



Avaliação do potencial econômico do turismo no município de Corumbá-MS sob a visão do trade turístico

Evaluation of economic potential of tourism in the municipality of Corumbá-MS under the vision of the touristic trade

Fernanda Cristina da Silva¹

Afonso Augusto Teixeira de Freitas de Carvalho Lima²

Marco Antonio Carvalho Teixeira³

Resumo

O turismo vem despontando como novo promotor de desenvolvimento econômico-social, nas mais diversas partes do mundo. Assim, com as diversidades ambientais e histórico-culturais presentes no município de Corumbá-MS, o turismo desponta como atividade de destaque. Para tanto, no presente trabalho, realizou-se pesquisa de cunho exploratório, com levantamento de informações primárias e secundárias, de caráter qualitativo, e aplicação de questionários mistos estruturados a 11 gestores do trade turístico local, visando a perceber quais os impactos econômicos da atividade turística no município. A análise dos resultados

¹Graduada em Ciências Econômicas pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. Mestranda em Administração pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. Atualmente atua nas linhas de pesquisa de Elaboração de Indicadores Econômicos para o Agronegócio de Mato Grosso do Sul e Competitividade da Cadeia Agroindustrial da Silvicultura no Mato Grosso do Sul: uma análise sob as perspectivas de Eficiência e Eficácia. E-mail: vanessaschmidt89@hotmail.com.

²Doutora em Economia Aplicada pela Universidade Federal de Viçosa/MG. Atualmente é professora adjunta da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS) lecionando nos cursos de Graduação em Ciências Econômicas e Administração e no curso de Pós-Graduação em Administração com ênfase no Agronegócio. Tem como linha de pesquisa Competitividade de Cadeias Produtivas. E-mail: mayra_bitencourt@yahoo.com.br.

³Bacharel em Ciências Econômicas pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). Mestrando em Administração pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). É bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). Trabalha com temas relativos à cadeia produtiva do turismo, economia solidária e desenvolvimento socioeconômico de base regional/local. E-mail: dyego.arruda@gmail.com.

⁴Geógrafo pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP). Doutor em Geografia Humana pela Universidade de São Paulo (USP). Professor do Centro de Ciências Humanas e Sociais da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (CCHS/UFMS). Desenvolve e coordena pesquisas referentes à cadeia produtiva do turismo, economia solidária e desenvolvimento local. E-mail: miltmari@terra.com.br

permitiu inferir que a atividade gerou demanda por mão de obra, porém de baixa qualificação e remuneração. Os agentes econômicos envolvidos na cadeia do turismo não são integrados, o que acaba criando falhas no mercado, as quais são corroboradas ainda pela oligopolização do mercado, acarretando concentração de renda além de baixos efeitos multiplicadores gerados pela aquisição externa ao município de bens e serviços.

Palavras-chave: Corumbá, turismo, impacto econômico, trade turístico

Abstract:

Tourism is emerging as a new promoter of economic and social development in various parts of the world. With the diverse of environmental, historical and cultural aspects the tourism is emerging as a prominent activity in the city of Corumbá-MS. Therefore, the present study was conducted from an exploratory research, with lifting of qualitative primary and secondary information, with application of mixed structures questionnaires to 11 managers in the touristic trade in order to understand which the economic impacts of tourism in the city are. The results allowed to infer that the activity generated demand for manpower, however, low -skill and pay. The economic agents involved in the tourism chain are not integrated which cause market failures. This failures are still supported by the oligopoly of the market, resulting in concentration of income, moreover little multiplier effects generated by the external municipality acquisition of goods and services.

Key words: Corumbá, tourism, economic impact, touristic trade

1.Introdução

O turismo, no Brasil, vem-se estabelecendo como atividade de grande destaque, sobretudo em função das intensas diversidades territoriais intrínsecas ao território nacional. Tais diversidades ligam-se tanto a fatores histórico-culturais — como festas típicas, danças, música, gastronomia, casarios antigos, monumentos, sítios arqueológicos e rotas históricas —, quanto a fatores naturais — em que se situam as diferenças climáticas, que permitem ao turista vivenciar tanto as baixas temperaturas do Sul do País, quanto o calor constante do Norte e Nordeste; a multiplicidade de relevo, ecossistemas e biomas; além das mais variadas formações paisagísticas.

A riqueza de opções permite que as atividades turísticas sejam exploradas por todo o território nacional, integrando o turista às múltiplas culturas locais e, principalmente, criando, nas mais diversas comunidades, um senso de identidade e de pertença e fixando os indivíduos no território onde residem. Tal dinâmica permite a geração de renda no seio dos pró-

prios territórios, consubstancia a preservação ambiental e a melhoria dos aspectos sociais intrínsecos às comunidades — que são, pois, elementos apregoados pela prática do turismo (sobretudo do turismo comunitário de base local).

Tomazzoni (2007, p. 83), ao analisar a disseminação da prática turística pelo território nacional, entende que “tem aumentado, no Brasil, a difusão e assimilação do conceito do turismo como um dos setores com menor exigência de investimentos e maiores garantias de retorno ou lucros”. Assim, justifica-se a análise pormenorizada do setor turístico, especialmente quando se pretende ponderar as questões relativas ao desenvolvimento econômico de territórios.

