

O potencial do Turismo de Base Comunitária (TBC) e os negócios com impacto social em Bonito/MS

The potential of Community Based Tourism (CBT) and business with social impact in Bonito/MS

El potencial del Turismo de Base Comunitaria (TBC) y los negocios con impacto social en Bonito/MS

Recebido: 07/11/2022 | Revisado: 22/11/2022 | Aceitado: 24/11/2022 | Publicado: 01/12/2022

Fernanda Sapia Silva

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6217-6771>

Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Brasil

E-mail: fernanda.ssapia@gmail.com

Milton Cesar Gasparini de Andrade Junior

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6457-1705>

Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Brasil

E-mail: juniorgasparini1@gmail.com

João Pedro Ferraz Zanetoni

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9272-4898>

Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Brasil

E-mail: zanetoni1603@gmail.com

Geraldino Carneiro de Araújo

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7506-703X>

Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Brasil

E-mail: geraldino.araujo@ufms.br

Milton Augusto Pasquotto Mariani

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9485-0150>

Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Brasil

E-mail: milton.mariani@ufms.br

Resumo

O objetivo do trabalho é analisar os modelos de negócios com impacto social e o Turismo de Base Comunitária (TBC) no contexto de Bonito/MS. O estudo possui características exploratórias, descritivas, com abordagem qualitativa. Foram identificados dois negócios: Instituto Família Legal e Instituto Visão de Vida. Para a pesquisa foram utilizadas entrevistas e os dados foram tratados considerando a análise de conteúdo. O Instituto Família Legal possui atributos que o qualificam como um negócio de impacto com distribuição monetária e o Instituto Visão de Vida tem características de um negócio com impacto social, considerando seu processo de transformação. Ambos os negócios estão vinculados ao TBC e poderiam ser alavancados a partir do desenvolvimento de parcerias que fomentem o turismo social e gerem valor para a região e população. Bonito/MS é um ponto turístico mundialmente conhecido e este fato contribui para o desenvolvimento local. Dessa forma, a pesquisa parte da premissa de que os negócios com impacto social podem se desenvolver aliados ao TBC.

Palavras-chave: Turismo de base comunitária; Desenvolvimento social; Turismo; Administração.

Abstract

The objective of this work is to analyze business models with social impact and Community Based Tourism (CBT) in the context of Bonito/MS. The study has exploratory, descriptive characteristics, with a qualitative approach. Two businesses were identified: Instituto Família Legal and Instituto Visão de Vida. For the research, interviews were used and the data were treated considering the content analysis. Instituto Família Legal has attributes that qualify it as an impact business with monetary distribution and Instituto Visão de Vida has characteristics of a business with social impact, considering its transformation process. Both businesses are linked to CBT and could be leveraged from the development of partnerships that encourage social tourism and generate value for the region and population. Bonito/MS is a world-renowned tourist spot and this fact contributes to local development. In this way, the research starts from the premise that businesses with social impact can be developed allied to CBT.

Keywords: Community based tourism; Social development; Tourism; Administration.

Resumen

El objetivo de este trabajo es analizar modelos de negocios con impacto social y Turismo de Base Comunitaria (TBC) en el contexto de Bonito/MS. El estudio tiene características exploratorias, descriptivas, con abordaje cualitativo. Se

identificaron dos negocios: Instituto Família Legal e Instituto Visão de Vida. Para la investigación, se utilizaron entrevistas y los datos fueron tratados considerando el análisis de contenido. El Instituto Família Legal tiene atributos que lo califican como una empresa de impacto con distribución monetaria y el Instituto Visão de Vida tiene características de una empresa con impacto social, considerando su proceso de transformación. Ambos negocios están vinculados a TBC y podrían ser apalancados a partir del desarrollo de alianzas que fomenten el turismo social y generen valor para la región y la población. Bonito/MS es un punto turístico de renombre mundial y este hecho contribuye al desarrollo local. De esta forma, la investigación parte de la premisa de que se pueden desarrollar negocios con impacto social aliados a TBC.

Palabras clave: Turismo de base comunitaria; Desarrollo social; Turismo; Administración.

