

**Ecossistema do turismo de base comunitária: uma análise a partir dos negócios com impacto social em Corumbá-MS****Community-based tourism ecosystem: an analysis of business with social impact in Corumbá-MS**

DOI:10.34117/bjdv5n9-088

Recebimento dos originais: 20/08/2019

Aceitação para publicação: 13/09/2019

**João Pedro Ferraz Zanetoni**

Graduando em Administração pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Instituição: Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus de Paranaíba  
Endereço: Av. Pedro Pedrossian, 725, Universitário, Paranaíba – MS, Brasil  
e-mail: zanetoni1603@gmail.com

**Fernanda Sapia Silva**

Graduada em Administração pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Instituição: Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus de Paranaíba  
Endereço: Av. Pedro Pedrossian, 725, Universitário, Paranaíba – MS, Brasil  
e-mail: fernanda.ssapia@gmail.com

**Geraldino Carneiro de Araujo**

Doutor em Administração pela Universidade Nove de Julho  
Instituição: Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus de Paranaíba  
Endereço: Av. Pedro Pedrossian, 725, Universitário, Paranaíba – MS, Brasil  
e-mail: geraldino.araujo@ufms.br

**Bruno Diego Alcantara Cardozo**

Mestre em Administração pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Instituição: Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Escola de Administração e Negócios  
Endereço: Av. Senador Filinto Müller, 1555, Vila Ipiranga, Campo Grande – MS, Brasil  
e-mail: brunodiegocardozo@gmail.com

**Milton Augusto Pasquotto Mariani**

Doutor em Geografia (Geografia Humana) pela Universidade de São Paulo  
Instituição: Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Escola de Administração e Negócios  
Endereço: Av. Senador Filinto Müller, 1555, Vila Ipiranga, Campo Grande – MS, Brasil  
e-mail: miltmari@terra.com.br

**RESUMO**

O objetivo é analisar o ecossistema do TBC a partir dos negócios de impacto de Corumbá-MS. Na teoria foram discutidos negócios com impacto, TBC e ecossistema de negócios. A pesquisa tem um caráter exploratório com a abordagem qualitativa. Foram utilizadas entrevistas semiestruturadas. Os sujeitos da pesquisa foram os empreendedores sociais de negócios com impacto de Corumbá-MS. Os dados coletados foram tratados de acordo com a análise de

conteúdo. Os negócios com impacto relataram que seguem os preceitos da economia solidária. O Pantanal é conhecido por seu turismo de pesca, e não existe um desenvolvimento de atividades turísticas que aprimoram, ou mesmo influenciam positivamente, os empreendimentos sociais. O fato dos negócios atrelarem suas atividades com as características socioculturais locais pode influenciar no desenvolvimento do TBC. Ecosistema de negócio envolve todos os agentes que podem influenciar um empreendimento de diferentes formas, mas não foi observado no estudo. O foco no turismo da pesca não valoriza os aspectos culturais trabalhados pelos empreendimentos do TBC.

**Palavras chave:** Desenvolvimento Regional; Ecosistema de Negócio; Turismo Comunitário.

## **ABSTRACT**

The objective is to analyze the TBC ecosystem from the impact business of Corumbá-MS. In theory, business with impact, TBC and business ecosystem were discussed. The research has an exploratory character with the qualitative approach. Semi-structured interviews were used. The research subjects were the social business entrepreneurs with impact from Corumbá-MS. The collected data were treated according to content analysis. Impacting businesses have reported that they follow the precepts of the solidarity economy. The Pantanal is known for its fishing tourism, and there is no development of tourist activities that enhance, or even positively influence, social enterprises. The fact that businesses link their activities with local socio-cultural characteristics may influence the development of TBC. Business ecosystem involves all agents that can influence a venture in different ways, but was not observed in the study. The focus on fishing tourism does not value the cultural aspects worked by TBC's enterprises.