Entende-se, neste íterim, que a dotação de muitas regiões brasileiras com atrativos ‘turistificáveis’, isto é, passíveis de serem incorporados pelas dinâmicas do setor de turismo, explica a opção por tal atividade como elemento promotor do desenvolvimento econômico de regiões inteiras. Hirschman apud Tomazzoni (2007, p. 83) reitera que “a riqueza paisagístico-ambiental e a diversidade do patrimônio cultural são fatores de eficiência alocativa para viabilizar a implementação da estratégia do desenvolvimento desequilibrado do turismo”, em favor dos investimentos no setor turístico.

Nesse cenário de comprovada relevância do setor de turismo, nota-se o despontar do estado de Mato Grosso do Sul como locus analítico deveras importante, dado o potencial do setor turístico local em fomentar dinâmicas de desenvolvimento econômico. Inseridas no conjunto dos 65 destinos turísticos indutores da atividade turística nacional, as regiões de Bonito/Serra da Bodoquena e de Corumbá/Pantanal — ambas em territórios sul-mato-grossenses — corroboram a vocação turística do estado, atraindo pessoas de diversas partes do País e do mundo (e, como não poderia deixar de ser, fomentando a economia local).

Entre os municípios componentes das duas regiões supracitadas, destaca-se a cidade de Corumbá — foco analítico do presente trabalho. Detentor de uma área total de 64.963km² onde se localizam 103.772 habitantes (segundo Censo do IBGE⁵ para o ano de 2010), o município de Corumbá tem sua relevância comprovada pelo aspecto territorial (dado que é um dos maiores municípios sul-mato-grossenses em extensão territorial), bem como pelo aspecto econômico — com um PIB per capita da ordem de R\$28.963,20 (IBGE, 2008), evidenciando a relativa concentração de renda local, sobretudo nos setores de extração mineral, pecuária e turismo.

Banhada pelo rio Paraguai, Corumbá é conhecida como ‘Cidade Branca’ pela cor esbranquiçada de sua terra, sendo a zona urbana mais importante do Pantanal. Fazendo fronteira com a Bolívia pelos municípios vizinhos de Puerto Suárez e Puerto Quijarro (que constituem uma espécie de conurbação local), nota-se que Corumbá apresenta vocação para o turismo

⁵IBGE — Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

de compras, sobretudo nos anos recentes — não se olvidando, notadamente, do turismo de pesca e ecoturismo, já consolidados. Ademais, a referida proximidade territorial com regiões vizinhas é também responsável pela rica cultura local, que mescla tradições brasileiras, paraguaias e bolivianas, com forte presença da cultura indígena — elementos aproveitados pelo turismo cultural.

Porém, como os agentes locais inseridos no trade turístico (logo, responsáveis pelo desenrolar efetivo da prática turística no território em tela) percebem a atividade turística — e seus respectivos impactos — no município de Corumbá, especialmente quando se considera o viés econômico?

Dadas tais considerações introdutórias e, ainda, a problemática de pesquisa que norteou toda a estruturação do trabalho, tem-se como objetivo fundamental analisar os impactos da atividade turística no município de Corumbá-MS, considerando os aspectos econômicos da atividade, pela óptica do trade turístico local. A iniciativa de análise decorreu de uma sublinha do projeto de pesquisa/extensão, intitulado 'Incubação de empreendimentos econômicos solidários na cadeia produtiva do turismo nas regiões de Bonito/Serra da Bodoquena e do Pantanal/Corumbá', apoiado pela FINEP/MCT⁶, pelo CNPq⁷ e pela UFMS⁸.

Para fins organizacionais, a estrutura do presente trabalho se encontra dividida em cinco partes, sendo a primeira esta introdução. Na segunda parte da primeira seção, discutem-se os aspectos teóricos relacionados com o tema; na segunda seção, estão os procedimentos metodológicos adotados na realização do trabalho; na terceira seção, discutem-se os resultados da pesquisa; na quarta seção, estão as conclusões; e, por fim, explicitam-se as referências bibliográficas que embasaram a discussão.

A importância acadêmica do trabalho está em identificar se o desenvolvimento das atividades turísticas em Corumbá vem ocorrendo de maneira economicamente pertinente para a comunidade local, no intuito de situar-se o trade e o Poder Público local sobre os problemas inerentes às atividades relacionadas com o turismo, propondo, neste íterim, possíveis soluções para tais questões.

1.1 O TURISMO COMO PROPULSOR DA ECONOMIA

Mato Grosso do Sul apresenta diversas características que o tornam um destino turístico de interesse crescente, como grande quantidade e diversidade de atrativos naturais, expressivo número de empreendimentos que exploram o turismo, existência de projetos financiados pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), localização estratégica no

⁶ FINEP — Financiadora de Estudos e Projetos do Ministério da Ciência e Tecnologia.

⁷ CNPq — Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico.

⁸ UFMS — Universidade Federal de Mato Grosso do Sul.

centro da América do Sul, e proximidade de São Paulo — o principal centro emissor — e do Sul do País — importante origem de turistas para o estado (BARBOSA e ZAMBONI, 2000; ALMEIDA, 2002).

A exploração turística do atual estado de Mato Grosso do Sul iniciou-se com a pesca esportiva, na década de 1960. Paralelamente à atividade pesqueira, o estado vinha recebendo uma demanda turística interessada em observar as belezas naturais do Pantanal (especialmente na porção desse ecossistema localizada em Corumbá), o que se acelerou a partir da década de 1980. Posteriormente, ganhou importância o turismo na Serra da Bodoquena, especialmente no município de Bonito (ALMEIDA, 2002; MARIANI e SORIO, 2008).