1. Introdução

O desenvolvimento econômico fez com que as atividades turísticas fossem exploradas sem precedentes e os espaços naturais fossem modificados a fim de beneficiar a lógica de exploração e da obtenção de lucro, desprezando impactos ambientais (Fabrino, et al., 2016). Nesse sentido, emerge uma necessidade de estabelecer ações de empoderamento comunitário, que visam proporcionar uma base econômica capaz de assegurar processos de transformações locais (Moreira, et al., 2003).

O Plano Nacional do Turismo (PNT) é um documento elaborado pelo Ministério do Turismo (2018); regido pelo Conselho Nacional de Turismo, Embratur, Fórum Nacional de Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo; e estabelece um conjunto de normas que comandam os segmentos turísticos brasileiros. O PNT tem como intuito orientar e garantir que as atividades exercidas assegurem renda e emprego com inclusão social e valorização das características nacionais. Sendo assim, assume-se que as políticas de turismo devem propor diretrizes e programas que garantam atividades sustentáveis em conjunto com os setores públicos e privados, promovendo o empoderamento da comunidade receptora.

O Turismo de Base Comunitária (TBC) se mostra uma alternativa nesse sentido, visto que é um tipo de turismo estruturado a partir da comunidade acolhedora. Nele, a produção e ressignificação das práticas culturais e rotineiras da comunidade são uma forma de inclusão social e atua como meio para empoderar a comunidade, que mantém o controle do próprio turismo (Oliveira, et al., 2021). Os trabalhos de Martins, et al., (2013), Agüera (2013) e Burgos e Mertens (2016) destacam que o TBC se forma a partir do diálogo e alinhamento entre os diversos agentes de uma comunidade. Nesse sentido, existe um claro impacto dos empreendimentos locais no desenvolvimento dessa prática de turismo. No que diz respeito a negócios que focam em desenvolvimento sustentável, um modelo de organização possui o claro objetivo de unificar o sustento financeiro e o impacto social (Moura, 2011).

Negócios com impacto social são organizações que visam solucionar demandas comunitárias, ofertando produtos ou serviços que priorizam o lugar, a conservação ambiental e a identidade cultural. Portanto, os negócios com impacto social buscam gerar impacto a partir da diminuição da vulnerabilidade da população, ampliação das perspectivas de desenvolvimento e da promoção da sustentabilidade financeira (Petrini, Scherer & Back, 2016).

Esses negócios assumem modelos diferentes tanto de práticas quanto em nível de organização, mas possuem o claro objetivo de gerar impacto social (Barki, 2015) e podem se alinhar com o TBC considerando que este é composto por práticas que devem ser incorporadas ao segmento turístico a fim de torná-lo sustentável e promover o desenvolvimento da comunidade (Bursztyn & Bartholo, 2012). Logo, o desenvolvimento do TBC está atrelado a inclusão de negócios e práticas que fomentem o desenvolvimento econômico e empoderem a comunidade (Fabrino, et al., 2016).

Dessa forma, o estudo parte da premissa de que os negócios com impacto social podem se relacionar com o turismo e se desenvolverem de forma positiva, potencialmente como TBC. O objetivo do trabalho é analisar os modelos de negócios com impacto social e o vínculo com o TBC no contexto de Bonito/MS – tendo como base a teoria sobre negócios com impacto social, modelo de negócio e TBC.

Negócios com Impacto Social

No contexto do desenvolvimento sustentável, existem organizações que abrangem a população no processo de crescimento econômico e estabelecem uma relação de benefício social (Petrini, et al., 2016; Conejero, et al., 2020, Estival, et al., 2021). São chamados de negócios com impacto social, aqueles que auxiliam na promoção de soluções de crescimento e ampliam perspectivas de autonomia financeira (Santos, et al., 2015).

A Organização das Nações Unidas (ONU, 2015) possui um plano de ações com quesitos que envolvem três dimensões do desenvolvimento: a econômica, a social e a ambiental. Dessa forma, governos atuam de maneira colaborativa para o progresso, com medidas que direcionam o mundo para um caminho resiliente. Assim, os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) são direcionados por 169 metas que buscam concretizar os direitos humanos de todos e alcançar a igualdade e o empoderamento da população. Negócios com impacto possuem relação direta com os objetivos sustentáveis da ONU.

