

GERTRUDES A. DANDOLINI
JOÃO ARTUR DE SOUZA
RICARDO PEREIRA
ROSANE MALVESTITI
ORGANIZADORES

INOVAÇÃO SOCIAL
NEGÓCIOS SOCIAIS
DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL



Pantanal Editora

2020

Gertrudes Aparecida Dandolini
João Artur de Souza
Ricardo Pereira
Rosane Malvestiti
(Organizadores)

Inovação social, negócios sociais e desenvolvimento sustentável



Pantanal Editora

2020

Copyright© Pantanal Editora
Copyright do Texto© 2020 Os Autores
Copyright da Edição© 2020 Pantanal Editora
Editor Chefe: Prof. Dr. Alan Mario Zuffo
Editores Executivos: Prof. Dr. Jorge González Aguilera
Prof. Dr. Bruno Rodrigues de Oliveira

Diagramação: A editora
Edição de Arte: A editora e Canva.com
Revisão: Os autor(es), organizador(es) e a editora

Conselho Editorial

- Prof. Dr. Adailson Wagner Sousa de Vasconcelos – OAB/PB
- Profa. Msc. Adriana Flávia Neu – Mun. Faxinal Soturno e Tupanciretã
- Profa. Dra. Albys Ferrer Dubois – UO (Cuba)
- Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – IF SUDESTE MG
- Profa. Msc. Aris Verdecia Peña – Facultad de Medicina (Cuba)
- Profa. Arisleidis Chapman Verdecia – ISCM (Cuba)
- Prof. Dr. Bruno Gomes de Araújo - UEA
- Prof. Dr. Caio Cesar Enside de Abreu – UNEMAT
- Prof. Dr. Carlos Nick – UFV
- Prof. Dr. Claudio Silveira Maia – AJES
- Prof. Dr. Cleberton Correia Santos – UFGD
- Prof. Dr. Cristiano Pereira da Silva – UEMS
- Profa. Ma. Dayse Rodrigues dos Santos – IFPA
- Prof. Msc. David Chacon Alvarez – UNICENTRO
- Prof. Dr. Denis Silva Nogueira – IFMT
- Profa. Dra. Denise Silva Nogueira – UFMG
- Profa. Dra. Dennyura Oliveira Galvão – URCA
- Prof. Dr. Elias Rocha Gonçalves – ISEPAM-FAETEC
- Prof. Me. Ernane Rosa Martins – IFG
- Prof. Dr. Fábio Steiner – UEMS
- Prof. Dr. Gabriel Andres Tafur Gomez (Colômbia)
- Prof. Dr. Hebert Hernán Soto Gonzáles – UNAM (Peru)
- Prof. Dr. Hudson do Vale de Oliveira – IFRR
- Prof. Msc. Javier Revilla Armesto – UCG (México)
- Prof. Msc. João Camilo Sevilla – Mun. Rio de Janeiro
- Prof. Dr. José Luis Soto Gonzales – UNMSM (Peru)
- Prof. Dr. Julio Cezar Uzinski – UFMT
- Prof. Msc. Lucas R. Oliveira – Mun. de Chap. do Sul
- Prof. Dr. Leandro Argente-Martínez – Tec-NM (México)
- Profa. Msc. Lidiene Jaqueline de Souza Costa Marchesan – Consultório em Santa Maria
- Prof. Msc. Marcos Pisarski Júnior – UEG
- Prof. Dr. Mario Rodrigo Esparza Mantilla – UNAM (Peru)
- Profa. Msc. Mary Jose Almeida Pereira – SEDUC/PA
- Profa. Msc. Nila Luciana Vilhena Madureira – IFPA
- Profa. Dra. Patrícia Maurer
- Profa. Msc. Queila Pahim da Silva – IFB
- Prof. Dr. Rafael Chapman Auty – UO (Cuba)
- Prof. Dr. Rafael Felipe Ratke – UFMS
- Prof. Dr. Raphael Reis da Silva – UFPI

- Prof. Dr. Ricardo Alves de Araújo – UEMA
- Prof. Dr. Wéverson Lima Fonseca – UFPI
- Prof. Msc. Wesclen Vilar Nogueira – FURG
- Profa. Dra. Yilan Fung Boix – UO (Cuba)
- Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – UFT

Conselho Técnico Científico

- Esp. Joacir Mário Zuffo Júnior
- Esp. Maurício Amormino Júnior
- Esp. Tayronne de Almeida Rodrigues
- Esp. Camila Alves Pereira
- Lda. Rosalina Eufrausino Lustosa Zuffo

Ficha Catalográfica

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)	
158	<p>Inovação social, negócios sociais e desenvolvimento sustentável [recurso eletrônico] / Organizadores Gertrudes Aparecida Dandolini [et al.]. – Nova Xavantina, MT: Pantanal, 2020. 96p.</p> <p>Formato: PDF Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader Modo de acesso: World Wide Web Inclui bibliografia ISBN 978-65-88319-12-3 DOI https://doi.org/10.46420/9786588319123</p> <p>1. Inovação Social. 2. Negócio Social. 3. Desenvolvimento Sustentável. 4. Empreendedorismo Social. I. Dandolini, Gertrudes Aparecida. II. Souza, João Artur de. III. Pereira, Ricardo. IV. Malvestiti, Rosane.</p> <p style="text-align: right;">CDD 658.048</p>
Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422	

O conteúdo dos e-books e capítulos, seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva do(s) autor (es) e não representam necessariamente a opinião da Pantanal Editora. Os e-books e/ou capítulos foram previamente submetidos à avaliação pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação. O download e o compartilhamento das obras são permitidos desde que sejam citadas devidamente, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais, exceto se houver autorização por escrito dos autores de cada capítulo ou e-book com a anuência dos editores da Pantanal Editora.

Pantanal Editora

Rua Abaete, 83, Sala B, Centro. CEP: 78690-000.
Nova Xavantina – Mato Grosso – Brasil.
Telefone (66) 99682-4165 (Whatsapp).
<https://www.editorapantanal.com.br>
contato@editorapantanal.com.br

PREFÁCIO

Inicialmente, quero apresentar meus mais sinceros agradecimentos pelo convite para prefaciar este livro, declaro de maneira categórica que me fez sentir muito honrada com a tarefa. Igualmente, quero prestar aqui meu reconhecimento pela realização desta publicação cujo título Inovação Social, Negócios Sociais e Desenvolvimento Sustentável expressa os temas centrais dos estudos e pesquisas do Núcleo de Estudos em Inteligência, Gestão e Tecnologias para a Inovação (IGTI), vinculado ao Programa de Pós-graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento (PPGEGC) e ao Departamento de Engenharia e Gestão do Conhecimento (dEGC), da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).

E, na perspectiva de que a obra está alinhada e é coerente com a visão do IGTI, de ser um grupo de pesquisa de excelência em inteligência para inovação e cuja missão é desenvolver ciência e tecnologia que possibilitem criar inteligência para a inovação nas organizações, contribuindo para o desenvolvimento econômico, social e ambiental. Para tal, o núcleo, formado por um grupo multidisciplinar, desenvolve pesquisas teóricas e práticas por meio de projetos e parcerias com empresas e outras instituições promovendo a transferência de conhecimentos e tecnologias em prol das melhores soluções para as questões estudadas. Nesta trajetória, as produções geradas pelo conjunto de pesquisadores/docentes e discentes do núcleo os tem conduzido a desfrutarem, de modo expressivo, do prestígio e do respeito junto à comunidade acadêmica.

Antes de efetuar uma breve apreciação sobre a discussão apresentada em cada capítulo desta obra, gostaria de expor algumas das principais características inerentes aos debates que os estudos apresentam e, que identifico que merecem destaque, e, são elas: o caráter sintético dos relatos e argumentações; a atualidade das referências conceituais, sem contudo, negligenciar as contribuições dos estudos precursores; e, de maneira particular, a relevância acadêmica, técnica científica e social para a conjuntura vivida pela sociedade brasileira. Essas características são notórias e tornam as apresentações didáticas, fato que torna a leitura estimulante e instigante aos especialistas, além de facilitar aos iniciantes e aos leitores em geral uma apreciação instrutiva e prazerosa.

Em relação à forma como a obra foi organizada, enfatizo o que entendo ser um elemento fundamental na composição de uma obra literária que é: o trato de questões relevantes da contemporaneidade como a abordagem dos novos desafios, das oportunidades no horizonte das alternativas e soluções protagonizadas na realidade.

Quanto a sequência adotada na organização do livro e para contextualizar as ideias e apresentar um texto coeso sobre Inovação Social, Negócios Sociais e Desenvolvimento Sustentável ao público, os organizadores elaboraram este e-book seccionado em duas partes principais. A primeira parte, formada por três capítulos, centra-se no debate teórico das categorias centrais, desde a

emergência histórica, suas configurações conceituais e contribuições técnico científicas. Enquanto a segunda parte, que abrange dois capítulos, apresenta relatos de experiências exitosas, representativas e abalizadas pela aplicação da prática dos fundamentos teóricos tratados na primeira parte da obra.

No primeiro capítulo, as autoras, de maneira objetiva e instrutiva, fazem uma contextualização consistente que expõem as bases teóricas da Inovação Social, construindo a narrativa sobre o conteúdo conceitual e debatendo seu potencial para contribuir para superação das condições adversas enfrentadas pelos agentes sociais. No debate, as autoras explicitam que o termo inovação social busca diferenciar essa modalidade de inovação em relação à outras diversas formas, centradas em interesses puramente mercadológicos, em razão do seu propósito em criar valor social para fomentar oportunidades de desenvolvimento de soluções inovadoras, novos arranjos sociais e invenções sociais, no qual a força do coletivo constitui seu poder para implementar transformações direcionadas para o desenvolvimento das comunidades locais, regionais ou globais nas dimensões, social, cultural, econômica e ambiental.

No segundo capítulo, os autores, ao abordarem os negócios sociais em seus elementos principais, exibem um conjunto elaborado de informações que exibem a emergência histórica e a caracterização do conceito e, de modo ilustrativo, pautam os principais desafios e problemáticas vigentes na sociedade (pobreza, desigualdade social, consumismo e desperdício desenfreado, desigualdade de gênero, entre outros). Os autores enunciam o papel dos negócios sociais como aqueles que abrangem um amplo leque de iniciativas, tais como empresas e/ou empreendimentos sociais, negócios com impacto social, tendo como prioridade o foco na missão social pela criação de valor econômico direcionada imperativamente para manter a sustentabilidade social e econômica. Neste capítulo, os autores fazem ponderações coerentes e significativas sobre os enfrentamentos que esse tipo de empresa/empreendimento enfrenta por seu caráter inovador de modelo de negócio, para os quais os marcos regulatórios ainda não foram devidamente estabelecidos, de modo a oportunizar a concessão dos incentivos necessários.

No capítulo terceiro, escrito por três autores, o diálogo argumentativo recai sobre as definições e a contextualização em relação à evolução do conceito de desenvolvimento sustentável e seus direcionamentos práticos no estabelecimento de fundamentos de políticas públicas. Os autores aceitam o complexo desafio de abordar uma questão central para a sociedade atual em todos os quadrantes do planeta: a crise socioambiental que pela força de seus efeitos destrutivos geram limites para as próprias bases de produção da sociedade, comprometem a qualidade de vida de maneira indiscriminada gerando riscos a vastos segmentos sociais, além de ameaçar todas as formas de vida, assim gerando dilemas que alcançam um nível civilizatório. Nesta trilha, os autores apontam que neste domínio predomina uma proliferação de conceitos e controvérsias científicas, e indicam o enfoque

que associa inovação social aos negócios sociais, articulando as diversas dimensões da realidade (econômica, social e ambiental), direcionada para melhoria da qualidade de vida em sociedade, na constituição de um modelo econômico baseada na colaboração que institui cooperativas, negócios sociais e iniciativas informais que se pautam pelas práticas de sustentabilidade. Este capítulo, traz os contornos das valiosas contribuições feitas por Inagcy Sachs, e me fez evocar a experiência de pesquisa em sua equipe na década de 90 (CIRED-Paris).