Em Ponta Porã, o turismo de compras se desenvolveu paralelo ao supracitado movimento, atraindo pessoas de todo o estado e também de Mato Grosso, do oeste paulista, do triângulo mineiro e do sul de Goiás. Campo Grande é o principal entreposto do corredor logístico que liga a porção oeste à porção leste de Mato Grosso do Sul. Dourados, por seu turno, é o ponto de parada daqueles que se dirigem de Campo Grande a Ponta Porã e, conseqüentemente, ao vizinho Paraguai.

O turismo tem efeitos diretos e indiretos na economia de localidades ou regiões onde é empreendido. Os efeitos diretos são os resultados das despesas realizadas pelos turistas nos próprios equipamentos e nos de apoio. Os efeitos indiretos do turismo são resultantes da despesa efetuada pelos equipamentos e prestadores de serviços turísticos na compra de bens e serviços de outros tipos — trata-se de um dinheiro trazido pelo turista, mas que será gasto por outrem. Numa terceira etapa de circulação do dinheiro do turista, estão os efeitos induzidos, que são constituídos pelas despesas realizadas por aqueles que receberam o dinheiro dos prestadores de serviços turísticos e similares (BARBOSA, 2005).

Assim, nota-se que o turismo perfaz um setor que, sob o viés econômico, apresenta elevado efeito multiplicador de renda (sobretudo quando se maximiza os supracitados impactos diretos e indiretos de tal atividade). Entretanto se percebe, não raro, que, em muitas regiões, tem-se uma configuração do setor que oferta os equipamentos de infraestrutura turística deveras oligopolizado, o que macula os pretensos benefícios de geração de renda às comunidades — minimizando, em muitas conjunturas, as dinâmicas de desenvolvimento econômico⁹ dos territórios por intermédio do turismo (CORIOLANO, 2009).

Vale ponderar, ademais, que o modo como o turismo oligopolizado é estruturado (com base em grandes empreendimentos, dotados de elevadas somas de recursos investidos na forma de infraestrutura) culmina na evasão dos recursos gerados pela atividade turística

⁹ Entende-se que o desenvolvimento econômico resume-se no conjunto de práticas que visam à geração e distribuição de renda no seio das comunidades. Filho (2001) referir-se-á a tal questão como “desenvolvimento econômico de caráter endógeno”, porém, estes autores optaram pelo termo mais enxuto, dotado de uma abordagem mais plural (que vai além das especificidades e forças endógenas relativas ao desenvolvimento econômico).

no território — dado que toda a rede de fornecedores e os próprios proprietários dos grandes empreendimentos turísticos localizam-se muitas vezes em outras regiões. Assim, os benefícios advindos dessa forma de turismo resumem-se unicamente nos empregos diretos gerados pela atividade (o que limita, mais uma vez, as tônicas de desenvolvimento econômico dos territórios).

Logo, entende-se que a opção mais viável para o desenvolvimento econômico dos territórios é pelo turismo com viés comunitário de base local (MENDONÇA e IRVING, 2004). Nota-se que tal forma de organização do turismo concorre para a maximização dos efeitos diretos e indiretos da atividade em tela, ampliando e internalizando a renda gerada nos territórios.

Em Mato Grosso do Sul, especificamente, nota-se que a atividade turística desperta interesse de investidores — sobretudo por conta da vocação turística local e pela disponibilidade de recursos econômicos movimentados pelo setor no estado —, devendo estar próxima uma transformação no mercado turístico sul-mato-grossense que irá gerar maiores investimentos e fluxo turístico.

Porém, na gênese do turismo regional, percebe-se que os resorts e grandes hotéis, ao se implantarem, assumem parceria com o setor público e procuram tirar o máximo de vantagens dessa alocação, conseguindo incentivos fiscais e infraestrutura, sob o pretexto de colocar o novo e o exótico para o mercado nacional e o internacional. Para os governos e os empresários talvez isso seja suficiente. Porém as grandes empresas se esquecem de incluir os residentes em seus projetos, e os governos não costumam exigir que sejam feitas parcerias com as comunidades receptoras (ALMEIDA, 2002; CORIOLANO *apud* CORIOLANO, 2003).

Justamente uma das formas das comunidades se inserirem no contexto turístico — conforme já se fez alusão supracitada — é oferecer serviços, como pousadas, restaurantes, bares, além de comidas típicas e produção de artesanato. A prestação de serviços relacionados com a hospitalidade possibilita a agregação de valor pelas comunidades locais, por meio da possibilidade de verticalizar a produção em pequena escala, ou seja, beneficiamento dos produtos in natura, transformando-os para que possam ser oferecidos ao turista, na forma de produtos manufaturados, refeições e outros utensílios (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2003).

Ademais, outra forma de inserção das comunidades locais nas dinâmicas da atividade turística é pela impulsão do turismo de caráter sustentável — entendido por Silveira (2001) como o conjunto de práticas que visam a atender as necessidades dos turistas e das populações locais no presente, sem relegar risco ao potencial de as gerações futuras suprirem as próprias necessidades, numa tônica que visa à equalização do tripé composto por sustentabilidade ecológica, equidade social e eficácia econômica.

Logo, nas tônicas do turismo de caráter sustentável, a própria comunidade (como detentora dos arcações culturais locais, que constituem elementos intangíveis do produto

turístico ofertado aos visitantes) deve lograr os benefícios da atividade turística, e até mesmo debater a viabilidade do turismo em seu ambiente, ou seja, deve decidir se deseja ou não que o seu local seja um destino turístico (ALMEIDA, 2007).

