

ECOSSISTEMA DOS NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIAL E TURISMO DE BASE COMUNITÁRIO: UMA ANÁLISE EM CORUMBÁ-MS.

João Pedro Ferraz Zanetoni^{1*}, Fernanda Sápia Silva¹, Bruno Diego Alcantara Cardozo², Milton Augusto Pasquotto Mariani², Geraldino Carneiro de Araújo³

1. Estudantes do Curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul / Câmpus de Paranaíba (UFMS/CPAR)
2. Pesquisador da UFMS
3. Professor da UFMS - Administração/Orientador

Resumo

Dentre os modelos de negócios, o turismo de base comunitária (TBC) baseia-se na ideia de agregar o valor cultural da região como sendo parte do pacote estabelecido pelo turismo tradicional, buscando, assim, valorizar o sociocultural do ambiente em que trabalha, é nesse ambiente que se envolvem outros agentes, que fazem parte do ecossistema de negócio, esses agentes podem influenciar no desempenho dos empreendimentos de diversas formas. Sendo assim, o presente trabalho buscou realizar uma análise do ecossistema do TBC, utilizando os negócios de impacto de Corumbá-MS, a pesquisa teve caráter exploratório. Os resultados permitiram uma familiarização com o ambiente em que se pode estabelecer o TBC de Corumbá-MS considerando o ecossistema dos negócios de impacto, no entanto, viu-se apenas o potencial para esse desenvolvimento e não a sua prática.

Palavras-chave: Ecossistema de Negócio; Turismo Comunitário; Desenvolvimento Regional.

Apoio financeiro: UFMS.

Introdução

Um negócio social atende a demandas, desenvolve produtos e serviços, contrata seus funcionários, entre outros itens em sua estrutura que se assemelham a uma empresa que foca a maximização dos lucros (EMLs), entretanto, seu objetivo é o de criar impacto social para sociedades e indivíduos com quem se relaciona (YUNUS, 2008). Sendo assim, uma empresa social gera resultados que são investidos na própria empresa e um negócio de impacto social pode gerar, além dos resultados sociais, lucro; ambos os modelos trabalham com estruturas semelhantes às EMLs, podendo, então, atuar e se vincular em diversos segmentos.

Um dos segmentos de negócio de impacto social que pode se vincular em termos de desenvolvimento da região envolve o Turismo de Base Comunitária (TBC). O TBC enfatiza conservação ambiental e desenvolvimento social para comunidades que são receptoras, assim como valoriza a identidade cultural da área e não utilizam de pacotes econômicos rígidos para desenvolvimento (SALES; SALLES, 2010). Seu objetivo é trabalhar e promover toda a comunidade e seus envolvidos, que influênciam direta ou indiretamente o turismo da região (MIELKE; PEGAS, 2013). No contexto dos negócios de impacto social, e considerando o TBC, envolvem-se outras instituições no ecossistema do negócio.

Ecossistemas de negócios é uma variedade de influenciadores externos, que interagem com o empreendimento, podendo estabelecer relações duradouras com o meio. O conceito de ecossistema, muito comum quando se trata de negócios de impacto social, surge a partir de um estudo das empresas do ambiente externo de uma organização e das relações entre as mesmas (SCHERER, 2014). De acordo com Cohen (2018), é de suma importância que grandes mentes se unam - inventores, filantrópicos, empreendedores, organizações sociais, governos e o público geral - e entendam a necessidade de se combater problemas de âmbito social, participando ativamente nessa empreitada e fortalecendo o ecossistema dos negócios de impacto social atrelado ao TBC. Diante do exposto, o objetivo deste trabalho é analisar o ecossistema dos negócios de impacto social para o possível desenvolvimento do TBC em Corumbá-MS.

Metodologia

A pesquisa tem um caráter exploratório com uma abordagem qualitativa. Cooper e Schindler (2011) afirmam que em uma pesquisa exploratória pode-se desenvolver os conceitos com mais clareza, constituir prioridades, aumentar definições operacionais e planejar melhor a pesquisa. Sampieri, Collado e Lucio (2013) apontam que a abordagem qualitativa é importante quando o fenômeno de interesse é muito difícil de ser medido ou quando não foi medido anteriormente. A abordagem qualitativa é comumente utilizada quando se quer entender a natureza de um fenômeno social, além disto, determinadas questões de pesquisa exigem uma conotação qualitativa (RICHARDSON, 2008).

