

TRILHANDO A TRANSFORMAÇÃO

INOVAÇÕES SOCIAIS PARA O TURISMO SUSTENTÁVEL



FICHA TÉCNICA

EMPRESA

CTG Brasil

PROJETO

Trilhando a Transformação:
Inovações Sociais para o Turismo Sustentável

RESPONSÁVEIS PELO PROJETO

CTG Brasil

Salete da Hora – Diretora de Marca, Comunicação e Sustentabilidade – CTG Brasil

Responsável pela concepção geral e estratégia do projeto

Gabriela Toscano – Gerente de Sustentabilidade – CTG Brasil

Responsável pela operação do projeto e interface com os parceiros

Dorothee Luisa Polzer – Analista de Sustentabilidade Senior

Ashoka

Rafael Murta Reis – Diretor na Ashoka Brasil e gestor da parceria

Daniela Matielo – Diretora do Programa Changemakers

Stephanie Ambar – Líder de produto – Desafios Changemaker

Lilian Romão – Gestora do Desafio

Milena Cayres – Articuladora de rede do desafio

Fernando Balbino – Gestor de Tecnologia e Plataformas do Programa Changemakers

Antônio Biondi – Coordenador de Comunicação e Gestor de Comunicação do projeto

Marcus Teles – Redator do Mapeamento

Bemtevi

Eduardo F. Pedote – Líder do Círculo da Jornada Bemtevi

Planejamento e condução do processo de mentoria e aceleração

Marianne B. Baumgart – Gestora do Círculo da Jornada Bemtevi

Preparação de materiais e acompanhamento do processo de mentoria e aceleração

CTG voluntários na avaliação dos projetos

Ana Maria Borges

Operação

Anderson Allan Alcamim

Operação

Bruno Cesar Longo

Saúde e Segurança do Trabalho

Bruno Delgado Rodrigues

Administração

Bruno Molina Gil

Engenharia & Capex

Caio Cesar Viana

Pessoas e Cultura

Camila Gagliano Mucin

Comunicação

Carlos Nascimento

Pesquisa & Desenvolvimento

Desiree Leme dos Santos

Controladoria

Dorothe Polzer

Sustentabilidade

Douglas Adilio Ferreira

Relações institucionais

Everaldo Silva

Controladoria

Everthon Santos

Operação

Felipe Andrade

Pessoas e Cultura

Felipe Geazi de Melo

Sustentabilidade

Gabriel Gadea de Lima

Comercial

Gabriela Lobato

Pesquisa & Desenvolvimento

Gabriela Toscano

Sustentabilidade

Glaucio Joao Agostinho

Operação

Guilherme Magrini Verri

Meio ambiente

Isabelle Ribas Correa

Pessoas e Cultura

Joecanne Yuri Cerizza

Centro de Serviços Compartilhados

Jociele dos Santos Lemes

Saúde e Segurança do Trabalho

Juliana Graeff Fukuyama

Pessoas e Cultura

Kleverton Marcos Armelin

Administração

Leia Zavanella

Pessoas e Cultura

Marcelo Milan de Sousa

Relações institucionais

Paula Rigolizzo Ebeling

Sustentabilidade

Rogério Canovas Camargo

