonito, o voucher é comercializado pelas agências de turismo do município que, semanalmente, repassam parcelas de arrecadação da venda dos ingressos aos proprietários, aos guias e à Prefeitura para o recolhimento do ISS¹³ devido. Segundo o procedimento operacional adotado, a prefeitura centraliza o controle do número de pessoas por passeio, mediante um sistema informatizado. Antes da venda do voucher, as agências consultam essa central que autoriza a liberação da visita conforme o limite de suporte de cada atrativo.

A conjunção dos fatores acima descritos propiciou que se instalasse em Bonito um crescimento acelerado da atividade turística, expresso pelos seguintes dados¹⁴:

¹¹ As Grutas do Lago Azul e Nossa Senhora Aparecida foram tombadas pelo então Instituto Brasileiro do Patrimônio Cultural em 1978.

¹² Já na final dos anos oitenta a Prefeitura passou a destacar algumas pessoas, ainda que não qualificadas, para auxiliar a visitação dos pontos mais procurados pelos turistas. Esta iniciativa, entretanto, não foi suficiente para impedir atos predatórios, especialmente nas Grutas.

¹³ Imposto Sobre Serviços.

¹⁴ Os dados referentes à 1993 foram extraídos do documento do SEBRAE *Case de Bonito*, e os relativos à 1999 resultaram do levantamento de campo desta pesquisa.

Número de Leitos na Hotelaria

1993: 300 unidades

1999: superior a 3 000 unidades

Empregos Diretos em Atividades Turísticas

1993: 180 postos de trabalho

1999: 865 postos de trabalho

Número de Agências de Turismo

1993: 6 estabelecimentos

1999: 24 estabelecimentos

Os dados demonstram que, num período de seis anos, a dimensão do setor praticamente decuplicou. Se, por um lado, este crescimento provocou uma dinamização na economia local, também contribuiu para a instalação de uma infra-estrutura turística marcada por sensíveis contrastes, tanto na qualidade das instalações como na de prestação de serviços.

8. - Descrição do Cluster

A descrição do *cluster*, com a posição ocupada por cada um dos atores e as correlações que estabelecem entre si foi feita a partir de uma representação gráfica composta de cinco anéis – (diagrama 1). O **epicentro** é formado pelos **atrativos**, onde a Modalidade Ecoturismo constitui o vetor mais importante. O **segundo anel**, que corresponde ao *Trade₂*, abrange a **infra-estrutura básica do turismo** - hotéis, agências de turismo, guias, bares e restaurantes, meios de transporte e pelo comércio voltado para o turismo. O **terceiro anel** agrega os atores sociais ligados direta e permanentemente à atividade turística. Aí se situam os órgãos do **poder público local, os colegiados e as associações de classe**. O **quarto anel** é constituído pelos órgãos de apoio com atuação supra-local. Neste patamar encontram-se os **órgãos públicos federais e estaduais** que atuam na área de turismo e meio ambiente; **organizações pára-estatais** voltadas para a capacitação empresarial e qualificação de trabalhadores; **instituições de ensino e pesquisa e ONG's** voltadas para as áreas de ecoturismo e meio ambiente. O **último e quinto anel** constitui o pano de fundo sobre o qual se desenvolve o turismo, englobando todo o **meio urbano, meio rural e a estrutura de competência supra local**.

8.1. - Os Atrativos: o núcleo do cluster

A especificidade dos atrativos situados no Planalto da Bodoquena, com 200 km de extensão por 30 km de largura deve-se, fundamentalmente, à estrutura geológica composta por rochas carbonáticas muito puras através das quais as “águas infiltradas ressurgem na planície abaixo, formando olhos d’água e rios límpidos e transparentes”¹⁵. Estas características “permitem o desenvolvimento ao longo dos rios, de inúmeras cachoeiras e barragens naturais de tufas calcárias”¹⁶ e a formação de grutas de beleza cênica.

Neste ambiente, durante a última década, multiplicaram-se as formas de exploração do turismo de natureza que, como mencionado, foi dividido em modalidades, por sua vez sub divididas em tipos de atrativos.

MODALIDADE ECOTURISMO

Tipos:

Visita a grutas

Flutuação em rios

Trilhas e cachoeiras

MODALIDADE TURISMO DE AVENTURA E ESPECIALIZADO

Tipos:

Passeios de bote

Bóia-cross

Rapel

MODALIDADE TURISMO DE LAZER

Tipos:

Balneários

Cavalgada

¹⁵ Fonte: Boggiani, Paulo C.. 1999. *Folha do Povo*. Serra da Bodoquena: Parque Nacional ou APA?

¹⁶ Fonte: Boggiani Paulo C., idem.

Dentre as três modalidades exploradas, a Modalidade Ecoturismo concentrou 73% do total dos 124.527 *vouchers* emitidos em 1999. Essa concentração é ainda maior no que se refere à receita auferida, respondendo por quase 80% do total arrecadado pelos atrativos no período. A Modalidade Turismo de Aventura e Especializado representou 21% dos *vouchers* emitidos e a modalidade Turismo de Lazer por 5,7%. Juntas, as três modalidades totalizaram 170.449 *vouchers* emitidos durante o ano de 1999¹⁷ - Tabela 1.

Tabela 1

NÚMERO E VALOR DOS *VOUCHERS* EMITIDOS POR MODALIDADE E TIPO DE ATRATIVO. BONITO/MS 1999.

MODALIDADE E TIPO DE ATRATIVO	Nº Voucher Emitidos	Proporções		Valor Voucher (R\$)	Proporções	
		(%)	(%)		(%)	(%)
		No Total	Na Modal.		No Total	Na Modal.
TOTAL	170.249	100,0		4.139.629	100,00	
ECOTURISMO	124.327	73,0	100,00	3.279.294	79,22	100,00
Grutas	42.233	24,8	33,97	422.330	10,20	12,88
Flutuação	48.196	28,3	38,77	1.987.941	48,02	60,62
Trilhas e cachoeiras	29.850	17,5	24,01	764.076	18,46	23,30
Turismo rural/ambiental	4.048	2,4	3,26	104.948	2,54	3,20
TURISMO DE AVENT. e ESPEC.	36.197	21,3	100,00	766.925	18,53	100,00
Passeio de bote	32.445	19,1	89,63	648.900	15,68	84,61
Bóia-cross	3.203	1,9	8,85	48.045	1,16	6,26
Rapel	519	0,3	1,43	62.280	1,50	8,12
Mergulho	77	0,0	0,21	7.700	0,19	1,00
TURISMO DE LAZER	9.725	5,7	100,00	93.410	2,26	100,00
Balneários	9.579	5,6	98,50	91.950	2,22	98,44
Cavalgadas	146	0,1	1,50	1.460	0,04	1,56

Fonte: Estatística da Secretaria de Turismo da Prefeitura de Bonito e Tarifário utilizado pelas agências de turismo

8.1.1. Modalidade Ecoturismo

Esta é a modalidade que, além da maior preocupação com técnicas de manejo e limites de carga que assegurem a sustentabilidade ambiental, permite a transmissão informações de interesse aos turistas sobre os ambientes visitados.

Flutuação

A flutuação praticada de forma organizada nos atrativos Aquário Natural, Rio Sucuri e no Rio da Prata¹⁸ oferece aos turistas a oportunidade de observar olhos d'água e nascentes de rios cristalinos e de percorrer trechos de rios de 1 a 2 km, observando a fauna ictiológica e flora

¹⁷ Fonte: Secretaria de Meio Ambiente e Turismo de Bonito. Total de Visitantes por Passeio 1999.

¹⁸ Estes atrativo são explorados nos rios Formoso, Sucuri e da Prata.

aquática.

Estes passeios são organizados em grupos cujo máximo varia de 8 a 15 pessoas, respeitando um intervalo de 30 minutos entre cada grupo, de forma a sugerir aos turistas a sensação de privacidade durante o passeio e ao mesmo tempo minimizar o impacto sobre a fauna.

Além de sua maior expressão econômica – com um faturamento da ordem de R\$ 1.988 mil, tabela 1, – este é o tipo de atrativo que atingiu o maior nível de profissionalização, refletida na qualidade e cuidados de higiene com os equipamentos, na melhora dos receptivos e no interesse dos empresários em expandir e sofisticar a qualidade do atendimento.

Grutas

Bonito dispõe de três grutas com maior potencial de exploração turística, todas elas sob a forma de visitação guiada¹⁹.

Gruta do Lago Azul → de propriedade do Governo do Estado de Mato Grosso do Sul²⁰, tem a visitação administrada pela Prefeitura Municipal. É a gruta mais conhecida “constituída por um salão de piso inclinado com lago subterrâneo situado a mais de 50 m da superfície. Apresenta entrada circular com aproximadamente 40 m de diâmetro, o que permite nos meses de setembro a fevereiro a incidência direta de raios solares sobre a superfície do Lago, que adquire uma coloração azul intensa. Existem ainda galerias superiores e laterais de acesso difícil e vedadas à visitação. No fundo de seu lago foram encontradas ossadas de mamíferos pleistocênicos”²¹.

Gruta Nossa Senhora da Aparecida → fechada a visitação pela ausência de infra-estrutura e de iluminação natural.

Gruta de São Miguel → explorada pelo setor privado desde o final de 1999;

É importante salientar que a Gruta do Lago Azul, atrativo mais visitado em Bonito, ainda não dispõe de um plano de manejo fundado em “diagnóstico do meio físico e biológico e análise do impacto da visitação sobre a Gruta”²².

Em 1984, o IPHAN aprovou um projeto de iniciativa do governo do estado que apresentou um plano de manejo turístico das grutas e que resultou na definição da infra-estrutura que viria a ser implantada na Gruta do Lago Azul. Estabeleceu-se então o traçado e o material utilizado na escada de acesso ao interior da gruta, buscando facilitar o caminhamento com o mínimo de impacto visual. Desde 1993, a Gruta é visitada apenas mediante o acompanhamento de guia. A partir de 1995, após o encontro técnico “Diretrizes Básicas para o Gerenciamento das Grutas do Lago Azul e Nossa Senhora Aparecida” de iniciativa do IPHAN, foi fixado o limite máximo de visitação em 225 turistas por dia, obedecido até hoje²³.