**Keywords:** Regional development; Business ecosystem; Community Tourism.

## **1. INTRODUÇÃO**

Com o avanço tecnológico ocorrido, principalmente, após a entrada do século XXI, o desenvolvimento de sociedades adquiriu uma característica de expansão produtiva e tecnológica. O impacto imediato da revolução da tecnologia, que deveria, teoricamente, melhorar as condições de vida da sociedade, não mudou os contextos de economias que ainda enfrentam desigualdades sociais, catástrofes ambientais e conflitos na sociedade (COHAN, 2018).

Embora existam políticas que frisam aspectos humanos e ambientais, as empresas focam em produção e enriquecimento, deixando de lado os desenvolvimentos relacionados a sociedade, o resultado é a criação de um sistema individualista e voltado para o capital, que se torna predador da natureza e pouco valoriza as minorias sociais. Contudo, surgem economias alternativas, que buscam uma forma de produzir focando em aspectos sociais, ambientais e o benefício coletivo, são chamadas de negócios de impacto (SALES; SALLES, 2010) e estão vinculados ao empreendedorismo social.

O empreendedorismo social tem como função criar valor para organizações por meio da aplicação de práticas que foquem em inovação de métodos de trabalho, produtos e serviços que geram uma transformação social (TISCOSKI; ROSOLEN; COMINI, 2013). A compreensão e aplicação do empreendimento social agrega valor aos negócios com impacto. É chamado de negócio com impacto todo aquele que cria segmentos empresariais com o objetivo de promover soluções sociais para pessoas de baixa renda, gerando benefícios para classes baixas (SANTOS et al, 2015). Negócios de impacto possuem estruturas parecidas com empresas que focam a maximização de lucros (EMLs), podendo demitir e contratar, buscar apoio financeiro, gerar renda e até ter lucros.

Sendo assim, um negócio de impacto trabalha com estruturas semelhantes às EMLs, podendo, então, atuar em diversos segmentos. Um dos possíveis segmentos de negócio de impacto é o Turismo de Base Comunitária (TBC). Segundo Tucum (2008) o TBC é aquele em que a população local possui o controle sobre o seu desenvolvimento e gestão, é fundamentado na gestão comunitária das infraestruturas e serviços turísticos, no respeito ao meio ambiente, na valorização da cultura local e na economia solidária. O turismo, de modo geral, ganhou muito espaço no Brasil com a criação do Plano Nacional de Turismo (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2013) que tinha como uma das pretensões que o turismo poderia trazer contribuições econômicas, sociais e sustentabilidade.

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). É objetivo do TBC trabalhar e promover toda a comunidade, e seus envolvidos, que influênciam, direta ou indiretamente, o turismo da região (MIELKE; PEGAS, 2013). Nesse contexto se envolvem outras instituições no ecossistema do negócio.

Ecossistemas de negócios são 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, 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 Cohan (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 os problemas de âmbito social, participando ativamente nessa empreitada e fortalecendo o ecossistema do negócio.

O turismo tornou-se um forte segmento de negócio, caracterizado por trazer descanso e experiências novas para as pessoas. Dentre os modelos de turismo, o TBC baseia-se na ideia do agregar o valor cultural da região como sendo parte do pacote estabelecido pelo turismo tradicional, buscando assim, valorizar os aspectos socioculturais 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 objetivo deste trabalho é analisar o ecossistema do TBC a partir dos negócios com impacto social em Corumbá-MS. Tal análise pretende especificamente: a) descrever os negócios com impacto social, b) apresentar o desenvolvimento do TBC a partir dos negócios com impacto e c) descrever os elementos que fazem parte desse ecossistema.

## **2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

Casaqui (2014) aponta que o aumento da importância de aspectos sociais em empreendimentos, tornou visível o crescimento do valor que tais princípios atrelam para as organizações. O autor ainda diz que no Brasil o conceito de empreendedorismo social tornou-se mais concreto, principalmente após a Conferência Rio+20 e também pelo estabelecimento de uma investida direcionada pela mídia para que o tema seja mais tratado em nível público e privado, o brasileiro se mostra “eufórico” quanto aos temas sociais. Em nível de estudo, notou-se que o tema ainda precisa de ser abordado mais a fundo, para que só então possa estabelecer uma base de trabalho significativa para uso em outros trabalhos, tanto quanto para aplicação em práticas empresariais (TISCOSKI; ROSOLEN; COMINI, 2013).