Entre as formas de efetivação do referido turismo de caráter sustentável, notam-se a evidência de festas populares (com base nas culturas locais, como a gastronomia ou o artesanato) e as atividades de ecoturismo, com uma devida capacidade de carga e que incorporem, naturalmente, os residentes locais nas dinâmicas de implementação da atividade.

Preceitua-se que há demanda comprovada para essas modalidades de turismo com viés comunitário, sobretudo pelo fato de o turista moderno querer conhecer o cotidiano daquilo que é típico e peculiar, não por ser diferente, mas por ser autêntico e carregado de identidade (BENEVIDES, 2003).

O pantanal de Mato Grosso do Sul, e conseqüentemente o município de Corumbá, ante sua exuberância e diversidade de recursos naturais, e diante da presença de comunidades tradicionais em seu território — como ribeirinhos, grupos de pescadores artesanais, e até mesmo comunidades indígenas —, apresenta-se como um locus com possibilidades de desenvolvimento do turismo baseado no viés comunitário e com caráter sustentável, em que o “típico” é valorizado concomitantemente à manutenção das especificidades naturais e sociais locais.

Recorrendo mais uma vez à Almeida (2007, p. 24), que trata das diferentes segmentações do turismo no Pantanal brasileiro, observa-se que a citada região “possui vida e características próprias que podem contribuir tanto para o turismo rural, quanto para o turismo ecológico, reunindo assim em um mesmo local duas das maiores expressões de exploração turística na região”, além dos fatores histórico-culturais, que surgem como um novo nicho de mercado a ser explorado.

Portanto, percebe-se que Corumbá surge como relevante local de implementação dessas práticas de turismo, o que pode perfazer subsídios para o desenvolvimento econômico da localidade.

2. Procedimentos metodológicos

Visando a atender aos objetivos propostos no presente trabalho, realizou-se uma pesquisa aplicada, de cunho bibliográfico e exploratório-qualitativo, com amplo levantamento de material bibliográfico, como livros, revistas, recursos audiovisuais, publicações científicas e governamentais, teses e artigos, levantamento de dados secundários, além de entrevistas entre os principais agentes envolvidos com o turismo no município de Corumbá.

Inicialmente, procedeu-se a um amplo levantamento bibliográfico sobre o desenvolvimento das atividades turísticas durante anos, com destaque para o município de Corumbá-MS, no intuito de embasar e nortear o trabalho e as pesquisas posteriormente realizadas para responder ao problema da pesquisa. Com as análises de cunho bibliográfico, realizou-se a coleta de dados secundários sobre o perfil socioeconômico do município em sítios da Internet.

Em um segundo momento, após conhecimento prévio sobre a região, manteve-se contato com a Superintendência de Turismo da Prefeitura de Corumbá, que auxiliou na mobilização dos agentes para realização das pesquisas de campo. Para tal, realizou-se uma viagem ao local, com duração de três dias, de forma a inserir os pesquisadores na realidade vivenciada pelos agentes — momento em que se procedeu à aplicação de questionários e entrevistas com os agentes do trade turístico local.

Efetivadas no mês de março de 2011, as entrevistas envolveram agências de turismo, bares e restaurantes, entidades governamentais e barcos-hotéis, e foram realizadas com administradores e gestores de tais empreendimentos, de tal forma que eles melhor pudessem expressar a realidade vivenciada em todos os aspectos a serem analisados. Entrevistaram-se 11 agentes (de seis agências de viagem — uma delas também realiza serviços de hospedagem, transporte e alimentação, integrada a um barco-hotel —, de três entidades governamentais, de um meio de hospedagem e de um restaurante, todos formais), os quais foram indagados sobre aspectos internos do empreendimento — como configuração da mão de obra, remuneração dos colaboradores, rendimento e tempo de atuação — e aspectos externos, no âmbito econômico, de tal forma a avaliar a percepção sobre o impacto do turismo em tal aspecto. A seleção dos gestores como potenciais entrevistados deu-se em função de eles conhecerem a presente realidade microeconômica e histórica dos empreendimentos, além de perceberem a realidade turística do ponto de vista empresarial. Para isso, utilizaram-se questionários previamente elaborados, com questões abertas e fechadas.

3.Resultados e discussões

3.1 AVALIAÇÃO DOS POTENCIAIS ECONÔMICOS DA ATIVIDADE TURÍSTICA NO MUNICÍPIO DE CORUMBÁ PARA OS GESTORES DO TRADE TURÍSTICO

A avaliação dos potenciais econômicos do turismo em um território deve ser feita com base nos efeitos diretos e indiretos gerados pela atividade sobre a economia local, conforme propôs Barbosa (2005). No município de Corumbá, o turismo é citado como uma das principais atividades econômicas pelo trade.

Os gastos realizados pelos visitantes nos empreendimentos ligados ao turismo com- põem os efeitos diretos advindos da atividade. Para que se pudesse sentir tal impacto, inda- gou-se aos agentes sobre o faturamento mensal. Apenas sete dos agentes responderam, e os valores variaram entre R\$9.000,00 e R\$200.000,00 mensais — e o faturamento médio foi de R\$94.142,86. Vale ponderar que pelo menos cinco deles faturam R\$90.000,00 ou mais ao mês, e a atividade turística é responsável por uma renda média mensal considerável no seio dos empreendimentos pesquisados.