Em 1999, a Gruta do Lago Azul recebeu 42.233 turistas propiciando uma arrecadação de R\$ 422 mil. É importante mencionar que este volume de visitas ocorrido em 1999 equivale a 50% do potencial de turistas que a Gruta poderia receber durante um ano.

O exame da distribuição dos turistas por mês revela que, à exceção dos meses de janeiro e julho, quando a visitação já está próxima ao seu limite de suporte, nos demais meses a Gruta ainda está sendo explorada, em média, 40% abaixo de sua capacidade total.

¹⁹ Outras cavidades como a Gruta do Mimosa, o Abismo Anhumas e a nascente do Rio Formosa são utilizadas para a prática de rapel e de mergulho.

²⁰ A Gruta do Lago Azul foi adquirida, juntamente com a Gruta Nossa Senhora Aparecida, pelo governo do estado em 1982, época anterior à definição constitucional de que a propriedade de cavidades naturais subterrâneas pertencem à União

²¹ Boggiani, Paulo C. 1998. *Plano de Manejo e Avaliação do Impacto Ambiental da Visitação Turística das Grutas Do Lago Azul e Nossa Senhora Aparecida, Bonito-MS*. O referido projeto, em fase de elaboração, abrange o diagnóstico do meio físico e biótico, a definição da capacidade de visitação e a infra-estrutura necessária à visitação e está sendo realizado por uma equipe multidisciplinar de pesquisadores

²² Idem.

²³ Idem.

Trilhas e Cachoeiras

Os passeios de trilhas e cachoeiras são feitos em fazendas particulares que propiciam caminhadas em matas ciliares com a observação da flora e fauna, além de outras opções específicas de cada sítio como piscinas naturais e cachoeiras; banhos de rio; e formações de pequenas cavernas e tufas calcárias. A maior parte delas dispõe de restaurante.

Em 1999, foram comercializados 29.850 *vouchers* para este tipo de atrativo (24% do total da Modalidade Ecoturismo), gerando uma receita de cerca de R\$ 764 mil – tabela 1. Nesta modalidade de turismo observa-se uma concentração em dois atrativos – Rio do Peixe e Parque das Cachoeiras – que respondem por 76% do total das visitas feitas nos seis atrativos.

Turismo rural e ambiental

Apenas dois atrativos – Projeto Vivo e Estância Mimosa – se dedicam a este tipo de atrativo que combina a prática de atividades ecoturísticas com a vivência ou conhecimento das atividades produtivas do meio rural, enfatizando a educação ambiental.

Com relação a estes dois atrativos, observa-se que, juntos, receberam 4.048 turistas em 1999, com um faturamento total da ordem de R\$ 105 mil – tabela 1.

8.1.2. - Modalidade Turismo De Aventura e Especializado

Os tipos de atrativo nesta modalidade de turismo – passeio de bote, bóia-cross, rapel e mergulho - não utilizam os guias credenciados. No caso do passeio de bote o responsável pela orientação e segurança dos turistas é o remador, enquanto a prática de bóia-cross, rapel e mergulho é acompanhada de instrutores.

Passeio de bote

Os passeios são realizados em botes de borracha com capacidade para até 14 pessoas; percorrem um trecho de cerca de 7 km ao longo do Rio Formoso, descendo algumas quedas d'água. No percurso é possível a observação de pássaros e macacos e, ocasionalmente, cobras sucuris enroladas em troncos de árvores.

Este tipo de atrativo oferecido por oito empresas respondeu por 90% dos *vouchers* comercializados na modalidade Turismo de Aventura e Especializado, com um faturamento de R\$ 649 mil. Observa-se que apenas uma empresa de bote foi responsável por 40% do total dos 32.445 emitidos – tabela 1.

Sem limite de carga estabelecido, o volumoso trânsito de botes, principalmente em período de alta temporada, tem sido motivo de preocupação. Ademais, nos períodos de estiagem, quando o nível das águas é mais baixo, botes que não tem restringido a lotação tem provocado problemas de erosão.

Bóia-cross

O bóia-cross é praticado nas corredeiras do Rio Formosinho em bóias individuais, sendo obrigatório o uso de colete salva-vidas. Em 1999, este tipo de atrativo atraiu 3203 turistas com um faturamento de R\$ 48 mil.

Rapel

O *rapel* praticado no Abismo Anhumas, consiste em descer por corda uma fenda de 72 m de profundidade no fundo da qual se encontra um lago de águas cristalinas. É realizado em grupos de no máximo 8 pessoas, apenas dois por dia e exige um treinamento que se realiza na véspera do passeio.

Em 1999, este tipo de atrativo, com faturamento de R\$ 62 mil, foi demandado por 519 turistas.

Mergulho

A prática do mergulho na Nascente do Rio Formoso e na Gruta do Mimoso exige qualificação prévia do turista e oferece rico visual de cavernas. Estes dois atrativos receberam 77 mergulhadores, em 1999.

8.1.3. Modalidade Turismo de Lazer

Balneário

Os balneários são, em geral, mais associados ao lazer e à recreação de massa do que à prática do ecoturismo. Bonito dispõe de cinco balneários – Municipal, Ilha do Padre, Rincão dos Sonhos, Tarumã e do Sol. Além de área verde, quadras de esportes, restaurantes ou lanchonetes, os balneários, possibilitam banhos em rios de águas límpidas e, alguns, em cachoeiras.

Deste conjunto de Balneários, dois não possuem limite de carga definida - o Municipal e a Ilha do Padre – enquanto os demais estão autorizados a receber entre 150 e 300 turistas por dia. Em 1999 foram vendidos 9.579 ingressos para os balneários. Destes, 8.364 (87%), destinaram-se ao Balneário Municipal. Este número, todavia, não representa o total de pessoas que visitaram o Balneário, pois não conta os ingressos de bonitenses aos quais o acesso é franqueado.

Ainda com relação ao Balneário Municipal cabe destacar a elevada concentração de visitantes que ocorre em feriados, particularmente no carnaval. Tal fato tem trazido preocupação para as lideranças locais comprometidas com a preservação ambiental.

8.2. As agências de turismo

Em meados dos anos 1980 foram instaladas as três primeiras agências de turismo em Bonito. Em 1993, esse número elevou-se para seis e atualmente a cidade conta com vinte e seis agências que compõe, juntamente com as operadoras instaladas nas grandes cidades, a rede de distribuição dos produtos turísticos. Segundo as informações levantadas junto às agências, cerca de 35% do total de pessoas que visitam Bonito utilizam o serviço de operadoras. Estas comercializam “pacotes turísticos”, geralmente com tarifas aéreas e hoteleiras mais reduzida em até 50% do que as pagas pelos turistas que viajam por conta própria. O grande número de agências em Bonito resulta basicamente do valor reduzido do investimento necessário para sua instalação e do fato terem a exclusividade na comercialização dos *vouchers* para os passeios ecoturísticos.

Com base no faturamento resultante da venda de *vouchers*, sua principal fonte de receita, estabeleceu-se quatro grupos de agências. O primeiro, composto pelas quatro maiores, responderam, em 1999, por 40,6% do faturamento; o grupo seguinte composto por 6 agências foi responsável por 30,9% do faturamento; e as 16 empresas restantes ficaram com os demais 28% - tabela 2.

Cabe ainda salientar que das 26 agências 5 exploram passeios de bote no Rio Formoso como produto que complementa à atividade da agência. Além dessas, outro conjunto de agências caracteriza-se pela vinculação a hotéis e pousadas cujos hóspedes representam em geral a parte mais significativa de sua clientela. É o caso de 7 agências de porte médio ou pequeno.

Estimou-se em R\$ 449 mil o investimento acumulado até 1999 para a instalação das 26 agências e seu faturamento com a venda de *vouchers* R\$ 820 mil, excluídas as parcelas da venda dos *vouchers* repassadas aos demais agentes – tabela 2.

8.3. Os Guias

Os guias cumprem importante função na cadeia produtiva do ecoturismo. São os agente incumbidos de prestar informações sobre o meio natural dos atrativos, informações históricas, fomentar atitudes conservacionistas entre os turistas, bem como cuidar da segurança dos grupos. Atuam ainda enquanto fiscais ambientais denunciando danos ao meio ambiente.

A obrigatoriedade do acompanhamento de guia credenciado ²⁴ nos passeios turísticos

²⁴ A profissão de guia turístico foi instituída pela Lei N. 8623/93, regulamentada pelo Decreto n. 946/93.

instituída em 1995 não se aplica aos atrativos da modalidade turismo de aventura/especializado nem ao turismo de lazer.

Tabela 2

AGÊNCIAS DE TURISMO: INVESTIMENTOS, FATURAMENTO, DISPÊNDIOS, SALÁRIOS, ENCARGOS E LUCRO, SEGUNDO O PORTE DA AGÊNCIA. (EM R\$)

	Nº Agên.	Investi.	Faturam.	Dispênd. Intererno	Dispênd. Externo	Empregos Diretos.	Salários	Impostos Encargos	Lucro
A	4	160.000	332.931	108.460	49.940	16	58.520	34.203	140.329
B	6	150.000	253.389	97.858	38.008	18	59.850	30.624	86.898
C	5	75.000	136.123	58.456	20.418	13	38.038	18.218	39.031
D	8	64.000	97.583	61.453	14.637	16	46.816	18.924	2.568
Total	23	449.000	820.026	326.228	123.004	63	203.224	101.969	268.826

Fonte: Estatística da Prefeitura e Pesquisa de Campo IPEA.

A associação dos guias de turismo, cuja arrecadação provém de 16% da arrecadação da venda de ingressos para o Balneário Municipal, destinou a maior parte de sua receita – cerca de R\$ 12 mil em 1999 – à promoção de cursos teórico e práticos voltados para a formação profissional dos guias e dos monitores da Modalidade Turismo de Aventura e Especializado. Entre os cursos oferecidos destacam-se os cursos de primeiros socorros, de geografia e o de biologia sobre plantas aquáticas.

Os três cursos de guia especializado em atrativos naturais, realizados em Bonito, formaram 92 guias, dos quais 56 permanecem ativos na profissão; 26 não estão exercendo a atividade regularmente e 11 a abandonaram de forma definitiva.