Para coleta de dados necessários no estudo, foram utilizadas entrevistas semiestruturadas. De acordo com Yin (2010), as entrevistas, de modo geral, são uma forma essencial de coleta de dados, considerando que este modelo de coleta abrange assuntos humanos, ou eventos comportamentais. O autor ainda constata que a entrevista pode, não apenas oferecer deias a respeito do tema abordado, como também ajuda a contextualizar uma prévia histórica das situações.

Foram sujeitos da pesquisa os empreendedores sociais de negócios de impacto, sendo assim, foram

identificados pela Prefeitura de Corumbá os seguintes empreendimentos: Amor-Peixe, Mãos que Fazem, Meninas que Fazem Arte e Casa Massabarro Artesanato. Os sujeitos entrevistados foram os presidentes e, na sua ausência, ou inexistência - em caso de negócios não formalizados -, foram entrevistados os responsáveis pela ideia do negócio. As entrevistas realizadas permitiram um aprofundamento no ambiente em que vive tais empreendimentos e seus envolvidos. Os dados coletados foram tratados de acordo com a análise de conteúdo. Severino (2007) conjectura que a análise de conteúdo é uma forma na qual se tratam os discursos de diferentes linguagens, trata-se de compreender o sentido manifesto ou oculto da comunicação.

Resultados e Discussão

A pesquisa se baseou em quatro negócios localizados em Corumbá-MS: **Amor-peixe** (negócio formalizado como associação) produz utensílios utilizando o couro de peixe, tal empreitada tende a manter as características culturais da região; **Mãos que Fazem** (negócio ainda não formalizado) é um grupo, atualmente constituído por cinco integrantes, que utiliza da produção de artesanato com diversos tipos de matéria-prima para se sustentar; **Meninas que Fazem Arte** (negócio ainda não formalizado) é um projeto em que mulheres se reúnem e fazem artesanato e bijuterias relacionados com o Pantanal; e a **Casa Massabarro Artesanato** (negócio formalizado como associação) produz artefatos de argila com características regionais. Os projetos alinham as características do Pantanal com trabalhos artísticos manuais, são feitos artesanatos de diferentes tipos com os temas. A renda é feita por meio da produção, e todo o lucro é dividido entre os envolvidos por produção.

No que diz respeito às práticas dos negócios, o segmento trabalha valores socioambientais, os produtos são artes diversas, mas principalmente como artesanato, alinhando-se com características do Pantanal, preservando a cultura da região. Além disso, os negócios prezam pela preservação do meio ambiente. Nesse sentido, os benefícios sociais gerados dizem respeito à inclusão social, preservação do meio ambiente e preservação cultural. Os negócios formalizados, Amor-Peixe e Casa Massabarro Artesanato, estão configurados como negócios de impacto social com características de empreendimentos econômicos solidários. Os outros dois negócios, Mãos que Fazem e Meninas que Fazem Arte, ainda estão em fase de organização para a formalização e demonstram forte tendência em também serem negócios de impacto como empreendimentos econômicos solidários – foi apontado pelas entrevistadas que elas participaram de capacitações sobre economia solidária promovidas pela Prefeitura.

Todos os envolvidos do estudo mostram em comum o fato de trabalharem com artes diversas e todas elas voltadas para características culturais da região, sejam em seus artesanatos, utensílios ou acessórios. Como demonstradas nas falas: *“É a cara nossa. O outro prefeito falava que o nosso artesanato é o que representa Corumbá”* (Amor-Peixe); *“Quando fazemos algo, fazemos com o bordado, com o poeminha, com música de Corumbá”* (Mãos que fazem); *“Tem fundo regional [...]”* (Meninas que Fazem Arte) e *“É um ponto turístico e cultural que tem muita importância pra cidade”* (Casa Massabarro Artesanato). O TBC traz a proposta em que o cliente teria a mesma aventura e experiência, mas os aspectos culturais e ambientais seriam não apenas respeitados, mas a fonte do turismo em si. O TBC integraliza com sua atuação fatores sociais, ambientais e culturais, dessa forma, trata-se de um contraponto do turismo convencional, que articula suas ações baseando-se no crescimento de capital, pouco valorizando aspectos socioambientais (CORIOLANO; SAMPAIO, 2012). Os negócios abordados na pesquisa adotam as vertentes do TBC, utilizam do ambiente natural do Pantanal como modelo para o desenvolvimento do trabalho social. A cultura turística da região é muito visível nos itens comercializados e tal como expõe Timothy (2002), o respeito ao meio ambiente e a inclusão social também são características do TBC da região. A pesquisa aponta ainda que os turistas que interagem com os empreendimentos, apreciam a diversidade cultural que vivenciam por meio do TBC, *“Gente de fora fica encantada”* (Amor-Peixe); *“[...] o turista vem e quer lembrancinha”* (Mãos que fazem); *“[...] se o turista gostou de tal coisa, vamos fazer mais coisa”* (Meninas que Fazem Arte) e *“O que movimenta mesmo o fluxo de venda é mais o turismo familiar, o cara vem com a mulher, com a filha e tal, ficam na cidade e movimentam”* (Casa Massabarro Artesanato). Esse interesse do turista é resultado do conhecimento cultural que o TBC pode proporcionar.