Na sequência da obra, a segunda parte demarca uma complementação muito bem ordenada na qual são apresentados dois capítulos, que sob o formato de relatos de experiências apresentam exemplos importantes de inovação e empreendedorismo social. O quarto capítulo, versa sobre Inovação Social, numa experiência específica de turismo que incorpora princípios de sustentabilidade e do protagonismo das comunidades na gestão e execução das atividades com a repartição dos benefícios pelos envolvidos. Essa modalidade de turismo integra diferentes tipos de patrimônio (material e imaterial), recriando soluções criativas num determinado território no qual expressam as singularidades das práticas locais centrados na cultura e práticas socioambientais. A experiência de turismo abordada, sob o prisma de Inovação Social, baseia-se na dinâmica cultural como oportunidade que combina estratégias e ação afirmativas de cidadania, que não visam apenas ao lucro, mas contribuem para solucionar problemas locais ou regionais pela criação de redes e participação direta para a geração de planos inovadores que integra o turismo e a comunidade. Um destaque, de grande relevância, apresentada pelos autores indica que a Inovação Social pode ser retratada como um novo modelo para resolver vulnerabilidades regionais e sociais.

O capítulo que encerra a obra, eu diria que o faz com chave de ouro, pois por sua relevância segue o padrão dos capítulos anteriores, neste as autoras narram analiticamente a experiência do projeto Conexão Jovem do Instituto Nexxera, que conforme indicam é uma organização de Inovação Social que pauta suas ações pela agenda dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável - ODS, pela instrumentalização de segmentos sociais em condição de vulnerabilidade com ações nas áreas da educação, cultura e esporte. As autoras analisam como o projeto revela o papel da inovação pela via do empreendedorismo social e de processo formativos e educacionais. Outrossim, explicitam o potencial das ações socialmente responsáveis para a partir do empreendedorismo de negócios sociais, alicerçados pela educação empreendedora, pode vir a responder aos limites que vigoram nos territórios, para criar capital humano e impulsionar mudanças e geração de valor social agregado, fomentando o bem-estar coletivo e a construção de cenários sociais mais justos.

Entendo esta obra como um esforço bem-sucedido de debater os desafios contemporâneos em suas complexidades e pluralidades. No qual, os autores, como parte da comunidade científica, encaram o desafio de atuar de maneira ativa e diligente no descobrimento e delineamento de novos

parâmetros técnicos científicos que ordenam as práticas investigativas e as abordagens analíticas. Mediante o exposto, reitero que este livro trata de tema oportuno e de grande relevância e que, portanto, pode ser recomendado tanto para o público especializado, quanto para o público em geral. Ao que busca informações qualificada sobre o tema nesta coletânea encontrará um traço bem delineado dos debates teóricos, bem como de experiências que proporcionam uma reflexão circunstanciada e relevante.

Por fim, entendo que a publicação desta importante obra pelo IGTI/UFSC denota a atuação institucional profundamente engajada junto aos parceiros que atuam nos processos de busca de soluções viáveis e coerentes, orientando suas forças na geração de pesquisas direcionadas pelo compromisso com a excelência acadêmica e relevância social em prol do desenvolvimento com sustentabilidade socioambiental.

Assim, apresento minha demonstração de apreço pelo conjunto de docentes e discentes que fazem parte do IGTI/UFSC, e igualmente professo o prazer de ter tido a oportunidade de contemplar o fruto gerado pelo esforço coletivo dos autores e organizadores e congratular-me por esta empreitada vitoriosa.

Dra. Ma. do P. Socorro Rodrigues Chaves
Docente da Universidade Federal do Amazonas

APRESENTAÇÃO

“A razão pela qual pareço otimista é porque acho que se pode mudar o destino, acredito na mudança humana”. Amartya Sen

Desde que o homem percebeu que para sobreviver necessitava explorar recursos naturais, sua relação com o meio ambiente tem sido desafiadora. Tal relação que deveria ser harmoniosa, há tempos está desequilibrada. A humanidade explora os recursos naturais como se fossem inesgotáveis. Nas últimas décadas, a rápida aceleração industrial tem sido acompanhada de poluição e degradação do meio ambiente. A internalização dos lucros e a socialização dos prejuízos ambientais têm sido a regra, e quem perde é o planeta e as futuras gerações.

Entretanto, o mundo em que vivemos apresenta indícios de que esta forma de exploração é insustentável. Catástrofes, efeito-estufa, desequilíbrio climático, dentre tantos outros eventos sugerem uma nova abordagem pela humanidade.

Em contradição a esta realidade, uma parcela da sociedade, atenta a esta situação de desarmonia, vem promovendo uma nova forma de enxergar a relação do homem com a natureza, visando à exploração de recursos naturais de forma sustentável, produção industrial limpa, dentre outras iniciativas que minimizem as mazelas até então identificadas.

Nas últimas três décadas, a preocupação universal sobre o uso saudável e sustentável do planeta e de seus recursos passou a ser tema de debate da comunidade internacional. A Organização das Nações Unidas - ONU, por exemplo, organizou diversas conferências que geraram um conjunto de princípios, postulados e documentos que orientam a atuação de governos e associações em relação às tratativas a respeito do meio ambiente.

A partir de então, houve uma ampliação do entendimento de que o desenvolvimento sustentável corresponde ao equilíbrio entre crescimento econômico, justiça social e preservação ambiental, refletindo-se em um conjunto de objetivos, denominados Objetivos de Desenvolvimento Sustentável - ODS que incorporam a necessidade de minimizar problemas sociais, econômicos e ambientais.

Nos últimos anos, em especial com o advento da agenda 2030 e os ODS, a pauta relacionada às questões sociais passou a ter uma maior evidência. Dos dezessete ODS criados, oito deles estão relacionados à área social (pobreza, fome, vida saudável, educação inclusiva, igualdade de gênero, saneamento, energia e redução da desigualdade). A consecução destes ODS demanda um grande esforço dos governos, que na maioria das vezes não adotam as políticas públicas necessárias por falta de vontade política e/ou escassez de recursos.

Alternativamente à atuação estatal, atores da sociedade civil passaram a se mobilizar visando promover novas soluções para problemas sociais e ocupar os espaços deixados pelo Poder Público.

Organizações da Sociedade Civil (OSC) e negócios com missões sociais distintas buscam apoiar os governos nos atendimentos das necessidades coletivas de parcela da população, desassistidas em termos de educação, saúde, segurança, buscando inclusão social, bem-estar, redução da fome e pobreza, entre outras mazelas sociais.

A atuação dessas organizações pode resultar em Inovações Sociais (IS), que é uma resposta a esses desafios sociais, além de ser uma potencial contribuição para o fortalecimento da coesão social. Ações de IS podem gerar soluções alternativas para os mais variados problemas sociais que mitigam seus efeitos e diminuem a vulnerabilidade social.

As IS são um novo olhar, ações para a resolução de problemas sociais (muitos dos citados acima). A essência dessas iniciativas é buscar o bem-estar das pessoas e reduzir as desigualdades sociais, através da construção de relações sociais inclusivas.

Neste sentido, este livro é dividido em duas partes. A primeira apresenta a teoria em relação aos construtos de IS, Negócios Sociais (NS) e Desenvolvimento Sustentável (DS), composta por três capítulos. Cada um traz uma contribuição científica, clarificando suas definições e conceitos, para que se tenha uma leitura agradável e fluída. Na segunda parte, composta por dois capítulos, mostram-se exemplos do quão importante são estes conceitos na prática e elenca algumas possibilidades de aplicação da teoria.

O primeiro capítulo trata da IS, traz uma visão geral do tema, seus principais conceitos, ao mesmo tempo em que aponta as necessidades de estudos que abordem este tema sob perspectivas sistêmicas, de modo a encontrar soluções efetivas para a complexidade adaptativa dos problemas sociais. A partir dos conceitos, emergiu um ponto comum que caracteriza este construto, que é a transformação ou mudança na vida das pessoas envolvidas, quando o problema é solucionado ou amenizado. Desta forma, uma relação entre os atores sociais se estabelece, fortalecendo ainda mais o poder de transformação pelas ações sociais. Isso ajuda a sociedade envolvida promovendo melhorias de forma geral, especialmente de qualidade de vida.

No segundo capítulo enfatiza-se a caracterização, diferenciação e principais desafios sobre os NS. Estas organizações são empreendimentos, a princípio, sem fins lucrativos, tendo como principal missão a resolução de um problema social. A criação de valor econômico e sustentabilidade financeira são fatores que os diferencia das organizações sem fins lucrativos. Sua importância está nos seus objetivos e missão, os quais podem desencadear IS. A ausência de um marco legal e a dificuldade para adquirir sustentabilidade financeira são os principais desafios deste tipo organizacional.

No capítulo terceiro e último capítulo teórico do livro, traz as definições e a contextualização do DS, a Agenda 2030 e os dezessete ODS. Apresenta as ideias de dois importantes pensadores e defensores deste movimento, Maurice Frederick Strong e Ignacy Sachs e aborda suas contribuições.

Além disso, faz uma correlação com a IS e NS. O objetivo do capítulo é trazer o entendimento e propagar o conhecimento sobre este importante tema, pelo fato de que todos devem fazer sua parte para salvar o planeta, preservando-o para as futuras gerações.

O livro, em sua segunda parte, traz a aplicação dos construtos abordados na primeira parte conceitual, sob a forma de relatos de experiências, estudo de caso e temas adjacentes.

O quarto capítulo, aborda a IS de forma prática, sob a perspectiva do turismo que dá origem a alternativas, como ecoturismo e o turismo de base comunitária. Este capítulo apresenta dois pontos relevantes. O primeiro são os aspectos positivos e negativos do turismo, por exemplo, o turismo em massa. No segundo ponto estão os exemplos práticos da junção do turismo com a IS, por exemplo, o caso do estudo sobre ecossistema de turismo inteligente para cocriação de valor sustentável. Os exemplos trouxeram um ponto comum entre turismo e IS de que podem ser favorecidas a economia, além de ser sustentáveis com a preservação da cultura local.

O último capítulo do livro apresenta um relato de experiência do projeto Conexão Jovem. Este projeto teve como objetivo mostrar como a inovação pode amparar o empreendedorismo social por meio da educação. O Instituto Nexxera lançou um desafio, no qual houve a participação de cinco escolas públicas da cidade de Florianópolis/SC. As etapas constaram do contexto organizacional do Instituto Nexxera, a descrição das etapas de aplicação, a dinâmica do projeto, os alunos, entre outras. Durante o desafio Conexão Jovem houve a capacitação dos alunos, acessibilidade aos centros de inovação, apresentação e avaliação das ideias. As melhores ideias receberam o reconhecimento, inclusive valorizadas por premiações. Por fim, o projeto foi avaliado, apontando os principais resultados, com a consecução dos objetivos fixados em suas etapas iniciais.

Atentos a esta realidade e preocupados com a disseminação do conhecimento sobre estes tópicos mencionados, o Núcleo de Estudos em Inteligência, Gestão e Tecnologias para a Inovação (IGTI) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) reuniu no formato de um livro, e-book, as informações mais relevantes sobre os construtos Inovação Social, Negócio Social e Desenvolvimento Sustentável, bem como relacionando-os entre si e com outros temas adjacentes, além de abordá-los na prática. A partir dos capítulos apresentados, este livro pode ser um excelente ponto de partida para entender a relação existente entre esses relevantes temas, em particular dando um enfoque em novas formas de buscar uma transformação social de maneira mais inclusiva.

Este livro não contém todas as repostas para um mundo melhor e mais equilibrado, mas certamente vai auxiliá-lo com as informações relevantes sobre cada um dos temas abordados.

Aos leitores, desejamos uma excelente leitura e reflexão!

Os organizadores.

SUMÁRIO

Prefácio	4
Apresentação	8
PARTE 1	12
Capítulo 1	13
Inovação social: da essência ao seu poder de transformar	13
Capítulo 2.....	30
Negócios sociais: origem, caracterização e desafios.....	30
Capítulo 3.....	42
Desenvolvimento sustentável e sua relação com inovação social e negócios sociais	42
PARTE 2	61
Capítulo 4.....	62
Turismo e inovação social: levantamento de casos na literatura.....	62
Capítulo 5.....	83
Projeto Conexão Jovem - da inovação ao empreendedorismo social por meio da educação	83
Sobre os autores e organizadores	90
Índice Remissivo	95

PARTE 1

Inovação Social, Negócios Sociais, e Desenvolvimento Sustentável: conceitos


PARTE 2

Inovação e Empreendedorismo Social na Prática

Turismo e inovação social: levantamento de casos na literatura

Recebido em: 31/08/2020

Aceito em: 10/09/2020

 10.46420/9786588319123cap4

Leonardo L. L. de Lacerda 

Rosane Malvestiti 

“Rir muito e sempre, ganhar o respeito das pessoas inteligentes e o afeto das crianças, receber a consideração dos críticos honestos e resistir à traição dos falsos amigos, apreciar a beleza, descobrir o melhor nos outros, deixar o mundo um pouco melhor, seja através de uma criança saudável, um pedaço de jardim ou uma condição social mais justa. Saber que ao menos alguém respirou mais fácil porque você existiu. Isso é ter sucedido”. Ralph Waldo Emerson

INTRODUÇÃO

Diz-se que a vida ocorre em ciclos, em um fluxo constante de idas e vindas, o que proporciona visões e necessidades diferentes a cada momento. Algo que se tornou mais presente com a interconectividade mundial, na qual as pessoas estão mais a par, em poucos instantes, do que ocorre em outras partes do planeta.