Este número de guias tem se mostrado insuficiente para atender a demanda. Por isso atualmente está se iniciando novo curso que deverá formar mais 40 profissionais. A Associação dos Guias de Bonito instalou uma central destinada a promover uma melhor racionalidade na distribuição dos guias em função da demanda para cada atrativo.

A remuneração dos guias geralmente calculada entre 14 % e 20% do valor da arrecadação da venda dos *vouchers*. Com base no tarifário e na arrecadação dos atrativos, estimou-se em R\$ 536 mil o total do valor pago em remuneração para os 55 guias em atividade em 1999, o equivalente a uma remuneração média mensal de R\$ 817,64.

8.4. Os Meios de Hospedagem

Até 1992, a rede hoteleira de Bonito não oferecia mais do que 300 leitos. Atualmente o número praticamente decuplicou. Este intenso crescimento, num período de sete anos, ocorreu, analogamente às demais atividades turística, de forma espontânea, independente de qualquer processo de planejamento do setor, precedido apenas por alguns estudos de mercado realizados pelos investimentos dos maiores hotéis e pousadas.

Neste ambiente multiplicaram-se meios de hospedagem com características bastante heterogêneas. Esse fenômeno está associado a uma base empresarial onde significativa parcela dos proprietários ingressaram no setor sem experiência em hotelaria ou mesmo na de prestação de serviços. A distribuição dos meios de hospedagem pode ser ilustrada com base em cinco conjuntos

Segundo este decreto a habilitação como guia cadastrado na EMBRATUR exige, entre outras condições, a conclusão do segundo grau completo e a conclusão de Curso de Formação Profissional de Guia de Turismo.

de estabelecimentos reunidos segundo seu grau de homogeneidade²⁵. Ressalta-se que esse agrupamento foi realizado a partir de observações empíricas, sem obedecer critérios rigorosos, e visou apenas contribuir para uma caracterização desse setor para fins desse estudo:

- A) hotéis *resort*;
- B) pousadas/hotéis confortáveis;
- C) pousadas/ hotéis com conforto mediano;
- D) pousadas/hotéis com pouco conforto;
- E) pousadas precárias.

A partir do levantamento de informações realizado junto a rede hoteleira, constatou-se, em 1999, uma taxa de ocupação média de 44% para o conjunto dos 807 quartos/apartamentos existentes em Bonito, correspondente a um total de 129 mil diárias. A receita do setor foi estimada em R\$ 6.963 mil e o investimento acumulado em R\$ 14.173 mil- tabela 3.

Tabela 3

HOTÉIS: NÚMERO DE DIÁRIAS, TAXA DE OCUPAÇÃO, INVESTIMENTO, FATURAMENTO, DISPÊNDIOS, EMPREGOS, SALÁRIOS, IMPOSTOS/ENCARGOS E LUCRO. 1999.

	Nº Diárias	Taxa Ocup.	Investim. (R\$mil)	Faturam. (R\$mil)	Dispênd. Int. (R\$mil)	Dispênd. Ext. (R\$mil)	Empregos Diretos	Salários (R\$mil)	Impostos Enc. (R\$mil)	Lucro (R\$mil)
A	15.421	65%	5.000	2.160	615	468	130	425	236	842
B	36.792	60%	4.200	2.354	673	344	145	462	256	1.081
C	35.974	44%	2.900	1.295	745	182	139	438	196	172
D	24.447	34%	1.400	685	226	87	40	106	66	306
E	16.735	30%	673	469	103	65	27	54	40	261
Total	129.369	44%	14.173	6.963	2.362	1.146	481	1.485	794	2.662

Fonte: Pesquisa de Campo, IPEA

8.5. Os Restaurantes

Bonito conta com dez restaurantes para atender a clientela formada pelos turistas que visitam a cidade. Complementam este atendimento seis bares/lanchonetes e quatro sorveterias. Entre os doze restaurantes, três encontram-se em hotéis e atendem, quase que exclusivamente, seus hóspedes. Além dos restaurantes localizados na cidade, três dos atrativos ecoturísticos incluem em seu roteiro a opção de almoço. Isto ocorre principalmente nos passeios com trilhas e cachoeiras com duração de um dia ou de meio dia.

Cabe salientar que a região não se destaca pela gastronomia a qual não constitui um fator importante na atração dos turistas. À exceção de dois restaurantes que se destacam pela qualidade da comida e do serviço, os demais oferecem refeições de “qualidade média”. Mesmo localizada em uma região com peixe abundante²⁶ a carne bovina e ao aves constituem os principais componentes do cardápio dos restaurantes

Os investimentos acumulados no setor, até 1999, atingiram cerca de R\$ 1,0 milhão, dos

²⁵ A denominação hotéis e pousadas utilizada para os grupos reflete a forma como eles estão identificados em Bonito, embora não se enquadrem em muitos casos no que se entende como tal. Da mesma forma adotou-se o agrupamento pelo nível de conforto oferecido - sem considerar outros aspectos relevantes como os padrões arquitetônicos e a integração com o meio ambiente natural - para tornar possível uma análise capaz de apreender alguns aspectos qualitativos do setor hoteleiro.

²⁶ . A pesca é proibida nas bacias hidrográficas onde se localizam os atrativos turísticos de Bonito. Assim, o peixe consumido em Bonito provém em sua maior parte do Rio Miranda na fronteira do Município.

quais aproximadamente 25% apenas em um empreendimento que entrou em funcionamento em fevereiro de 2000. Este foi o primeiro estabelecimento do ramo em Bonito cuja implementação foi precedida não apenas de estudos de viabilidade econômica, assim como de projeto arquitetônico com a finalidade específica.

Estimou-se em cerca de 331 mil o total de refeições servidas pelos estabelecimentos – restaurantes, hotéis e fazendas - em 1999, propiciando um faturamento da ordem de R\$ 3.419 mil

Do faturamento total do setor, cerca de 55% resultou apenas dos quatro restaurantes com maior movimento – tabela 4. Esta concentração é explicada em parte pelo número restrito de restaurantes turísticos. Cabe salientar que de uma forma geral não há uma diferença muito sensível entre os preços praticados pelos restaurantes.

Na fronteira com o setor de alimentação foi instalada recentemente uma casa de espetáculos que deverá proporcionar uma opção de diversão noturna em Bonito.

TABELA 4

RESTAURANTES: ESTIMATIVAS DE INVESTIMENTO, FATURAMENTO, DISPÊNDIOS, EMPREGOS, SALÁRIOIMPOSTOS/ENCARGOS E LUCRO. 1999.

Grupos Rest.	Investim (R\$ mil)	Faturam. (R\$ mil)	Dispênd. Inter (R\$mil)	Dispênd. Externo	Empregos Diretos	Salários (R\$)	Impostos Encarg (R\$mil)	Lucro (R\$ mil)
A	497	1932	372	644	50	157	143	773
B	225	750	233	250	21	150	82	185
H	270	445	137	89	56	186	78	141
Atrat.	145	235	83	78	12	36	22	52
Total	992	3362	825	1061	139	529	325	1151

Fonte: Pesquisa de Campo, IPEA

8.6. Lojas para Turistas

Bonito conta com 17 estabelecimentos comerciais especializados na venda de artigos para turistas. Entre os produtos comercializados encontra-se peças confeccionadas pelos índios *kadiuéis* e *terena* que constituem expressões significativas da cultura regional. A grande maioria dos demais produtos não diferem do que é oferecido em lojas similares de qualquer cidade turística, principalmente camisetas com estampas inspiradas em temas e paisagens locais e *souvenirs* padronizados.

Estas lojas, que geraram cerca de 60 postos de trabalho, tiveram um faturamento em 1999 estimado em R\$ 2,7 milhões. Estima-se ainda em aproximadamente R\$ 947 mil o valor dos dispêndios destas lojas com a compra de mercadorias produzidas fora de Bonito. Tal conjuntura revela que existe um mercado importante, e pouco explorado, para produtores locais: artesãos e pequenos produtores rurais.

9 - . Dimensão Econômica do Trade

Até o início dos anos 1990 a economia de Bonito era sustentada fundamentalmente por atividades do setor primário, com ênfase na pecuária de corte e no plantio da soja. Desde então, o turismo, uma atividade embrionária na época, expandiu-se a ponto de tornar-se atualmente o principal foco de dinamismo da economia local.

Esta transformação na estrutura de sua economia foi acompanhada de um declínio da

atividade primária, resultando em uma significativa alteração na distribuição espacial da população do Município. Enquanto em 1970 81% da população de Bonito residia na área rural já em, em 1996, a situação praticamente inverteu-se e 75 % da população passou a viver na área urbana.

O desempenho do setor primário de Bonito, em 1999, expresso por seu faturamento foi de R\$ 27 milhões²⁷. Mesmo apresentando um faturamento superior ao do *Trade* turístico, seu impacto na economia local é menor do que o das atividades turísticas. A pecuária de corte não gera muitos empregos e as cultura agrícolas mais praticadas (soja, milho e arroz), além de não empregarem elevado contingente de mão de obra, dependem de insumos provenientes, na maioria, de outras regiões.

Na base do crescimento da atividade turística encontram-se investimentos realizados pelas empresas do *Trade* da ordem de R\$ 18,6 milhões²⁸. Destes investimentos, R\$ 14,2 milhões (76% do total) se deram na estruturação da rede hoteleira. Em atrativos foram investidos R\$ 2,77 milhões (15% do total). As agências, restaurantes e lojas turísticas, juntas, responderam por 9% do total dos investimentos.

Tais investimentos, que mantém 865 postos de trabalho, foram responsáveis por um faturamento do *Trade*, em 1999, da ordem de R\$ 17,0 milhões – tabela 5. Estas empresas internalizaram na economia R\$ 4,6 milhões, dos quais R\$ 2,7 milhões²⁹ sob a forma de remuneração da mão de obra. Estimou-se ainda que para gerar o faturamento de R\$ 17 milhões foram dispendidos recursos no montante de R\$ 3,6 milhões em aquisições fora de Bonito.