O desenvolvimento do TBC cria laços entre a cultura da região e os cidadãos que ali habitam, além disso, fornece meios para que o turista se sinta mais próximo do meio em que está. Em Corumbá-MS o turista pode experimentar uma proximidade com a fauna, a flora e a cultura pantaneira, e isto pode ser potencializado com o envolvimento dos negócios de impacto social. Segundo Trentin (2012) o TBC permite que a população se aproxime do capital ambiental e cultural da região, criando uma relação baseada no respeito ao meio em que habitam, além disso, utiliza tais valores como formas de beneficiar o desenvolvimento da região e do turismo em si. Se tratando do desenvolvimento do TBC em Corumbá-MS, é preciso contextualizar que o Pantanal, um marco brasileiro, famoso por sua fauna e flora característicos, é conhecido também pelo turismo da pesca, que é fortemente influenciado pela prefeitura. Ocorre que o incentivo do poder público está em fazer com que o turista tenha um modelo de turismo em que o foco é usufruir da natureza para suprir a demanda de uma experiência no Pantanal, deixando de lado outros aspectos, como a cultura, o conhecimento dos costumes da região e o contato com a população local. Fato esse que dificulta o trabalho dos negócios de impacto social e o desenvolvimento do TBC.

Existe, contudo, outras formas do TBC se desenvolver. Uma possível menção que movimentaria o turismo da região, tirando o foco exclusivo do turismo de pesca, é o turismo de experiência, Santos et al (2012) dizem que o turismo de experiência parte da ideia de que o turista já não participa de viagens apenas com o intuito de observar, comprar ou mesmo, apenas descansar; este deseja participar de atividades que possam marcar suas vidas, experiências participativas, ou seja, ser ativo durante os roteiros. Os negócios de impacto

social podem oferecer turismo de experiência e desenvolver o TBC, firmando um contato maior com o turista, que deixaria de apenas olhar e comprar, passaria a experimentar a cultura. A experiência marcaria o turista não apenas fisicamente, mas mentalmente e psicologicamente, o turismo de experiência cria um valor simbólico para a viagem (PEZZI; SANTOS, 2012). Além disso, um importante fator que colabora com o desenvolvimento do TBC é o ecossistema do qual o segmento faz parte.

Ecossistema de negócio se fundamenta na concepção de que um empreendimento é mais forte quando existem relações entre ele e o meio em que está. O TBC lida com gestão comunitária, em muitas das vezes os gestores não possuem experiência prática, ou mesmo teórica, a respeito, o que torna a participação do ecossistema ainda mais importante. Nesse sentido, o ecossistema se faz um importante meio de especialização e melhora no desempenho do TBC. A pesquisa apontou que os negócios de impacto social abordados podem fazer parte do segmento de turismo, logo, ambientam-se em um mesmo ecossistema de negócio. Buscou reconhecer os parceiros dos negócios. A relação entre o TBC e o ecossistema é fragilizada, as empresas não contam com parceiros fixos, não existem projetos de turismo ou nem mesmo recursos financeiros, o que é visível nas falas: *“Não temos participação em projetos do turismo”* (Amor-Peixe); *“Não temos parceiros hoje”* (Mãos que Fazem); *“Estamos sobrevivendo sozinhos, sem apoio, sem vínculo com ninguém”* (Casa Massabarro Artesanato); *“Não. É mais a questão da Prefeitura quando abre um espaço”* (Meninas que Fazem Arte).

Apesar da falta de parceria atual, alguns negócios de impacto já receberam apoio de outras empresas, trata-se de treinamento e especialização em gestão, economia solidária e cursos de artesanato. O Guia FIIMP (2018) estabelece que institutos e fundações podem atuar de várias formas como parceiros, investidores, fortalecedores, mobilizadores entre outros, e assim, contribuir para um negócio de impacto. Destaca-se a importância do ecossistema em fortalecer o TBC de acordo com seus próprios princípios, a ideia é a de munir as próprias empresas, baseando-se no trabalho já feito, e não tentar uma abordagem que mude a essência do negócio. É muito importante que as empresas contribuam de forma a auxiliar os negócios de impacto, garantindo que eles não percam o foco do impacto que causam (NAIGEBORIN, 2013).