Nessa dinâmica, alguns setores se mostram mais susceptíveis às novas exigências, como é o caso do turismo. Isto ocorre principalmente pelo fato de o turismo se localizar preponderantemente no setor de serviço. Este setor se caracteriza pela sua natureza intangível, de difícil avaliação de suas qualidades e cujas práticas de sucesso são facilmente copiadas pelos inúmeros concorrentes.

Por isso, a grande necessidade de buscar a inovação no turismo é uma forma de procurar responder à grande competitividade e levar um diferencial para seus clientes. Assim, existem diferentes modelos de pensamento que podem ajudar a desenvolver esta atividade, como é o caso do design de experiência¹.

Tussyadiah (2014) considera que esse campo de estudo pode ajudar em qualquer setor de serviços a: a) adicionar valor ao serviço, elemento crítico para a competitividade, b) inovar de forma centrada no ser humano, reforçando a necessidade de criar um ambiente colaborativo, e c) criar serviço

¹ Design de Experiência é um conjunto de métodos que visa entender o comportamento do usuário no decorrer de sua jornada de consumo. Completando, é uma prática de design de produtos, serviços, processos, eventos e ambientes com foco na qualidade das experiências do usuário; uma deliberada e cuidadosa criação de uma experiência total para os clientes (Shedroff, 2001).

centrado na experiência, ou seja, nos momentos de engajamento (pontos de contato entre cliente e fornecedor do serviço).

Essas novas exigências também ocasionam críticas às formas tradicionais de se trabalhar com o turismo. E, às vezes, até manifestações em contrário aparecem, como é o caso do movimento antiturismo. Este se refere às reivindicações contra o turismo e turistas, vistos como os principais causadores de distúrbios em destinos turísticos.

Exemplos desses problemas são: o excesso de fluxo de pessoas em determinado período do ano, o aumento de preços de produtos e serviços nas localidades, problemas de teor ambiental (lixo e barulho, por exemplo), desrespeito com a população local, entre outros (Beal et al., 2019; Gürsoy, 2019; Hughes, 2018; Martín et al., 2018). Nesse sentido, ações de inovação social (IS) podem ajudar a diminuir o seu impacto negativo, como será apresentado por meio dos estudos.

Como ponto em comum das reivindicações está a necessidade de rever a forma como os seres humanos se relacionam. O que requer passar de um ponto de vista mais autocentrado e mercadológico para um ponto de vista mais coletivo e humano.

Uma dessas possibilidades é trabalhar o setor para adquirir características que se aproximam de um turismo memorável, ou seja, experiências lembradas de forma positiva. No estudo de Kim et al. (2012) tais características foram as seguintes: a) hedonismo, b) novidade, c) cultura local, d) revigoração, e) significância, f) envolvimento e g) conhecimento.

Também existem alternativas que procuram dar mais ênfase às riquezas do destino visitado (como seus atrativos naturais, culturais, os moradores locais e sua qualidade de vida) em quem consome o turismo. Duas dessas possibilidades são o ecoturismo e o turismo de base comunitária, ambos baseados na ideia de sustentabilidade.

O ecoturismo é mais que visitar lugares naturais exuberantes. É assumir uma visão de mundo de respeito com os espaços visitados e com os seres que se relacionam (humanos, animais, plantas). E o Turismo de Base Comunitária (TBC) é uma proposta de ouvir e ajudar a dar mais voz às comunidades que trabalham com o turismo, para que assumam as tomadas de decisões e ações coletivas em prol de uma preservação de suas características e escolha de direcionamentos.

Essas características mostram a busca de experiências de viagens que envolvam mais a comunidade local, em um relacionamento mais próximo e autêntico com a cultura local. Assim, acabam surgindo oportunidades para tomada de ações que não apenas visam ao lucro, mas que estejam direcionadas para ajudar ou solucionar problemas locais ou regionais que não foram atendidas pelo poder público.

Dessa maneira, este texto tem como proposta fazer um levantamento de casos na literatura que trazem estudos e/ou experiências sobre novas formas de atuação do mercado turístico, uma que aborde perspectivas da inovação no turismo, mas em uma vertente de IS.

Para tanto, realizou-se uma busca sistemática na base de dados *Scopus*, no dia 29 de agosto de 2019, com a seguinte equação booleana: “*tourism*” and “*social innovation*”. Com intuito de buscar conteúdos que explorassem de forma integrada essa relação, utilizou-se apenas a busca nos títulos dos textos. Isso porque se partiu do princípio de que o título é a parte que trata diretamente do conteúdo do texto.

A busca trouxe sete documentos, e após a leitura de seus resumos dois foram excluídos por não se alinharem com o tema. Assim, metodologicamente, esta revisão qualitativa tem caráter exploratório-descritivo, e seus resultados são apresentados após uma breve revisão narrativa sobre turismo, seus impactos e inovação social.

TURISMO

Estudiosos buscam entender e esclarecer a natureza do turismo. Dentre eles, o renomado pesquisador brasileiro Beni (1998, p. 37) o definiu de uma forma ampla, como:

elaborado e complexo processo de decisão sobre o que visitar, onde, como e a que preço. Nesse processo intervêm inúmeros fatores de realização pessoal e social, de natureza motivacional, econômica, cultural, ecológica e científica. Que ditam a escolha dos destinos, a permanência, os meios de transportes e o alojamento, bem como o objetivo da viagem em si para a fruição tanto material como subjetiva dos conteúdos de sonhos, desejos, de imaginação projetiva, de enriquecimento existencial histórico-humanístico, profissional, e de expansão de negócios.

Barreto (2014) analisou vários conceitos dados ao turismo desde o ano de 1929 pela escola de Berlim até o desenvolvido pela Organização Mundial do Turismo, e percebeu alguns elementos centrais. Dentre eles, o tempo de permanência temporário fora da residência habitual, o caráter não lucrativo da viagem, e a busca pelo prazer. A autora relata ainda que seria importante acrescentar o sistema turístico (a série de serviços para atendimento direto ou indireto à atividade) e as práticas e relações sociais aí estabelecidas.

Tais perspectivas costumam apresentar mais o ponto de vista de quem realiza o turismo, uma vez que fala do processo de decisão, que envolve questões psicológicas, sociais, econômicas, dentre outras. Assim, cada autor prefere adotar uma linha de pensamento que considera melhor para suas pesquisas, mas para tentar simplificar o objeto de estudo “turismo” é possível recorrer à definição de Gastal e Moesch (2007), que o entendem como “um campo de práticas histórico-sociais que pressupõe o deslocamento de sujeitos em tempos e espaços diferentes daqueles dos seus cotidianos”.

Independente de qual ponto de vista para a definição do turismo, Figueredo et al. (2018) relatam que este setor está muito relacionado à experiência do turista, o que acaba impelindo seus gestores a buscarem uma compreensão maior daquilo que os turistas desejam experimentar.

E tal anseio impulsiona a força que este setor desencadeia no mundo. Por exemplo, em 2018 a *World Travel and Tourism Council* (WTTC, 2019) informou que o setor de turismo foi o segundo que teve maior crescimento (de 3,9%), sendo superado apenas pelo setor manufatureiro, que cresceu mais de quatro por cento (+4%). Isso mostra que o turismo cresceu mais que outros setores significativos, como Cuidados de Saúde (+3,1%), Tecnologias da Informação (+1,7%) e Serviços Financeiros (+1,7%).

Essa informação, somada ao fato de o turismo estar inserido no setor de serviços (dinâmico, mutável, facilmente copiado e com competitividade elevada), exige constantes replanejamentos estratégicos de suas ações para criar modelos de negócio mais capazes para enfrentar as exigências atuais (De Souza, 2018).

Nesse sentido, fala-se muito de pensar os destinos turísticos sob um conceito de cidade inteligente. Este que tem como propósito criar um local com capacidade de aprendizagem contínua, atingindo um equilíbrio econômico, social, ambiental e de bem-estar para todos, inclusive seus moradores (Fernández-Macho, 2009).

O pesquisador Ruiz-Ballesteros (2017) enfatiza que o turismo pode ajudar a construir uma comunidade, mas é preciso balançar o foco das ações entre oferta e demanda, entre moradores e turistas, para evitar que os impactos negativos do setor turístico recaiam sobre o destino turístico e deixem o saldo negativo nas mãos dos próprios moradores.

A segunda parte, o autor declara a importância do equilíbrio entre oferta e demanda, contrariando o que tradicionalmente é visto: foco na demanda (apenas nos turistas, não na localidade).

IMPACTOS DO TURISMO

A força dos números que envolvem o turismo leva à reflexão sobre como esse setor em específico tem impactado as condições de vários espaços e vidas pelo mundo. Por um viés mais positivo, encontram-se justificativas para o seu incentivo, uma vez que o turismo consegue gerar emprego, trabalho e renda (Fernandes, 2011) e, assim, desenvolver o local onde se instala. Mas também são encontrados exemplos negativos de sua intervenção, como degradação do meio ambiente pelo fluxo indiscriminado de turistas, desvalorização da cultura local pelo próprio residente para atender demandas dos turistas, aumento dos preços dos destinos turísticos, e segregação entre os investidores locais e visitantes (Gómez et al., 2015).

Outras críticas, feitas por Nascimento e Soares (2006), estão relacionadas ao próprio argumento positivo do turismo angariar emprego e renda, sendo que em muitos casos, o que acaba acontecendo é uma oferta de forma mais significativa do trabalho informal e não protegido, e ainda, de forma sazonal.

Esse tipo de pensamento que foca o turismo pela sua capacidade de gerar renda e, conseqüentemente, na necessidade de aumentar o fluxo de viagens e viajantes pelo mundo, sem pensar nos efeitos colaterais que tal atividade poderia acarretar para as localidades visitadas, fez surgir um tipo denominado “turismo de massa” (Butler, 1990). Experiência estudada por Urry (2001) no contexto dos balneários da Grã-Bretanha na primeira metade do século XIX mostrou que o crescimento do setor manufatureiro fez aumentar suas cidades de forma exponencial, bem como, o fluxo de pessoas a passeio por suas praias. O que desencadeou uma série de efeitos negativos.

Efeitos parecidos foram identificados por Severino, Schwegler e Silva (2006) na praia da Daniela em Florianópolis, Santa Catarina, Brasil, que apresentou um sentimento misto de favorecimento e desvantagem pela atividade turística. O exemplo é o impacto favorável sobre emprego e renda, ao mesmo tempo em que há aumento de preços dos produtos e serviços. Fato que possibilita o contato com pessoas e culturas diferentes juntamente com o encontro de turistas mal-educados, ou ainda, a melhoria do marketing da praia e com isso a elevação considerável do fluxo de pessoas no local.

Tais condições, assim como a elevação da competitividade entre os destinos e entre os equipamentos turísticos, fizeram eclodir a necessidade de criar novas formas de apresentação e prestação de serviços. Isso gera a necessidade de buscar e utilizar a inovação como diferencial para garantir a vantagem competitiva, ainda mais em um setor de serviços intensivo em conhecimento como o turismo (Alvarez-Gonzalez; Gonzalez-Morales, 2014).

INOVAÇÃO SOCIAL

A IS foi abordada no primeiro capítulo, onde foi afirmado que as ações com propósito sociais têm grande poder de transformar e melhorar a qualidade de vida das pessoas (Bignetti, 2011). Neste capítulo, o que será apresentado é um avanço no estudo anterior, a fim de mostrar a sua relação com o turismo. Portanto, para trabalhar esta relação é necessário acrescentar algumas informações aos conceitos iniciais.

Atualmente apenas inovar não está sendo suficiente em uma economia baseada no conhecimento (Lastres; Albagli, 1999), ao menos não em certos destinos e comunidades turísticas ou com potencial turístico. Em alguns contextos, essa inovação necessita de um enfoque mais social e sustentável, para dar conta das especificidades de determinadas realidades. O grande desafio desse

novo enfoque é o reconhecimento da necessidade de transformação econômica e social, para atingir um desenvolvimento social igualitário e sustentável (Correa et al., 2016).