TABELA 6: SÍNTESE DOS INVESTIMENTOS, FATURAMENTO, DISPÊNDIOS, SALÁRIOS. 1999

(Em R\$)

SETORES	Investim.	Faturam	Dispênd		Emprego	Salários	Impostos	Lucro
			Interno	Externo				
ATRATIVOS	2.775	2.673	502	296	79	345	193	1.682
HOTÉIS	14.172	6.963	2.362	1.146	481	1.485	793	2.662
AGÊNCIAS	449	820	326	123	63	203	101	270
GUIAS		675			55			675
RESTAURANTES	992	3.362	825	1.061	139	529	325	1.151
LOJAS	255	2.706	579	947	60	174	187	993
TOTAL	18.643	17.199	4.594	3.573	877	2.736	1.599	7.433

Fonte: Pesquisa de Campo do IPEA

A propósito, cabe salientar que estas importações não ocorreram apenas na aquisição de bens e serviços de maior valor agregado ou fornecidos por empresas localizadas em grandes centros urbanos. O fornecimento da maior parte dos gêneros alimentícios para a rede hoteleira e restaurantes turísticos provêm de Campo Grande ou mesmo do Estado de São Paulo.

Os gastos realizados pelo *Trade* na aquisição de bens e serviços, além do impacto direto

²⁷ Dado obtido a partir de consultas a empresas que atuam no setor.

²⁸ Este montante considera o total dos investimentos realizados desde o início de cada empreendimento turístico.

²⁹ Neste valor não está apropriado o pró-labore dos proprietários.

sobre a economia, tem um efeito multiplicador interno que contribui para a expansão de outras atividades econômicas no Município, especialmente no comércio.³⁰

O *Trade* viabilizou uma arrecadação de impostos de base local³¹, cujo valor, em 1999, foi de R\$1.345 mil. Este valor representou 55% da receita própria do Município no período. Ao se

agregar a este valor a participação do *Trade* na arrecadação do ICMS³², constata-se que mais de 60% da receita municipal, exceto as transferências federais, provêm de atividades ligadas ao turismo. Mesmo assim, tais valores ainda estão muito aquém do potencial de arrecadação de uma economia onde apenas os segmentos do *Trade* analisados têm um faturamento anual de R\$ 17 milhões.

10 - Competitividade: Nível Micro

O *Trade* turístico de Bonito, que corresponde aos dois círculos centrais do diagrama 1, constitui o campo privilegiado para a análise dos fatores de competitividade no plano micro-econômico. Neste nível, as vantagens competitivas resultam da introdução de novas tecnologias e arranjos organizacionais das empresas voltados para o incremento da produtividade, flexibilidade, qualidade e velocidade de reação³³. Visam também o aprimoramento da articulação com a rede de fornecedores e de distribuição, de forma a propiciar uma eficiência coletiva - objeto principal dos estudos de cluster.

Antes de abordar a questão relativa à eficiência coletiva no *Trade* turístico de Bonito, é importante observar alguns aspectos intra-empresa que condicionam o seu alcance.

A hipótese é de que um ambiente empresarial com importantes limitações no plano de cada firma restringe as possibilidades de aproveitamento do potencial de eficiência coletiva do *Trade*. Do universo de 133 empresas que compõe o *Trade* turístico, um conjunto constituído pelas 23 empresas com maior faturamento (17% do total de empresas) respondeu por 63% dos investimentos e por 61% do faturamento em 1999 – tabelas 7 e 8 - É possível afirmar que existe uma correlação entre a preocupação com qualidade e eficiência e a participação do faturamento de cada empresa no de seu segmento.

Mesmo sem levantar os dados que possibilitariam a construção de indicadores de qualidade ou eficiência, a simples observação das instalações físicas e da prestação dos serviços revela que tais aspectos são pouco considerados pela maioria das empresas. Esta realidade pode ser explicada por dois fatores principais: sob o prisma empresarial, a ausência de experiência anterior na direção de negócios turísticos, o baixo nível de capitalização anterior e mesmo uma incipiente mentalidade empresarial estão na base da grande maioria das empresas³⁴. Do ponto de vista da qualidade da mão de obra, as restrições são ainda maiores, resultado das condições de carência sócio econômica da maioria da população que, até a década de 90, era essencialmente de origem rural³⁵.

³⁰ Hoje em Bonito existem 2 bancos, 16 mercearias, 14 açougues, 4 distribuidoras de bebidas, 3 panificadoras, 2 estabelecimentos de venda de frutas e legumes, 5 postos de gasolina, 25 lojas de roupas e calçados, 3 imobiliárias, 2 livrarias, 4 lojas de material de construção, entre outros.

³¹ Imposto Sobre Serviços; Receita de ingressos para o Balneário e da visitação à Gruta do Lago Azul.

³² Imposto Sobre Circulação de Mercadorias.

³³ Stamer, J. G., Op. cit.

³⁴ Os atrativos ecoturísticos mais relevantes, particularmente os de flutuação, constituem exceção em termos de gestão. A origem empresarial, o nível de formação universitária de seus dirigentes, assim como o nível de capitalização anterior ao início da exploração desses atrativos explicam os resultados expressivos alcançados por este segmento do turismo de Bonito.

³⁵ Esta limitação é mais evidente nos serviços que envolvem a relação direta com os turistas. No caso de recepção ao turista estrangeiro, uma tendência crescente, o número limitado de pessoas com conhecimento de outro idioma tem se constituído em obstáculo adicional à qualidade do atendimento.

Tabela 7
Totais de Empresas, Estimativas de Investimentos e Faturamento por Setores do *Trade* Turístico. Bonito/ MS. 1999.

SETORES	EMPRESAS	INVESTIMENTOS	FATURAMENTO
		(R\$ mil)	(R\$ mil)
ATRATIVOS	19	2.774	2.673
HOTÉIS	57	14.172	6.963
AGÊNCIAS	26	449	820
RESTAURANTES	14	992	3.127
LOJAS	17	255	2.706
TOTAL	133	18.642	16.289

Fonte: Pesquisa de Campo, IPEA.

Tabela 8
Número de Empresas de Maior Porte, Investimentos e Faturamento das Empresas de Maior Porte por Setores do *Trade* Turístico. Bonito/MS. 1999.

SETORES	EMPRESAS		INVESTIM.(R\$ mil)		FATURAM.(R\$mil)	
	Nº Empresas Maior Porte	%	das Empresas de Maior Porte	%	das Empresas de Maior Porte	%
ATRATIVOS	4	21	1.800	65	1.860	70
HOTÉIS	7	12	9.200	65	4.514	65
AGÊNCIAS	4	15	160	36	333	41
RESTAURANTES	4	29	497	50	1.932	62
LOJAS	4	24	127	50	1.298	48
TOTAL	23	17	11.784	63	9.937	61

Fonte: Pesquisa de Campo, IPEA.

No caso dos atrativos ecoturísticos de flutuação, com destacada capacitação empresarial, a busca da qualidade levou à introdução de inovações como o uso de roupas de *neoprem* e, em um dos atrativos, a instalação de piscina para treinamento prévio dos turistas no uso de *snakers*. A maioria das inovações introduzidas no *Trade* de Bonito resultaram de transferência de tecnologias, materiais, equipamentos ou métodos organizacionais utilizados em outras localidades turísticas e absorvidas mediante sugestões oferecidas pelos turistas ou pela observação dos empresários do *Trade* em viagens.

A qualificação da mão de obra para serviços especializados tem sido suprida por cursos de curta duração promovidos principalmente pelo SEBRAE³⁶ e pelo SENAC³⁷.

Não obstante estas restrições à eficiência individual, a instituição do voucher único deu sustentação a duas condições essenciais à eficiência coletiva do *Trade*: viabilizou o controle pela prefeitura do número de visitas por passeio, respeitando-se os limites de suporte dos atrativos ecoturísticos, e sistematizou o acompanhamento de guias como forma de minimizar os impactos ambientais da visitação. Estes dois aspectos foram fundamentais para a sustentabilidade das atividades ecoturísticas em Bonito.

³⁶ Serviço de Apoio à Pequena Empresa.

³⁷ Serviço Nacional de Comércio.

Ao mesmo tempo o voucher único assegurou uma reserva de mercado para as agências de turismo da cidade que detém a exclusividade na venda de ingressos e estabeleceu parâmetros para a repartição do produto da arrecadação dos *vouchers* entre proprietários, agências e guias.

11 - Instituições de Apoio Local: instâncias políticas

O terceiro círculo do diagrama corresponde às instituições locais relacionadas ao turismo. Neste nível se encontram a Secretaria de Meio Ambiente e Turismo da Prefeitura; o Conselho Municipal de Turismo CONTUR; o Conselho Municipal de Meio Ambiente e as Associações representativas dos setores ligados ao turismo – Associação dos Proprietários de Atrativos Turísticos de Bonito e Região, Associação Bonitense de Hotelaria, Associação de Guias de Turismo de Bonito, Associação Bonitense dos Proprietários de Agências de Ecoturismo, Associação dos Proprietários de Restaurantes, Bares e Similares; Associação das Empresas de Transporte – *Van* - e a Associação Comercial de Bonito.

Até 1995 as intervenções do poder executivo municipal restringiram-se à execução de obras como a implantação da infra-estrutura de Balneários e a abertura de estradas de acesso aos atrativos. A partir de então, Prefeitura operacionalizou a gestão centralizada do sistema de *vouchers* cuja importância já foi ressaltada. Mesmo neste período em que o *Trade* turístico passou por um crescimento acelerado e “espontâneo”, a Prefeitura não concebeu um plano de ordenamento das atividades turísticas no Município. Sua atuação no sentido de propiciar a otimização da vocação turística foi direcionada principalmente para a execução de projetos na área de saneamento ambiental, com a implantação da usina de reciclagem e a usina de tratamento de esgotos, importantes para evitar a degradação ambiental dos recursos hídricos.

Além da ausência de um planejamento do setor e de um plano diretor para a cidade, alguns aspectos não têm sido objeto da devida atenção como os relacionados à sinalização turística, à educação ambiental, e à conscientização da população sobre a importância do turismo sustentável.