No entanto, há de se considerar que 63,6% dos empreendimentos analisados tinham dez anos ou mais de existência — o que denota a evidência de negócios consolidados, na média. Além disso, foi possível perceber que, na maioria, os proprietários e gestores dos empreendimentos componentes do trade turístico não são naturais do município, tendo para lá migrado em função das oportunidades de negócio visualizadas desde a década de 1980.

No que diz respeito à percepção quanto à naturalidade dos principais concorrentes atuantes no setor, 45,5% dos agentes disseram que têm concorrentes de fora atuando na região, e a origem predominante deles, quando citados, foi dos estados de Minas Gerais, São Paulo, Rio de Janeiro e até mesmo de outros países, como o Chile. Dessa forma, nota-se a evidência de um indício de que os capitais evidentes no turismo local são predominantemente de origem externa.

Nesse sentido, é possível perceber que, embora os produtos e serviços turísticos oferecidos pelo trade já estejam consolidados em Corumbá, o turismo não surgiu de bases locais, isto é, oriundo de motivações da população ali residente. Nota-se, sim, que o turismo é uma proposta de indivíduos vindos de outras localidades, que vislumbraram no local um potencial inexplorado, e migraram, realizando investimentos e criando uma cadeia turística para atender às demandas das pessoas que vinham em busca de lazer ou mesmo a trabalho.

A manifestação dos agentes locais vem, no entanto, ampliando-se nos anos recentes, com a alteração do perfil turístico que passa a ser observado na região. O turismo de pesca, anteriormente predominante, passa agora a dividir espaço com o de eventos (como Carnaval, Festival América do Sul e São João) que aumenta sua presença. Impulsionados essencialmente pelo Poder Público, eventos e festas realizados periodicamente no município vêm atraindo turistas locais e regionais. Em indagação aos agentes entrevistados, o perfil dos turistas pode ser observado na Tabela 1.

Tabela 1: Perfil do turista

AGENTE	PERFIL DO TURISTA
Agente 1	- Turista nacional
Agente 2	- Turista nacional
Agente 3	- Turista internacional e população local
Agente 4	- Não respondeu
Agente 5	- Turista internacional
Agente 6	- População local
Agente 7	- População local
Agente 8	- Turista regional, turista nacional e turista internacional
Agente 9	- Turista local, turista regional e turista nacional (destaque para terceira idade)
Agente 10	- Turista regional, turista nacional e turista internacional
Agente 11	- Turista nacional

Fonte: Dados da pesquisa.

Pela análise de tais informações, infere-se que o mercado turístico local, fornecedor de produtos e serviços ao turismo de pesca, apresenta características de oligopolização, de tal forma que é restrita a entrada de novos agentes em razão do alto poder de barganha dos empreendimentos já existentes e mesmo da gama de serviços oferecidos, pois é frequente a

existência de empresários que fecham a cadeia de serviços ofertados aos clientes, abrangendo a venda dos pacotes, o serviço de transporte, a hospedagem em solo ou em barcos-hotéis, alimentação e por vezes serviços de lazer. De acordo com os entrevistados, é comum o turista de pesca chegar à cidade e não permanecer nenhum dia em terra, ficando toda a renda despendida nas mãos de um único agente.

Assim, é possível inferir que, nas atividades turísticas voltadas para o turismo nacional e o internacional, em que se realiza a venda de pacotes de pesca e ecoturismo há uma alta concentração de renda nas mãos do trade. Já, quando se trata do turismo regional ou local, voltado para festas e eventos realizados por iniciativa governamental, há inserção da mão de obra local tanto na realização das atividades de organização, quanto na comercialização de alimentos e bebidas no local dos eventos, sendo, portanto, a renda distribuída. É nítida a divisão que ocorre no consumo turístico de Corumbá. Existem dois mercados a serem atendidos: o regional/local e o nacional/internacional, de tal forma que eles apresentam características divergentes entre si.

Para tanto, apenas os turistas locais e regionais, ou aqueles que vêm a trabalho, usufruem dos serviços oferecidos pela comunidade local, como comidas típicas servidas em bares e restaurantes, serviços de hospedagem e produção artesanal. Outras expressões culturais locais, como o modo de vida típico do homem pantaneiro ou mesmo das comunidades ribeirinhas, além do ambiente rural, poucas vezes são percebidas como produto turístico, sendo mais comumente vivenciadas apenas pela própria comunidade local.

No mais, o abastecimento dos empreendimentos com insumos e bens de consumo dá-se, muito frequentemente, pela compra de produtos em Campo Grande-MS ou mesmo em outros estados — entre os mais citados, São Paulo. Ficando pequena parcela das compras limitadas ao município de Corumbá, pois os gêneros alimentícios não perecíveis e os não alimentícios são importados de centros maiores, o que para os agentes se justifica pela limitada oferta de bens e serviços na região e pelo isolamento geográfico do município. Para tanto, os efeitos indiretos advindos da atividade turística também se apresentam minorados por esse fato.

Assim, aspectos citados pelo Ministério do Turismo (2003), como a verticalização da produção em pequena escala, na maioria das vezes, tornam-se produtos turísticos potenciais apenas para uma pequena porção de visitantes, sendo mais consumidos entre a população local. Outro fator preponderante se dá pela pouca divulgação do artesanato local, que fica fora do circuito turístico e, por vezes, não é apresentado ao consumidor em potencial.

É possível perceber ainda, no local, que, conforme explicitado por Almeida (2002) e Coriolano (2003), por causa do baixo grau de integração dos agentes entre si e entre a iniciativa público-privada, não é exigido dos agentes que, em seus projetos, sejam realizadas parcerias com as comunidades receptoras, que permanecem à margem dos benefícios econômicos gerados pelo turismo.