O poder público é um ponto falho no ecossistema do TBC em Corumbá-MS. A pesquisa aponta pouca participação ou iniciativa para o desenvolvimento dos negócios: *“Teria que começar na Prefeitura, eles se interessar pelo turismo em Corumbá, pelo artesanato em geral, gerar renda pro povo daqui”* (Amor-Peixe); *“Era só ele sancionar uma lei e jogar pra Câmara aprovar porque apoio dos vereadores nós teríamos, mas a própria gestão e o gestor, não quiseram”* (Mãos que Fazem); *“Poderíamos ser bem melhor vistos”* (Casa Massabarro Artesanato). Esse é o contexto de um grande desafio que o TBC enfrenta: a falta de apoio do poder público, e isto foi observado em Corumbá-MS. Contudo, não apenas o poder público pode fortalecer o ecossistema. O TBC causa os mesmos impactos positivos que o turismo tradicional, e conta ainda com o benefício social, que é a preservação socioambiental e cultural da região. Outras alternativas podem servir para que o TBC seja valorizado, são as diversas formas de investimento (não apenas financeiro). Ou seja, existem formas de se fortalecer o ecossistema do TBC, que não apenas o poder público, podendo envolver o trade turístico.

Trade turístico são organizações privadas e governamentais atuantes no setor de "Turismo e Eventos" como os Hotéis, Agências de Viagens especializadas em Congressos, Transportadoras Aéreas, Marítimas e Terrestres, além de Promotores de Feiras, Montadoras e Serviços Auxiliares (tradução simultânea, decoração, equipamentos de áudio visuais, etc.) (EMBRATUR, 1998). Todos os agentes que fazem parte do segmento turístico possuem poder para fortalecer o ecossistema, quando este se fortalece, o desenvolvimento das atividades turísticas, junto com os benefícios que ela traz, aumenta significativamente. Não é diferente com o TBC, e além do trade turístico, existem outros agentes que podem se envolver. Yunus (2008) considera que fundações, doadores bilaterais e multilaterais, bancos regionais e instituições comerciais de crédito são agentes que podem investir no fortalecimento de empresas sociais e negócios de impacto. Esses agentes podem investir não apenas com crédito, mas também com infraestrutura, energia, cuidados médicos e etc.

Conclusões

O presente artigo teve como objetivo a análise do ecossistema dos negócios de impacto social para o possível desenvolvimento do TBC em Corumbá-MS. Os casos de pesquisa foram quatro negócios de impacto social, formalizados ou ainda não formalizados que, em suas atividades, trabalham artes diversas, principalmente o artesanato. Como apontado, os negócios de impacto buscam benefícios sociais para a comunidade em que se instala; na primeira parte dos resultados observou-se que os negócios buscam uma melhoria social para os envolvidos, sendo oferecendo trabalho, preservando a cultura e gerando renda, os negócios de impacto social pesquisados se caracterizam de acordo com os preceitos da economia solidária.

Sobre o TBC, estabelecendo-se como atividade turística que valoriza os valores culturais e sociais da região, vê-se potencial de desenvolvimento envolvendo os negócios de impacto social, que por meio de suas atividades preservam as características regionais, voltadas para natureza, fauna e a flora, e a cultura pantaneira. Contudo, os resultados pontuaram que os negócios de impacto são afetados por falta de apoio e iniciativas, sendo esse um dos maiores empecilhos. O turismo, que se mantém focado em pesca, dificulta a desenvoltura das atividades dos empreendimentos analisados, visto que estes trabalham artes diversas, mas penam em conseguir apoio de projetos turísticos que valorizem tais atividades. Nesse sentido, a última parte da pesquisa buscou analisar o ecossistema dos negócios de impacto.

Ecossistema de negócio são os agentes que atuam de forma a interferir no empreendimento. Uma empresa se fortalece quando o ecossistema do qual faz parte está fortalecido, essas relações buscam um apoio mútuo, um ecossistema consistente beneficia todos os que se envolvem nele. Conclui-se, contudo, que o TBC de Corumbá sofre com um fraco ecossistema. O poder público não traz influências positivas explícitas, faltam

projetos e/ou ações, o foco no turismo da pesca não valoriza os aspectos culturais trabalhados pelos empreendimentos do TBC, dessa forma, não se dá visibilidade necessária para que outros agentes participem diretamente do negócio. Fato esse que não aproveita o potencial de desenvolvimento regional e o TBC proporciona. Um ponto positivo, entretanto, é o fato de a maioria dos envolvidos terem recebidos treinamentos, mesmo que não constantes, mas cada qual em sua área específica, o que também remete à teoria de ecossistema, que conjectura que agentes podem influenciar também com desenvolvimento de conhecimentos práticos.