De acordo com Petrini, Scherer e Back (2016, p. 212) negócios com impacto são “[...] organizações que visam solucionar demandas relacionadas a problemas sociais, seja ofertando produtos e serviços, seja incluindo indivíduos ou grupos. Essas organizações devem promover sua própria sustentabilidade financeira, sendo facultativa a distribuição de lucros”. Segundo Artemisia (2015) os negócios podem gerar impacto social de cinco formas:

- 1) Diminuindo os custos de transação, de forma a diminuir/eliminar barreiras de acesso a bens e serviços essenciais;
- 2) Reduzindo as condições de vulnerabilidade oferecendo produtos/serviços que facilitem a proteção dos bens conquistados e a antecipação ou prevenção de riscos futuros;
- 3) Ampliando as possibilidades de aumento de renda atuando no aumento das oportunidades ou melhoria das condições de trabalho;

4) Promovendo as oportunidades para que pessoas de baixa renda fortaleçam seu capital humano e social; e,

5) Contribuindo para o fortalecimento da cidadania por meio de produtos/serviços essenciais para uma qualidade de vida digna.

Segundo Scherer (2014), os negócios sociais trabalham modelos que possam atender necessidades de pessoas que pertencem à comunidade a qual este está inserido, criando impacto social. Negócios sociais devem, além de trabalharem o lado social da empresa, apresentar resultados, ou seja, impactos reais (CASAQUI, 2014). Negócios de impacto e empreendedorismo social possuem um benefício bem específico para a sociedade, podendo gerar lucro para a empresa em si (ou dividir as sobras entre seus associados) e transformando determinada comunidade que é afetada diretamente pelos produtos e serviços. É necessária uma conduta empreendedora que traga benefício à sociedade, tal prática tem o potencial de agregar valor e contribuição para o desenvolvimento da organização, tanto quanto para a sociedade (SANTOS et al, 2015). Nota-se aderência do contexto do empreendedorismo social com o Turismo de Base Comunitária (TBC), englobando os negócios com impacto social.

O principal objetivo do TBC é o desenvolvimento de longo prazo de um local, utilizando de um modo socialmente justo (MANO; MAYER; FRATUCCI, 2017). O TBC não deve ser visto apenas como um negócio, sendo assim, não se trata apenas de turismo, mas, também, aborda temas como sociologia e até mesmo geografia, pelo fato de abranger aspectos sociais e culturais. Trata-se é um segmento fundamental no sentido de resguardar características socioambientais de uma determinada comunidade (PROENÇA; OLIVEIRA; JESUS, 2016). Os turistas que utilizam do TBC podem notar uma aproximação com aspectos socioambientais e culturais da comunidade, por essa razão é possível que existe incentivo para o desenvolvimento da prática social nas comunidades, por meio do TBC (MANO; MAYER; FRATUCCI, 2017).

O TBC é uma prática turística com objetivos diferentes do turismo tradicionais, trata-se de uma atividade conjunta de uma comunidade, colaborando para que se tenha sucesso. Nesse sentido, o TBC necessita de uma interação com o ecossistema envolvido no negócio (BURGOS; MERTENS, 2016). Superar desafios que surgem no longo prazo é uma das principais dificuldades de empresas entrantes no mercado, sendo assim, torna-se fundamental a participação dos agentes de um ecossistema de negócio (IKENAMI, 2016).