Considerando a realidade já explicitada, quando indagados sobre o atendimento às expectativas iniciais dos sócios-proprietários dos empreendimentos do trade, para 90,9% dos agentes entrevistados elas foram atendidas ou mesmo superadas, sendo o turismo importante para a existência de todos, à exceção de um dos empreendimentos, que relatou ser regular. Diante de tal realidade, 45,5% dos agentes relataram ter a intenção de realizar novos investimentos no turismo local.

Desta feita, é possível perceber que há um claro descolamento entre os benefícios percebidos pelo trade e os ganhos efetivamente gerados para a economia local no que tange à renda gerada, que é altamente concentrada. Tal fato se confirma quando são analisados os dados relativos ao mercado de trabalho.

De acordo com dados da Câmara Municipal de Corumbá-MS, a PEA municipal é de 40.582 pessoas (2011). Já de acordo com dados da RAIS/MTE para o ano de 2010, a quantidade de pessoas empregadas no turismo (entre bares e restaurantes, meios de hospedagem, agências de viagem e outros serviços ligados ao turismo) foi de 631 pessoas. Assim, as atividades ligadas ao turismo empregam somente 1,5% da PEA local.

No total, nos empreendimentos entrevistados, empregam-se 220 pessoas, sendo a média de vinte funcionários por empreendimento. A participação da mão de obra local nos empregos gerados é alta, conforme pode ser observado na Tabela 2.

Tabela 2: Geração de empregos e participação da população local

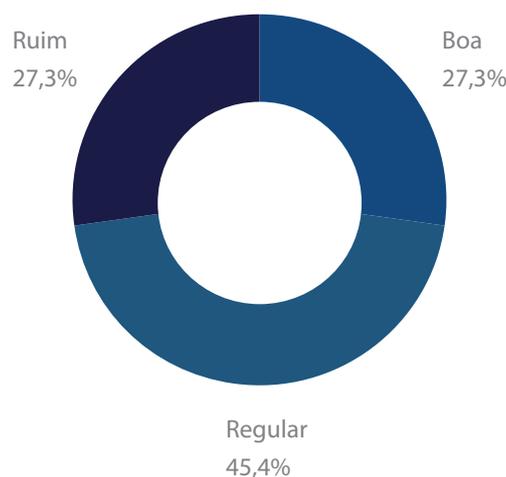
AGENTE	TOTAL DE FUNCIONÁRIOS EMPREGADOS	PERFIL DO TURISTA
Agente 1	45	88,9
Agente 2	24	83,3
Agente 3	15	80,0
Agente 4	19	100,0
Agente 5	04	100,0
Agente 6	13	100,0
Agente 7	04	80,0

Agente 8	02	100,0
Agente 9	10	100,0

Fonte: Dados da pesquisa.

Embora a participação da mão de obra local nas atividades turísticas seja elevada, empregando grandes contingentes locais em seu quadro de colaboradores, e este fator se destaque como positivo, a parcela da população local empregada no setor é baixa em relação à PEA total, sendo também a mão de obra mal qualificada de acordo com os agentes do trade (Gráfico 1).

Gráfico 1: Qualidade da mão de obra local



Fonte: Dados da pesquisa.

A baixa qualificação da mão de obra se justifica pela pequena quantidade de cursos técnicos preparatórios existentes na região para atender ao setor turístico e mesmo pelo baixo grau de escolaridade da população. De acordo com os agentes, a qualificação é limitada aos cursos dados periodicamente pelo SEBRAE, SENAC, SENAI e SESI. No entanto, quando se trata da formação de profissionais de nível superior, o município carece de profissionais de turismo, uma vez que o curso não é oferecido no local e todos os profissionais com tal qualificação necessariamente são provenientes de outras localidades.

Tal fato se comprova pela remuneração paga à mão de obra empregada no setor turístico, que, segundo os agentes, atinge o valor máximo de R\$3.000,00; em pelo menos cinco dos empreendimentos o salário máximo pago está limitado a R\$1.000,00 (Tabela 3).

Tabela 3: Remuneração mensal por trabalhador

AGENTE	FAIXA SALARIAL
Agente 1	- De R\$1.001,00 a R\$3.000,00
Agente 2	- De R\$1.001,00 a R\$3.000,00
Agente 3	- Até R\$1.000,00
Agente 4	- De R\$1.001,00 a R\$3.000,00
Agente 5	- Até R\$1.000,00
Agente 6	- Não respondeu
Agente 7	- Até R\$1.000,00
Agente 8	- De R\$1.001,00 a R\$3.000,00
Agente 9	- Até R\$1.000,00
Agente 10	- De R\$1.001,00 a R\$3.000,00
Agente 11	- Até R\$1.000,00

Fonte: Dados da pesquisa.

Com relação à geração de emprego e renda, a atividade turística é posta pelos agentes como setor em potencial, perdendo apenas para o comércio e a mineração. No entanto os próprios agentes ressaltam que o turismo pode ser trabalhado de forma a promover uma maior inclusão social da comunidade local, de forma a criar um senso de identidade, embora pouco venha sendo feito efetivamente para que isso ocorra. Tal comportamento pode ser observado apenas em poucos agentes isolados.