Deve-se ressaltar que os resultados não podem generalizar todos os negócios de impacto social de Corumbá-MS. Indica-se como estudo futuro uma possível estruturação de um modelo de turismo que valorize os aspectos culturais, tirando o foco do turismo da pesca.

Referências bibliográficas

COHEN, R. **A guide to the impact revolution**. Impact Now, 2018.

COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. **Métodos de pesquisa em administração**. 10. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.

CORIOLOANO, L. N. A contribuição do turismo ao desenvolvimento local. in: PORTUGUEZ, A. P.; FARIAS, G. de; QUEIROZ, O. T. M. M. (orgs). **Turismo, espaço e estratégias de desenvolvimento local**. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2012.

CORIOLOANO, L. N.; SAMPAIO, C. A. C. Discursos e concepções teóricas do desenvolvimento e perspectivas do turismo como indução. In: BRASILEIRO, M.D.S.; MEDINA, J.C.; CORIOLOANO, L.N. (orgs). **Turismo, cultura e desenvolvimento**. Campina Grande: EDUEPB, 2012.

EMBRATUR. A indústria do turismo no Brasil. perfil e tendências. **Anuário estatístico**. Brasília: Ministério da Indústria, Comércio e Turismo/Governo Federal, 1998.

GUIA FIIMP, Fundações e Institutos de Impacto. **Nossa jornada de aprendizado em Finanças Sociais e Negócios de Impacto**: Para institutos e fundações que desejam apoiar e investir nesse novo ecossistema, 2018. Disponível em: <<https://forcatarefa-assets.s3.amazonaws.com/uploads/2018/05/guiafiimp2018.pdf>>. Acesso em 14 jul. 2018.

MIELKE, E. J. C.; PEGAS, F. V. Turismo de Base Comunitária no Brasil. Insustentabilidade é uma Questão de Gestão. **Turismo em Análise**. v. 24. n. 1. Abril, 2013.

NAIGEBORIN, V. O Papel das organizações da sociedade civil. In: BARKI, E.; IZZO, D.; TORRES, H. G.; AGUIAR, L. **Negócios com impacto social no Brasil**. São Paulo: Peirópolis, 2013.

PEZZI, E.; SANTOS, R. J. dos. A experiência turística e o turismo de experiência: aproximações entre a antropologia e o marketing. In: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DE MERCOSUL, 7., 2012, Caxias do Sul. **Anais...** Caxias do Sul – RS: Universidade de Caxias do Sul., 2012.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. Altas: São Paulo, 2008.

SALES, G. A. F. de; SALLES, M. do R. R. A Dádiva no Turismo Comunitário: Constituição de Vínculos Sociais por Colaboração Solidária. **Turismo & Sociedade**. v. 3. n. 2. Curitiba, outubro de 2010.

SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO, M. P. B. **Metodologia de pesquisa**. 5. ed. Porto Alegre: Penso, 2013.

SANTOS, A. J. C.; ABREU, I. B.; COSTA, S. R. da.; BOAHID, L. C. M.; PEREIRA, R. C. P. Turismo de experiência: inovação e criatividade na feira da praia grande em São Luís – MA. In: SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA, 9, Resende. **Anais...** Resende-RJ: AEDB, 2012.

SCHERER, P. C. **Entendendo os negócios com impacto social**: uma análise dos elementos constituintes do modelo de negócio. 114f. 2014. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, PUCRS, Porto Alegre, 2014.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. 23. ed. São Paulo: Cortez, 2007.

TIMOTHY, D. J. Tourism and community development issues. In: SHARPLEY, R.; TELFER, D. J. **Tourism and Development: Concepts and Issues**. Clevedon, Buffalo, Toronto, Sydney: ChannelViewPublications. 2002.

TRENTIN, F. Turismo e estratégias desenvolvimento local: uma reflexão sobre as políticas difusionistas e territorialistas. in: PORTUGUEZ, A. P.; FARIAS, G. de; QUEIROZ, O. T. M. M. (orgs). **Turismo, espaço e estratégias de desenvolvimento local**. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2012.

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

YUNUS, M. **Um mundo sem pobreza**: a empresa social e o futuro do capitalismo. São Paulo: Ática, 2008.