Para Yunus (2008), um negócio social tem que cumprir seus objetivos sociais e também os seus custos de operação, já que não se pode depender apenas de doações e é preciso reinvestimento. Visto isso, os negócios para a base da pirâmide consideram oportunidades para a população sem focar em objetivos únicos. A missão dos negócios sociais é transformar pessoas em participantes ativos da sociedade.

Além disso, é estratégico que um negócio social seja inclusivo e se concentre em gerar emprego e receita para pessoas de baixa renda, que vivem em áreas de risco (Moura, et al., 2015). Dessa maneira, se constitui um empreendimento sustentado na premissa de solucionar demandas sociais de forma autossustentável, com intuito de cobrir despesas e reinvestir no negócio para gerar desenvolvimento (Yunus, 2008).

De tal forma, os negócios com impacto social se caracterizam por ter como desígnio atender interesses sociais. São organizações que visam solucionar demandas, ofertando produtos/serviços e incluindo indivíduos. Assim, sua finalidade é causar impacto positivo em uma comunidade, ampliar perspectivas e aliar essas questões à possibilidade de geração de renda compartilhada e de autonomia financeira. Nos negócios com impacto social os empreendedores sociais focam na inovação social a partir de estratégias de atuação da comunidade, do governo e da esfera privada. Considerando atributos como desenvolvimento e levantamento de emergências para ampliação dos resultados esperados (Santos et al., 2015).

De acordo com Petrini, et al., (2016), os negócios com impacto social devem promover sua própria sustentabilidade financeira, sendo facultativa a distribuição de lucros. Esses negócios atuam desenvolvendo soluções para determinada comunidade priorizando o empoderamento e a otimização de atividades por meio da inovação. Nesse escopo, essas organizações podem se formalizar de diferentes formas, podendo ser organizações híbridas que possuem tanto o objetivo social quanto o financeiro em seu escopo (Barki, 2015). Assim, o conceito das organizações discute as perspectivas e impactos gerados por diferentes tipos de ações (Moura, et al., 2015).

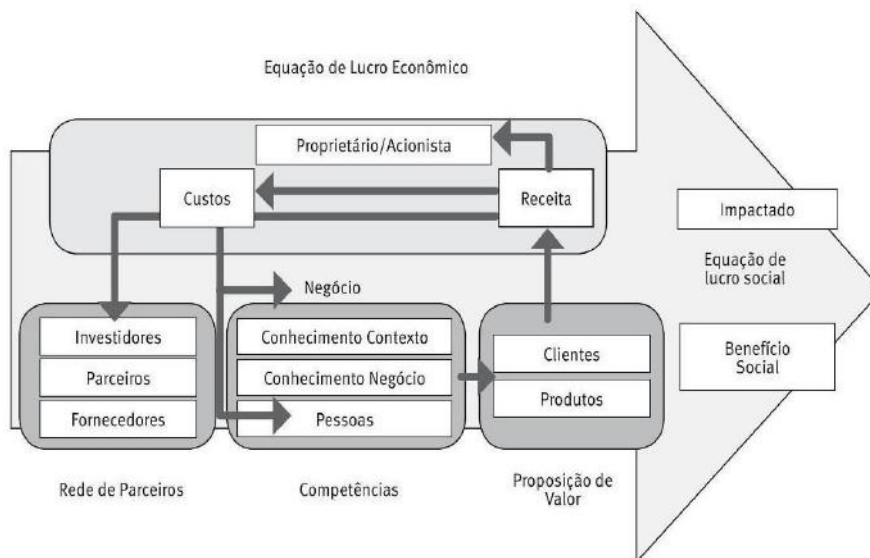
De acordo com a Força Tarefa de Negócios Sociais (FTNS, 2015), no Brasil existem três modelos de classificação que um negócio com impacto pode adotar, de acordo com a distribuição de dividendos, cada um deles é baseado na realidade do negócio e na adaptação deste com o meio em que se relaciona. São eles: 1) Organização da Sociedade Civil com atividades de geração de receita e que podem receber doações, mas não podem distribuir lucros; 2) Negócios Sociais com formato jurídico de empresa e que visam lucro, mas que os reinvestem inteiramente nos negócios; 3) Negócios com impacto que distribuem lucros a seus investidores.

