

**TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA E OS NEGÓCIOS COM IMPACTO: as ações e o potencial de desenvolvimento em Corumbá-MS**

**Ressier Camargo Soares Silva,  
UFMS/CPAR,  
ressiercss@outlook.com**

**Carla Dominic Pereira,  
UFMS/CPAR,  
cdominic@live.com**

**Geraldino Carneiro de Araújo,  
CPAR/ESAN,  
geraldino.araujo@gmail.com**

**RESUMO**

O objetivo deste trabalho é analisar os negócios de impacto social e sua relação com o potencial desenvolvimento do Turismo de Base Comunitário (TBC) no contexto de Corumbá-MS. Entende-se que os negócios com impacto social podem fomentar o desenvolvimento do TBC, a pesquisa será realizada em Corumbá-MS, localidade escolhida pelo seu potencial turístico no estado. A pesquisa tem características exploratórias e descritivas, com abordagem qualitativa, se caracteriza como estudo de casos, sendo utilizado para coleta de dados entrevistas semiestruturadas. Trata-se de uma proposta de pesquisa (em andamento), assim, espera-se que os resultados futuramente apresentados contribuam para o projeto de pesquisa “Gestão, Modelo e Avaliação de Negócios de Impacto Social: um estudo em cooperativas e associações” com discussões, pesquisas e artigos sobre a contribuição dos negócios com impacto para o desenvolvimento do TBC em Corumbá-MS.

**Palavras-chave:** Turismo Comunitário; Impacto Social; Pantanal.

O ponto de partida dessa pesquisa parte da Agenda 30 da Organização das Nações Unidas (ONU, 2015), que é um plano de ações com quesitos que envolvem três dimensões do desenvolvimento sustentável: a econômica, o social e o ambiental. Dessa forma, pessoas, governos e organizações devem atuar de maneira colaborativa para o progresso, com medidas que direcionam o mundo para um caminho resiliente. Assim, se propõe os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) que são direcionados por 169 metas que buscam concretizar os direitos humanos de todos e alcançar a igualdade e o empoderamento da população.

Considerando esse contexto de desenvolvimento sustentável, observa-se a emergência dos negócios com impacto social, que são organizações que abrangem a população no processo de crescimento econômico/financeiro e que estabelecem uma relação de benefício social (PETRINI; SCHERER; BACK, 2016). Para Barki (2015), negócios com impacto se referem a organizações que buscam gerar impacto social a partir da oferta de serviços que diminuam a vulnerabilidade dos cidadãos de baixa renda e, desta forma, tenham um retorno financeiro.

Neste sentido, os negócios com impacto social são uma forma de intervenção socioeconômica que integra diferentes modelos na busca por inovação e transformação; e que podem ser sociais e ter desempenho financeiro. Ou seja, são negócios desenvolvidos para atender demandas sociais com atuação rentável (PETRINI; SCHERER; BACK, 2016).

Ainda no contexto do desenvolvimento sustentável e como consequência do desenvolvimento econômico existente das últimas décadas, surge o Turismo de Base Comunitária (TBC). Dentre as alternativas sustentáveis para as comunidades tradicionais a atividade turística funciona como uma ação que promove a valorização da cultura e da autonomia da população, desse modo, as políticas de desenvolvimento devem incluir a mobilização articulada de agentes, no sentido não só de fomentar o desenvolvimento econômico, mas também o capital social (MOREIRA; VIDAL; FARIAS, 2003).

As questões que envolvem a gestão das atividades turística e das políticas públicas são determinantes entre o sucesso e o fracasso de determinada localidade (FABRINO; NASCIMENTO; COSTA, 2016). Assim, comunidades buscam estratégias que proporcionem transformações socioeconômicas a partir de padrões de desenvolvimento que conciliem o crescimento econômico, a equidade social e a preservação dos patrimônios (TUCUM, 2008).

Mediante a esta discussão ressaltam-se dois pontos: Primeiro: os negócios com

impacto social são organizações que visam solucionar demandas comunitárias, ofertando produtos ou serviços, e priorizando o lugar, a conservação ambiental e a identidade cultural. De tal maneira, os negócios com impacto social buscam gerar impacto a partir da diminuição da vulnerabilidade da população, ampliação das perspectivas de desenvolvimento e da promoção da sustentabilidade financeira (PETRINI; SCHERER; BACK, 2016).

Segundo: o planejamento do turismo propõe planos vinculados aos padrões de desenvolvimento e do alcance de objetivos sustentáveis com a finalidade de integrar a população atingida com as atividades estabelecidas (BENI, 1999) e TBC representa as práticas que devem ser incorporadas aos segmentos a fim de torná-lo mais sustentáveis (BURSZTYN; BARTHOLO, 2012).

Posto isto com o protagonismo da comunidade; que se utiliza dos seus recursos (tangíveis/intangíveis) nas atividades turísticas e com a responsabilidade de todos os benefícios advindos desta sendo apropriado pela comunidade que por meio democrático/colaborativo tomam as decisões de gestão dos recursos turísticos, o potencial dessas atividades não se delimita ao desenvolvimento econômico local, mas também enfatizam a identidade cultural e contribui no modo de vida da comunidade (FABRINO; NASCIMENTO; COSTA, 2016). O estudo, então, parte da premissa de que os negócios com impacto social podem se envolver com o turismo desenvolvendo o TBC.