Ecossistema é definido como uma variedade de elementos que fazem parte de um ambiente organizacional, e se relacionam de forma abrangente, influenciando em produção e continuidade da empresa (SCHERER, 2014). Um ecossistema de negócio é estruturado pela dinâmica existente nos agentes presentes no ambiente de uma empresa, ele é formado por diferentes tipos de organizações que contribuem de diferentes formas para a melhoria produtiva do empreendimento (FRANCISCO; PINTO; BOTTER, 2017). O ecossistema se baseia em organizações que se relacionam de forma interdependente, esses agentes do ecossistema de negócio compartilham conhecimento e recursos por considerarem que dessa forma, apodem alcançar os objetivos de uma maneira melhor do que se trabalhassem individualmente (IKENAMI, 2016).

A relação entre empresa e seu ecossistema envolve permitir que os agentes presentes interfiram, seja em melhorias públicas ou privadas, participação em nível operacional, tático e estratégico, também com aspectos financeiros e mercadológicos (SILVA, 2017). O ecossistema é analisado por meio da percepção de um ambiente de negócio definido, e aprofundamento no estudo da dinâmica existente neste ambiente, essa dinâmica não é passiva, ou seja, os agentes presentes em um ecossistema de negócio atuam diretamente no desempenho da empresa (IKENAMI; SALERNO, 2015).

Uma das características predominantes no conceito de ecossistema é que este permite que as empresas criem valor que não teriam condições de gerarem sozinhas, o que remete a importância da relação das organizações com o ecossistema de negócio (FRANCISCO; PINTO; BOTTER, 2017). No que diz respeito a produção e competitividade, a saúde do ecossistema de negócio interfere diretamente nos níveis que a empresa pode alcançar, sendo assim, a atividade econômica da organização depende da eficácia na interação dos agentes presentes no ecossistema (SILVA, 2017).

Silva (2017) analisa os fatores presentes no ecossistema de negócio: Política, finanças, cultura, apoio, capital humano e mercado; e destaca uma importância significativa de finanças por possuir uma repercussão maior no que diz respeito à sobrevivência do empreendimento. Ramos e Prado (2016) conceituam que cada país possui suas dificuldades singulares em termos do ecossistema empreendedor, nesse sentido o fator financeiro se torna uma das principais fontes de crescimento empresarial, logo, possui uma grande influência no ecossistema. Mesmo fazendo parte de um mesmo ecossistema de negócio, os agentes presentes também disputam entre si, caracterizando concorrência de mercado dentro do ambiente (IKENAMI; SALERNO, 2015).

### 3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

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. A pesquisa exploratória possui um caráter guiado para a descoberta e não o teste, ou seja, a exploração busca um melhor entendimento do tema estudado, considerando que o pesquisador possui pouca familiaridade com este (HAIR, JR. et al, 2005). Nesse sentido, a exploração é requisitada quando o pesquisador possui maior familiaridade com os efeitos da causa principal, do que com a causa em si (GONÇALVES; MEIRELLES, 2004).

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 se coletar 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. O roteiro de questões foi dividido em três blocos: 1. Caracterização do negócio com impacto; 2. Negócios com Impacto e o Desenvolvimento do TBC; e, 3. O Ecossistema dos Negócios com Impacto de Corumbá-MS.

Neste estudo escolheu-se o município de Corumbá-MS como lócus de pesquisa. Mato Grosso do Sul está dividido em nove regiões turísticas, sendo que a região do Pantanal envolve os municípios de Corumbá-MS, Ladário-MS, Miranda-MS e Aquidauana-MS. Nesta região, de acordo com a Portaria nº 144, de 27 de agosto de 2015 dos Municípios das Regiões Turísticas do Mapa do Turismo Brasileiro, o município de Corumbá-MS é categoria B, no estado apenas a capital, Campo Grande/MS é categoria A. Corumbá-MS é o terceiro do estado em número de meios de hospedagem e no quantitativo de agências de turismo (FUNDAÇÃO DE TURISMO DE MATO GROSSO DO SUL; OBSERVATÓRIO DO TURISMO DE MATO GROSSO DO SUL, 2019).