O CONTUR, não obstante conte com uma maioria de membros representantes do *Trade*, não conseguiu induzir o poder executivo a formular uma estratégia para o desenvolvimento do setor, limitando-se basicamente a deliberar sobre a alocação dos recursos do FUTUR e sobre questões de natureza operacional.

Mesmo assim, o CONTUR mediante a definição das prioridades para alocar os recursos do FUTUR, cuja arrecadação em 1999 foi da ordem de R\$ 187 mil, tem contribuído para a eficiência coletiva do cluster, através da aplicação dos recursos no financiamento da participação de Bonito em eventos, em marketing, na realização de cursos ou na execução de obras de manutenção da estrada que dá acesso à Gruta do Lago Azul.

As associações de classe, por sua vez, têm tido uma efetividade limitada apesar de pressionarem e oferecerem propostas para o poder público por não possuírem uma coesão suficiente para impor posições próprias no âmbito do CONTUR e não contam com uma militância importante capaz de conferir legitimidade e força política às suas reivindicações.

12 - Competitividade: nível meta

Neste ambiente institucional circunscrito aos atores acima abordados se definem as condições de competitividade do nível meta. Os fatores de competitividade deste nível assumem maior importância no caso de clusters em ecoturismo, na medida em que para se obter o desenvolvimento sustentável do setor, a atuação coordenada dos agentes do *Trade*, em função de objetivos comuns, exige elevado grau de coesão social e política.

A primeira dificuldade para a definição de objetivos e estratégias comuns entre os empresários de Bonito encontra-se no pequeno número dos que possuem visão estratégica de médio e longo prazos, de que o sucesso do produto ecoturístico depende da qualidade de um conjunto de componentes bem mais amplo do que aquele formado pelos atrativos. Em especial, a infra-estrutura turística e os cuidados com o meio ambiente do entorno, inclusive urbano.

Outra restrição importante está relacionada à ausência de uma cultura associativa entre a grande maioria dos empresários. As associações atualmente existentes são embrionárias e seu fortalecimento pressupõe o desenvolvimento de relações de confiança entre seus integrantes, o que demanda tempo. Não se deve esquecer que o *Trade* existe há menos de dez anos.

13 - Instituições de apoio supra-local

O quarto anel do Diagrama 1 abrange um conjunto de 12 instituições de âmbito estadual e federal que desempenham papéis importantes no aumento da eficiência individual e coletiva do *Trade* turístico de Bonito, proporcionando, inclusive, externalidades positivas. Para efeito analítico, estas instituições foram agrupadas em quatro categorias:

Instituições responsáveis por políticas de turismo.

Instituições responsáveis por políticas ou ações com repercussão sobre o meio ambiente.

Instituições de suporte às empresas.

Instituições ligadas à produção ou difusão de conhecimento e tecnologia.

13.1 - Instituições Responsáveis por Políticas de Turismo

No âmbito federal, o Instituto Brasileiro de Turismo – EMBRATUR é o responsável pela formulação e implementação das políticas de turismo. Sua intervenção mais relevante para o crescimento do setor em Bonito foi propiciada pelo Programa Nacional de Municipalização³⁸ do Turismo, que contribuiu para a estruturação do Conselho Municipal de Turismo de Bonito, instância catalizadora das reivindicações junto ao poder público. Ações de apoio da EMBRATUR ao órgão estadual - Superintendência de Turismo do Estado do Mato Grosso do Sul -, ao Programa de Desenvolvimento do Turismo – PRODETUR e aos corredores turísticos em fase de implementação, também têm gerado impactos positivos em Bonito, mesmo indiretamente.

Na esfera estadual, a Superintendência de Turismo do Estado apoia a atividade turística de Bonito principalmente mediante as ações do Plano de Desenvolvimento do Turístico – PDTUR. Além de ações voltadas para o planejamento e o aproveitamento sustentável das potencialidades turísticas do Estado, o PDTUR prevê a implementação de projetos como o da sinalização turística de Bonito. A Superintendência participa ainda do arranjo institucional do PRODETUR SUL, programa de apoio ao turismo, financiado pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento, atualmente em fase de negociação. Estão previstos os seguintes projetos para o Município de Bonito: implantação de um aeroporto, construção de um receptivo para turistas na entrada da cidade, construção de um centro de convenções e ações de apoio à qualificação da mão de obra local.

13.2 - Instituições responsáveis por políticas e ações destinadas a preservação ambiental

É reconhecida a fragilidade do ecossistema da região da Bodoquena decorrente das diferentes formas da ação antrópica sobre o meio ambiente ocorrida sobretudo nos últimos trinta anos. Extrativismo, lavouras e exploração agro-pecuária sem técnicas adequadas, controle insuficiente da atividade turística e o crescimento da rede de estradas de terra desprovidas de caixa de retenção, vêm, de forma cumulativa, agravando e ameaçando a sustentabilidade da atividade turística na região. Esta realidade ressalta a importância da presença e eficácia da atuação das instituições voltadas para as questões ambientais.

O Ministério do Meio Ambiente Recursos Hídricos e da Amazônia Legal – MMA assumiu, no nível federal, a responsabilidade pela implementação de dois programas de

³⁸ O PNMT visa criar as condições institucionais para capacitar os Municípios a formularem seus planos de desenvolvimento do turismo a partir da instalação de Conselhos Municipais de Turismo, com representação do poder público local e das lideranças do trade. Para tanto presta apoio técnico especialmente para capacitação dos profissionais responsáveis pela operacionalização dos Conselhos.

financiamento externo envolvendo o ecoturismo, o PROECOTUR³⁹ e o Programa Pantanal⁴⁰. Neste último, as intervenções previstas para a região de Bonito se dão no campo do saneamento básico, do ordenamento e promoção do ecoturismo, e na implementação de uma estrada parque ligando os municípios de Bonito a Bodoquena.

É missão do Ministério a formulação e implementação da política nacional de meio ambiente, contando para tanto com um arcabouço legal condizente com a dimensão da biodiversidade do território brasileiro. Esta legislação é considerada avançada, mesmo comparada à dos países desenvolvidos, mas não tem encontrado respaldo nas instituições responsáveis por seu cumprimento. É reconhecida a fragilidade dos órgãos ambientais estaduais aos quais compete a fiscalização e preservação do meio ambiente.

A Secretaria do Meio Ambiente – SEMA, na esfera do Estado do Mato Grosso do Sul, é responsável, entre outras atribuições, pelo licenciamento e fiscalização dos projetos turísticos com impacto ambiental; conta com um reduzido quadro técnico. Em Bonito, sua atuação está direcionada para a capacitação de professores da rede pública, além de integrar o grupo de instituições que, sob a coordenação da EMBRAPA – Solos, está elaborando o projeto que visa a conservação e o uso sustentável da Bacia do Rio Formoso.

A fiscalização permanente do meio ambiente é exercida sobretudo pela Companhia Estadual da Polícia Militar Ambiental, que conta com um contingente 13 policiais sediados em Bonito e apenas um veículo para fiscalizar uma área de 16 mil Km². que se estende, além de Bonito, pelos municípios de Bodoquena e Porto Murtinho. Com estes efetivos e a insuficiência de recursos não lhe é possível averiguar mais do que 60% das denúncias realizadas. Sua atuação prioritária está voltada para a conservação de nascentes e de matas ciliares. Um dos maiores problemas da região tem sido o desmatamento da Serra da Bodoquena, onde encontram-se as nascentes dos rios que servem de base para os atrativos turísticos da região. A Companhia Ambiental desenvolve ainda importante trabalho junto a 63 menores carentes com idade entre 10 e 14 anos - “os florestinhas”. À essas crianças proporciona-se educação ambiental, noções de civismo, inclusive de como tratar e informar os turistas.

Em Bonito os casos de agressão ao meio ambiente são tratados judicialmente no próprio Município. Representante do Ministério Público sediado em Bonito notifica os responsáveis pelos supostos danos para que esclareçam os fatos e, quando necessário, realizem ações destinadas a mitigar os danos causados. Atualmente, a maior parte dos inquéritos em andamento decorrem da ausência de licenciamento para empreendimentos turísticos. Pode-se dizer que isto decorre tanto de uma prática de se criar situações de fato dificilmente reversíveis, como do descrédito em que incorrem os órgãos ambientais pela inércia burocrática ou, às vezes, por seu excesso de zelo.

Atualmente, a intervenção mais relevante, no tocante ao meio ambiente em Bonito, consiste na conservação e uso sustentável da Bacia do Rio Formoso. Coordenada pela EMBRAPA – Solo, em parceria com diversas outras instituições⁴¹, e financiada pelo Fundo Geral do Meio Ambiente, vinculado a Organização das Nações Unidas – ONU, visa oferecer condições para que a população rural assentada nas áreas adjacentes à Bacia do Rio Formoso produzam de forma sustentável, inclusive produtos demandados por turistas ou pelas empresas que compõe o Trade turístico. Desta forma pretende-se simultaneamente promover a melhoria das condições de vida da população rural e evitar a degradação ambiental mediante a adoção de “soluções técnica, social, econômica e politicamente viáveis”.

De forma semelhante ao que ocorre em outros ambientes ricos pela biodiversidade, em Bonito inúmeras Organizações Não Governamentais – ONGs –, além de suas funções de assessoria

³⁹ O PROECOTUR visa estruturar 7 pólos ecoturísticos na Amazônia

⁴⁰ O Programa Pantanal objetiva “promover o desenvolvimento sustentável da Bacia do Alto Paraguai, através do gerenciamento e conservação de seus recursos hídricos, incentivando atividades econômicas ambientalmente compatíveis com o ecossistema e provendo melhores condições de vida à população da região”.

⁴¹ EMPAER-MS, SEMA-MS e Prefeitura de Bonito.

técnica têm contribuído para suplementar o papel do Estado, especialmente na preservação do meio ambiente. Esta contribuição vai desde a organização de reivindicações ou denúncias de segmentos da sociedade com relação à proteção ambiental – movimentos em pró estabelecimento de áreas protegidas a exemplo da Serra da Bodoquena e do Pantanal do Nabileque - à coordenação de iniciativas destinadas recuperação de áreas degradadas – projetos de recuperação de matas ciliares.