Sendo assim, os negócios com impacto social surgem como forma de intervenção socioeconômica, que integra diferentes modelos na busca por inovação e transformação; com isso, podem ser sociais e ter desempenho financeiro. Ou seja, são negócios desenvolvidos para atender demandas sociais com atuação rentável (Petrini, et al., 2016).

Modelo de Negócios com Impacto Social

O modelo de negócio com impacto social revisitado (Figura 1) tem como intuito detalhar, reorganizar e agregar elementos constituintes de modelos de negócios convencionais, visto que sua principal característica é a identificação de soluções, priorizando a promoção do empoderamento social e ampliando as perspectivas de desenvolvimento. O modelo foi proposto por Petrini, et al., (2016).

Figura 1 - Modelo de Negócios com Impacto Social Revisitado.



Fonte: Petrini, Scherer e Back (2016, p. 219).

De acordo com a Figura 1 as dimensões do modelo proposto pelas autoras são descritas da seguinte forma:

- Rede de parceiros: é formada por investidores que financiam as iniciativas de impacto. Esses parceiros buscam ir além dos impactos financeiros para infraestrutura organizacional, pois se envolvem na discussão de estratégias e metas dos negócios;
- Competências: é constituída por elementos que representam os conhecimentos necessários à abertura do negócio e o papel de cada pessoa em suas operações. É o conhecimento do contexto local sobre a comunidade atendida. Esse detalhamento é importante, pois pode prever e solucionar problemas organizacionais;
- Proposição de valor: é composta por dois elementos: produto/serviço ofertado e clientes. São identificados produtos diversificados como artesanato, bens de consumo, cursos on-line, consultas/exames médicos e atividades inclusivas;
- Equação de lucro econômico: representa os aspectos financeiros do negócio, receitas e custos, e evidencia as possíveis relações do lucro – reinvestimento na organização ou distribuição entre participantes; e,
- Equação de lucro social: compreende dois elementos – os impactados com o negócio e o benefício social gerado. O primeiro elemento identifica os atores que recebem o benefício e o segundo elemento é a melhoria que o negócio proporciona.

Com tais características, o resultado gerado a partir da aplicação do modelo é o impacto no qual se refere às mudanças de longo prazo nas condições de vida da população alvo. Deve-se ressaltar que a presente pesquisa não se objetiva a medir o resultado social, contudo, é possível observar os benefícios gerados.

Turismo de Base Comunitária (TBC)

Como consequência do desenvolvimento econômico existente das últimas décadas, surgiu uma categoria de turismo capaz de agregar a inclusão e as perspectivas de demandas globalizadas: o Turismo de Base Comunitária (TBC). Fabrino,

Nascimento e Costa (2016) descrevem o TBC como um modelo de desenvolvimento centrado nos recursos humanos, naturais e de infraestrutura de uma determinada comunidade.

A partir da análise da literatura do TBC pode-se identificar três grandes dimensões que frequentemente são referidas em pesquisas sobre o tema. Essas dimensões refletem o aspecto endógeno e as relações humanas que dão corpo ao TBC. Elas dizem respeito à (i) integração comunitária, (ii) a valorização do patrimônio local e (iii) o produto turístico comunitário (Moreira, et al., 2003; Sansolo & Bursztyn, 2009; Sales & Salles, 2010; López-Guzmán, et al., 2011; Fabrino, et al., 2012; Agüera, 2013; Martins, et al., 2013; Burgos & Mertens, 2016).

Dentre as alternativas sustentáveis para as comunidades tradicionais, a atividade turística se constitui como uma ação que promove a valorização da autonomia da população. O TBC pode ser entendido como aquele construído pela comunidade, permitindo que os atores sociais possuam controle efetivo e participação nas decisões, relativas à sua localidade (López-Guzmán, et al., 2011; Agüera, 2013). Desse modo, as políticas de desenvolvimento devem incluir a mobilização articulada de agentes, no sentido não só de fomentar o desenvolvimento econômico, mas também o capital social (Moreira, et al., 2003).

O TBC acolhe a participação social como compromisso central do planejamento e assim, membros de uma comunidade que trabalham juntos podem desenvolver os mesmos interesses e promover articulações para a evolução de projetos comunitários. Os modelos de participação comunitária costumam assumir estruturas baseadas na horizontalidade, devido ao compromisso social fundamentado (Burgos & Mertens, 2016). Assim, comunidades buscam estratégias que proporcionem transformações socioeconômicas a partir de padrões de desenvolvimento que conciliam o crescimento econômico, a equidade social e a preservação dos patrimônios (Sales & Salles, 2010; López-Guzmán, et al., 2011; Ferreira, et al., 2019; Escobar, et al., 2020).