Portanto, a IS visa o desenvolvimento e implantação de novas ideias, produtos, serviços e processos. Contudo, de acordo com o *Bureau of European Policy Advisers* (Bepa, 2011) tal ação é destinada a atender às necessidades sociais negligenciadas pelo Estado, como as encontradas na área do trabalho, segurança, saúde, educação, entre tantas. Acrescenta-se também as lacunas apresentadas pelo mercado, principalmente em relação à geração de novas relações sociais ou colaborações.

Tais informações mostram que a IS não é unicamente uma oportunidade ao desenvolvimento de soluções inovadoras, mas também para a obtenção de arranjos sociais diferenciais, novas formas de invenções sociais, e formas de governança comunitária e/ou poder coletivo alternativo (Toivonen, 2016).

Além disso, nessa concepção, alguns elementos da IS são reforçados, como: o envolvimento de uma pluralidade de atores, a busca da melhoria da qualidade de vida (Moulaert et al., 2013), o desejo de um modelo democrático e participativo de governabilidade e a formação de capital social² (Falk; Kilpatrick, 2000).

Assim, como novo campo de conhecimento, a IS é capaz de originar diferentes abordagens. Castro-Spila et al. (2018) relatam que a inovação social é retratada como um novo modelo para resolver vulnerabilidades regionais e sociais, uma perspectiva que tem consequências para explorar a transição para um turismo sustentável. Isso requer trocar as formas tradicionais do turismo de massa por uma política local/regional, a fim de minimizar parte dos problemas socioeconômicos e focar a oferta de trabalho, a cultural local, a geração de renda e a preservação da natureza (Serva; Junqueira, 2006).

TURISMO E INOVAÇÃO SOCIAL

Wearing e Neil (2001, p. 02) entendem um turismo mais alternativo como o

oposto ao que é visto como negativo ou prejudicial no turismo convencional: caracteriza-se pela tentativa de minimizar o visível impacto ambiental e sociocultural negativo das pessoas em férias, promovendo abordagens radicalmente diferentes ao turismo convencional.

² Para esclarecimento, uma vez que o termo irá parecer outras vezes neste texto, capital social possibilita o acesso privilegiado aos canais de informação (quem você conhece), que afeta os benefícios da informação (o que você sabe), dentro de redes de relacionamentos (Nahapiet; Ghoshal, 1998). E do ponto de vista de Putnam (2000), o capital social diz respeito ao valor agregado das redes sociais (ou seja, quem as pessoas conhecem), e as inclinações que surgem dessas redes para as pessoas fazerem coisas uns pelos outros (isto é, as normas de reciprocidade). Para Falk e Kilpatrick (2000), o capital social é definido como o produto de interações sociais com potencial de contribuir para o bem-estar social, cívico ou econômico de uma “comunidade-finalidade-comum”, expressão que o autor adota para substituir a noção tradicional de comunidade focada na localização.

Os mesmos autores, que fizeram tal abordagem para explicar o ponto de vista do ecoturismo, citam Deroi (1988). Este último, por sua vez, também se refere ao turismo alternativo e acrescenta que a comunidade deve ser sua base. Ou seja, serviços de hospitalidade oferecidos por famílias das comunidades locais com objetivo principal de estabelecer intercâmbio entre hospedeiro e hóspede.

Assim, algumas alternativas ao turismo de massa ou convencional são o ecoturismo e o turismo de base comunitária. Ambos se baseiam na ideia de sustentabilidade e podem ser reconhecidos como alguns dos expoentes de um turismo com enfoque na IS. Cada um com contribuições específicas.

Ecoturismo, para Wearing e Neil (2001) vai além do turismo baseado na natureza. Direciona-se para as experiências realçadas pela natureza, por exemplo, a observação de pássaros e *camping*. Aqui há a presença de quatro elementos fundamentais: a) a noção de deslocamento de um lugar a outro, b) a experiência baseada na natureza, restrita a áreas naturais relativamente protegidas, c) a indução da conservação, restrição de quantidade de pessoas, com mínimo de impacto possível e baseado na sustentabilidade e d) ter um papel educativo na apreciação, aprendizagem e interpretação da natureza.

Por sua vez, o TBC desenvolve iniciativas no sentido *bottom-up*, expostas à dinâmica de reestruturação econômica caracterizada por ações socialmente coletivas. Assim, também se caracteriza por ser uma experiência de pequena escala, que busca preservar a originalidade do local, sua cultura, gastronomia, modo de vida e fornecer uma maior convivência entre hóspedes e anfitriões. Exemplos podem ser o plantio, a pesca, a participação em cerimônias locais, bem como a hospedagem na casa dos moradores da região. E como se trata de uma comunidade, o contexto pode estar relacionado a aldeias de índios, colônia de pescadores, famílias de agricultores rurais e centros comunitários localizados em favelas (Gómez et al., 2015).

Para tanto, Gómez et al. (2015) elencam a cooperação entre os atores, tanto no nível *micro* (o ambiente interno da comunidade) quanto *macro* (relações entre os membros da comunidade e os demais *stakeholders* envolvidos com o turismo). E também identificaram em alguns estudos a presença da participação coletiva e da colaboração, de relações de poder e da presença do capital social.

Estes são alguns casos que podem se relacionar a ideia de IS no turismo. E a atenção aqui foi fornecida, no sentido de expor a forma como a materialização dessas ideias se fez neste contexto.

APRESENTAÇÃO DOS ESTUDOS

Casos de Ecoturismo em Comunidades de Taiwan

Com o objetivo de explorar o mecanismo de difusão e as fases de transição da criação para a cocriação de valor de inovação social, Tai e Yang (2016) estudaram dois casos de ecoturismo para comparar seu mecanismo de difusão de inovação social e seu processo de desenvolvimento. Um caso

trata de uma empresa social e sua comunidade no condado de Ilan ao norte de Taiwan, focado no modelo de eco-fazenda. O outro caso foi na comunidade de Harbor e seu conselho de desenvolvimento no Condado de Pintung, no sul de Taiwan, empenhada no ecoturismo e na proteção do meio ambiente.

Baseados no paradigma de design de serviços³, os estudos contaram com observação participante e entrevistas nos locais. E os resultados apontaram que o crescimento da inovação social pode seguir duas perspectivas mistas: visão organizacional de escala ou visão organizacional de difusão, esta que é o foco do estudo.

Para sustentar a IS por meio da estratégia da difusão é necessário o uso de duas visões: a) da inspiração para imitar (ou seja, a replicação), b) ou da inspiração para mudar (ou seja, a emulação) – considerada o nível mais aprofundado da inovação social.

Nesse meio termo ainda é preciso levar em conta o processo de sair do ponto de criação da IS para alcançar o ponto de difusão da IS. E, para tanto, foi necessário passar por três fases.

A primeira intitulada de *Deepening* (*aprofundamento*), diz respeito ao fornecimento de ferramentas e de plataforma para fornecer poder e estimular o engajamento do cidadão. Aqui é preciso realizar eventos para atingir tal objetivo, o que requer um empreendedorismo do tipo social por parte dos realizadores.

Para tanto, dois fatores foram primordiais para o estabelecimento desta fase. O primeiro foi considerar a relevância da inovação social, primeiramente para o contexto de vida dos residentes e também para os inovadores sociais, garantindo assim um vínculo com um ambiente físico específico. O segundo elemento foi a confiança, que precisava ser conquistada entre inovadores sociais e moradores locais, e que servia de componente mediador das partes envolvidas em caso de conflito. Para adquiri-la foi preciso a presença do(s) inovador(es) sociais no local (convivência), tornando-os, dessa forma, conhecidos pelos participantes da empreitada.

A segunda fase é *Upscaling* (escalada) e envolve a interação das partes interessadas, e conta com a colaboração de diferentes setores existentes para a construção de uma visão compartilhada. Para a concretização de tal aliança se faz necessário um empreendedorismo institucional.

Já aqui foram encontrados três padrões para fazer a conexão com os setores existentes e recursos externos: a) a participação: envolvimento das partes interessadas a entrarem na proposta, b) a criação de redes: o engajamento entre pessoas físicas e jurídicas locais, c) a hierarquia: a organização das relações estabelecidas. Qual padrão será utilizado dependerá do tipo de IS almejada, dos recursos disponíveis e das redes externas existentes.

³ Design de serviços é a intersecção das pessoas, processos, tecnologia e coisas no dia-a-dia das operações de qualquer organização a serviço da criação de valor conforme definido por seus funcionários, *stakeholders*, clientes, usuários, reguladores, parceiros e concorrentes. Portanto, conecta as necessidades dos clientes com as da organização contribuindo para a eficácia de um serviço e melhoria das experiências, diferenciando dos concorrentes (Polaine et al., 2013).

Por fim, na fase *Outreaching* (divulgação) os inovadores sociais podem aumentar e difundir a viabilidade de solução para inspirar a replicação ou a emulação. Aqui os autores baseados na Teoria da Difusão da Inovação⁴ relatam que um fator de sucesso é iniciar a difusão das relações sociais, seguindo para a imitação inspirada.

Algumas estratégias de difusão também podem ser concebidas nesta fase por meio de parcerias, políticas públicas e aquisição digital, por exemplo. No entanto, Tai e Yang (2016) afirmam que o ponto crucial para alcançar a difusão da IS é a inspiração para mudar (emulação).

Neste estudo os principais atores envolvidos neste tipo de IS foram as pessoas que promovem a inovação (aqui chamados de inovadores sociais) e as comunidades estudadas que trabalham com o ecoturismo. Entretanto, o estudo não deixa claro como o turismo, no caso o ecoturismo, se relaciona com a inovação social.

Estudo sobre Integração de Comunidades no Planejamento Turístico

Malek e Costa (2014) realizaram um estudo de caso qualitativo e exploratório na cidade de Guimarães em Portugal, a qual participou de um programa de desenvolvimento para a *European Capital of Culture* (ECoC 2012). Usou-se uma análise de conteúdo de planos estratégicos, documentos políticos e relatórios de monitorização e avaliação do Conselho Europeu, além de entrevistas com membros da equipe da fundação da cidade e com delegados da ECoC 2012. Tudo isso para propor uma estrutura que fornecesse uma estratégia eficaz para implantação da participação da comunidade no planejamento do turismo como um fenômeno de inovação social.

No caso, o tipo de turismo estudado foi o de base comunitária. E o tipo de inovação pretendida era o de participação da comunidade nas tomadas de decisão no planejamento do turismo para garantir atitudes locais positivas e melhorar a qualidade de vida dos moradores (Malek; Costa, 2014).

Essa tentativa de relação entre TBC e IS se deu por meio de uma comunicação bidirecional entre as partes envolvidas (comunidade local, membros do programa e do setor público). Tais comunicações ocorreram por meio de reuniões, oficinas e concursos públicos. Estes últimos no sentido de os moradores criarem ideias e proposições para, por exemplo, a paisagem, as mudanças necessárias e uma visão de futuro da cidade, além de conferências, *workshops* e projetos de trabalho comunitário no processo de planejamento (Malek; Costa, 2014).

Contudo, os resultados do estudo apontaram que, exceto pelas nove reuniões desenvolvidas e focadas apenas nas áreas de programação cultural, não houve realmente oportunidade para os

⁴ é uma **teoria** que procura explicar como, por que e em que proporção novas ideias e tecnologias se disseminam (Tai; Yang, 2016).

cidadãos participarem na tomada de decisões e no desenvolvimento do programa inteiro (Malek; Costa, 2014).

O plano estratégico visava trabalhar com as comunidades a fim de construir capital social por meio de diferentes programas (como o voluntariado), para aumentar a confiança e a capacidade de indivíduos e pequenos grupos para obter envolvimento nas atividades propostas. No entanto, a equipe de planejamento não forneceu tempo e recursos adequados aos voluntários e residentes locais, nem se esforçou para colaborar coletivamente com instituições locais. Além disso, alguns eventos culturais atraíram turistas de massa e, portanto, a comunidade local decidiu não participar para evitar multidões e possíveis problemas relacionados ao transporte.

Tais ações acabaram desconfigurando a ideia de turismo de base comunitária, ou seja, aquele em que o nível local de desenvolvimento comunitário integrado permite um processo de desenvolvimento baseado no entendimento das necessidades, condições e dinâmicas locais e potenciais. O que inclui residentes locais e partes interessadas em um processo de planejamento colaborativo (Malek; Costa, 2014).

E apesar da falha do ECoC 2012, o estudo desenvolveu um modelo de estratégia para implantação da participação da comunidade no planejamento do turismo como um fenômeno de inovação social. Modelo de governança que pode fornecer suporte ao pensamento lateral e criativo, e ajudar a resolver problemas e promover a geração de planos inovadores para o desenvolvimento de uma nova abordagem para o turismo integrado na comunidade por meio da inovação social.