Meio ambiente

Salete Hora

Sustentabilidade

Sandra Moura Pires

Operação

Tamiris Del Chico

Comunicação

Tatiana Garrido

Estratégia

Victor Hugo Barreto

Pessoas e Cultura

Vinicius do Amaral

Patrimônio

Waldomiro Jose da Costa

Operação

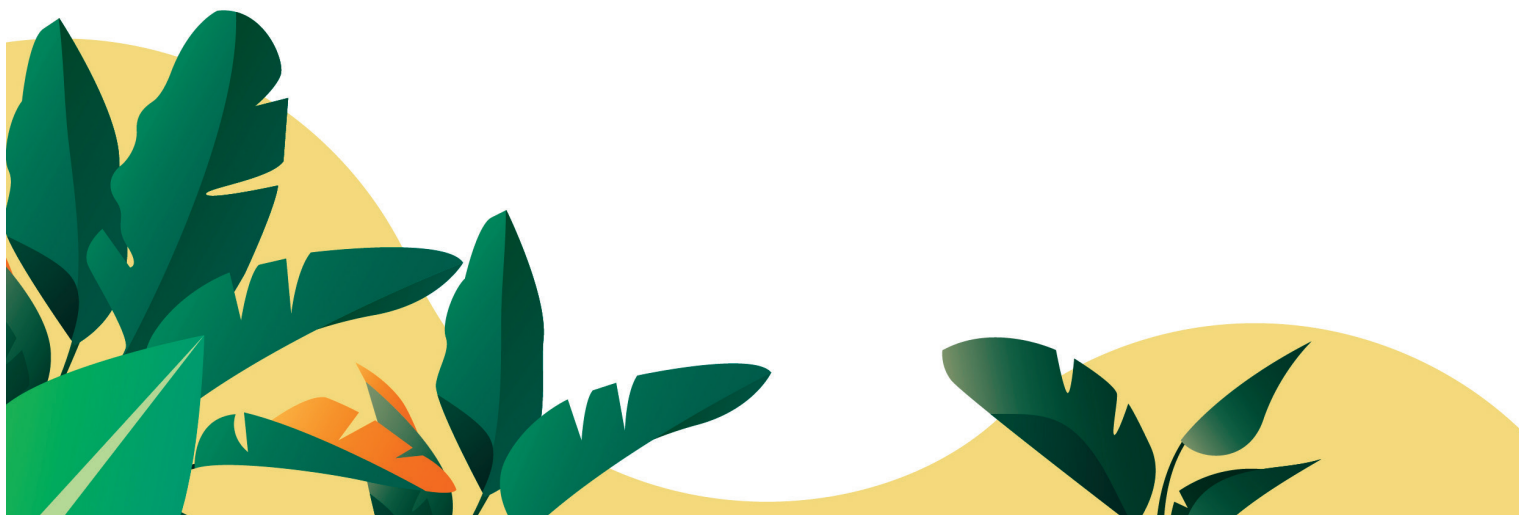
Xinya Zhang

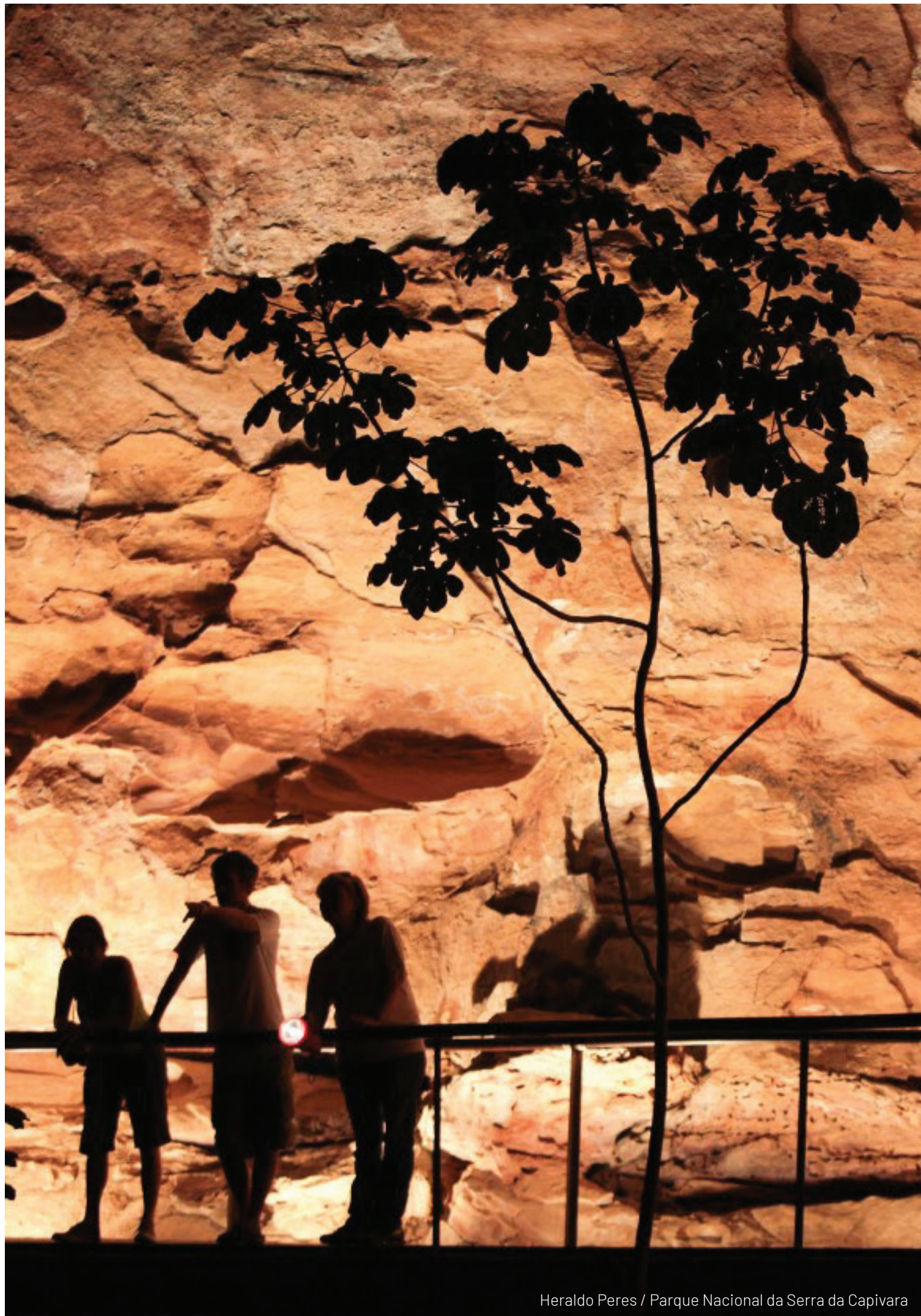
Comunicação



ÍNDICE

RESUMO	5
CONTEXTO	6
ESTRATÉGIA	8
AÇÕES E RESULTADOS	10
O desafio e a articulação em rede	10
Detalhes dos finalistas	14
O mapeamento	15
Barreiras sistêmicas do setor de turismo sustentável	16
Princípios direcionadores dos empreendedores em turismo sustentável	17
Matriz de Inovação – Turismo Sustentável	18
COMUNICAÇÃO	20
INVESTIMENTOS	21





RESUMO

Participar ativamente do desenvolvimento das regiões em que atua faz parte dos pilares de sustentabilidade da CTG Brasil. A empresa, que tem pouco mais de sete anos de atuação no País, conta com diversas ações de relacionamento com as comunidades locais por meio da promoção da saúde, educação, meio ambiente e geração de renda no entorno de seus reservatórios. Em 2020, diante de todas as dificuldades impostas pela pandemia, um público teve atenção especial da empresa: os responsáveis pelas iniciativas de turismo comunitário e sustentável. Com a paralização das atividades ligadas à cultura e ao lazer, o setor do turismo teve suas atividades ou suspensas ou fortemente reduzidas, o que gerou forte impacto econômico e social para os envolvidos e, consequentemente, na economia local.

Segundo o volume II do relatório **Dados & Informações do Turismo no Brasil**, publicado pelo Governo Federal, em junho de 2021, a queda mundial da receita do setor no mundo em 2020 foi de, aproximadamente, USD 1,3 trilhões. As chegadas de voos tiveram queda de 84% na Ásia e no Pacífico, 74% o Oriente Médio e África e 69% nas Américas, conforme apurado pelo Barômetro do Turismo Mundial, da Organização Mundial do Turismo (março de 2021).

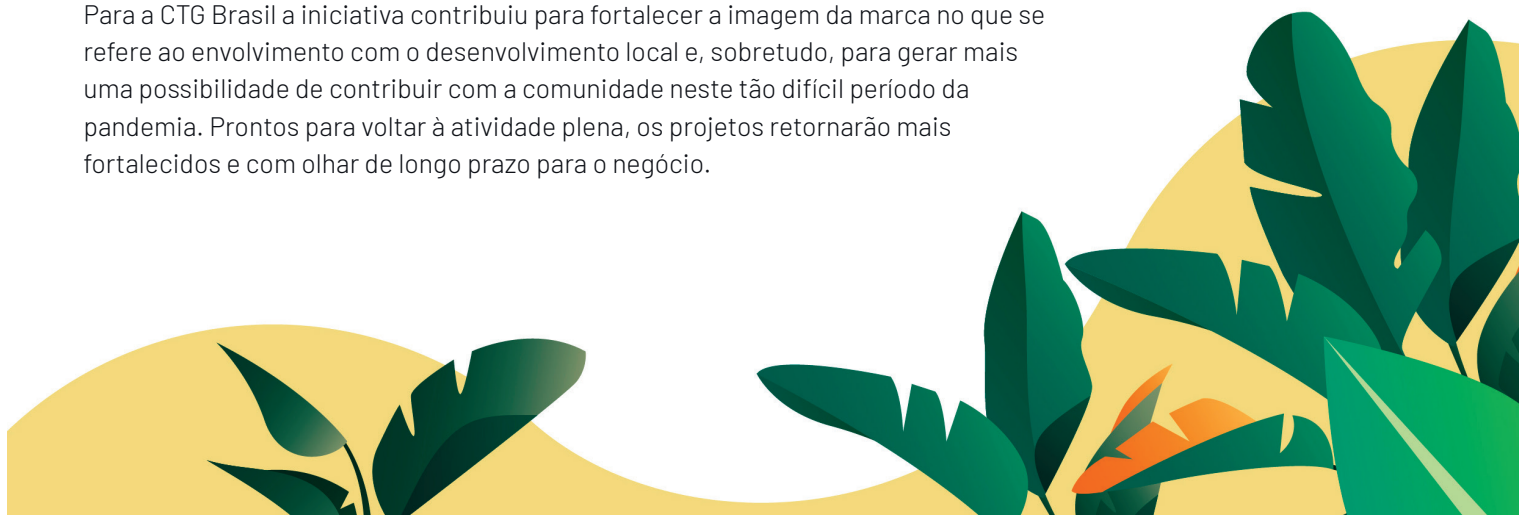
A atividade estava em crescimento no Brasil e no mundo. Em 2018, o turismo era responsável por 8,1% do PIB brasileiro, segundo o Ministério do Turismo, e por 7,5% da geração de empregos. Em 2020, o setor teve queda de faturamento de 59%, conforme mostra pesquisa do Sebrae feita em março de 2021. A mesma pesquisa apurou que o turismo foi o setor mais afetado da economia nacional com a pandemia. Todos esses dados estão disponíveis na publicação do Governo Federal (<https://bit.ly/3l4c709>).