Foram sujeitos da pesquisa os empreendedores sociais de negócios de impacto, sendo assim, foram identificados pela Prefeitura Municipal de Corumbá os seguintes

empreendimentos: Amor-Peixe, Mãos que Fazem, Meninas que Fazem Arte e Casa Massabarro Artesanato (unidades de análise). 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: corporal, gestual, oral com imagens; trata-se de compreender o sentido manifesto ou oculto da comunicação. Roesch (2009) expõe que a análise de conteúdo permite que o pesquisador capture as perspectivas dos respondentes.

#### 4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

Neste tópico são apresentados os negócios com impacto, o desenvolvimento do Turismo de Base Comunitária (TBC) a partir dos negócios e os elementos que fazem parte do ecossistema.

##### 4.1 DESCRIÇÃO DOS MODELOS DE NEGÓCIOS COM IMPACTO

A pesquisa se baseou em quatro negócios com impacto localizados em Corumbá-MS, a caracterização dos negócios é apresentada na Quadro 1:

**Quadro 1:** Negócios de Impactos apontados pela pesquisa em Corumbá-MS.

<b>Negócio com impacto</b>	<b>Descrição do Negócio</b>
<b>Amor-peixe [1]</b>	Negócio formalizado como associação. Teve início em 2001, na época os envolvidos passaram por capacitações e o interesse surgiu de criar a associação. O segmento do empreendimento é a produção de utensílios utilizando o couro de peixe, tal empreitada tende a manter as características culturais da região.
<b>Mãos que Fazem [2]</b>	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. O empreendimento se baseia em modelo de economia solidária, aderindo a ideia de conjunto, o que torna as decisões e empreitadas, todas feitas como conjunto. Os arrecadamentos são divididos igualmente entre os integrantes
<b>Meninas que Fazem Arte [3]</b>	Negócio ainda não formalizado. É um projeto em que mulheres se reúnem e fazem artesanato e bijuterias relacionados com o Pantanal. O grupo utiliza o modelo de economia solidária, e toda a renda é dividida igualmente entre as trabalhadoras. As meninas se reúnem constantemente e fazem artefatos e artesanatos, expondo-os após a produção.
<b>Casa Massabarro Artesanato [4]</b>	Negócio formalizado como associação. Trabalha com crianças e adolescentes desde 1985, visando a ocupação das mesmas na produção de artefatos de argila. 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.
--	---

**Fonte:** Desenvolvido pelos autores.

Negócios com impacto caracterizam-se como organizações cujo o objetivo é o de criar algum tipo de benefício social. Tal definição permite que diversos segmentos sejam considerados empresas sociais, seja na área da saúde, educação, ambiental, cultural, entre outras. A pesquisa indicou que os negócios com impacto possuem características parecidas com os modelos tradicionais de negócios, tais como a busca por recursos financeiros, qualificação de mão de obra, entre outros, de acordo com Macalli e Cunha (2015), em sua plenitude, negócios sociais não se diferenciam de negócios tradicionais, visto que ambos tendem a gerar benefícios, entretanto, a concepção de um empreendimento social é o foco está nos aspectos sociais.

Os objetos da pesquisa possuem algumas características em comum, o segmento de negócio adotado pertence à uma linha cultural e ambiental. A busca por recursos financeiros, qualificação da mão de obra, comercialização de um produto são características que comprovam a premissa de que a negócios de impacto possuem características parecidas com as empresas que maximizam lucros. No entanto, o contexto do impacto social está no motivo pelo qual o negócio existe, indo além de desejos pessoais de lucro e reconhecimento, o motivo norteador aqui é o bem social que a empresa pode causar. Apesar de existirem aspectos comuns, os modelos se diferem quando se trata de inspirações, iniciativas e gestões. Outro aspecto marcante são as variações que ocorrem com o tempo, sendo que todos os negócios analisados tiveram mudanças estruturais ao longo de suas respectivas existências.

No que diz respeito às práticas das empresas, o segmento diz respeito a valores socioambientais, os produtos são artes diversas como artesanato, pinturas e dança, alinhando-as com características do Pantanal, preservando a cultura da região. Além disso, as empresas presam pela preservação do meio ambiente, buscando utilizar materiais reaproveitáveis. Nesse sentido, os benefícios sociais gerados dizem respeito a inclusão social, preservação do meio ambiente e preservação cultural.