Tal modelo é constituído da combinação de três estratégias, sendo uma relacionada a pesquisas de opinião para levantar preocupações e prioridades do ambiente local e ajudar a alcançar decisões de valor.

Outra envolve a participação direta de grupos comunitários, setor privado ou cidadãos individuais. Processo que trabalha com *workshops*, programa de voluntariado e concursos (como já descritos anteriormente). Com a oferta de treinamentos e educação, envolvimento das pessoas e conscientização, busca-se ideias inovadoras para o processo.

A última estratégia é a concretização de *Networks* entre os setores público e privado. Trabalha a comunicação para angariar o compartilhamento de conhecimento, troca de informações e alcance do meio ambiente externo. Aqui as decisões seriam mais técnicas.

E este modelo estaria baseado em uma estrutura de participação “de baixo para cima” (*bottom-up*), em mecanismos de tomada de decisão coletiva, e na integração das comunidades no planejamento turístico por meio da inovação social.

Com tais aprendizagens o estudo chegou a conclusão de que as forças motrizes para a colaboração e a inovação em domínios turísticos comunitários devem ser reconhecidas por meio da

compreensão de características específicas de cada destino de forma independente. O que envolve a capacidade de perceber as condições sob as quais a participação pode ser usada como um processo para cocriação e compartilhamento avançados de conhecimento (Malek; Costa, 2014).

Laboratório de Turismo Sustentável

Castro-Spila et al. (2018) desenvolveram, dentro do ambiente universitário, um modelo exploratório de Laboratório de Turismo Sustentável e Inovação Social (SISTOUR-LAB), tendo como pauta a aprendizagem baseada no trabalho e na pesquisa ágil. A primeira (aprendizagem baseada no trabalho) diz respeito a uma metodologia para gerar protótipos de inovação social no setor trabalhado.

Já a pesquisa ágil trata de identificar os principais conceitos cujos resultados são condensados em um protótipo conceitual. Isso permite projetar uma sequência de protótipos com base em pesquisa acadêmica. No caso, para a construção do protótipo conceitual, os autores elegeram cinco campos analíticos para explorar: turismo sustentável, inovação social, concepção de laboratórios sociais, ambientes de aprendizagem e gerenciamento de transição.

O modelo do SISTOUR-LAB pode ser visualizado na Figura 4.1.

Nesta pesquisa os atores-chave identificados e envolvidos em entrevistas de profundidade, foram profissionais do campo da educação superior de turismo, do setor do turismo e do campo da inovação social. O intuito era de desenvolver um protótipo relacional das partes interessadas e levantar tipos e modalidades de relação que poderiam ser realizadas com agentes regionais. Depois, fez-se *workshop* com potenciais usuários do laboratório (como estudantes, profissionais do turismo e palestrantes), para testar a usabilidade e utilidade dos recursos propostos, seguindo quatro elementos chave: governança, aprendizagem, pesquisa e inovação (Castro-Spila et al., 2018).

A governança de inovação é uma gestão de redes e de acordos com mecanismos de participação coletiva, e que envolve dois elementos: a) comunidades de oportunidade: mecanismo baseado em capitalização da estratégia de inovação, na interação entre estudantes e organizações inovadoras no setor do turismo, a partir da criação de protótipos de conceitos que expandem a inovação do turismo. Usa como processo o mapeamento de oportunidades de inovação social, b) comunidades abertas de inovação social: mecanismo de inovação aberta para melhorar a conectividade social das inovações do turismo. Aqui o SISTOUR-LAB protocoliza uma metodologia para produzir protótipos relacionais, ou seja, protótipos que projetam novas plataformas (produtos, metodologias ou serviços) que vinculam as inovações do turismo com grupos vulneráveis.

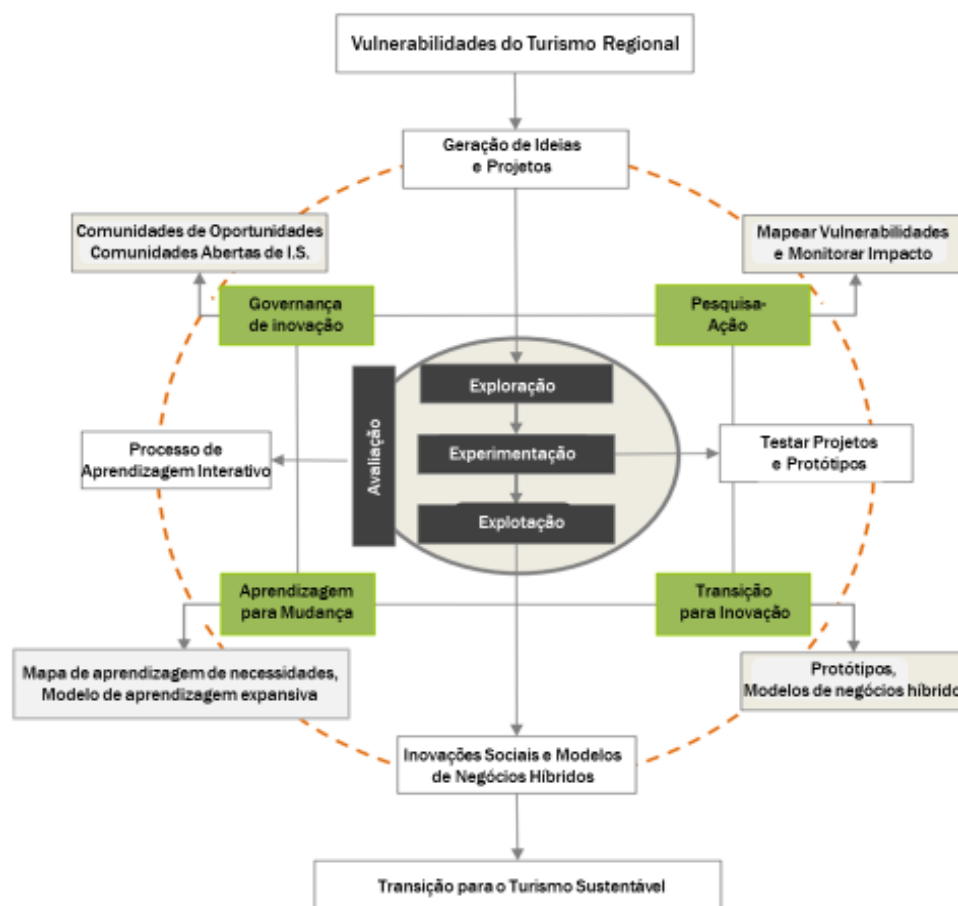


Figura 4.1. Dinâmica e Estrutura do SISTOUR-LAB. Fonte: Castro-Spila et al. (2018, p.284, tradução livre).

Já a aprendizagem para mudar diz respeito ao processo e metodologias que permitem o treinamento de comunidades para o desenvolvimento de inovação. Também comporta dois elementos: a) necessidades de aprendizado: metodologia de mapeamento das necessidades de aprendizado para o desenvolvimento de inovações sociais em organizações ligadas ao setor de turismo (empresas, universidades, setor público, organizações sociais), b) modelo de aprendizado baseado no trabalho: orientado para empresas de turismo, setor público, universidades e organizações civis.

Por sua vez, a pesquisa-ação é uma estratégia de pesquisa que vincula a dimensão experimental da ciência com ação social transformadora. E também é composta por dois elementos: a) mapeamento de vulnerabilidades: metodologia experimental participativa que avalia e cria uma matriz das ameaças sociais e habilidades organizacionais de acordo com os tipos de vulnerabilidades (institucional, econômico, social, ambiental) no setor de turismo, b) monitoramento de encadeamento de impacto: outra metodologia experimental de avaliação das consequências de cadeia de impacto da inovação social no setor do turismo. Uma forma de detectar e medir o grau de transição para o turismo sustentável de acordo com os diferentes tipos de vulnerabilidades.

Por fim, nas inovações em transição há o desenvolvimento de produtos, processos e/ou serviços (novos ou aprimorados) que estruturam uma cadeia de impacto que permite acelerar a transição do turismo tradicional para o turismo sustentável. E se complementa com dois elementos: a) prototipagem de inovações em transição: metodologia participativa e colaborativa para o desenvolvimento de protótipos de inovação para transição (baseado em modelos de inovação social e inovação aberta), b) prototipagem de modelos de negócios híbridos: metodologia para gerar negócios híbridos. No caso a inovação social e o turismo sustentável.

O estudo ainda contou com a fase de disseminação da estratégia, ou seja, atividades de comunicação e transferência da operacionalidade do protótipo. E por fim, a avaliação para identificar o impacto da transferência e da apropriação do resultado do protótipo em termos acadêmico, social e institucional.

A inovação social aqui está relacionada ao Laboratório de Turismo Sustentável, que tem como base a aprendizagem baseada no trabalho, uma metodologia para gerar protótipos de inovação social que surge como resultado da resolução de problemas relacionados ao setor de turismo tradicional ou de massa (Castro-Spila et al., 2018).

Por fim, essa relação entre turismo sustentável e IS desencadeou uma prototipagem (ambiente experimental de turismo sustentável com as partes interessadas) em um espaço experimental para a convergência de inovação social e turismo sustentável em um ambiente universitário (Castro-Spila et al., 2018).

Ecosistema de Turismo Inteligente para Cocriação de Valor Sustentável

Polese et al. (2018) desenvolveram um ecossistema de turismo inteligente, com intuito de criar desenhos organizacionais mais adequados para produzir e harmonizar a cocriação de valor dos serviços oferecidos.

Para tanto, tal ecossistema tem como base uma estrutura que mescla a lógica dominante de serviço⁵ e as ciências de serviços⁶. Essa ideia de ecossistema de turismo inteligente parte inicialmente da influência dos sistemas de serviço, que enfatizam o papel da tecnologia para configurar pessoas, tecnologia de organizações e informações compartilhadas para lidar com serviços (Maglio; Spohrer, 2008). A partir daí se fez uma combinação com a lógica dominante de serviços de empresas como uma rede de relacionamentos (Vargo; Lusch, 2008). Depois, Spohrer et al. (2007) ampliaram o

⁵ Considera a economia atual como dominada pelos serviços e reinterpreta teoricamente as noções de serviço e de valor. Também observa a troca do serviço como a aplicação das competências dos usuários para produzir benefícios mútuos (cocriação de valor) para todos os atores (clientes e fornecedores) (Spohrer et al., 2020).

⁶ Uma teoria multidisciplinar que combina ciência da computação, administração, engenharia industrial, pesquisa operacional e ciências sociais para desenvolver certa experiência necessária a uma economia baseada em serviços. Nela se elaboram modelos para aplicação dos princípios científicos à prestação de serviços, para gerar conhecimentos gerenciais e de planejamento dos serviços em termos de produtividade, eficácia e medição eficiente (Spohrer et al., 2020).

conceito para ecossistemas de serviço, e levaram em conta o impacto generalizado das TIC's na prestação de serviços e na troca de recursos com os vínculos sociais subjacentes à cocriação de valor. A Figura 4.2 ilustra essa dinâmica.

Para sair de uma visão de inovação para uma de inovação social, os autores Polese et al. (2018) enfatizaram o papel da tecnologia. Mas também juntaram com o foco social para propor uma estrutura que identifique as principais dimensões, para que os tomadores de decisão avaliem o gerenciamento da cocriação de valor como uma alavanca chave para gerar inovação em longo prazo (de forma sustentável).