Para enfrentar essa complexa realidade, a CTG Brasil, em parceria com a Ashoka, criou um projeto focado em ações de inovação em turismo sustentável e comunitário, com o intuito de apoiar e preparar as iniciativas para a retomada. A ideia de trabalhar com esse público veio antes da pandemia, já que é uma atividade intrinsecamente relacionada com o uso múltiplo dos reservatórios da empresa, estruturas que abrangem diretamente 125 municípios. Contudo, a dimensão, a urgência e o impacto previsto pelo projeto ganharam força e alcance nacional com o advento da Covid-19.

Nasceu assim o projeto **Trilhando a Transformação: Inovações Sociais para o Turismo Sustentável**, que foi concebido com dois objetivos principais: 1) premiar as três melhores iniciativas em turismo sustentável com R\$ 100 mil reais cada, além de oferecer um processo de mentoria profissional (aceleração) ao longo de 2021; 2) organizar um extenso e profundo mapeamento qualitativo do turismo sustentável comunitário no Brasil, com seus desafios, princípios e soluções. Esse mapeamento é voltado tanto para auxiliar os projetos em si, quanto para dar subsídio para a formação de políticas públicas tão necessárias, bem como estudos do setor.

A ação foi muito além do entorno dos reservatórios. Foram inscritas 207 iniciativas espalhadas por todo o Brasil, tendo 196 delas cumprindo os requisitos mínimos. Essas 196 puderam, além de concorrer ao prêmio, conhecer umas às outras e iniciar um trabalho em rede de parcerias e troca de conhecimentos e experiências.

Para a CTG Brasil a iniciativa contribuiu para fortalecer a imagem da marca no que se refere ao envolvimento com o desenvolvimento local e, sobretudo, para gerar mais uma possibilidade de contribuir com a comunidade neste tão difícil período da pandemia. Prontos para voltar à atividade plena, os projetos retornarão mais fortalecidos e com olhar de longo prazo para o negócio.

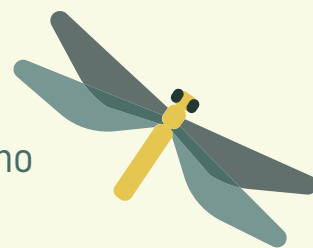


CONTEXTO

Em março de 2020 o Brasil anuncia o primeiro caso pela Covid-19, ocorrida em São Paulo. O poder público começa a tomar diferentes ações, variando conforme a localidade, com o intuito de reduzir a circulação de pessoas e promover o isolamento social em maior ou menor escala. As atividades econômicas que dependiam do encontro presencial foram as mais impactadas.

Bares, restaurantes, casas de shows, cinemas, teatros e afins tiveram de baixar as portas sem saber por quanto tempo. Diante das medidas sanitárias colocadas e do receio da contaminação, as pessoas deixaram de viajar. Negócios ligados ao turismo tiveram sua fonte de renda interrompida de uma hora para outra. Houve forte queda no número de voos, como já citado, hotéis, pousadas e restaurantes sofreram restrições que foram desde períodos de fechamento, até limitação de clientes e adoção de medidas sanitárias nas instalações, implicando na alteração profunda da rotina desses estabelecimentos.

Os efeitos da pandemia de covid-19 no turismo



SEM PODER RECEBER
TURISTAS, AS COMUNIDADES
ATRAVESSAM A CRISE
COM DIVERSIFICAÇÃO
DE SUAS ATIVIDADES

A PRESENÇA ON-LINE É
UM RECURSO DURANTE A
PANDEMIA: QUANDO NÃO
PERMITE OFERECER
SERVIÇOS DIGITALMENTE,
AJUDA NA PERSPECTIVA
DE CONEXÃO COM FUTUROS
NOVOS CLIENTES

EMPREENDEDORES SOCIAIS
QUE OFERECEM ATIVIDADES
LIGADAS A UM PROPÓSITO DE
TRANSFORMAÇÃO SOCIAL TÊM
UMA REDE FORTALECIDA PARA
MOMENTOS DE CRISE

A CRISE TEM SIDO
UTILIZADA PARA PLANEJAR
O FUTURO E ESPERA-SE
UM CRESCIMENTO DO
TURISMO SUSTENTÁVEL,
HARMONIZANDO COM
NATUREZA E EM
MENORES GRUPOS

Foi nesse momento que se tornou urgente uma proposta que, mesmo antes da pandemia, começava a ganhar corpo na estratégia de relacionamento da CTG Brasil com a sociedade, especialmente com as comunidades próximas de suas usinas: o estímulo a iniciativas inovadoras de turismo sustentável. Se grandes estruturas que costumam ter planejamento financeiro prevendo crises e sazonalidades entraram em alerta sem saber por quanto tempo duraria a pandemia, os pequenos empreendimentos ficaram, quase que de imediato, sem o suficiente para sua sobrevivência.

Se a pandemia – que mobilizou empresas de todos os setores em prol dos mais variados tipos de iniciativa de apoio à saúde e suporte econômico – não foi a raiz do projeto, por que uma empresa de energia se preocupa com turismo, cultura e lazer?

A relação das geradoras de energia com atividades turísticas é muito próxima. Inclusive, visitas a usinas fazem parte de roteiros turísticos. O fator de ligação entre a geração de energia hidrelétrica e o setor de turismo, cultura e lazer são os reservatórios. Com grandes extensões de água ladeadas na maior parte por áreas preservadas ou em processo de conservação, os reservatórios das usinas, por si só, já atraem turistas. Além disso, eles oferecem vários usos socioeconômicos: pesca, agricultura, atividades esportivas, dentre outros.

É comum encontrar atividades turísticas ao redor dos reservatórios, frequentemente promovidas pela comunidade do entorno. Tais iniciativas vão desde o aproveitamento da água para lazer até a promoção de caminhadas e outras atividades ao ar livre no entorno, bem como o contato com elementos da cultura local.

Os reservatórios são base de atividades de pesca artesanal, fornecem água para agricultura familiar e são atrativos para programas de cultura e lazer. Bares, restaurantes, pousadas e demais iniciativas ligadas ao lazer se estruturam no entorno dos reservatórios, levando para o público cultura, esporte, turismo e diversão. Muitas dessas ações têm como protagonistas moradores locais que demonstram sua culinária, sua cultura – às vezes secular – a que vem de fora. São esses pequenos empreendedores que conhecem a região a fundo, são portadores de seus segredos e, histórias. Sabem muito sobre as trilhas, as plantas, os animais, os costumes.

Muitas dessas iniciativas são comunitárias e não conseguem gerar recursos suficientes para o sustento das famílias, que precisam ser complementadas com outras atividades. Mesmo assim, são de relevância para o equilíbrio financeiro local. E sua suspensão trouxe impactos econômicos significativos. Foi vendo o impacto imediato e a insegurança futura trazidos pela pandemia para seus vizinhos que vivem de turismo, cultura e lazer, que a CTG Brasil resolveu que este seria o momento ideal para iniciar o projeto.