De forma semelhante ao que ocorre em outros ambientes ricos pela biodiversidade, em Bonito inúmeras Organizações Não Governamentais – ONGs –, além de suas funções de assessoria técnica têm contribuído para suplementar o papel do Estado, especialmente na preservação do meio ambiente. Esta contribuição vai desde a organização de reivindicações ou denúncias de segmentos da sociedade com relação à proteção ambiental – movimentos em pró estabelecimento de áreas protegidas a exemplo da Serra da Bodoquena e do Pantanal do Nabileque - à coordenação de iniciativas destinadas recuperação de áreas degradadas – projetos de recuperação de matas ciliares.

13.3 - Instituições de Suporte às Empresas

Para suprir as deficiências de qualificação tanto de empresários como da mão de obra do *Trade* turístico, já apontadas nas considerações sobre os fatores de competitividade no nível micro, Bonito conta com o apoio do SENAC e do SEBRAE que, como mencionado, promoveu com a Prefeitura o primeiro Curso de Guias de Turismo Especializado em Atrativos Turísticos Naturais.

Desde então o SEBRAE realizou 35 cursos e seminários – Apêndice Z - abrangendo 822 participantes. Entre estas iniciativas se destacam um programa para empresários e futuros empreendedores, dois cursos de formação de guias de turismo, além de cursos para o aperfeiçoamento de policiais militares, remadores, recepcionistas de hotéis e de agências de viagem, garçons, gerentes de hotéis e de qualidade no atendimento para o comércio. Cumpre ressaltar que diversas dessas iniciativas tiveram o SENAC com parceiro.

13.4 - Instituições Ligadas à Produção e Difusão de Conhecimento e Tecnologia.

Cabe destacar três instituições ligadas ao ensino superior e pesquisa que desempenham papel relevante para o desenvolvimento sustentável do turismo em Bonito: a Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS -, a Universidade Católica Dom Bosco– UCDB - e a Fundação de Apoio e de Desenvolvimento do Ensino, Ciência e Tecnologia do Estado – FUNDCT, todas localizadas na capital Campo Grande.

As Universidades têm contribuído com a participação de seu corpo docente na realização de cursos de formação de guias e em trabalhos de pesquisa como o “*Plano de Manejo e Avaliação do Impacto Ambiental da Visitação Turística das Grutas do Lago Azul e Nossa Senhora Aparecida*”⁴² cujos resultados servirão de base para as decisões sobre a forma e a intensidade da visitação nas grutas. O estudo que resultou na publicação do livro “*Nos Jardins Submersos da Bodoquena*”⁴³ constitui material de particular interesse para os guias turísticos de Bonito na medida em que fornece informações essenciais para serem repassadas aos turistas. Cabe salientar que na modalidade ecoturismo a informação ambiental e histórica deve ser entendida como parte integrante do produto turístico. No campo acadêmico, registra-se a tese de mestrado *Ecoturismo e Desenvolvimento Sustentável em Bonito-MS: Elementos de Análise para Uma Educação Ambiental*.⁴⁴

14 - Competitividade: nível meso

O conjunto de entidades acima mencionado integra o entorno institucional responsável pela geração dos chamados fatores de competitividade do nível meso⁴⁵. Não obstante as restrições ao pleno funcionamento dessas entidades, devido, entre outros, à crise fiscal que se estende desde

⁴² Boggiani, 1998.

⁴³ Edna Scremin-Dias...[et.al.]; Paulo Robson de Souza, org. Ed. UFMS, 1999.

⁴⁴ Icléia Albuquerque de Vargas, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, 1998.

o final dos anos oitenta e que fragilizou as estruturas técnicas das organizações estatais, ainda assim, elas têm gerado externalidades positivas importantes para o *Trade* turístico e para o desenvolvimento do ecoturismo em Bonito.

15 - O meio urbano

Da população de Bonito – 15.252 habitantes⁴⁶ - 75% vive na cidade. O traçado da cidade é formado por retângulos com largas vias e tem se expandido apenas horizontalmente. Apresenta bons índices de cobertura em termos de infra-estrutura, especialmente no contexto regional. 95% da população é servida pela rede de abastecimento de água e cerca de 80% pela rede de esgotamento sanitário. Os dejetos lançados nos córregos Bonito, Restinga e Marambaia, integrantes da Bacia do Rio Formoso, passaram a ser tratados na estação recém implantada. A coleta de lixo é realizada diariamente na região central e duas vezes por semana nos outros núcleos. Para tanto, a Prefeitura conta com dois caminhões e uma usina de tratamento e reciclagem em fase de preparação operacional. A quase totalidade dos domicílios são ligados à rede de energia elétrica.

Em termos de equipamentos sociais a cidade conta com uma rede de ensino composta por 11 escolas, sendo 2 estaduais, 7 municipais e 2 particulares. Esta rede oferece uma cobertura suficiente no atendimento às crianças de primeiro e segundo graus. Não oferece, entretanto, cursos técnicos ou profissionalizantes que respondam à vocação turística do Município. Atualmente, está sendo implementado na cidade um centro de ensino superior voltado para a formação de profissionais de turismo. As novas instalações assim como o corpo docente poderá ser aproveitado para a realização de cursos técnicos nas diferentes áreas demandadas pela infra-estrutura turística, de forma a suprir a carência de pessoal qualificado.⁴⁷

A estrutura de serviços oferecida pelo setor saúde em Bonito é insuficiente e inadequada para atender a demanda turística, especialmente considerando as possibilidades de acidentes provocados pela prática do Turismo de Aventura e Especializado.

Do ponto de vista cultural – histórico, arquitetônico, artístico – e mesmo da qualidade dos espaços públicos, a cidade carece de uma ambientação compatível com a esperada por uma clientela que busca o turismo de natureza.

16 - O meio rural

Nos últimos cinquenta anos o meio rural de Bonito passou por sensíveis transformações. Até os anos setenta a pecuária foi a atividade produtiva dominante. A partir desta época, a região acolheu migrantes oriundos do Paraná que introduziram lavouras de café, assim como de subsistência nas terras mais férteis. Em 1975 a geada praticamente dizimou os cafezais que cederam lugar às pastagens. Durante os anos oitenta, com a vinda de gaúchos e paranaenses, houve substancial incremento das lavouras de soja, arroz e milho que chegaram a ocupar 48.000 hectares. Já no início dos anos noventa a crise da agricultura reduziu a área plantada em 70%. Neste período - 1960/1996 – a população rural de Bonito decresceu de 4,9 mil para 4,1 mil habitantes, tendo chegado a 6,3 mil em 1970⁴⁸. Segundo os dados do Anuário Estatístico do IBGE de 1995, 16% dos estabelecimentos rurais ocupam 65% da área rural de Bonito, revelando uma estrutura fundiária de perfil bem concentrado. Segundo a mesma fonte, 96% do total da área rural tem sido explorada pelos próprios proprietários, sendo a parceria utilizada em apenas 2% da área rural.

Na Micro-Bacia do Rio Formoso – MBRF –, estudada em detalhe nos diagnósticos realizados no âmbito do programa de “*Conservação e Uso Sustentável da Bacia do Rio Formosa*”

⁴⁶ IBGE, 1996, Censo Demográfico.

⁴⁷ Ilustrativo dessa carência foi a iniciativa de restaurante inaugurado recentemente que trouxe de outro Estado a totalidade da mão de obra empregada no restaurante, implicando em um custos para o empresário e para a população local (não aproveitada).

⁴⁸ EMPAER 1999, “Plano Básico de Investimentos para a Dinamização de Comunidades Rurais 1999-2002”

as atividades de maior importância segundo a extensão territorial eram: a pecuária de corte; as lavouras de culturas anuais; a pecuária leiteira em áreas com pastagens plantadas; e as lavouras de subsistência; e a exploração das jazidas de calcário.

As atividades desenvolvidas nos 271 estabelecimentos situados na MBRF estão caracterizadas na tabela 9, onde se destaca a pecuária como atividade predominante - presente em 77% dos estabelecimentos.

Depreende-se do *Diagnóstico Sócio Ambiental da Micro Bacia do Rio Formoso* que os impactos da exploração agropecuária são diferenciados em função das técnicas e formas de manejo de cada atividade associadas às características físicas – tipo de solo, relevo e cobertura vegetal, presentes em cada uma das “micro-bacias” analisadas. Assim, mesmo não sendo passíveis de generalizações para toda a MBRF, identificou-se problemas como: processos erosivos decorrentes de acessos do rebanho às águas; intensa degradação ambiental de áreas suscetíveis à erosão devido à remoção da cobertura florestal para implantação de pastagens; ameaça de degradação com graves consequências sobre a integridade do Rio Formoso e biodiversidade da região periférica ao varjão. A reversão de processos como os apontados exigem propostas técnicas e economicamente viáveis, assim como a sensibilização e o engajamento dos produtores em torno de propostas que levem em consideração o conjunto das atividades econômicas desenvolvidas na região.

TABELA 9 : NÚMERO DE ESTABELECIMENTOS POR ATIVIDADES ECONÔMICAS NA MBRF⁴⁹.

ATIVIDADES	
Pecuária	154
Agricultura	7
Turismo	19
Lazer	20
Mineração	1
Pecuária e Agricultura	35
Pecuária e Turismo	11
Pecuária e Mineração	3
Pecuária e Turismo e Mineração	2
Agricultura e Turismo	1
Agricultura e Pecuária e Turismo	3
Agricultura e Turismo e Mineração	1
Sem Informação	12
TOTAL	271

Fonte: Embrapa – Solo, 2000.

17 – A Infra - Estrutura de acesso

17.1 - Rodovias

Segundo levantamento realizado junto às agências de turismo, estima-se que, do total de turistas que visitam Bonito, cerca de 70% utilizam veículo próprio, evidenciando-se a importância da malha viária. O acesso rodoviário originado dos principais centros emissores de turistas – São Paulo, Campo Grande, Estados da Região Sul e Paraguai – é realizado quase integralmente por rodovias pavimentadas.

Os turistas procedentes de São Paulo utilizam principalmente o itinerário via Três Lagoas/Campo Grande/Sidrolândia/ Guia Lopes da Laguna / Bonito; outra opção é via Presidente Epitácio / Nova Alvorada / Rio Brillante / Maracaju / Guia Lopes da Laguna / Bonito.