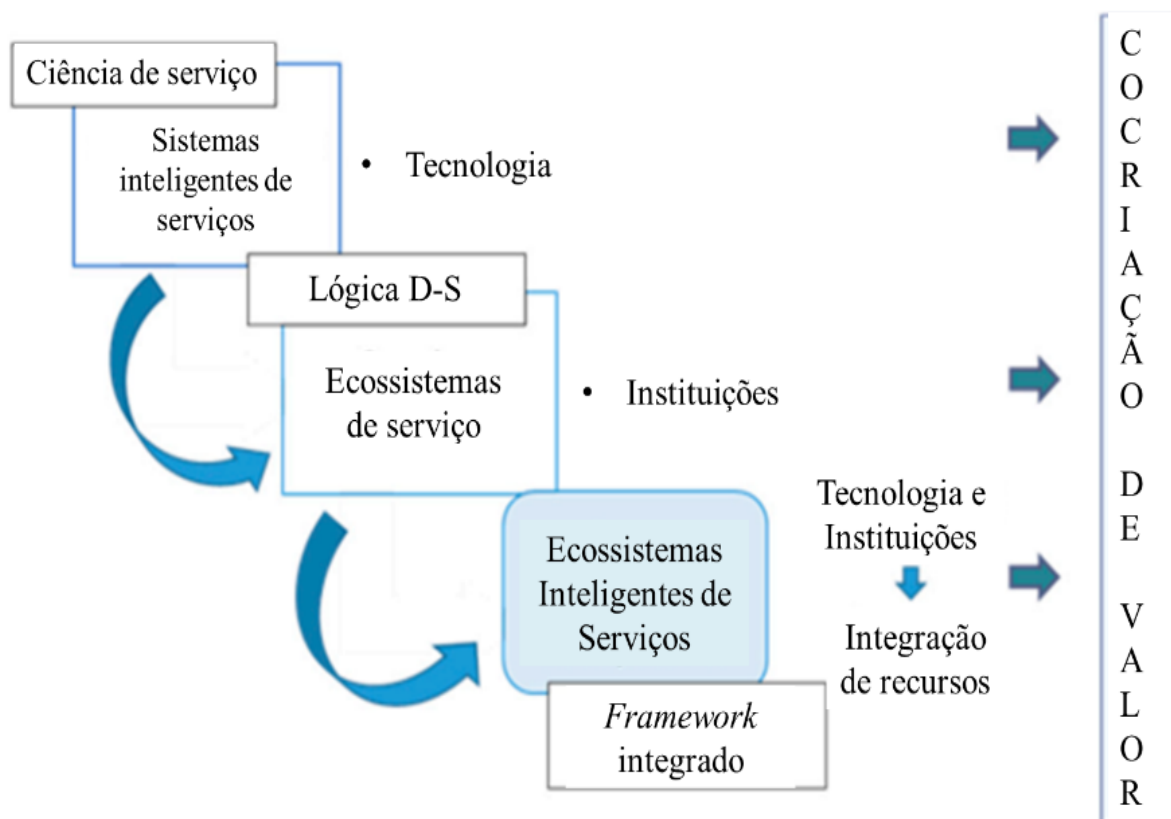


Figura 4.2. Estrutura integrada para ecossistemas de serviços inteligentes. Fonte: Polese et al. (2018, p. 08, tradução livre).

Para desenvolver tal estudo foram entrevistados proprietários da modalidade de alojamento intitulada “Cama e Café”, em Salerno (Itália). A relação entre IS e turismo, no caso, foi encontrada na criação da proposta de estrutura chamada de Ecossistema de Turismo Inteligente. Esta que tem como foco o aspecto social (as instituições sociais, consideradas de nível macro e relacionadas à inovação social) e os sistemas de serviço (com ênfase no aspecto tecnológico, de nível micro e relacionado à inovação). O objetivo final dos ecossistemas turísticos inteligentes é a produção de experiências

mediadas pela tecnologia para melhorar a competitividade do destino e adquirir uma vantagem competitiva sustentável em longo prazo. A Quadro 4.1 expõe as dimensões do turismo inteligente.

Dentre algumas especificidades dos resultados encontrados, observou-se que as pessoas envolvidas (proprietários de equipamento Cama e Café e seus clientes) tendiam a relações informais entre si. Mas formais com gestores e fornecedores (restaurantes, sistemas de transporte, museus) para trabalhar formas de diferenciais competitivos, como descontos para turistas.

No aspecto micro, o uso da tecnologia esteve presente na aplicação de ferramentas de Tecnologia da Informação e Comunicação, como Booking, Expedia, Airbnb e Trivago, que são sites oficiais, além de blogs, e-mails, Whatsapp e Facebook.

Quadro 4.1. Dimensões chave do ecossistema de turismo inteligente. Fonte: Polese et al. (2018, p. 09, tradução livre).

	Sistemas Inteligentes	Ecossistemas de Serviços	Ecossistemas Inteligentes do Turismo
Dimensão Humana	Organização de pessoas	Instituições Tecnologia Linguagem	→ Atores Visão múltipla das partes envolvidas
Dimensão Tecnológica	Tecnologia	Tecnologias Infraestruturas	→ Plataformas ICT • Pré-entrega • Entrega • Pós entrega
Dimensão Social e Simbólica	Informação compartilhada	Instituições Linguagem Proposta de valor	→ Instituições Regras sociais/ Formais e informais
Dimensão Interativa		Troca de serviço Integração de recursos	→ Integração de recursos (operando/ operante)

Quando pesquisada a integração de recursos, foram enfatizados os aspectos tangíveis (como materiais de informação, mapas e utensílios diversos) e intangíveis (as informações, as sugestões, os comentários, as avaliações e as críticas).

No que tange às instituições e suas regras, estas apareceram: sob a forma de operação na entrada e saída do empreendimento de forma flexível, e na presença de regulamentos sobre preço e coisas a evitar no estabelecimento, por exemplo, o vandalismo.

Por fim, o artigo de Polese et al. (2018) leva em consideração dois tipos de inovação. A IS, para a melhoria da oferta de serviços, procedimentos, gerenciamento, design ou implantação. E a IS no sentido de criar proposições de novo valor e institucionalização de novas soluções que levam ao longo do tempo a viabilidade e sustentabilidade da cocriação de valor. O difícil é saber discernir cada um deles nesse ecossistema de turismo inteligente.

Empresas Sociais de Turismo

Alegre e Berbegal-Mirabent (2016) pesquisaram empresas sociais da categoria que treina pessoas desfavorecidas com problemas psicológicos, sociais ou deficiências físicas para integrá-las ou reintegrá-las permanentemente no local de trabalho (Borgaza; Solari, 2001). De acordo com Dacin et al. (2011) as empresas sociais são organizações privadas que adotam estratégias de negócios para alcançar fins socialmente orientados.

No caso da pesquisa, os autores (Alegre; Berbegal-Mirabent, 2016) estudaram em Barcelona (Espanha) duas WISE's (*work integration social enterprises*) ou empresas sociais de integração ao trabalho. Sendo que um caso mostrou estar se sustentando, enquanto outro passa por dificuldades. Portanto, o objetivo do artigo foi analisar os modelos de negócio e investigar quais são os principais fatores que tornam uma iniciativa de inovação social um sucesso ou fracasso no caso do turismo.

Vale esclarecer que as empresas sociais, apesar de poderem receber ajuda governamental para suas atividades, não são uma organização de caridade. Assim, tais empreendimentos necessitam servir seu fim social e procura recuperar todos os seus custos, para que possam ser autossustentáveis (Yunus et al., 2010).

Os dois casos pesquisados tinham como objetivo possibilitar oportunidade de trabalho a pessoas com alguma deficiência, e tiveram que se adaptar a tal realidade. Um caso era, inicialmente, um estúdio de impressão, que se tornou Albergue da Juventude. O outro caso era uma loja de componentes eletrônicos, transformado em oficina de produção de lembranças artesanais.

Como resultado, Alegre e Berbegal-Mirabent (2016) descobriram os elementos que fizeram diferença na junção da inovação social com o turismo nos casos estudados: a proposição de valor, a pesquisa de mercado, o envolvimento das partes interessadas, a necessidade social e a confiança gerencial nos funcionários.

No caso da proposição de valor, o Albergue da Juventude ofereceu aos turistas um local confortável, barato e limpo para ficarem. Além do mesmo se localizar a menos de 20 minutos de metrô do centro da cidade turística de Barcelona, oferecer um jardim e uma piscina para clientes, bem com um restaurante com comida mediterrânea, boa e acessível. Entretanto, a oficina de lembranças oferecia peças feitas em cerâmica com *design* pobre e preço superior a outras do mercado. Assim, não agregaram valor tangível ao produto e não atraíram o mercado de lojas de souvenirs nem turistas.

Quanto à pesquisa de mercado, os gerentes do albergue buscaram referência de outro estabelecimento de mesmo segmento. Também se envolveram com as partes interessadas em torno da nova ideia com os membros da equipe, familiares dos funcionários, membros do governo local, outros hotéis da cidade e várias outras instituições, que colaboraram para a nova empreitada. Por sua vez, a oficina de lembranças não realizou esta pesquisa, aproveitou unicamente o talento de um dos

funcionários para a confecção de artesanato e se arriscou com investimentos elevados de novos materiais, sem ter uma estratégia específica.

A necessidade social, ou pressão da necessidade social, parece ter sido mais intensa no caso do albergue. Isso porque o grupo já dispunha de uma escola para capacitar pessoas com deficiência para trabalharem na região, sendo muito presente a necessidade de criar uma solução para as pessoas que estavam sendo formadas.

Por fim, a confiança gerencial nos funcionários também se mostrou importante. Isso devido ao fato de os gerentes terem acreditado que a equipe que trabalhava no estúdio de impressão pudesse ser treinada para trabalhar no setor de serviços (albergue). Mesmo que a equipe tivesse que interagir diretamente com o cliente e, em alguns casos, lidar com pessoas de costumes e línguas diferentes. Experiência fora da zona de conforto dos funcionários.

CONGRUÊNCIAS DOS CASOS

Todos os estudos apresentados são estudos recentes e empíricos. Eles abordaram temas distintos em relação ao turismo como, ecoturismo, planejamentos estratégicos que envolvem a comunidade local como um destino turístico.

Segundo Tai e Yang (2016) os principais atores envolvidos na IS são os chamados inovadores sociais, pessoas que promovem a inovação para as comunidades que trabalham com o ecoturismo. Já Malek e Costa (2014) veem a IS no turismo como combinação de estratégias de ações e criação de redes e participação direta para a geração de planos inovadores que integra o turismo e a comunidade.

Castro-Spila et al. (2018) abordaram a IS dentro do meio acadêmico por meio do Laboratório de Turismo Sustentável com o objetivo da aprendizagem baseada no trabalho para gerar IS e resolução de problemas relacionados ao setor de turismo tradicional. A relação entre turismo sustentável e IS desencadeou em um ambiente experimental de turismo sustentável com as partes interessadas, que promoveu a convergência de inovação e turismo sustentável em um ambiente universitário.

Em um contexto semelhante, Polese et al. (2018) afirmaram que os ecossistemas turísticos inteligentes produzem experiências mediadas por tecnologia e melhora a competitividade do destino, além de adquirir uma vantagem competitiva sustentável em longo prazo. E para Alegre e Berbegal-Mirabent (2016), a necessidade social parece ser a força motriz para criar soluções para as pessoas, em especial as com deficiência. Acrescentaram que, por meio de seu estudo, todos podem ser treinados e realizarem trabalhos diversos, afirmação vinda dos gerentes entrevistados.

Estas abordagens distintas apontaram um foco comum em relação ao turismo e a inovação social, de que existem muitas alternativas para que se tornem inovadores e sustentáveis, com preservação da cultura e do ambiente, favorecendo também a economia.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A inovação social pode ser retratada como um novo modelo para resolver vulnerabilidades regionais e sociais. Portanto, ela surge como uma forma de tentar direcionar as ações de inovação para a realização de mudanças na sociedade, com o intuito de contribuir para o desenvolvimento das comunidades nas dimensões social, cultural, econômica e ambiental. Sendo assim, lhe é atribuído um potencial de transformar uma comunidade.

Em relação ao turismo, este pode ser considerado um processo complexo de tomada de decisão de onde e quando ir, quanto e quando gastar, para que haja uma realização satisfatória pessoal, social, motivacional, econômica, cultural, ecológica e de aprendizado. Esses fatores determinam as escolhas dos destinos e o objetivo de uma viagem, num contexto diferente ao do cotidiano. Neste cenário, é possível observar que estamos diante do setor do turismo e, também a pensar nos impactos disto nos locais e no meio ambiente que abrigam a vida no mundo. Considerando seu impacto tanto positivo quanto negativo, por exemplo, o turismo pode gerar trabalho desenvolvendo o local onde se instala, ou promover a degradação do meio ambiente pelo fluxo demasiado de turistas.

Algumas alternativas podem surgir com a relação entre turismo e inovação social, como já citado anteriormente, em relação ao turismo tradicional, por exemplo, o ecoturismo e o turismo de base comunitária com a ideia de sustentabilidade. Outra forma para diminuir os impactos negativos em relação aos aspectos culturais seriam os serviços de hospitalidade oferecidos pela própria comunidade local, com objetivo de estabelecer intercâmbio cultural entre as partes envolvidas.

No caso de hóspede e hospedeiro, a IS pode ser a participação da comunidade nas tomadas de decisão no planejamento do turismo para garantir atitudes locais positivas e melhorar a qualidade de vida dos moradores. Estes são alguns exemplos, dentre tantos outros que ainda surgirão.