Segundo projeções do Centro de Estudos em Competividade da Fundação Getúlio Vargas, o setor de turismo deve fechar o biênio 2020/21 com R\$ 116,7 bilhões de prejuízo. Por ser um dos últimos a retomar as atividades plenamente, a recuperação deve ser lenta, atingindo por um período mais longo as iniciativas mais frágeis do setor, como o turismo comunitário e sustentável.

Além de auxiliar no fortalecimento da marca como promotora do desenvolvimento local, ao fomentar iniciativas e profissionalização do turismo comunitário e sustentável, a CTG Brasil ajuda a garantir a preservação ambiental do entorno de seus reservatórios, elemento-chave para a eficiência da operação das usinas. Dessa maneira, consegue unir empresa e comunidade em um mesmo propósito, já que os recursos naturais também fazem parte dos projetos turísticos.

Em atividade no Brasil desde 2013, a CTG Brasil é uma empresa do grupo China Three Gorges Corporation, o mesmo responsável pela construção e operação da maior usina hidrelétrica do mundo a Três Gargantas, na China. A empresa que nasceu naquele país com o intuito de controlar cheias do Rio Yangtzé, promover o turismo regional e gerar energia se tornou uma das líderes mundiais em geração de energia limpa. No Brasil, é a segunda maior geradora privada de energia, com investimentos em 17 usinas hidrelétricas e 11 parques eólicos, estando presente em mais de 10 estados, com capacidade instalada de 8,3 GW.

Percebendo as características específicas de um negócio de turismo sustentável e a importância de valorizar e preservar a cultura local, a CTG Brasil chamou um parceiro com larga experiência internacional na promoção de transformações por meio do empreendedorismo social: A Ashoka Brasil, braço nacional da Ashoka mundial.

Fundada em 1980 pelo americano Bill Drayton, essa organização sem fins lucrativos está presente em quase 100 países implementando a sua tecnologia social em ações voltadas para soluções inovadoras para problemas sociais, culturais e ambientais (empreendedorismo social); desenvolvimento de habilidades como empatia, protagonismo, colaboração e criatividade em jovens, com o intuito de formá-los como agentes de transformação social e alinhamento de iniciativas em rede, quebrando assim barreiras e construindo um sistema colaborativo global voltado para uma nova economia.

Considerada a 5ª maior Organização Não Governamental em impacto social no mundo, segundo a publicação suíça NGO Advisor, a Ashoka possui uma rede com mais de 3.600 empreendedores sociais (fellows) certificados em todo o mundo e 300 Escolas Transformadoras. Desses empreendedores, 379 atuam no Brasil, que sedia 18 escolas da Ashoka.

De uma preocupação inicial com as comunidades do entorno dos reservatórios, nasceu um projeto que se estendeu para todo o País. A pandemia ajudou a trazer à tona vulnerabilidade do setor de turismo, reforçando a necessidade de pesquisa, políticas públicas, capacitação dos profissionais, recursos e infraestrutura.

"SABÍAMOS DA NECESSIDADE IMEDIATA, MAS QUERÍAMOS TRABALHAR COM ALGO MAIS PERENE, COM O INTUITO DE TORNAR O TURISMO A ATIVIDADE PRINCIPAL DESSAS COMUNIDADES, COM METAS E PLANEJAMENTO DE LONGO PRAZO. AO ESTENDER AS AÇÕES ALÉM DO ENTORNO DAS USINAS, PODERÍAMOS PROMOVER UMA TRANSFORMAÇÃO MUITO MAIOR, MAIS EFICAZ E ESCALÁVEL. NOTAMOS AINDA QUE MUITAS INICIATIVAS SE MANTINHAM ISOLADAS. CONECTAR OS PROJETOS CRIANDO REDES DE PARCERIAS E TROCA DE EXPERIÊNCIAS TAMBÉM SERIA UMA INICIATIVA INOVADORA E DE GRANDE RELEVÂNCIA NO DESENVOLVIMENTO DO SETOR. PARA A EMPRESA ERA UMA OPORTUNIDADE DE FORTALECER SUA MARCA EM TODO O TERRITÓRIO NACIONAL."



SALETE DA HORA
DIRETORA DE MARCA,
COMUNICAÇÃO E
SUSTENTABILIDADE.

Com o nome de **Trilhando a Transformação: inovações sociais para o turismo sustentável**, o projeto abriu duas frentes de atuação: 1. premiar iniciativas inovadoras e sustentáveis com reconhecimento em dinheiro e um programa de aceleração e mentoria; 2. elaborar um mapeamento qualitativo do setor. Esse mapeamento, feito com uma metodologia desenvolvida pela Ashoka, pode se tornar referência para a elaboração de políticas públicas, nortear os projetos e programas de apoio.

A CTG Brasil entendeu que a iniciativa tinha aspectos inovadores que iam além das ações em si. A amplitude, o foco e a metodologia aplicada tornavam esse processo inovador também no relacionamento de uma hidrelétrica com a sociedade. E foi com esse pensamento que a CTG Brasil decidiu levar a iniciativa para o Programa de Pesquisa e Desenvolvimento Tecnológico do Setor de Energia Elétrica, promovido pela- Aneel – Agência Nacional de Energia Elétrica.

Nesse programa nacional, as empresas de energia se comprometem a investir um determinado montante de recursos em projetos de inovação e desenvolvimento.

Mas, afinal o que é turismo sustentável? Será que é apenas aquele que implica em atividades junto da natureza? Não. Até porque nem sempre atividades praticadas junto da natureza tem caráter sustentável. A proposta de desenvolver projetos de turismo sustentável busca romper diversos padrões associados ao turismo em si, que pode ser muitas vezes uma atividade predatória. Turismo sustentável, é construir um turismo em que as dimensões econômica, social, cultural e ambiental tanto da vida humana quanto não humana tenham pesos equivalentes no processo.

A “fórmula” para a implementação do turismo sustentável baseado nesses pilares pode ser representada por uma interseção (ver ilustração) entre políticas públicas, dinâmicas de mercado, mudanças de padrões de produção e consumo e uma nova forma de pensar e de agir. Enfim, um processo disruptivo dos padrões atuais e justamente por isso, inovador.

Como cada esfera da vida é relacionada com as demais, tudo muda por meio de articulação



Turismo fundamentado em:



“AS EMPRESAS COSTUMAM DESTINAR ESSES RECURSOS AO APRIMORAMENTO DE TECNOLOGIAS DIRETAMENTE LIGADAS À MELHORIA DA EFICIÊNCIA DA GERAÇÃO DE ENERGIA, MAS NÃO HÁ NADA NO PROGRAMA QUE RESTRINJA QUE O RECURSO SEJA DESTINADO A OUTRO TIPO DE AÇÃO, DESDE QUE PAUTADA PELA INOVAÇÃO E PELO DESENVOLVIMENTO. DIANTE DISSO PENSAMOS: POR QUE NÃO PODE SER UMA INOVAÇÃO SOCIAL? E ASSIM FIZEMOS. DESTINAMOS PARTE DO RECURSO DO PROGRAMA PARA O PROJETO, O QUE FOI PLENAMENTE ACEITO” CONTA CARLOS NASCIMENTO, GERENTE DE P&D DA CTG BRASIL.”