Os colaboradores das empresas são pessoas de baixa renda, que veem no trabalho uma espécie de refúgio, um lugar que gera auto estima, prazer e também renda. Segundo Mello (2016), uma das mais importantes necessidades sempre trabalhadas nos modelos de empresa social, é a tentativa de tirar pessoas de situações de pobreza extrema. É de suma importância a visibilidade humana nas empresas, entender seus valores e propiciar uma solução para suas

necessidades também é um benefício social, e este é um dos motivos pelo qual as empresas sociais presentes nas pesquisas formularam seus negócios.

#### 4.2 OS NEGÓCIOS COM IMPACTO E DO DESENVOLVIMENTO DO TBC

O turismo possui uma característica muito marcante que é a capacidade de o segmento propiciar desenvolvimento para uma região. Um forte turismo gera investimentos em infraestrutura de forma geral, o que aumenta o nível de empregos, auxilia o crescimento comercial, entre outros benefícios. Contudo, as empresas que trabalham com turismo tendem a cobrar valores altos por seus serviços, utilizam de pacotes rígidos, com atrações gigantes, o que depende de investimentos altos por parte do cliente e cobram um preço considerável do meio ambiental e da cultura regional. É feita uma crítica ao modelo de turismo onde o preço cobrado, seja o financeiro ou o socioambiental, é alto demais. O que se espera é uma sociedade mais justa e sustentável, onde o turismo contribua na melhoria na vida da região onde se instala e da população que o usufrui (CORIOLANO, 2012).

O TBC traz uma proposta diferente, em que o cliente teria a mesma aventura e experiência, mas os aspectos culturais e ambientais seriam não apenas respeitos, 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. A cultura da região (intitulada de cultura da pesca) é muito visível nos itens comercializados, o respeito ao meio ambiente e a inclusão social também são características do TBC da região. É um aspecto importante do TBC que a gestão seja feita pela comunidade local, bem como o segmento seja sustentável, isso livra o turismo da região da hegemonia das agências de turismo em massa, valorizando a comunidade local (TIMOTHY, 2002).

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” [1]; “Quando fazemos algo, fazemos com o bordado, com o poeminha, com música de Corumbá” [2]; “Tem fundo regional [...]” [3] e “É um ponto turístico e cultural que tem muita importância pra cidade” [4].

A pesquisa aponta ainda que os turistas interagem com os empreendimentos, apreciam a diversidade cultural que vivenciam por meio do TBC, “Gente de fora fica encantada” [1]; “[...] o turista vem e quer lembrancinha” [2]; “[...] se o turista gostou de tal coisa, vamos fazer mais coisa” [3] 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” [4]. Esse interesse do turista é resultado do conhecimento cultural que o TBC proporciona. Quando o poder da gestão e controle do turismo é feito por empresas de fora, nem sempre os resultados resguardam os valores locais, por outro lado, o TBC utiliza o valor socioambiental e cultural da região, esse fator cria uma identidade regional e toda a população é beneficiada, assim como o turista (TIMOTHY, 2002).

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, no caso de Corumbá, o turista experimenta uma proximidade com a fauna, a flora e a cultura pantaneira. 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, 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 é em fazer com que o turista aprofunde a experiência nesse modelo de turismo, onde o foco é usufruir da própria natureza para suprir a demanda de uma experiência no Pantanal, deixando de lado outros aspectos, como a cultural, o conhecimento dos costumes da região e o contato com a população local. Fato esse que dificulta o trabalho das empresas sociais locais e o desenvolvimento do TBC.

Desenvolvimento deveria ser visto como algo que vai além de econômico. De acordo com Coriolano (2012), desenvolvimento vai além de crescimento, trata-se de um conceito associado a mudar a condição de nações pobres, superando suas dificuldades. O conceito engloba processos territoriais, ambientais, econômicos, sociais e culturais. A crítica existente está no fato da aplicação incorreta da teoria, onde é considerado que desenvolver o turismo é enriquecer financeiramente, o resultado valoriza as empresas hegemônicas e enfraquece o TBC.