⁴⁹ Micro Bacia do Rio Formoso.

O término da pavimentação do trecho de 20 Km entre Jardim e Bonito, em dezembro de 1999, tem provocado um aumento do fluxo de turistas procedente de Campo Grande. Espera-se também um incremento dos ônibus de excursões.

Os turistas procedentes do Paraná e demais Estados da Região Sul utilizam geralmente o itinerário Umuarama / Dourados / Rio Brilhante / Maracaju / Guia Lopes da Laguna / Bonito.

Os turistas paraguaios, vindos principalmente de Assunção, atravessam a fronteira em Ponta Porã/ Vista Alegre / Guia Lopes da Laguna / Bonito. Neste trajeto um trecho de cerca de 60.Km é percorrido em estrada de terra.

Em geral o estado das rodovias pavimentadas encontra-se bem conservado.

Outra via de acesso, não pavimentada, utilizada por turistas liga Bonito a Bodoquena; por esta via também se alcança Miranda e Corumbá, na fronteira com a Bolívia.

17.2 - Aeroporto

O transporte aéreo é o meio de acesso utilizado por cerca de 17 % dos turistas que se destinam a Bonito. Os vôos chegam ao aeroporto da capital, Campo Grande, que dispõe de boa estrutura de recepção de passageiros. A distância entre Campo Grande e Bonito – 300 Km – propiciou o surgimento de empresas que utilizam principalmente o transporte de *Vans* para o traslado de turistas – mais de 80% utilizam este meio. Uma proporção bem inferior de turistas utiliza dos serviços de locadoras de automóveis.

18 - As Externalidades

18.1 - Externalidades Positivas

- Exposição de Bonito na mídia, especialmente em documentários apresentados pela televisão.
- Diversidade de instituições de apoio ao planejamento/políticas públicas, assim como de suporte às empresas e de ensino e pesquisa.
- Estrutura de acesso composta por malha rodoviária ligada a eixos estratégicos nacionais e internacional.
- Legislação ambiental geral e local que favorece a preservação
- Implantação de 8 Reservas Particulares de Proteção da Natureza, totalizando 2.500 ha em Bonito.
- Programa destinado à conservação e uso sustentável da Micro Bacia do Rio Formoso.
- Veiculação de Bonito em eventos de marketing
- Faculdade de turismo no Município em fase de implantação
- Estação de tratamento de esgotos e de reciclagem do lixo em fase de implantação
- Perspectiva de construção de um aeroporto

18.2 - Externalidades Negativas

- Exploração agropecuária e mineral causando danos ambientais
- Fragilidade das instituições responsáveis pelo licenciamento e pela fiscalização ambiental
- Legislação agrária que reduziu a dimensão do módulo rural mínimo
- Implantação de loteamentos em áreas que impactam sobre a MBRF
- Falta de efetividade no controle do licenciamento e fiscalização dos serviços prestados pela infra-estrutura turística (ausência de instrumentos de certificação de qualidade)
- Eventos turísticos de massa

19 - Estágio do cluster

A análise da cadeia produtiva em torno das atividades turísticas em Bonito configura-se como um potencial cluster, onde de uma forma geral encontram-se:

- fatores de competitividade naturais de qualidade superior;
- fatores de competitividade do nível meta pouco desenvolvidos (voucher único);

- fatores de competitividade do nível micro insuficientes (exceção de algumas empresas líderes);
- fatores de competitividade do nível meso suficientes (grande número de instituições de apoio em diversos setores)

Este estágio reflete restrições derivadas da falta de tradição associativa e a incipiente capacidade empresarial de maioria dos dirigentes do *Trade* como também do curto tempo de existência do turismo em Bonito.

20 - Conclusões

20.1 - Perspectivas para o desenvolvimento do turismo de natureza sustentável

A construção de cenários para o desenvolvimento do setor em um horizonte de médio prazo - cinco anos - aponta no sentido da duplicação das atividades turísticas em Bonito neste horizonte temporal⁵⁰.

Cabe salientar que em um aglomerado de empresas com a dimensão do *Trade* turístico de Bonito, onde o total de investimentos acumulados é da grandeza de R\$ 20,0 milhões, a segurança ou confiabilidade das projeções deve ser relativizada em decorrência da própria dimensão do *Trade*. Mesmo conhecendo os condicionantes ambientais para a expansão do setor, não se pode perder de vista que investimentos em turismo realizados por grupos com expressão econômica superam em muito os investimentos acumulados feitos pelos diferentes segmentos ou mesmo por todo o *Trade* até então.

Exemplo disso é a intenção de investimento em Bonito da Construtora Norberto Odebrecht. Independentemente dos rumos que vierem tomar os estudos de viabilidade em curso, o porte dos investimentos, na hipótese de sua concretização, seria provavelmente superior ao total dos investimentos já realizados pelo *Trade*. Seus impactos certamente revolucionariam as estruturas não apenas do *Trade* turístico como da economia e sociedade da região. Esta margem de incerteza das projeções tende a tornar ainda mais complexa a definição de estratégias a serem assumidas.

O primeiro pressuposto a ser considerado na definição de um cenário para o crescimento da atividade turística diz respeito à capacidade potencial de suporte dos atrativos naturais de Bonito. Também sob este aspecto a confiabilidade das previsões é reduzida. Não se dispõe de estudos sobre esse potencial e, mais do que isso, os atrativos em operação não contam com o respaldo de estudos científicos capazes de assegurar a sustentabilidade ambiental desses atrativos.

Na ausência desses parâmetros, consultas a proprietários de atrativos, pesquisadores e de guias turísticos⁵¹, revelou a possibilidade de um incremento da ordem de 70% à capacidade de suporte atual, se aproveitados os atrativos ainda não explorados. Esse incremento seria menor considerando-se exclusivamente os atrativos da modalidade ecoturismo.

Vale lembrar que parcela dos atrativos dessa modalidade já estão sendo explorados, nos períodos de férias, próximo a seus limites de suporte. Este fato associado a homogeneidade da biodiversidade e potencial turístico dos Municípios de Bonito, Jardim e Bodoquena apontam para a necessidade de se definir estratégias contemplando esta área de influência. Assim estará se

⁵⁰ Considerando a taxa média de crescimento anual do número de turistas entre 1996 e 1999 – 16,7% ao ano -, segundo dados da Secretaria de Turismo e Meio Ambiente da Prefeitura de Bonito, estimou-se em 157 mil o número de turistas para o ano de 2004. Examinando-se sob o prisma da expansão da oferta dos serviços de hotelaria, também constata-se a perspectiva de significativa expansão do setor. A título de ilustração, apenas quatro projetos no setor hoteleiro, em fase de implementação, respondem por investimentos da ordem de R\$ 3,7 milhões, equivalentes a 40% do investimento acumulado neste segmento até 1999 em Bonito, e que propiciarão um acréscimo de 500 leitos – o correspondente a 17% do estoque de leitos existentes ou a 63% dos leitos existentes nos hotéis com padrão de conforto semelhante

⁵¹ Pessoas escolhidas entre categorias de atores que pela vivência na região têm percepção desse potencial.

propiciando alternativas de desconcentração da demanda atualmente polarizada em Bonito e, ao mesmo tempo, contribuindo para a otimização do uso do potencial turístico dessa região.

É sob esta perspectiva – possibilidade de duplicação do fluxo turístico em cinco anos e de estratégias de ação integradas regionalmente - que serão apresentados a seguir os principais desafios para o amadurecimento do cluster em torno do turismo de natureza sustentável e, por consequência, para o desenvolvimento do turismo como vetor de desenvolvimento sustentável da região.

20.2 - Principais Desafios

A visão dos desafios identificados neste estudo tem subjacente um paradigma de atividade ecoturística abordado na base conceitual.

20.2.1. - Nível Meta

Ausência de capacidade estratégica de grande parte dos agentes envolvidos, dos setores público e privado, limitando o alcance de resultados de médio e longo prazos, e além daqueles de seus próprios interesses.

Incipiente capacidade associativa e de confiança entre os agentes.

Falta de tradição do poderes públicos locais na cooperação inter-municipal.

Falta de consciência da população local de seu papel na construção de uma “cidade com ambiente ecoturístico”.

Falta de percepção, pelos agentes, de que a qualidade do produto turístico depende da qualidade ambiental, da infra-estrutura urbana, dos meios de acesso e das manifestações da cultura local, e não apenas do *Trade* turístico.

Consequências:

inexistência de um plano de desenvolvimento do turismo, tanto municipal como regional;

predominância de externalidades negativas na interação entre o meio urbano e o turismo;

20.2.2 - Nível Micro

Limitada capacidade empresarial da maioria dos dirigentes do *Trade*.

Reduzido nível de capitalização de grande parte do empresariado.

Insuficiente nível de qualificação da mão de obra local.

Consequências:

A maior parte das empresas não oferecem serviços de qualidade e utilizam o preço como principal instrumento de competição.

20.2.3 - Nível meso

Tendência das instituições a atuar individualmente devido:

relações de poder

falta de credibilidade

Falta de continuidade das ações públicas.

Predomínio das políticas de governo sobre as de Estado.

Consequências:

Atomização e descontinuidade de ações que implicam em desperdício de recursos.

Cabe lembrar que condicionantes da competitividade resultam também do nível macroeconômico e não são analisados neste estudo em virtude de sua governabilidade por outros atores e em função de outros interesses que extrapolam o âmbito do cluster.

20.3 - Uma estratégia para o desenvolvimento do turismo de natureza sustentável: um novo padrão de turismo

A definição de uma estratégia para o desenvolvimento do turismo compatível com o desenvolvimento sustentável da região baseia-se em alguns pressupostos e constatações.

Constitui o **pressuposto básico**: estratégias condicionadas à preservação do meio ambiente.

Constatações: os atrativos mais importantes encontram-se com sua capacidade de suporte praticamente saturada nos meses de férias; a clientela potencial para os atrativos na baixa temporada possui maiores níveis de renda e de exigência; a manutenção de serviços de bom padrão de qualidade impõe um quadro de funcionários qualificados e permanente.