CARLOS NASCIMENTO
GERENTE DE P&D DA CTG BRASIL

AÇÕES E RESULTADOS

As duas frentes do projeto trabalharam paralelamente se cruzando em diversos momentos, pois contaram com a participação de muitos atores em comum. Enquanto corriam as etapas do concurso, entrevistas foram realizadas e dados levantados para a montagem do mapeamento como veremos mais adiante.

O DESAFIO E A ARTICULAÇÃO EM REDE

O desafio foi lançado em junho de 2020 oferecendo R\$ 100 mil para cada uma das três melhores iniciativas inscritas, escolhidas entre 10 finalistas e 65 semifinalistas. Além do dinheiro, que deve ser totalmente investido no projeto, os vencedores estão recebendo ao longo de 2021 um processo de mentoria (aceleração) em gestão de negócios sustentáveis voltados para o turismo, com base no processo de empreendedorismo social da Ashoka. Além da Ashoka, parte da mentoria está sendo realizada pela consultoria Bemtevi, voltada para a elaboração de um plano de negócios, melhoria da gestão e geração de indicadores. Dessa maneira, as equipes das iniciativas estão sendo capacitadas para estruturar e até expandir os projetos de forma planejada e com a utilização racional dos recursos financeiros, humanos e naturais, sempre dentro dos pilares do turismo sustentável e do empreendedorismo social.

Para participar, as iniciativas precisavam já estar em operação e possuir as seguintes características: foco em ao menos duas das quatro bases do turismo sustentável (social, cultural, ambiental e econômica); ter aspectos inovadores; promover o desenvolvimento local; gerar transformação social; se estruturar a partir da colaboração de diversos atores (ação em rede) e afirmar o protagonismo das comunidades locais. Os inscritos também precisavam ter possibilidade de replicabilidade e potencial de crescimento; ter evidências de diversidade nas equipes, nos parceiros ou no público-alvo.

“A ATUAÇÃO DA BEMTEVI INICIOU COM UM DIAGNÓSTICO DAS TRÊS INICIATIVAS, MAPEANDO PONTOS A SEREM TRABALHADOS EM CADA UMA DELAS. A PARTIR DE ENTÃO, ACOMPANHAMOS E CONDUZIMOS A JORNADA DE AMADURECIMENTO DOS EMPREENDEDORES PARA A CONSTRUÇÃO DE SEUS PLANOS DE NEGÓCIO, QUE INCLUI A ELABORAÇÃO DE UMA TEORIA DE MUDANÇA, INDICADORES DE IMPACTO, MODELAGEM DE NEGÓCIO E FERRAMENTAS DE GESTÃO. FAZEMOS REUNIÕES PERIÓDICAS ONDE APRESENTAMOS OS ITENS QUE COMPÕEM O PLANO, TRAZEMOS EXEMPLOS, ESTIMULAMOS A DISCUSSÃO, DIRECIONAMOS E VALIDAMOS A CONSTRUÇÃO DO MATERIAL.”



EDUARDO PEDOTE
SÓCIO BEMTEVI

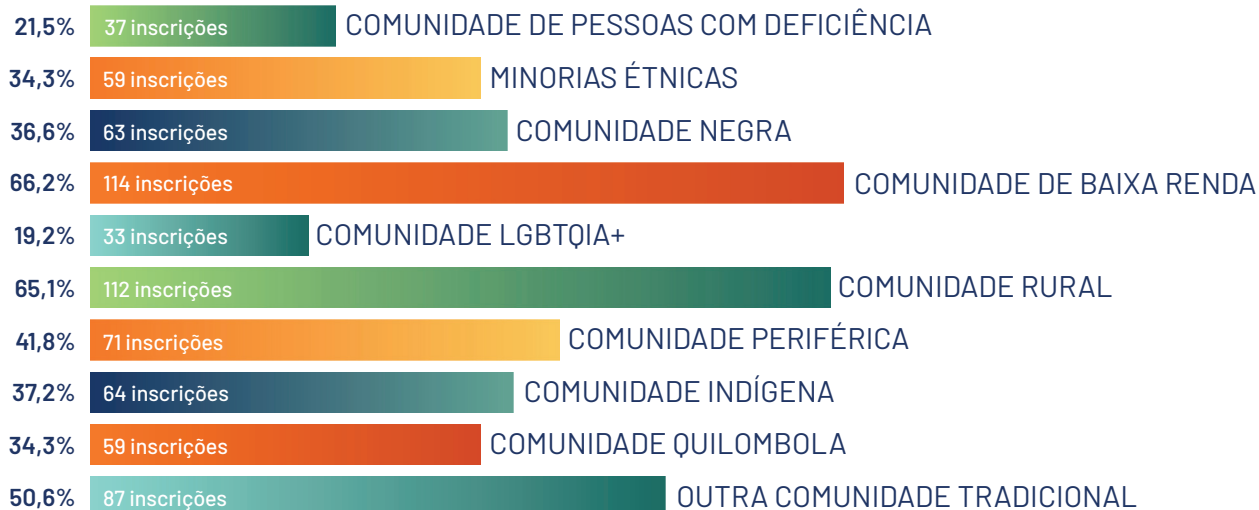
O lançamento aconteceu em junho de 2020 e as mentorias vão até novembro de 2021.

CRONOGRAMA	
DATA	ETAPA
30/06/2020	Lançamento do projeto
30/06 a 31/08/2020	Inscrições
01 a 18/09/2020	Avaliação I e feedback
18 a 03/09/2020	Edição dos projetos
01 a 19/10/2020	Avaliação II e feedback
26/10/2020	Divulgação dos finalistas
09/11/2020	Avaliação dos jurados
04/12/2020	Evento online de anúncio dos vencedores e lançamento do mapeamento
Janeiro a Novembro de 2021	Processo de mentoria (aceleração)

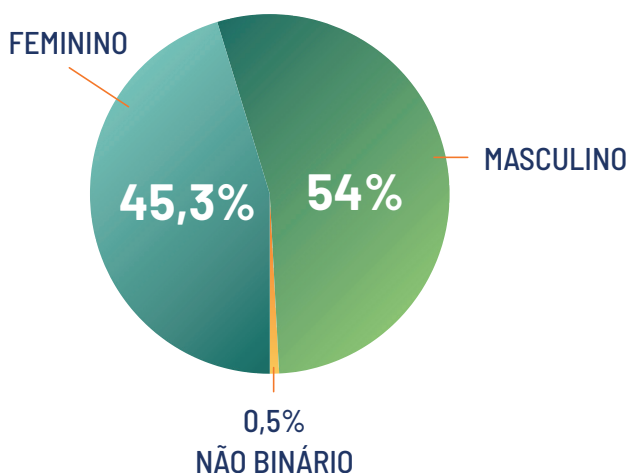


Foram 207 projetos inscritos (196 aprovados) de toda as partes do Brasil e com as mais diversas características. Veja os gráficos:

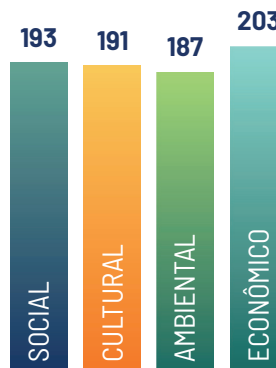
Diversidade de público da iniciativa



Gênero - proponentes



Pilares da Sustentabilidade



Em uma primeira seleção foram escolhidas 65 iniciativas semifinalistas que iniciaram um processo de articulação em rede promovido pela CTG Brasil e pela Ashoka. Esse grupo participou de três encontros temáticos virtuais em que os representantes dos projetos puderam debater seus processos, conhecer uns aos outros, trocar experiências, falar sobre problemas e soluções, formando assim uma comunidade de aprendizagem que se estendeu além dos encontros. Abriu-se, com isso, uma porta para a formação de parcerias entre os projetos, pois havia iniciativas que, mesmo trabalhando próximas, não se conheciam.