O objetivo deste trabalho é analisar os negócios de impacto social e sua relação com o potencial desenvolvimento do Turismo de Base Comunitário (TBC) no contexto de Corumbá-MS com o enfoque na articulação que os negócios com impacto podem ter com o turismo e com a promoção do TBC em Corumbá-MS.

A pesquisa tem características exploratórias e descritivas. A pesquisa exploratória, de acordo com Severino (2007) é designada por levantar dados sobre o alvo estudado, delimitando o campo de trabalho e mapeando ações. Na pesquisa descritiva Fernandes e Gomes (2009) afirmam que o pesquisador investiga e descreve as características de um grupo para avaliar as informações sobre comportamento e as distinções de uma população. O diagnóstico descritivo envolve a obtenção de dados descritivos sobre pessoas, lugares e processos interativos pelo contato direto do examinador com a situação estudada e procura compreender os fenômenos objetos de estudo (GODOY, 1995).

A abordagem da pesquisa é qualitativa, Turato (2005) destaca que as pesquisas que utilizam esse método devem trabalhar com valores, crenças, representações, hábitos, atitudes

e opiniões para serem úteis e busca entender o contexto em que o fenômeno ocorre. Cooper e Schindler (2016) referenciam a busca qualitativa como sendo aquela que procura atingir a profundidade do entendimento da situação abordada.

Como estratégia de pesquisa, será utilizado o estudo de caso. Segundo Yin (2010) esse meio de análise proporciona a coleta de dados a partir de explicações e observações metodológicas rigorosas em procedimentos formais e explícitos. Os casos, negócios com impacto social, serão indicados a partir da Secretaria Especial de Cidadania e Políticas Públicas de Corumbá-MS.

Para a pesquisa, serão utilizadas entrevistas semiestruturadas. Para Ribeiro (2012), as questões da entrevista semiestruturada serão formuladas de forma a permitir que o sujeito discorra e verbalize seus pensamentos sobre o tema apresentado. Dessa forma, a elaboração prévia de perguntas auxilia da afirmação de questionamentos e provocam uma coleta de dado mais completa (ROSA; ARNOLDI, 2017).

Por se Tratar de uma proposta de pesquisa (em andamento), espera-se que os resultados futuramente apresentados contribuam para o projeto de pesquisa “Gestão, Modelo e Avaliação de Negócios de Impacto Social: um estudo em cooperativas e associações” com discussões, pesquisas e artigos sobre a contribuição dos negócios com impacto para o desenvolvimento do TBC em Corumbá-MS.

## REFERÊNCIAS

BARKI, E. Negócios de impacto: tendência ou modismo?. **GV executivo**, v. 14, n. 1, p. 1-4 2015.

BENI, M. C. Política e estratégia do desenvolvimento regional: planejamento integrado e sustentável do turismo. **Revista Turismo em Análise**, v. 10, n. 1, p. 7-17, 1999.

BURSZTYN, I.; BARTHOLO, R. O processo de comercialização do turismo de base comunitária no Brasil: desafios, potencialidades e perspectivas. **Sustentabilidade em Debate**, v. 3, n. 1, p. 97-115, 2012.

COOPER, D.; SCHINDLER, P. **Métodos de Pesquisa em Administração**, 12. ed. Porto Alegre: AMGH, 2016.

FABRINO, N. H.; NASCIMENTO, E. P.; COSTA, H. A. **Caderno Virtual de Turismo: Turismo de Base Comunitária**. v. 16, n. 3, p. 172-190, 2016.

FERNANDES, L. A.; GOMES, J. M. M. Relatórios de pesquisa nas ciências sociais: características e modalidades de investigação. **ConTexto**, v. 3, n. 4, p. 1-23, 2003.

GODOY, A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **Revista de administração de empresas**, v. 35, n. 2, p. 57-63, 1995.

MOREIRA, V; VIDAL, F. A. B.; FARIAS, I. Q. **Empreendedorismo Social e Economia Solidária: Um Estudo de Caso da Rede de Desenvolvimento Local Integrado e Sustentável da Comunidade do Grande Bom Jardim**. Fortaleza, 2003.

ONU. **Transformando Nosso Mundo: A Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável**. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/pos2015/agenda2030/>. Acesso em: 07 set. 2020.

PETRINI, M.; SCHERER, P.; BACK, L. Modelo de negócios com impacto social. **RAE-Revista de Administração de Empresas**, v. 56, n. 2, p. 209-225, 2016.

RIBEIRO, E. A. A perspectiva da entrevista na investigação qualitativa. **Revista Evidência**, v.4, n. 4, p. 1-20, 2012.

ROSA, M. V. F. P. C.; ARNOLDI, M. A. G. C. A entrevista na pesquisa qualitativa: mecanismos para validação dos resultados. **Autêntica**, 2017.

SEVERINO, A. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Cortez, 2007.

TUCUM. Rede Cearense de Turismo Comunitário. Presentation held at the II International **Seminar on Sustainable Tourism**. Fortaleza, 2008.

TURATO, Egberto Ribeiro. Métodos qualitativos e quantitativos na área da saúde: definições, diferenças e seus objetos de pesquisa. **Revista de Saúde pública**, v. 39, p. 507-514, 2005.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.