

ECOSSISTEMA DOS NEGÓCIOS COM IMPACTO SOCIAL E O POTENCIAL DO TURISMO COMUNITÁRIO: um estudo em Corumbá-MS

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

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

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

RESUMO

O objetivo deste trabalho é analisar, a partir do ecossistema dos negócios com impacto social, o potencial desenvolvimento do turismo comunitário em Corumbá-MS. Trata-se de uma proposta de pesquisa no PIBIC 2020/2021. É notório que a cidade de Corumbá-MS possui alto potencial turístico, a partir dessa percepção há o interesse de se pesquisar sobre a implantação do turismo comunitário e do ecossistema de negócios que fortalecem a comunidade local. A pesquisa será de caráter exploratório com uma abordagem qualitativa, composta por entrevista semiestruturada e os dados serão tratados de acordo com a análise de conteúdo. Os resultados esperados consistem em contribuir 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 o ecossistema dos negócios com impacto e o potencial desenvolvimento de turismo comunitário. Os impactos que esta pesquisa pode vir a gerar envolvem a contribuição social na melhoria na gestão do negócio e do turismo, considerando o ecossistema, e a contribuição científica no desenvolvimento de um trabalho com uma temática que é pouco explorada.

Palavras-chave: Turismo de Base Comunitária; Ecossistema de Negócios; Negócios Sociais.

A proposta de pesquisa parte do potencial de desenvolvimento do turismo comunitário considerando o ecossistema de negócios de impacto em Corumbá-MS, ou seja, que o as empresas, governo e sociedade têm feito para o desenvolvimento da comunidade em termos de turismo e de negócios?

O diferencial do turismo comunitário é que nele há uma prática turística com objetivos diferentes do turismo tradicional, trata-se de uma atividade conjunta com a comunidade, colaborando para que se tenha sucesso. As comunidades que assumem a gestão do turismo de sua região tendem a desenvolver um sentimento de valorização dos recursos naturais que disponibilizam, eles consideram a importância do turismo como fonte de enriquecimento, mas aderem um valor maior própria região, criando um laço entre o turismo e o desenvolvimento comunitário (SEBELE, 2010).

Em concordância com Timothy (2002) um aspecto importante do turismo comunitário é 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. O turismo comunitário é um segmento fundamental no sentido de resguardar características socioambientais de uma determinada comunidade (PROENÇA; OLIVEIRA; JESUS, 2016).

O ecossistema de negócios consiste em uma rede que engloba a atuação de empresas, fornecedores, clientes e demais parceiros no estudo do mesmo para a agregação de valor, ou seja, se consolida na variedade de influenciadores externos, interagindo com o negócio. E 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”.

Contribuindo com a ideia, Artemisia (2015) afirma que os negócios com impacto caracterizam-se por buscar benefícios que atendam pessoas de baixa renda, e o impacto que buscam visam, entre outros: aumentar a capacidade de adquirir renda, reduzir condições de vulnerabilidade, possibilitar que pessoas de baixa renda aumentem seu capital social e introduzir pessoas na sociedade, por meio da diminuição de barreiras.

Um negócio com impacto social vai depender de uma rede de integrantes que fazem parte do ecossistema de negócio (LIMEIRA, 2018). Deve-se frisar que cada negócio participa de um contexto específico, que nem sempre pode ser replicado em outras realidades, por isso,

as relações do ecossistema de negócios variam. Ainda assim, Moore (1993) define que um ecossistema de negócios atravessa quatro estágios que podem ser definidos, quando é feito um aprofundamento no ecossistema de negócios estudado, são eles:

Nascimento: diz respeito aos primeiros contatos do ecossistema de negócios, uma ideia é desenvolvida, a partir desse ponto é criada uma rede de network que vai definir a proposta de valor que será implementada na ideia;

Expansão: a nova proposta é introduzida em um mercado de grande escala, trabalhando com fornecedores e parceiros estratégicos e visando o aumento do negócio no ambiente organizacional;

Liderança: nesse ponto o negócio alcançou uma expansão, o ecossistema deve propor ideias futuras, tendo em vista trazer mais membros para o ambiente, com outros recursos e inovações para manter o negócio no mercado;

Renovação: trabalhar com outros membros inovadores para trazer outros recursos, outras atividades e fomentar ainda mais as organizações que fazem parte desse ecossistema.

A pesquisa tem como objetivo analisar, a partir do ecossistema dos negócios com impacto social, o potencial desenvolvimento do turismo comunitário em Corumbá-MS. Para se alcançar esse objetivo será realizada uma pesquisa de caráter exploratório com 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 abordagem qualitativa é importante quando o fenômeno de interesse é muito difícil de ser medido ou quando não foi medido anteriormente (SAMPIERI; COLLADO; LUCIO 2013).

Para se coletar dados necessários no estudo, serão 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 será dividido em quatro blocos, 1) Caracterização do negócio com impacto; 2) Parcerias, contatos, agentes influenciadores e também os potenciais parceiros; 3) Relacionamento do empreendimento com o turismo e como os negócios podem influenciar o desenvolvimento do turismo comunitário. Para o desenvolvimento da pesquisa escolheu-se como localidade o município de Corumbá-MS.

Mato Grosso do Sul está dividido em nove regiões turísticas, 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 (FUNDAÇÃO DE TURISMO DE MATO GROSSO DO SUL; OBSERVATÓRIO DO TURISMO DE MATO GROSSO DO SUL, 2019).

A escolha dos negócios com impacto será por meio de indicações da Secretaria Especial de Cidadania. Os dados coletados serão 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.

A pesquisa pretende contribuir 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. E o enfoque consiste na articulação dos agentes e atores do ecossistema de negócios com impacto no desenvolvimento do turismo comunitário em Corumbá-MS, buscando impactar por meio de uma possível geração de contribuição social para a melhoria na gestão do negócio e do turismo, considerando o ecossistema, e a contribuição científica no desenvolvimento de um trabalho com uma temática que é pouco explorada.

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.
- COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. **Métodos de Pesquisa em Administração**. 10. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.
- LIMEIRA, T. M. V. **Negócios de impacto social**. 1. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2018.
- MOORE, J. F. Predators and prey: A new ecology of competition. **Harvard Business Review**. 1993.
- PETRINI, M.; SCHERER, P.; BACK, L. Modelo de negócios com impacto social. **RAE**, São Paulo, v. 56, n. 2, mar./abr., 2016.

- PROENÇA, A. R. G. B.; OLIVEIRA, A. P. P.; JESUS, E. L. Turismo de base comunitária no amazonas: aspectos socioculturais. **Caderno de Estudos e Pesquisas do Turismo**, v. 5, n. 7, 2016.
- ROESCH, S. M. A. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração**: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertação e estudos de caso. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO, M. P. B. **Metodologia de pesquisa**. 5. ed. Porto Alegre: Penso, 2013.
- SEBELE, L. S. Community-based tourism ventures, benefits and challenges: Khama Rhino Sanctuary Trust, Central District, Botswana. **Tourism Management**. v. 31. 2010.
- SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. 23. ed. São Paulo: Cortez, 2007.
- TIMOTHY, D. Tourism and Community Development Issues. IN: SHARPLEY, R.; TELFER, D. (orgs.). **Tourism and development**: concepts and issues. Bristol, Reino Unido: Channel View Publications, 2002.
- YIN, R. K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010;