Desses 65 foram selecionados dez finalistas, iniciando um novo processo de aprendizagem coletiva por meio de encontros temáticos virtuais e maior aproximação entre os projetos, até o anúncio dos três vencedores, que foi feito em um dos encontros coletivos.

"O OBJETIVO PRINCIPAL DO PRÊMIO NÃO FOI CRIAR UMA COMPETIÇÃO, MAS PROMOVER UMA REDE DE COLABORAÇÃO E DE CONHECIMENTO ENTRE OS PROJETOS. UM PROCESSO DE APRENDIZAGEM COLETIVA E ATUAÇÃO EM REDE."



RAFAEL MURTA
DIRETOR
ASHOKA

FINALISTAS

INICIATIVA	LOCALIDADE	DESCRIÇÃO
Acolhida na Colônia	Santa Catarina	Agroturismo como agente de desenvolvimento econômico rural e promotor do relacionamento entre campo e cidade, por meio de hospedagem caseira e promoção de experiências na rotina e na cultura rural.
Brazilidade	Rio de Janeiro	Integração da favela com seu entorno, por meio da promoção de atividades culturais e de lazer desmistificando o estereótipo da favela para o restante da cidade.
Diáspora Black	São Paulo	Jovens negros gerindo um market place que atua em 15 países com vendas de iniciativas de turismo de base comunitária, divulgação da cultura afro, treinamentos profissionais e promoção de experiências on line com foco no atendimento a consumidores negros.
Gralha Azul	Paraná	Rede colaborativa de turismo que reúne famílias rurais, indígenas e quilombolas unindo atividade econômica a preservação ambiental e cultural.
Poranduba Amazônia	Amazonas	Agência de Turismo comunitária levando renda para comunidades nas margens do Rio Negro.
Pousada Flutuante Uacari	Amazonas	Empreendimento de base comunitária. Uma pousada construída sobre as águas é o centro de uma rede de atividades ligadas ao turismo que gera renda para famílias moradoras da reserva Mamirauá, devidamente capacitadas para atuação em diversas vertentes do setor.
Rede Batuc	Bahia	Articulação em rede de 34 iniciativas de turismo comunitário na Bahia que atuam de maneira colaborativa com a formação de parcerias e iniciativas de comunicação e comercialização.
Rota da Liberdade	São Paulo	Inspirado no programa Rota do Escravo da Unesco, o projeto reúne iniciativas que valorizam a diáspora africana com roteiros turísticos promovidos por comunidades negras enaltecendo sua história e sua cultura.
Turismo CO2 Legal	Bahia	Sistema de cálculo e compensações em que as emissões da atividade turística são medidas, transformadas em valor monetário, com o qual o turista contribui para a compensação do seu impacto. O valor é destinado à preservação ambiental e manutenção das comunidades locais. O processo retorna para o turista por meio de um programa de descontos.
Turismo sustentável como vetor de conservação ambiental e inclusão socioeconômica	Minas Gerais	Transformação de caçadores de onças em empreendedores de turismo de observação da fauna.

DETALHES DOS FINALISTAS: <https://bit.ly/3xHZr0b>

Desse grupo foram definidos três vencedores, aqui descritos por seus próprios integrantes.

"A ROTA DA LIBERDADE" É UM PROGRAMA CULTURAL E TURÍSTICO DE MAPEAMENTO DA DIÁSPORA AFRICANA NA REGIÃO DO VALE DO PARAÍBA (SP). ATRAVÉS DE OITO ROTEIROS DESENVOLVIDOS EM 18 CIDADES, VOCÊ TEM A OPORTUNIDADE DE VIVENCIAR EXPERIÊNCIAS INCRÍVEIS VOLTADAS PARA A CULTURA AFROBRASILEIRA. VOCÊ PODE EXPERIMENTAR UM DELICIOSO PEIXE AZUL MARINHO NO QUILOMBO DA FAZENDA, PASSAR O RÉVEILLON EM UM QUILOMBO OU PARTICIPAR DE UMA RODA DE JONGO, LÁ NO JONGO DA INDEPENDÊNCIA EM GUARATINGUETÁ, OU AINDA INTERAGIR COM AS GRIOTAS, MULHERES QUE TÊM EM SI TODA UMA ANCESTRALIDADE. VAI PERCEBER A PRESENÇA NEGRA NA ARQUITETURA, NA MÚSICA, NO CINEMA ATRAVÉS DOS ROTEIROS DA ROTA DA LIBERDADE."



SOLANGE BARBOSA

DETALHES DO PROJETO:
<https://bit.ly/3eivH4L>

"SOMOS 34 EMPREENDIMENTOS DE TURISMO COMUNITÁRIO DA BAHIA E DIVERSOS MEMBROS COLABORADORES UNIDOS NA **REDE BATUC** PARA O APOIO AO TURISMO COMUNITÁRIO BAIANO. COOPERAÇÃO, COMUNICAÇÃO E ESTRATÉGIAS DE COMERCIALIZAÇÃO É O QUE TEM NOS MOBILIZADO NA ARTICULAÇÃO ENTRE OS TERRITÓRIOS E AS COMUNIDADES E NA FORMAÇÃO DE PARCERIAS INTERNAS E EXTERNAS EM PROL DO TURISMO. ACREDITAMOS QUE O PROTAGONISMO DOS EMPREENDIMENTOS DE TURISMO COMUNITÁRIO E SUAS LIDERANÇAS SÃO PRÁTICAS A SEREM ENSINADAS E REPLICADAS PARA OUTRAS COMUNIDADES DA BAHIA, DO BRASIL E DO MUNDO. UM SALVE PARA TODOS!"