Neste contexto, faz-se necessário o investimento em mais estudos empíricos e expandir estes conhecimentos no sentido de tornar o turismo sustentável não como um tipo de turismo a ser ofertado, mas como uma ideologia a ser trabalhada.

REFERÊNCIAS

Alegre I, Berbegal-Mirabent J (2016). Social innovation success factors: hospitality and tourism social enterprises. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(6): 1155–1176.

- Alvarez-Gonzalez JA, Gonzalez-Morales MO (2014). The role of knowledge-intensive business services in Spanish local tourist production systems. *Tourism Economics*, 20(2): 355-371.
- Barretto M (2014). *Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo*. Campinas: Papirus.
- Beal L, Séraphin H, Modica G, Pilato M, Platania M (2019). Analysing the Mediating Effect of Heritage Between Locals and Visitors: An Exploratory Study Using Mission Patrimoine as a Case Study. *Sustainability*, 11(11): 3-15.
- Beni MC (1998). *Análise Estrutural do Turismo*. São Paulo: SENAC/SP.
- Bepa (2011). *Empowering people, driving change - social innovation in the European Union*. Publications Office of the European Union: Luxemburgo.
- Bignetti LP (2011). As inovações sociais: uma incursão por ideias, tendências e focos de pesquisa. *Ciências Sociais Unisinos*, 47(1): 3-14.
- Borzaga C, Solari L (2001). Management Challenges for Social Enterprises. In: Borzaga C, Solari L. *The Emergence of Social Enterprise*. Routledge: London.
- Butler RW (1990). Alternative tourism: pious hope or Trojan horse? *Journal of Travel Research*, 3(1): 40-45.
- Castro-Spila J, Torres R, Lorenzo C, Santa A (2018). Social innovation and sustainable tourism lab: an explorative model. *Higher Education, Skills and Work-Based Learning*, 8(3): 274–290.
- Correia SEN, Oliveira VM, Gomez CRP (2016). Dimensions of social innovation and the roles of organizational actor: the proposition of a framework. *RAM – Revista de Administração Mackenzie*, 17(6): 102-133.
- Dacin T, Dacin PA, Tracey P (2011). Social Entrepreneurship: A Critique and Future Directions. *Organization Science*, 22(5): 1203-1213.
- De Souza TCG (2018). *Modelo De Competitividade de Destino Turístico Inteligente*. Tese (Doutorado). Universidade do Vale Do Itajaí – Univali, Curso De Doutorado Em Administração e Turismo, Itajaí. 467p.
- Dernoi LA (1988). Alternative or community based tourism. In D'Amore LJ, Jafari J (eds). *Tourism: A Vital Force for Peace*. Canadá, 91-95.
- Falk L, Kilpatrick S (2000). What is Social Capital? A Study of Interaction in a Rural Community. *Sociologica Ruralis*, 40(1): 87-110.
- Fernandes IP (2011). *Planejamento e organização do turismo: uma abordagem desenvolvimentista com responsabilidade ambiental*. Rio de Janeiro: Elsevier.
- Casimiro PG, Fernandez-Macho J (2009). Evaluación de territorios inteligentes en la sociedad del conocimiento. UPV/EHU Books. 144p.

- Figueredo M, Ribeiro J, Cacho N, Thome A, Cacho A, Lopes F, Araujo V (2018). *From photos to travel itinerary: A tourism recommender system for smart tourism destination*. Proceedings - IEEE 4th International Conference on Big Data Computing Service and Applications (Big Data Service). 85-92.
- Gastal S, Moeschm M (2007). Turismo, políticas públicas e cidadania. São Paulo, Aleph.
- Gómez CRP, Falcão MC, Castillo LAG, Correia SN, Oliveira VM (2015). Turismo de Base Comunitária como Inovação Social: congruência entre os constructos. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(5): 1213-1227.
- Gürsoy IT (2019). Beauty and the Beast: A Fairy Tale of Tourismphobia. *Tourism Planning & Development*, 16(4): 434-451.
- Hughes N (2018). ‘Tourists go home’: anti-tourism industry protest in Barcelona. *Social Movement Studies*, 17(4): 471-477.
- Kim JH, Ritchie JRB, McCormick B (2012). Development of a scale to measure memorable tourism experiences. *Journal of Travel Research*, 51(1): 12–25.
- Lastres HMM, Albagli S (1999). *Informação e Globalização na Era do Conhecimento*. Rio de Janeiro: Editora Campus.
- Maglio PP, Spohrer J (2008). Fundamentals of service science. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 36(1): 18-20.
- Malek A, Costa C (2014). Integrating Communities into Tourism Planning Through Social Innovation. *Tourism Planning & Development*, 12(3): 281-299.
- Martín JMM, Martínez JMG, Fernández JAS (2018). An Analysis of the Factors behind the Citizen’s Attitude of Rejection towards Tourism in a Context of Overtourism and Economic Dependence on This Activity. *Sustainability*, 10(8): 2851.
- Moulaert F, Maccallum D, Mehmood A, Hamdouch A (2013). *The International Handbook in Social Innovation: Collective action, learning and transdisciplinary research*. Edward Elgar Publishing: Massachusetts. 500p.
- Nascimento AF, Soares LA (2006). O Dilema Turístico. *Caderno Virtual de Turismo*, 6(4): 10-16.
- Polaine A, Lovlie L, Reason B (2013). *The nature of service desing. In: service design. From insight to implementation*. New York, Rosenfeld, 129-169.
- Polese F, Botti A, Grimaldi M, Monda A, Vesci M (2018). Social Innovation in Smart Tourism Ecosystems: How Technology and Institutions Shape Sustainable Value Co-Creation. *Sustainability*, 10(1): 140.
- Putnam RD (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon and Schuster. 544p.

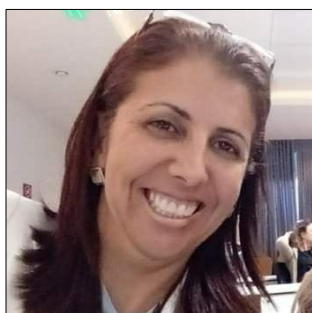
- Ruiz JE (2012). *Inovação Social: desafios e estratégias para o desenvolvimento inclusivo do território*. V Diálogo Regional. Recife.
- Ruiz-Ballesteros E (2017). Comunidad, bienes comunes y turismo en Floreana (Islas Galápagos). *Revista de Antropología Social*, 26(2): 333-354.
- Serva M, Junqueira LAP (2006). Pluralidade, inovação social e gestão no Brasil contemporâneo. In: *Encontro de Estudos Organizacionais*, 4. Porto Alegre. Anais. Porto Alegre: ANPAD, CD.
- Severino SS, Schwegler FW, Silva R (2006). Os impactos da atividade turística - estudo na Praia da Daniela. *Caderno Virtual de Turismo*, 20: 51-58.
- Shedroff N (2001). *Experience Design*. Indianapolis, IN: New Riders.
- Spohrer J, Anderson L, Pass N, Ager T (2008). Service Science and Service-Dominant Logic. Otago Forum 2, *Academic Papers*. 4-17.
- Spohrer J, Maglio PP, Bailey J, Gruhl D (2007). Steps toward a Science of Service Systems. *Computer*, 40: 71-77.
- Tai Y-C, Yang C-H (2016). How to grow social innovation from the view of organizational scaling and diffusion: Cases of eco-tourism communities in Taiwan. In: *International Conference on Orange Technologies (ICOT)*, Proceedings.
- Toivonen T (2016). What is the Social Innovation Community? Conceptualizing an Emergent Collaborative Organization. *Journal of Social Entrepreneurship*, 7(1): 49-73.
- Tussyadiah IP (2014). Toward a Theoretical Foundation for Experience Design in Tourism. *Journal of Travel Research*, 53(5): 543-564.
- Urry J (2001). *O Olhar do Turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. São Paulo: Studio Nobel: SESC. 232p.
- Vargo SL, Lusch RF (2008). Service-Dominant Logic: Continuing the Evolution. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 36: 1-10.
- Wearing S, Neil J (2001). *Ecoturismo: Impactos, Potencialidades e Possibilidades*. São Paulo: Manole. 500p.
- WTTC (2019). Travel & Tourism: Economic Impact 2019. World Travel & Tourism Council. Disponível em: <<https://www.wttc.org/economic-impact/country-analysis/>>. Acesso em: 22/05/2019.
- Yunus M, Moingeon B, Lehmann-Ortega L (2010). Building social business models: lessons from the Grameen experience. *Long Range Planning*, 43(2): 308-325.

SOBRE OS AUTORES E ORGANIZADORES



CARLA ZANDAVALLI

Doutoranda em Engenharia e Gestão do Conhecimento. Mestre em Engenharia de Produção pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (2004). Possui Bacharelado em Administração de Empresas pelo Centro Universitário de Maringá (2015) e graduação em Tecnologia em Processamento de dados pela Fundação Universidade do Contestado - Campus Concórdia (1997). Foi professora dos cursos de Bacharelado em Administração, Tecnologia em Processos Gerenciais e Logística e coordenadora de Curso Superior em Logística. Tem experiência na área de logística nacional e internacional, em empresa privada, por mais de 4 anos, e gestão da qualidade aplicada em serviços. É funcionária pública do Instituto Federal Catarinense, Reitoria - Blumenau, desde 2010, com experiência na Coordenadora de Registros Acadêmicos, Assessora de Relações Internacionais e coordenação do Núcleo de Inovação (Setor-Pró-Reitoria de Pesquisa, Pós-Graduação e Inovação). Contato: carlainacioudacunha@gmail.com.



CARLA INACIO DA CUNHA

Consultora em Sustentabilidade Humana e Organizacional, com formação em Serviço Social (2000) pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), possui especialização em Gestão Estratégica de Pessoas (2004) pelo Instituto Nacional de Pós Graduação e Administração e Planejamento de Projetos Sociais (2006) na Universidade Gama Filho, é também Coaching pelo IDECOH (2016). Em 2019 foi aluna especial do Mestrado em Engenharia e Gestão do conhecimento (EGC), e atualmente é membro do grupo de pesquisa em Inovação Social da UFSC. Com mais de 19 anos de experiência no mundo corporativo, sempre liderou processos e pessoas nas áreas de Recursos Humanos, Sustentabilidade, Responsabilidade Corporativa, Inovação Social e Negócios de Impacto. Possui sólida experiência na construção e gerenciamento de instituto/fundação empresarial, como atualmente no Instituto Nexxera. Desenvolveu projetos de referência em gerenciamento de impacto socioambiental em comunidades industriais de empresas localizadas na América Latina, como México, Costa Rica, Colômbia, Equador e Paraguai. Vem liderando iniciativas de modelos de trabalhos em gestão da sustentabilidade para o segmento de tecnologia em Santa Catarina na posição de vice-diretora da Vertical Governança e Sustentabilidade da Acate (Associação Catarinense de Tecnologia). Contato: setteca@gmail.com.



ID  DANIELA DE OLIVEIRA MASSAD

Doutoranda e Mestre em Gestão do Conhecimento pelo Programa de Pós-graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Bacharel em Engenharia de Produção/Ênfase em Qualidade Química pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro – Campus Resende, aonde foi professora de disciplinas na área de Química. Possui experiência em análise de viabilidade econômica de projetos de nacionalização e modificações de peças automotivas, tendo atuado durante cinco anos em empresa multinacional do ramo automobilístico. Servidora Técnico-Administrativa em Educação da UFSC desde 2010. Integrante do Grupo de Pesquisa Inovação em Ciência e Tecnologia - CoMovI (UFSC/CNPq). É autora de capítulos de livros e possui artigos publicados em periódicos especializados e em anais de eventos nacionais e internacionais. Atua na linha de pesquisa de Empreendedorismo, Inovação e Sustentabilidade, realizando pesquisas principalmente nas áreas de inovação social, empreendedorismo social e capacidade absorptiva do conhecimento. Contato: danielestevesatt@gmail.com.



ID  DANIEL ESTEVES

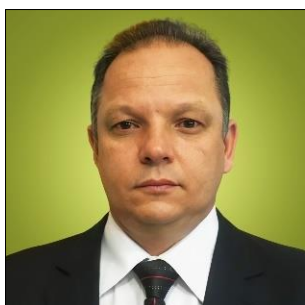
Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento pela Universidade Federal de Santa Catarina Profissional de carreira como Designer de Moda, com experiência em desenvolvimento e produção de confecção em artigos de vestuário de moda. Possui Pós-Graduação MBA em Administração de Empresas, em nível de especialização da Fundação Getúlio Vargas (2014). Graduação em Design de Moda pela Universidade do Sul de Santa Catarina (2011). Atua na área de inovação social como um dos líderes do Projeto Cidades Invisíveis, com base na produção de moda. O Projeto apoia os membros da Comunidade Frei Damião do Município de Palhoça/SC, a desenvolver um empreendedorismo de propósito gerando emprego e renda que contribuem para a melhoria da qualidade de vida dos membros da Comunidade. Contato: danimassad@gmail.com.