A baixa remuneração aliada à baixa participação da mão de obra ocupada pelo setor em relação à PEA evidencia que o turismo ainda está concentrado em atividades que exigem baixo grau de instrução e em que a renda não atende a padrões de distribuição equitativos,

uma vez que não é repassada em maior proporção aos trabalhadores por meio dos salários. Tal fato acaba sendo gerador de problemas econômicos de distorções no âmbito social, em que a população local fica à margem das atividades turísticas, sem efetivamente usufruir dos benefícios sociais por ela gerados.

A baixa remuneração influencia os efeitos induzidos provenientes da atividade, uma vez que os trabalhadores do setor gastam a renda no mercado local. No entanto os demais receptores dos recursos, representados pelos setores locais de comércio e serviço, não ligados diretamente ao turismo, para abastecer seus estabelecimentos buscam por mercadorias provenientes, em sua maioria, de outras regiões, tendo em vista que o município não produz parte considerável dos bens demandados localmente, minimizando, assim, os benefícios.

Embora o trade enfatize que o mercado é favorável ao desenvolvimento de suas atividades, os gestores ressaltam que ainda há dificuldades para um maior crescimento do negócio. Entre os principais problemas citados, estão a falta de mão de obra qualificada, a baixa divulgação do local e a precariedade das políticas públicas, além de fatores menos comentados, como a pesca predatória e a ausência de infraestrutura turística, representada pela baixa quantidade de voos que atendem à linha aérea local.

Apesar de Corumbá apresentar um alto potencial de turismo histórico-cultural, as atividades ainda são pouco exploradas. Tombados como patrimônio histórico, os casarios antigos vêm passando por um lento processo de revitalização, direcionado principalmente à região do Porto Geral, ponto turístico mais conhecido e visitado por quem chega à cidade. Nas demais regiões, os imóveis tombados estão-se degradando pela falta de manutenção e sofrendo com a ação de vândalos.

Para tanto, percebe-se que, na realidade analisada, o turismo não pode ser considerado como uma atividade de cunho sustentável, pois não se embasa no tradicional tripé de equilíbrio — econômico, social e ambiental —, ferindo os princípios básicos de impulsionar os aspectos econômicos e sociais na realidade em que se apresenta, não permitindo ganhos à sociedade como um todo no presente e no futuro.

4. Conclusão

No município de Corumbá, nota-se que a gênese da atividade turística — do modo como se organiza — apresenta elementos relativos à oligopolização da oferta de infraestrutura e equipamentos relacionados com o setor de turismo, o que minimiza, e não raro expropria, o território dos benefícios inerentes à prática da atividade turística — limitando, pois, as dinâmicas do desenvolvimento econômico por intermédio do fomento ao turismo.

Ademais, percebe-se nítida divisão entre o perfil do turista local/regional (que consome os elementos do turismo comunitário, de base local) e do turista nacional/internacional (que limita seu consumo aos equipamentos e à infraestrutura turística, verticalizados e oligopolizados), o que perfaz um desafio aos planejadores de política pública quanto à necessidade de gerir tais demandas — equalizando-as, numa situação ideal, às melhores práticas preconizadas pelo desenvolvimento econômico mais satisfatório ao território.

Por fim, percebe-se que outras práticas (como a maior interligação entre os agentes do trade; ou a criação de rotas turísticas com viés histórico-cultural) perfazem iniciativas deveras relevantes no que tange a maior fomento ao desenvolvimento econômico do município analisado.

De tal forma, a consolidação e a divulgação de roteiros histórico-culturais poderia provocar um movimento reverso nos turistas que não desfrutam dos serviços oferecidos no local. Assim se cria um atrativo capaz de trazer o turista de pesca (que é o mais frequente e domina a maior parcela de renda gerada pela atividade) para o contato com a cidade e o conhecimento das formas de vida e dos costumes do homem pantaneiro.

A revitalização dos imóveis e a criação de museus que traduzem a história do município, dos artistas que por lá passaram e mesmo do Pantanal originariam um roteiro histórico-cultural a ser visitado que pode ser mantido posteriormente pela cobrança simbólica de uma taxa de visitação. Outro potencial a ser explorado é a visitação pela cidade do tipo city tour, que levaria os turistas a pontos, como o “Cristo do Pantanal”, o Porto Geral, o Projeto Moinho Cultural, e ao roteiro histórico.

A cultura local também é muito rica, sofrendo forte influência das culturas paraguaia, boliviana e indígena tanto na culinária, quanto na música e nos costumes. A produção artesanal é outro ponto relevante, pois emprega mão de obra essencialmente local. Tais atividades poderiam ser conjuntamente exploradas e integradas ao roteiro histórico, gerando emprego e renda, e trazendo a população corumbaense para participar das atividades turísticas.

Nesse sentido, o Poder Público, em parceria com universidades e escolas, entra como moderador e organizador das atividades, uma vez que os demais agentes integrantes do trade além de apresentarem baixo grau de organização entre si não se sentem estimulados a criar novos produtos turísticos em virtude da alta rentabilidade de seus negócios. A universidade como instituição de pesquisa deve atuar ativamente no sentido de minimizar ou solucionar conflitos econômicos, sociais e ambientais no local, que se constitui em um rico patrimônio natural da humanidade.

Essa interação pode dar-se ainda na qualificação da mão de obra local para participar das atividades turísticas, apresentando à comunidade o Pantanal como ecossistema frágil, no entanto rico, e de necessária preservação. De acordo com os agentes entrevistados, é comum

a população local ficar à margem do turismo, pois, embora residindo no município, nunca realizou um passeio de barco pelo rio Paraguai, por exemplo. Os munícipes não conhecem o próprio local em que vivem e não têm senso de pertença, degradando o próprio patrimônio.

