

## GUIA TURÍSTICO DE BOLSO DE CAMPO GRANDE-MS

Camila Jallad Veiga  
Silvia Barbosa Pinese

O presente resumo, discute o teor da monografia acima intitulada, que pretende demonstrar a relevância de um Guia Turístico de Bolso, inexistente em Campo Grande, mas realidade nas mais importantes cidades do Brasil e do mundo.

O capítulo inicial discute os passos operacionais da pesquisa, evidenciando-se o problema definido nos seguintes termos : *qual a relevância de um Guia Turístico de Bolso para a cidade de Campo Grande e como tal guia influenciará na permanência e anterior escolha da cidade como destino de viagem turística?*

Na discussão do trabalho surgiram duas hipóteses. A primeira afirma que o produto turístico é vendido em sua maioria por imagens e ações publicitárias. Conseqüentemente, tal guia torna-se fundamental na escolha e posterior compra do destino em questão. A segunda hipótese é de tornarem públicos os atrativos existentes em Campo Grande, facilitando sua localização através de um mapa turístico da cidade, e também difundir as opções de lazer e compra. A pesquisa teve como objetivo: 1) mostrar a importância de um Guia Turístico de Bolso ; 2) possibilitar a divulgação do potencial, dos recursos e dos atrativos turísticos de Campo Grande; 3) incrementar o desenvolvimento sócio-econômico e cultural; 4) evidenciar as etapas de elaboração de um Guia Turístico de Bolso; 5) aplicar marketing ao turismo, que, através de um esforço deliberado, aplicado e contínuo, estabelecer um clima de compreensão, e de confianças mútuas, entre uma organização ou produto e o público, permitindo que a atividade

turística se processe de forma harmoniosa e num ambiente favorável.

No segundo capítulo, levaram-se em conta as orientações técnicas sobre um Guia Turístico de Bolso, cujo conteúdo deve constar de endereços de estabelecimentos, informações diversas, como por exemplo: onde comer, comprar, listagem de hotéis, pousadas e albergues, telefones importantes, entre outros, além de relação dos pontos turísticos e mapa da cidade, prestando auxílio não só ao turista/visitante, mas à população e à economia local, bem como informações condensadas acerca de outros destinos turísticos da região. Pode ainda conter, no caso de um guia renovável anualmente, calendário de eventos móveis.

No terceiro capítulo, foram tratados os aspectos metodológicos da elaboração de um Guia Turístico, onde consta o levantamento das necessidades dos consumidores, a demanda turística e a infra-estrutura existente.

No quarto capítulo, descreve-se o perfil da cidade de Campo Grande, nos aspectos históricos, culturais, econômicos e atrativos turísticos, correspondendo à expectativa maior de redescobrir a Cidade Morena.

No capítulo quinto, discutiram-se as informações obtidas através de fontes primárias, com o *trade* turístico, alunos e professores do curso de Turismo da Universidade Católica Dom Bosco – UCDB. No sentido de se garantir a fidedignidade dos ditos dos entrevistados, preservou-se o máximo possível de suas expressões.

Pelos estudos levados a cabo para elaboração da monografia, e, ainda considerando as observações do mercado, conclui-se que a criação de um Guia Turístico de Bolso, prático e conciso, vem ao encontro dos anseios do mercado turístico e das necessidades de Campo Grande, de forma a fomentar o desenvolvimento turístico da Capital, facilitar a permanência e deslocamento do visitante na cidade e melhor divulgar os atrativos turísticos e culturais.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ACERENZA, Miguel Ángel. *Promoção turística: um enfoque metodológico*. São Paulo : Pioneira, 1991.
- BARRETO, Margarita. *Manual de iniciação ao estudo do turismo*. 2. ed. Campinas-SP : Papirus, 1997.
- DENCKER, Ada de Freitas Maneti. *Métodos e técnicas de pesquisa em turismo*. São Paulo : Futura, 1998.
- PERFIL sócio-econômico de Campo Grande – Mato Grosso do Sul. 4. ed. Campo Grande : Prefeitura Municipal – Instituto Municipal de Planejamento Urbano e Meio Ambiente – PLANURB, jul. 1997.
- RUSCHMANN, Doris. *Marketing turístico, um enfoque promocional*. 2. ed. Campinas-SP : Papirus, 1995.
- THE POCKET guide to london. United Kingdon : Pocket Guide Publications, 1996.
- VAZ, Gil Nuno. *Marketing turístico*. São Paulo : Pioneira, 1999.