ID  GERTRUDES APARECIDA DANDOLINI

Professora Titular da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) no Departamento de Engenharia do Conhecimento. Graduação em Matemática (Licenciatura) pela Universidade Federal de Santa Catarina (1992), mestrado (1997) e doutorado (2000) na área de Inteligência Artificial em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina (1997). Trabalhou na Universidade Federal de Pelotas (UFPEL) de 1993 a 2007 como professora na área de Matemática, atuando em

Educação a Distância. Foi coordenadora dos Cursos de Graduação em Matemática e Matemática a Distância (2001-2006) na UFPEL e, na UFSC, do Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento (2017-2019), no qual atualmente é professora permanente. Pesquisa nas áreas de Inovação, Aprendizagem, Gestão do Conhecimento, Governança, Universidade Corporativa e Visão Sistêmica. Faz parte de três grupos de pesquisa IGTI - Inteligência, Gestão e Tecnologias para Inovação (Líder), ENGIN – Engenharia da Integração e Governança do Conhecimento e KLON - Interdisciplinar em Conhecimento, Aprendizagem e Memória Organizacional. É autora de centenas de artigos em anais de eventos e revistas científicas, e autoras dos livros Matemática Elementar I (2009) e Introdução a Lógica Matemática (2010), e organizadora de: Inteligência para Inovação (2018), Inovação em Segurança Pública (2018), Empreendedorismo e Inovação Social (2017), Gestão Empreendedora da Inovação – Vol.3 (2016), Gestão Empreendedora da Inovação: estudos de caso em empresas de base tecnológica – Vol. 2 (2015), Gestão Empreendedora da Inovação - Vol.1(2014), Cadernos de Pesquisa em Inovação: as novas tecnologias e as tendências em inovação (2013), e Mídias do Conhecimento (2011). Contato: gertrudes.dandolini@ufsc.br.



 **JOÃO ARTUR DE SOUZA**

Professor Titular da Universidade Federal de Santa Catarina no Departamento de Engenharia do Conhecimento. Graduação em Matemática (Licenciatura) pela Universidade Federal de Santa Catarina (1989) e em Direito pela Universidade do Sul Catarinense, mestrado em Matemática e Computação Científica pela Universidade Federal de Santa Catarina (1993) e doutorado na área de Inteligência Artificial em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina (1999). Trabalhou na Universidade Federal de Pelotas de 1993 a 2007 como professor na área de Matemática, atuando especialmente em Educação a Distância. Foi coordenador dos Cursos de Graduação em Matemática e Matemática a Distância (2005-2006). Líder do Grupo de Pesquisa IGTI - Inteligência, Gestão e Tecnologias para Inovação (Líder) e ENGIN – Engenharia da Integração e Governança do Conhecimento. Pesquisa na área de Inovação, Inteligência Artificial, Gestão do Conhecimento, Gestão de Risco e Controle Interno, e Universidade Corporativa. Atua como professor no Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento da UFSC na área de Inteligência e Gestão para Inovação. É autor de centenas de artigos publicados em revistas científicas e anais de evento, e autor do livro Introdução a Lógica Matemática (2010), e editor dos livros: Inovação em Segurança Pública (2018), Inteligência para Inovação (2018), Empreendedorismo e Inovação Social (2017), Ciência, tecnologia e inovação: pontes para a segurança pública (2016), Cadernos de pesquisa em inovação: as novas tecnologias e as tendências em inovação (2013). Contato: joao.artur@ufsc.br.



  **LEONARDO L. L. DE LACERDA**

Mestre em Lazer pela UFMG (linha temática de Formação e Atuação Profissional. Museu e Marketing de Serviços), Especialista em Lazer pela UFMG (abordagem sobre jogo e grupos sociais). Graduado em Turismo pelo Centro Universitário Newton Paiva (abordagem sobre ludicidade e saúde). Graduação incompleta em Administração pela Faculdade de Estudos Administrativos (FEAD). Coach pelo Instituto Brasileiro de Coaching. Atualmente é doutorando em Engenharia e Gestão do Conhecimento na UFSC (linha de pesquisa em Gestão do Conhecimento e Sustentabilidade). Contato: leolllacerda@yahoo.com.br.



  **MÁRCIA APARECIDA PRIM**

Doutoranda e mestre em Gestão do Conhecimento pelo Programa de Pós-graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Professora na Faculdade de Tecnologia AeroTD. Bacharel em Administração com Habilitação em Marketing (2010) pela Sociedade Educacional de Santa Catarina Única/SOCIESC. Ganhou o Prêmio de Mérito Discente de Produtividade (turma mestrado de 2015 e turma doutorado 2017) e Mérito Acadêmico da Sociedade Educacional de Santa Catarina Única/SOCIESC em 2010. Possui experiência na área de gestão de projetos, gestão de empresas, setor privados e terceiro setor, bem como na área de treinamento e desenvolvimento. Atua como membro do Núcleo de Estudos em Inteligência, Gestão e Tecnologias para Inovação (IGTI) (UFSC/CAPES), na linha de pesquisa em Empreendedorismo, Inovação e Sustentabilidade. Realiza pesquisas principalmente nas áreas de inovação social e sua governança. É autora de artigos em periódicos especializados, capítulo de livros e anais de congresso nacionais e internacionais. Contato: marciaaprim@gmail.com.



  **RICARDO PEREIRA**

Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento (EGC) da Universidade Federal de Santa Catarina. Graduado em Administração de Empresas (2002) e em Direito (2013), ambos pela Universidade Federal de Santa Catarina, com especialização/MBA em Gestão Global pela Universidade Independente de Lisboa (2004) e mestrado em Engenharia de Produção, na área de inteligência organizacional pela Universidade Federal do Santa Catarina (2009). Servidor Público Federal desde 2004. Administrador/Analista da Universidade Federal de Santa Catarina, Procuradoria Geral Federal (PF/AGU) e IBGE, exercendo atividades relacionadas à supervisão, programação, coordenação e execução especializada, em um grau de maior complexidade, relacionada a estudos, pesquisas, análises e projetos de

administração de pessoal, material, orçamento, organização e métodos. Atualmente atua como Analista de Planejamento, Gestão e Infraestrutura, exercendo suas atividades na Procuradoria da União no estado de Santa Catarina (PU/AGU). Contato: rikardop@gmail.com.



  **ROSANE MALVESTITI**

Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento pela Universidade Federal de Santa Catarina. Possui graduação em Enfermagem pelo Centro Universitário Herminio Ometto de Araras (1986), graduação em Educação Física pela Pontifícia Universidade Católica de Campinas (1990) e mestrado em Ciências do Movimento Humano pela Universidade Cruzeiro do Sul (2014). Atualmente, ergonomista prestadora de serviços à várias empresas e professora de consciência corporal e yoga - Clínica de Terapia Rosane Malvestiti em Araras e Clínica Coração da Terra em São Paulo, SP, atuando principalmente nos seguintes temas: ergonomia, corpo, terapia e ginástica. Contato: romaiah50@gmail.com.



  **YOHANI DOMINIK DOS SANTOS FIGUEIREDO**

Doutoranda e mestre em Engenharia e Gestão do Conhecimento pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Graduada em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), possui MBA em Gestão de Projetos em Engenharia e Arquitetura pelo Instituto de Pós-Graduação e Graduação (IPOG), Experiência com desenvolvimento de projetos de arquitetura residencial unifamiliar, multifamiliar, projetos comerciais, projetos de arquitetura de interiores, acompanhamento de obras e elaboração de instituição de condomínios. Atualmente atua como membro do Núcleo de Estudos em Inteligência, Gestão e Tecnologias para Inovação (IGTI) (UFSC). Contato: yohanidominik@gmail.com.

ÍNDICE REMISSIVO

A

AGENDA 2030 · 43, 44, 45, 49, 54
 aprendizagem · 16, 18, 20, 21, 50, 61, 64, 68,
 69, 70, 74, 80
 autossustentabilidade financeira · 31

B

base da pirâmide · 14, 32, 34, 39

C

cocriação · 14, 19, 23, 64, 68, 70, 71, 72
 colaboração · 14, 16, 17, 18, 19, 21, 23, 64, 65,
 67
 compartilhamento do conhecimento · 18
 comunidade local · 59, 66, 74, 75
 conhecimento · 14, 15, 16, 18, 19, 21, 22, 40,
 43, 59, 62, 63, 67, 68, 78, 80, 81, 82, 86, 87,
 90, 91
 cooperação · 14, 15, 51, 64, 79, 86
 criação de valor · 29, 32, 36, 65, 80

D

desenvolvimento sustentável · 20, 30, 42, 43,
 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 81
 objetivos · 49
 evolução · 43
 desigualdade · 29, 46, 50, 79

E

ecoturismo · 59, 64, 66, 74, 75
 educação empreendedora · 80, 81, 82, 83, 87
 empoderamento · 13, 19, 20, 21, 22
 empreendedorismo social · 34, 35, 78, 80, 86,
 91
 empresas sociais · 29, 30, 31, 32, 33, 34, 36, 38,
 39, 72, 73

G

governança · 16, 23, 31, 32, 45, 63, 67, 69, 93

I

Ignacy Sachs · 42, 45, 46, 54
 impacto
 social · 13, 20, 21, 29, 32, 35, 38, 39, 52
 do turismo · 61
 inclusão social · 13, 14, 20, 22, 30, 87
 inovação social · 13, 14, 15, 20, 21, 22, 23, 25,
 26, 42, 53, 54, 58, 59, 60, 63, 64, 65, 66, 67,
 68, 69, 70, 71, 73, 74, 75, 77, 79, 81, 87, 91,
 93

L

laboratório de turismo sustentável e inovação
 social · 68

M

Maurice Frederick Strong · 45
 mudança social · 16, 32

N

necessidade social · 15, 73, 74
 negócios
 inclusivos · 30, 32, 40
 sociais · 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38,
 39, 41, 42, 46, 51, 52, 53, 54, 81

O

organização social · 47, 49, 80

P

parcerias · 16, 17, 18, 49, 52, 66, 87

participação

coletiva · 64, 69

social · 23, 26

problema social · 13, 16, 20, 29, 31, 32, 80

Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente · 45

projetos sociais · 81

R

redes · 16, 18, 20, 21, 26, 63, 65, 69, 74

sociais · 26, 63

Relatório *Brundtland* · 43

responsabilidade social · 38, 54, 55, 81, 87

S

sustentabilidade · 13, 14, 20, 22, 29, 32, 35, 36,

37, 38, 39, 44, 46, 47, 49, 52, 53, 54, 55, 59,

64, 72, 75, 90

T

transformação · 13, 14, 15, 16, 17, 20, 21, 22, 23, 52, 63

turismo · 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77

de base comunitária · 59, 64, 67, 75

inteligente · 70, 71, 72

sustentável · 63, 68, 69, 70, 74, 75

V

valor social · 13, 16, 17, 21, 30, 32, 33, 79, 80

W

World Commission on Environment and Development

· 47

Desde que o homem percebeu que para sobreviver necessitava explorar recursos naturais, sua relação com o meio ambiente tem sido desafiadora. Tal relação que deveria ser harmoniosa, há tempos está desequilibrada. A humanidade explora os recursos naturais como se fossem inesgotáveis. Nas últimas décadas, a rápida aceleração industrial tem sido acompanhada de poluição e degradação do meio ambiente. A internalização dos lucros e a socialização dos prejuízos ambientais têm sido a regra, e quem perde é o planeta e as futuras gerações.

Entretanto, o mundo em que vivemos apresenta indícios de que esta forma de exploração é insustentável. Catástrofes, efeito-estufa, desequilíbrio climático, dentre tantos outros eventos sugerem uma nova abordagem pela humanidade.

Em contradição a esta realidade, uma parcela da sociedade, atenta a esta situação de desarmonia, vem promovendo uma nova forma de enxergar a relação do homem com a natureza, visando à exploração de recursos naturais de forma sustentável, produção industrial limpa, dentre outras iniciativas que minimizem as mazelas até então identificadas.



Pantanal Editora

Rua Abaete, 83, Sala B, Centro. CEP: 78690-000
Nova Xavantina – Mato Grosso – Brasil
Telefone (66) 99682-4165 (Whatsapp)
<https://www.editorapantanal.com.br>
contato@editorapantanal.com.br