Um método de controle possível de ser utilizado é o estabelecimento de um sistema informatizado no qual todo o trade esteja incluso, de forma a integrar os agentes, e que seja controlado pelo Poder Público, a exemplo do que acontece no município de Bonito-MS. Esse controle além de restringir os problemas com a degradação ambiental originários do turismo ainda garante às instituições governamentais uma maior fiscalização sobre o desenvolvimento da atividade e um menor risco de sonegação fiscal, aumentando consequentemente a arrecadação municipal e gerando renda a ser revertida em prol do melhoramento do turismo local.

Portanto se percebe que o turismo ainda tem muito a evoluir em Corumbá para que possa promover melhorias econômicas consideráveis, permitindo a todos os estratos da população uma participação em suas externalidades positivas, além de minimizar os efeitos socioeconômicos negativos. E, para que isso seja possível, ante a passividade de muitos agentes e a indignação isolada de outros, é inevitável que o setor público, munido de informações, ferramentas e auxílios técnicos das universidades, seja atuante nas melhorias.

O Pantanal sul-mato-grossense precisa ser visualizado como um produto único. Para isso, é fundamental que seja divulgado e visto como um bem comum, de forma que todos os agentes locais e os turistas que cheguem o visualizem como tal, mas que o desfrutem com racionalidade. E mais: para que a população local crie um senso de pertença e tenha a oportunidade de conhecer o local em que vive com suas inúmeras riquezas e, assim, possa desfrutar de parte delas inserindo-se na atividade turística.

Para tanto, apesar do cunho qualitativo do presente trabalho, foi possível ter uma visão clara sobre os principais aspectos positivos e negativos gerados pela atividade turística no município. No entanto, para que se pudesse fazer uma análise quantitativa mais representativa, deixa-se, como sugestão de trabalho futuro, que o questionário seja aplicado a uma amostra estatisticamente representativa dos agentes do trade e também à população como um todo, visando a perceber se, na visão da comunidade local, os problemas inerentes à atividade são similares aos apontados pelo trade e a assegurar a inserção da comunidade na cadeia turística.

5. Referências

ALMEIDA, N. P. **Segmentação do turismo no Pantanal sul-mato-grossense**. Campo Grande: UCDB, 2002. 143 p. Dissertação (Mestrado) Desenvolvimento Local), Universidade Católica Dom Bosco, Campo Grande-MS, 2002.

_____. **Segmentação do turismo no Pantanal brasileiro**. Campo Grande-MS: UFMS, 2007.

AMARAL FILHO, J. A endogeneização no desenvolvimento econômico regional e local. **Revista Planejamento e Políticas Públicas**, n.º 23, jun. 2001.

BARBOSA, M. A. C.; ZAMBONI, R. A. **Formação de um cluster em torno do turismo de natureza sustentável em Bonito (MS)**. Brasília: IPEA, 2000.

BARBOSA, F. F. O turismo como um fator de desenvolvimento local e/ou regional. **Revista Caminhos de Geografia**, vol. 10, n.o 14, p. 107-114, fev. 2005.

BENEVIDES, I. P. O turismo e seu planejamento governamental. In: CORIOLANO, L. N. M. T. **O turismo de inclusão e o desenvolvimento local**. Fortaleza: FUNECE, 2003.

CÂMARA MUNICIPAL DE CORUMBÁ-MS. Nossa Cidade. **Base econômica**. Disponível em: <<http://www.camaracorumba.ms.gov.br/economica.php>>. Acesso em: 28 jun. 2011.

CORIOLANO, L. N. M. T. Os limites do desenvolvimento e do turismo. In:_____. **O turismo de inclusão e o desenvolvimento local**. Fortaleza: FUNECE, 2003, p. 13-28.

_____. et al. **Arranjos produtivos locais do turismo comunitário: atores e cenários em mudança**. Fortaleza: UECE, 2009.

IBGE — INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **IBGE Cidades**. Banco de dados.

MENDONÇA, T. C. M.; IRVING, M. A. Turismo de base comunitária: a participação como prática no desenvolvimento de projetos turísticos no Brasil — Prainha do Canto Verde-Berberibe (CE). **Caderno Virtual de Turismo**, vol. 4, n.º 4, 2004.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Diretrizes para o desenvolvimento do turismo rural no Brasil**. Brasília: MTur, 2003.

SANTOS, M. O retorno do território. In: OSAL — OBSERVATÓRIO SOCIAL DA AMÉRICA LATINA, Buenos Aires, ano 6, n.º 16, jun. 2005. 261 p.

SILVEIRA, M. T. Política de turismo: oportunidades ao desenvolvimento local. In: RODRIGUES, A. B. (org.). **Turismo rural: práticas e perspectivas**. São Paulo-SP: Contexto, 2001, p. 133-150.

SORIO, A.; MARIANI, M. A carne ovina como possibilidade de desenvolvimento do turismo com base regional e local. In: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL

SUL, 5., 2008, Caxias do Sul. **Anais...** Caxias do Sul: UCS, 2008.

TOMAZZONI, E. L. **Turismo e desenvolvimento regional: Modelo APL Tur aplicado à Região das Hortênsias (Rio Grande do Sul - Brasil)**. São Paulo: USP, 2007. 385 p. Tese. (Doutorado) — Ciências da Comunicação/Linha de Pesquisa Turismo, Universidade de São Paulo, São Paulo/SP, 2007.