Existe contudo, outras formas do TBC se desenvolver. Uma possível menção empreendedora que movimentaria o turismo da região, tirando o foco exclusivo do turismo de pesca e ainda manteria os valores do TBC, 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.

Nesse caso, os empreendedores firmariam um contato maior com o turista, que deixaria de apenas olhar e compra, passaria a experimentar o ambiente do TBC; 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, que ultrapassa as limitações de descansar e observar, o turista já não se satisfaz com produtos, ele quer aventuras, experiências e atividades (PEZZI; SANTOS, 2012).

#### **4.3 O ECOSISTEMA DOS NEGÓCIOS COM IMPACTO DE CORUMBÁ-MS**

Ecosistema de negócio se fundamentam na concepção de que uma empresa é mais forte quando existem relações entre ela 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 abordados fazem parte de um mesmo segmento (turismo), logo, ambientam-se no mesmo ecossistema de negócio.

A pesquisa buscou reconhecer os parceiros das empresas. A relação entre o TBC e o ecossistema é fragilizada, as empresas não contam com parceiros fixos, não existem projetos de turismo nem mesmo recursos financeiros, como pontado: “Não temos participação em projetos do turismo” [1]; “Não temos parceiros hoje” [2]; “Estamos sobrevivendo sozinhos, sem apoio, sem vínculo com ninguém” [4]; “Não. É mais a questão da prefeitura quando abre um espaço” [3].

Apesar da falta de parceria atual, algumas das empresas já receberam apoio de outras através 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. A relação entre o ecossistema e as empresas estende-se para além do financeiro. 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).

Em um contexto regional, e visto a falta de conhecimento técnico em gestão por parte de muita das pessoas que iniciam um negócio de impacto, o poder público (prefeitura, secretaria do turismo, etc.) é a fonte primordial de parceria que os empreendimentos buscam, contudo, este muitas vezes não nutre o ecossistema do TBC, tornando-se um ponto falho. É o que ocorre em Corumbá. É apontado 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” [1]; “Era só ele sancionar uma lei e jogar pra Câmara aprovar porque apoio dos vereadores nós tínhamos, mas a própria gestão e o gestor, não quiseram” [2]; “Poderíamos ser bem melhor vistos” [4].

Esse é o contexto de um grande desafio que o TBC enfrenta: a falta de apoio do poder público. 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, dessa forma, o desenvolvimento do TBC também desenvolve a região. Yunus (2008) diz que o investimento em empresas com seguimentos sociais gera retorno, tanto financeiro, quanto social. Dessa forma, todas as contribuições individuais, vindas tanto do poder público ou do privado, são importantes formas de investimento.

Outras alternativas podem servir para que o TBC seja valorizado, diversas formas de investimento (não apenas financeiro) podem causar uma melhoria significativa nas atividades das empresas. Ou seja, existem formas de se fortalecer o ecossistema do TBC, que não apenas o poder público. Trata-se do 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. Izzo (2013) diz que todos segmentos e tipos de empresa (inclusive empresas sociais) sofrem com financiamento, tanto para iniciar suas atividades, quanto para melhoria delas. 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. Esses agentes podem investir não apenas com crédito, mas também com infraestrutura, energia, cuidados médicos, entre outras formas. Isso com a condição de que mantenham as características de empresas sociais.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo teve como objetivo a análise do ecossistema do TBC, baseando-se nos negócios de impacto em Corumbá-MS. Os casos de pesquisa foram quatro negócios de impacto, formalizados como associação ou ainda não formalizados que, em suas atividades, trabalham artes diversas como artesanato, dança, teatro, entre outros. Como apontado em teoria, negócios de impacto devem buscar introduzir benefícios sociais para a comunidade e/ou os envolvidos; na primeira parte dos resultados observou-se que os empreendimentos da região buscam uma melhoria social para os envolvidos, sendo oferecendo trabalho, preservando a cultura e gerando renda, toda a renda é dividida entre os envolvidos – os negócios de impacto se caracterizam de acordo com os preceitos da economia solidária, que foi fomentado pelo poder público local.