Essas considerações conduzem ao estabelecimento de um objetivo central no qual se fundamenta esta proposta, ou seja, a busca de um *turismo de qualidade*.

A opção pelo *turismo de qualidade* tem implicações positivas sobre o meio ambiente, assim como nos setores sócio-econômicos. Do ponto de vista ambiental acarretará uma menor pressão sobre os atrativos; economicamente, a demanda com maior poder aquisitivo resultará num maior efeito multiplicador sobre a economia local e, quanto ao aspecto social, incidirá na criação de postos de trabalho mais qualificados e melhor remunerados.

Por outro lado, não se pode ignorar os custos econômicos e sociais acarretados, especialmente com relação aos segmentos do *Trade* cuja capacidade instalada não atende às exigências de um *turismo de qualidade*. Todavia, vale ressaltar, a consecução de uma proposta como essa não se dá em curto espaço de tempo. Tal transformação exigirá prazos que possibilitam atenuar os impactos adversos de uma mudança no perfil do turismo.

A mudança proposta significa na verdade um novo padrão de exploração econômica. O padrão atual está fundamentado em estruturas de custos reduzidos, propiciados por instalações e serviços de qualidade inferior de parte significativa do *trade*.

Alcançar o objetivo central exige a definição de estratégias que contribuam para o fortalecimento de um ambiente de eficiência e promovam a otimização do uso dos recursos naturais da região de forma sustentável.

20.4 - Estratégias

As principais estratégias, agrupadas segundo o nível de competitividade sobre a qual incidem, são apresentada, a seguir, destacando algumas recomendações de ações no âmbito do *cluster*.

20.4.1 – Estratégias do nível meta

Negociação pelas principais lideranças do *trade* e do poder público da região de um projeto/plano indicando os rumos do turismo de natureza sustentável de médio e longo prazo.

Conscientização da população local quanto às responsabilidades de cada segmento da sociedade neste projeto, assim como de suas vantagens comparativamente ao padrão de turismo atual.

Recomendações

- Buscar reduzir antagonismos entre os atores (de fora x nativos ou grandes x pequenos)
- O CONTUR assumir sua atribuição o de instância responsável pela definição das diretrizes de médio e longo prazo do desenvolvimento do turismo.
- As associações representativas dos segmentos do *trade* se engajarem na função de pólos de irradiação das diretrizes do CONTUR para a comunidade.
- Instituição de um colegiado regional de turismo.
- Elaboração de um plano de turismo para a região.
- Elaboração de planos diretores para os municípios da região.

- Reforço, na rede escolar, dos conteúdos relacionados ao meio ambiente e ao turismo.
- Promoção de atividades que induzam os alunos a conhecer e valorizar os atrativos naturais de Bonito.

20.4.2 – Estratégias do nível micro

Implementação de medidas destinadas a promover a capacitação empresarial e a qualificação da mão de obra local, com vistas a promover a melhoria da qualidade dos serviços turísticos.

Implementação de mecanismo que concorram para aperfeiçoar o encadeamento das atividades dos diferentes segmentos do *trade*.

Recomendações

- Aperfeiçoamento e institucionalização do sistema do voucher-único voltado para os três municípios da região e fundado em critérios que contribuam para a desconcentração da demanda de forma a otimizar a diversidade de atrativos.
- Criação de um seguro-unificado.
- Criação de cursos técnicos profissionalizantes, aproveitando a estrutura da faculdade em implantação.
- Implantação de escritório regional – balcão de projetos – com informações sobre oportunidades de investimentos, perspectivas do mercado, e orientação aos investidores e proprietários de atrativos naturais quanto aos procedimentos necessários para a implementação de empreendimentos turísticos.
- Criação de um sistema de certificação de qualidade, para os serviços do *trade*, expedida por um colegiado.
- Fomento de atividades do setor primário e do artesanato para comercialização no *trade*.

20.4.3 – Estratégias do nível meso

Articulação das lideranças do *trade* e dos dirigentes poder público local com as instituições de apoio no sentido de sintonizar as iniciativas dessas instituições com os objetivos e diretrizes definidos no projeto/ plano municipal de forma a maximizar a sinergia das ações empreendidas.

Recomendações:

- Articulação entre o CONDEMA e o CONTUR, inclusive no sentido de otimizar a utilização de suas respectivas estruturas em ações que agilizem os processos de licenciamento.
- Propor a criação de uma rede na WEB, articulada por ONGs, com a finalidade de promover um *forum* permanente de intercâmbio de experiências na gestão do turismo de natureza sustentável, inclusive disponibilizando um catálogo de experiências bem sucedidas neste campo.
- Incentivar universidades e centros de pesquisa a realizarem projetos ou teses voltadas para temas respondam às necessidades do *cluster*.
- No contexto do plano diretor, promover concurso urbanístico, em conjunto com as universidades da região, destinado a conceber plano urbanístico que expresse a vocação dos municípios de Bonito, Jardim e Bodoquena.
- Implementação de instrumento de indução ao turista a exigir a nota fiscal (prêmio em função do número e valor das notas/cupons) - Implantação de escritórios de turismo na entrada dos três municípios com informações gerais sobre os atrativos e a infraestrutura turística da região.

- Promover estudo do potencial dos atrativos naturais da região, que sirva de suporte para um planejamento da expansão das atividades turísticas.
- Promover estudo com embasamento científico da capacidade de suporte dos atrativos, e de sistema de monitoramento do impacto dos passeios turísticos.
- Ordenamento dos passeio de bote mediante o estabelecimento de normas com limites de suporte variáveis conforme a altura dos rios.
- Estabelecimento de limites de suporte para todos os balneários, inclusive o Municipal e cobrança de ingresso, ainda que com valor diferenciado, para os residentes em Bonito.
- Ampliação da base de arrecadação do Fundo de Turismo mediante a vinculação de parte do Imposto Sobre Serviços – ISS para gastos no setor.
- Incentivar a criação de centro cultural público ou privado, para expor e comercializar as diferentes formas de manifestação da cultura do Mato Grosso do Sul.

21 - Bibliografia

- Buitelaar, Rudolf M. *Cómo Crear Competitividad Colectiva?*, Santiago, mimeo CEPAL, 2000.
- Boggiani, Paulo C. Serra da Bodoquena: Parque Nacional ou APA? Campo Grande, Folha do Povo, 11.11.1999.
- Boggiani, Paulo C. Plano de Manejo e Avaliação do Impacto Ambiental da Visitação Turística das Grutas do Lago Azul e Nossa Senhora Aparecida, MS. Campo Grande MS: Campo Grande, mimeo, UFMS, 1998.
- Empresa de Pesquisa, Assistência e Extensão Rural de MS – EMPAER. *Plano Básico de Investimentos para a Dinamização de Comunidades Rurais 1999-2002*. Campo Grande MS: EMPAER, 1999.
- Grupo Interministerial – Ministério da Indústria, Comércio e do Turismo e Ministério do Meio Ambiente, dos Recursos Hídricos e da Amazônia Legal, *Diretrizes para uma Política Nacional de Ecoturismo*. Brasília DF: EMBRATUR/IBAMA, 1994.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, Censo Demográfico 1996. Rio de Janeiro RJ, IBGE, 1996.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, Censo Agropecuário 1996. Rio de Janeiro RJ, IBGE, 1996.
- Instituto Brasileiro de Turismo – EMBRATUR, *Pólos de Desenvolvimento do Ecoturismo*. São Paulo MS Instituto de Ecoturismo do Brasil, 2000.
- Meyer-Stamer, Jorg, et al. Competitividad Sistémica: Nuevos Desafios a las Empresas y a la Política, Santiago, Revista de la CEPAL, n. 59, 1996,
- Prefeitura de Bonito MS, Visitantes por Passeio, Bonito MS: mimeo, Secretaria de Turismo e Meio Ambiente da Prefeitura de Bonito, 2000.
- Scremin-Dias, Edna et al. *Nos Jardins Submersos da Bodoquena: Guia para Identificação de Plantas Aquáticas de Bonito e Região*. Campo Grande MS, Ed. UFMS, 1999.
- SEBRAE, et al. *Guia Ecoturístico da Serra da Bodoquena*, Campo Grande MS: EcoGuias, 2000.
- SEBRAE. *Case de Bonito*, Campo Grande MS, mimeo SEBRAE, 1999.
- SEBRAE. *Programa de Emprego e Renda – PRODER MS Diagnóstico Sócio Econômico de Bonito – MS*. Campo MS, mimeo SEBRAE, 1998.
- Vargas, Icléia Albuquerque de. *Ecoturismo e Desenvolvimento Sustentável em Bonito – MS: Elementos de Análise para uma Educação Ambiental*, Campo Grande MS: Dissertação de mestrado, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, 1998.

Apêndice 1

Pogramas/ ações por setor	Instituições: financiam/coordenação	Intervenção
Turismo		
PNMT	EMBRATUR / Sup. Tur. Est. MS	Organização institucional
PRODETUR SUL	BID / Sup. Tur. Est. MS	Aeroporto, Receptivo, Qualificação profissional
Projeto Pantanal	BID / MMA / SEMA-MS	Infra-estrutura: saneamento, estrada parque
PDTUR	Sup. Tur. Est. MS	Planejamento turístico do Estado
Corredor Ecourístico	Gov. Est. : PA / AM / MT / MS / PR	Promoção
Corredor Brasil Central	EMBRATUR / Gov Est. CE / MT /MS / PR	Promoção
Apoio à empresas		
PRODER	SEBRAE	Planejamento / geração de emprego
EMPRETEC	SEBRAE	Capacitação Empresarial
Diversos	SEBRAE / SENAC	Qualificação profissional
Agricultura / Meio Ambiente		
.Prog de uso sustent. da MBRF	BIRD/GEF / EMBRAPA Solos/SEBRAE	Manejo sustentável de atividades na MBRF
Projeto Siriema	EMPAER MS / Pref. de Bonito	Fomento à produção c/ enfoque integrado ao tur.
Pesquisa		
Manejo da Gruta do Lago Azul	UFMS	Impactos ambientais da visitação
Prog. de monit. Águas da BRF	SEMA	Controle da poluição hídrica do BRF