ELISÂNGELA LOPES LIMA

DETALHES DO PROJETO:
<https://bit.ly/3eCqiWr>

"O TURISMO CO2 LEGAL - GUARDIÕES DO CLIMA" TEVE INÍCIO EM 2009. A IDEIA SURTIU DA NECESSIDADE DE INTEGRARMOS OS PROBLEMAS SOCIOAMBIENTAIS LOCAIS COM UMA TENDÊNCIA MUNDIAL, QUE É A CRISE CLIMÁTICA. APROVEITAMOS ESSA BANDEIRA PARA DESENHAR A INICIATIVA QUE BUSCA FAZER COM QUE O TURISMO POSSA SER INDUTOR DE SUSTENTABILIDADE LOCAL E GLOBAL NO QUE SE REFERE A QUESTÃO CLIMÁTICA. A INICIATIVA É MUITO SIMPLES. A IDEIA CENTRAL É FAZER COM QUE O TRADE TURÍSTICO E OS TURISTAS COMPENSEM AS EMISSÕES GERADAS PELAS VIAGENS, E QUE OS RECURSOS GERADOS POR ESSAS COMPENSAÇÕES SEJAM CANALIZADOS PARA MORADORES LOCAIS. COM ISSO, AS POPULAÇÕES TRADICIONAIS DE AGRICULTORES REDUZEM A NECESSIDADE DO DESMATAMENTO E DAS QUEIMADAS PARA A AGRICULTURA DE SUBSISTÊNCIA. AO RECEBER ESSE APOIO FINANCEIRO VINDO DA COMPENSAÇÃO, ESSAS FAMÍLIAS PASSAM A PRESTAR SERVIÇOS AMBIENTAIS RECUPERANDO ÁREAS DEGRADADAS E PRODUZINDO PELO PROCESSO AGROECOLÓGICO, DENTRE OUTRAS CONTRAPARTIDAS QUE FAZEM PARTE DO PROJETO. TODAS AS AÇÕES SÃO VOLTADAS PARA UM SISTEMA PRODUTIVO SUSTENTÁVEL, BEM COMO O AUMENTO DA ESCOLARIDADE DAS CRIANÇAS E JOVENS. ESSA PRODUÇÃO AGROECOLÓGICA É ABSORVIDA PELOS EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS - POUSADAS E RESTAURANTES. O SISTEMA PREVÊ AINDA OUTROS TIPOS DE COMPENSAÇÕES E OFERECE UM CARTÃO DE DESCONTOS PARA OS TURISTAS QUE PARTICIPAM DO PROCESSO."



SALVADOR RIBEIRO DA SILVA FILHO

DETALHES DO PROJETO:
<https://bit.ly/2Ue5c9J>

O MAPEAMENTO

Publicar um relatório (144 páginas) - disponível gratuitamente para download em <https://www.ashoka.org/pt-br/files/inovacoes-sociais-para-o-turismo-sustentavelfinalpdf> - com uma profunda análise qualitativa das questões do turismo sustentável no Brasil foi o segundo objetivo alcançado pelo projeto. Mapeamento esse feito também por meio de articulação em rede.

Um grupo de dezenove empreendedores nas áreas de turismo sustentável e atividades correlatas fez um profundo e reflexivo mergulho no setor, com apoio e orientação da equipe da Ashoka. O grupo contou com empreendedores sociais certificados pela Ashoka e com alguns participantes do prêmio, selecionados por alguns critérios.

A partir da pergunta sobre a percepção deles em relação ao turismo sustentável no País, o processo foi se desdobrando em questões cada vez mais profundas, que foram debatidas e analisadas por todos. A proposta é que esse trabalho ajude tanto os empreendedores quanto governos e universidades a trazer inovação, melhorias de processos e políticas públicas favoráveis a essa atividade.

O mapeamento identificou quatro barreiras sistêmicas e cinco princípios direcionadores dos empreendedores entrevistados. O cruzamento das barreiras e dos princípios proporcionou a elaboração de uma matriz de inovação. Ao longo do processo notou-se que a pandemia ajudou os empreendedores a darem mais foco no planejamento e intensificou o aprendizado sobre resiliência.



Barreiras sistêmicas do setor de turismo sustentável

BARREIRA	ELEMENTOS
Visão Predatória de Mundo	O turismo sustentável é bem-visto, mas raramente é a escolha prioritária do viajante. Há carência de informações e de debate sobre o tema; a atividade não é vista como prioritária pelo poder público e muitas empresas do setor têm atitude predatória.
Escassez de recursos financeiros dificulta a implementação de projetos de longo prazo	Necessidade de infraestrutura turística, capacitação profissional, articulação em rede e aumento da demanda de turistas. Comunidades envolvidas necessitam de retorno rápido.
Desigualdade materializada na infraestrutura	Culturas tradicionais em locais marcados pela ausência do Estado – saneamento, transporte, telecomunicações – dificultando a implementação da atividade e a redução de desigualdades. Necessidade de articulação entre os atores do processo.
Políticas públicas e governos que ignoram ou prejudicam o turismo sustentável	Destinação de recursos insuficientes e carência de políticas públicas positivas para a área de turismo como um todo e para suas áreas afins – social e ambiental. Pouca ênfase na divulgação do turismo sustentável nas campanhas públicas no exterior.



Princípios direcionadores dos empreendedores em turismo sustentável

PRINCÍPIO	ELEMENTOS
Estabelecimento de vínculos afetivos baseados em empatia	Estabelecimento de um propósito solidário e inclusivo, gerando conexão entre os envolvidos, sendo a diversidade nas suas mais variadas formas vista como riqueza e não como obstáculo.
Autenticidade das experiências	Demanda por conhecimento e vivência em ambientes reais; busca pela experimentação da vida e dos rituais das comunidades; contato com suas memórias e saberes, uso e consumo de seus produtos - gastronomia, artesanato.
Formação de equipes em rede	Formação de rede solidária e participativa a partir da construção coletiva de ações e soluções a partir de decisões horizontais e que levem em conta a pluralidade de visões e percepções. Proposta de ajuda mútua entre empreendedores pela troca de experiências e cooperação na busca de soluções por meio da formação de parcerias - entre empreendedores, com governos e com empresas - e pela replicação de boas práticas.
Complementaridade entre conservação da natureza e desenvolvimento socioambiental	Natureza deixa de ser vista exclusivamente como fonte de recursos e passa a ser vista como uma parceira socioeconômica, uma potencializando a outra. A preservação trazendo recursos e benefícios para as comunidades e a presença das comunidades ajudando na preservação.
Estratégia holística amplia a resiliência das comunidades	Turismo como parte de uma cadeia produtiva do desenvolvimento local. O turismo auxiliando no desenvolvimento de outros negócios que, por sua vez, ajudam a suportar o desenvolvimento local nos momentos de sazonalidade. Diversificação da matriz econômica da comunidade.