Sobre o TBC, também conceituado teoricamente, estabelecendo-se como atividade turística que valoriza os valores culturais da região, tornando-os o foco do trabalho os quatro negócios de impacto, 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 da região são afetados por falta de apoio e iniciativas públicas, 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 envolve todos os agentes que podem influenciar um empreendimento de diferentes formas, não apenas financeira, no entanto, isso que não foi

observado no estudo. 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 que 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 empreendimentos da região. 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

ARTEMISIA. Negócios de impacto social no Brasil. In: SANTANA, A. L. J. M.; SOUZA, L. M. (orgs). **Empreendedorismo com Foco em Negócios Sociais**. Curitiba: NITS UFPR, 2015.

BURGOS, A.; MERTENS, F. As redes de colaboração no turismo de base comunitária: implicações para a gestão participativa. **Tourism & Management Studies**, v. 12, n. 2, 2016.

CASAQUI, V. Concepções e Significados do Empreendedorismo Social no Brasil e em Portugal: Crise, Performance e Bem Comum. **Observatório (OBS\*)**, v. 8, n. 2, 2014.

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

FRANCISCO, J. L.; PINTO, R. A. Q.; BOTTER, R. C. Ecossistemas de negócios e cluster: uma revisão da literatura. In: SIMPÓSIO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 5, 2017, Salvador. **Anais...** Salvador: CDSA/UFCG, 2017.

FUNDAÇÃO DE TURISMO DE MATO GROSSO DO SUL. OBSERVATÓRIO DO TURISMO DE MATO GROSSO DO SUL. **Anuário 2019**: ano base 2018, dados turísticos do estado de Mato Grosso do Sul. Campo Grande: FUNDTUR, 2019.

GONÇALVES, C. A.; MEIRELLES, A. M. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 2004.

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.

HAIR JR., J. F.; BABIN, B.; MONEY, A. H.; SAMOUEL, P. **Fundamentos de Métodos de Pesquisa em Administração**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

IKENAMI, R. K. **Abordagem Ecossistema em Teoria Organizacional**: fundamentos e contribuições. 152f. 2016. Dissertação de Mestrado – Escola Politécnica da Universidade de São Paulo (USP). São Paulo, 2016.

IKENAMI, R. K.; SALERNO, M. S. Ecossistema de negócio: estudo exploratório acerca da delimitação de suas fronteiras. In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 35, 2015, Fortaleza. **Anais...**, Fortaleza: ABEPRO, 2015.

IZZO, D. Fontes de Financiamento. In: BARKI, E.; IZZO, D.; TORRES, H. G.; AGUIAR, L. **Negócios com impacto social no Brasil**. São Paulo: Peirópolis, 2013.

MACALLI, N.; CUNHA, C. R. O modelo de negócios: propostas e avaliação de impacto. In: SANTANA, A. L. J. M.; SOUZA, L. M. (orgs). **Empreendedorismo com Foco em Negócios Sociais**. Curitiba: NITS UFPR, 2015.

MANO, A. D.; MAYER, V. F.; FRATUCCI, A. C. Turismo de base comunitária na favela Santa Marta (RJ): oportunidades sociais, econômicas e culturais. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 11, n. 3, 2017.

MELLO, J. P. **Negócios sociais em contexto brasileiro** Ncontradições e potencialidades como alternativa socioeconômica. 104f. 2016. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Estadual de Londrina, UEL, Londrina, 2016.

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, 2013.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Plano nacional de turismo 2013/2016**: Turismo fazendo muito mais pelo Brasil. Brasília/DF. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/images/pdf/plano\\_nacional\\_2013.pdf](http://www.turismo.gov.br/images/pdf/plano_nacional_2013.pdf)> Acesso em: 14 de março de 2018.