BARREIRAS SISTÊMICAS					
		VISÃO PREDATÓRIA DE MUNDO	ESCASSEZ DE RECURSOS FINANCEIROS ESTRUTURANTES E DE LONGO PRAZO PARA INOVAÇÕES SOCIAIS NOS TERRITÓRIOS	DESIGUALDADE MATERIALIZADA NA INFRAESTRUTURA	POLÍTICAS PÚBLICAS E GOVERNOS QUE IGNORAM OU PREJUDICAM O TURISMO SUSTENTÁVEL
PRINCÍPIOS DIRECIONADORES	ESTABELECIMENTO DE VÍNCULOS AFETIVOS BASEADOS EM EMPATIA	Promova o encontro entre pessoas para mudar percepções de mundo IBEAC TURIARTE A BANCA	Fortaleça os vínculos em rede dinamizando uma economia local que favoreça a geração e manutenção da renda no território ACOLHIDA NA COLÔNIA FUNDAÇÃO CASA GRANDE	Crie vínculos afetivos para criar relações horizontais e diminuir a desigualdade, aumentando a possibilidade de investimentos em infraestrutura DIASPORA.BLACK	Promova o contato em primeira pessoa para combater causas estruturais, como o racismo histórico SPVS VIVEJAR ISA RAÍZES DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL
	AUTENTICIDADE DAS EXPERIÊNCIAS	Utilize experiências transformadoras para convidar os turistas a expandirem sua visão de mundo VIVEJAR A BANCA TURIARTE FUNDAÇÃO CASA GRANDE SPVS	Crie experiências rentáveis baseadas nas vocações locais e produtos nativos TURIARTE ISA ISES ACOLHIDA NA COLÔNIA IBEAC RAÍZES DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL	Utilize a infraestrutura disponível de forma criativa e inverta a percepção de escassez em uma proposta original de turismo A BANCA ISES FUNDAÇÃO CASA GRANDE	Dê visibilidade e demonstre os impactos da iniciativa buscando sensibilizar a sociedade civil e ganhar a opinião pública SPVS ISA
	FORMAÇÃO DE EQUIPES EM REDE	Valorize interesses diversos para que todos os agentes possam se engajar em prol de um propósito comum e multiplicar os saberes disponíveis na rede, combatendo uma visão reducionista de mundo INSTITUTO HOMEM PANTANEIRO ISA VIVEJAR PROJETO PIABANHA	Explore as potencialidades dos recursos disponíveis em rede que agregue valor ao projeto e às experiências DIASPORA.BLACK	Ative uma rede que ajude a suprir algumas das deficiências estruturais SPVS TURIARTE	Crie redes alinhadas para fazer interface com o governo e conseguir melhores políticas INSTITUTO HOMEM PANTANEIRO ACOLHIDA NA COLÔNIA VIVEJAR ISA PROJETO BAGAGEM SPVS
	COMPLEMENTARIDADE ENTRE CONSERVAÇÃO DA NATUREZA E DESENVOLVIMENTO SOCIOAMBIENTAL	Crie histórias que demonstrem a relação intrínseca entre natureza e desenvolvimento local SPVS PROJETO PIABINHA ISA	Crie soluções que associem a proteção à natureza com a geração de renda local PROJETO PIABANHA TURIARTE ISES SPVS	Demonstre como o investimento em infraestrutura pode colaborar para o desenvolvimento socioambiental em consonância com a conservação dos recursos naturais DIASPORA.BLACK SAÚDE E ALEGRIA	Inclua a conservação ambiental como parte do investimento em desenvolvimento social a ser realizado por agentes públicos SPVS ISA
	ESTRATÉGIA HOLÍSTICA AMPLIA A RESILIÊNCIA DAS COMUNIDADES	Utilize o turismo para apresentar a riqueza de toda a comunidade e não apenas o que os turistas querem ver PROJETO PIABINHA	Assegure-se de que o turismo sustentável é apenas uma das atividades de sustentabilidade da comunidade A BANCA ISES IBEAC	Construa infraestrutura que apoie diferentes atividades nas comunidades TURIARTE DIASPORA.BLACK ISES VIVEJAR SAÚDE E ALEGRIA	Experimente modelos de governança comunitária que criem normativas e dinâmicas públicas próprias e que sirvam como proposição de novas políticas ACOLHIDA NA COLÔNIA ISA

O desafio agora é levar o mapeamento ao maior número possível de agentes transformadores em todos os setores – governo, iniciativa privada e terceiro setor.

COMUNICAÇÃO

A comunicação do projeto foi feita por meio de uma campanha que atingiu diferentes públicos com iniciativas distintas.

A busca pelos empreendedores de turismo sustentável para participar do prêmio se deu prioritariamente pela articulação em rede da Ashoka. Por meio de seus mais de 380 empreendedores sociais reconhecidos (fellows), a Ashoka iniciou um processo de comunicação em que os fellows acionavam suas redes de contato multiplicando a iniciativa e levando-a aos locais mais longínquos do País.

Paralelamente houve uma campanha na mídia tradicional – especializada e geral – e em redes sociais com grande repercussão, divulgando o prêmio e buscando iniciativas participantes. Foram 42 reportagens na mídia nacional e regional entre sites e emissoras de TV. O projeto também organizou lives para os participantes e que foram divulgadas posteriormente para o público em geral. Os próximos passos – que devem acontecer até o início de 2022 – são o lançamento de um podcast sobre turismo sustentável e um canal de vídeo com imagens dos projetos vencedores.

Internamente, a CTG Brasil utilizou seus canais tradicionais – e-mail marketing e intranet – para divulgar passo a passo o que acontecia no projeto, inclusive as lives promovidas com os participantes. Além disso, foi feito um convite para os profissionais da empresa serem voluntários no processo de avaliação das iniciativas.

Ao todo 37 colaboradores da CTG Brasil se inscreveram, passaram por treinamento na metodologia e nos critérios de análise para se tornarem avaliadores dos projetos. A liderança da empresa também participou da escolha após capacitação específica. Foi uma ação que gerou bastante engajamento interno. Mesmo quem não atuou diretamente do processo de análise e seleção acompanhou de perto as etapas do processo por meio de comunicados internos e pela própria divulgação feita pelos voluntários em conversa com colegas.



INVESTIMENTOS

Para a realização da premiação e do mapeamento foram investidos R\$ 1.811.533,52 , além de outros investimentos que compuseram o projeto, conforme segue:

INVESTIMENTOS		
VALOR R\$	AÇÕES COBERTAS	ORIGEM DOS RECURSOS
R\$ 1.386.733,52	Realização do mapeamento de tendências em inovações sociais para o turismo sustentável no Brasil	Recursos financeiros destinados pela CTG Brasil ao Programa de Pesquisa e Desenvolvimento Tecnológico do Setor de Energia Elétrica, promovido pela Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel)
	Modelamento, criação e desenvolvimento do desafio online para realizar uma busca ativa de empreendedores sociais no Brasil	
R\$ 300.000,00	Premiação dos três vencedores	Recursos internos CTG Brasil
R\$ 90.000,00	Programa de aceleração e mentoria das propostas vencedoras	
R\$ 34.800,00	Ações de comunicação externa e produção de vídeos e podcasts	
R\$ 1.811.533,52	TOTAL	

21

A CTG Brasil acredita profundamente que iniciativas como essa podem ser multiplicadas e produzir resultados perenes. Participar do desenvolvimento local faz parte do DNA da empresa.

“ESTÁ EM NOSSOS PRINCÍPIOS VALORIZAR E PROMOVER A CULTURA LOCAL, SENDO O TURISMO UMA EXCELENTE FERRAMENTA PARA ESSA PROMOÇÃO, ALIADA À PRESERVAÇÃO AMBIENTAL. FAREMOS TODO O POSSÍVEL PARA QUE ESSE MAPEAMENTO CHEGUE A UM GRANDE NÚMERO DE MÃOS TRANSFORMADORAS, E ACREDITAMOS QUE OS PROJETOS INSCRITOS - INDEPENDENTEMENTE DE TEREM SIDO OU NÃO PREMIADOS - LEVARÃO DESSA EXPERIÊNCIA APRENDIZADOS IMPORTANTES PARA A CONSOLIDAÇÃO, EXPANSÃO E DESENVOLVIMENTO DE SUAS ATIVIDADES.”



GABRIELA TOSCANO
GERENTE DE SUSTENTABILIDADE
DA CTG BRASIL