A valorização do patrimônio local é outro aspecto importante sobre TBC, ele diz respeito principalmente ao patrimônio ambiental e ao histórico/cultural. O TBC emerge como um novo paradigma para o turismo, nele os aspectos ambientais e culturais não são apenas preservados, a estrutura do TBC utiliza esses patrimônios para valorizá-los. Trata-se do reconhecimento do que é local, da apreciação do que é endógeno, da autenticidade comunitária, da identidade cultural (Sansolo & Bursztyn, 2009). No que diz respeito ao roteiro turístico, as atividades tradicionais da população receptora são o principal atrativo para o turista no TBC, ou seja, o desenvolvimento dessa prática de turismo está alinhado com as rotinas locais (Mano, et al., 2017).

Martins, et al., (2013) apontam que o TBC contempla iniciativas ambientais, tecnológicos, históricos e sociais, e o núcleo de suas atividades está na visão da população local, que envolve religião, gastronomia, etnia, danças, artes manuais, visuais, musicais e cênicas, manifestações folclóricas, dentre outras expressões cívicas e políticas. Essa fala abre espaço para compreender um outro diferencial do TBC em relação ao turismo tradicional, trata-se do roteiro turístico e da relação entre o visitante e a comunidade, que se aproximam. Essas dimensões estabelecidas a partir da literatura permitem uma melhor compreensão do que é necessário para que o TBC se desenvolva a partir de uma comunidade. Qualquer empreendimento que possua potencial para potencializar práticas a partir dessas dimensões pode colaborar para o desenvolvimento do TBC.

2. Metodologia

A presente pesquisa tem características exploratórias e descritivas. A busca exploratória, de acordo com Severino (2007) é designada por levantar dados sobre o alvo estudado, delimitando o campo de trabalho e mapeando ações. Na pesquisa descritiva Fernandes e Gomes (2003) afirmam que o pesquisador investiga e descreve as características de um grupo para avaliar as informações sobre comportamento e as distinções de uma população. A abordagem da pesquisa é qualitativa e Turato (2005) destaca que as pesquisas que utilizam esse método devem trabalhar com valores, crenças, representações, hábitos, atitudes e opiniões para serem úteis e busca entender o contexto em que o fenômeno ocorre. Cooper e Schindler

(2016) referenciam a busca qualitativa como sendo aquela que procura atingir a profundidade do entendimento da situação.

A pesquisa foi realizada em Bonito/MS por conta de sua referência como ponto turístico, tanto estadual quanto nacional. A região Bonito/Serra da Bodoquena que envolve os municípios de Bonito/MS, Nioaque/MS, Jardim/MS, Bela Vista/MS, Porto Murtinho/MS e Bodoquena-MS é uma das nove regiões turísticas do estado. Nesta região, de acordo com o Mapa do Turismo Brasileiro, o município de Bonito/MS é categoria B, no estado apenas a capital, Campo Grande/MS é categoria A. Bonito/MS é o segundo do estado em número de meios de hospedagem e no quantitativo de agências de turismo (Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul & Observatório do Turismo de Mato Grosso do Sul, 2019).

Para coleta dos dados, foram utilizadas entrevistas semiestruturadas. A identificação dos negócios com impacto utilizados para estudo foi por meio de contato prévio junto a prefeitura da região. Foram identificados dois negócios com impacto em Bonito/MS: Instituto Família Legal e Instituto Visão de Vida. Não foram encontradas cooperativas com objetivos sociais em Bonito/MS. Os sujeitos entrevistados foram os gestores máximos das organizações, a diretora-presidente, presidente e diretora da escola, respectivamente. As entrevistas foram gravadas e posteriormente transcritas, com uma média de 10 páginas de transcrição por entrevista. O tratamento dos dados se deu por meio da análise de conteúdo, que Moraes (1999) considera um procedimento de análise utilizado para descrição e explanação de conteúdo de forma sistemática.

Segundo Roesch (2000), análise de conteúdo utiliza de procedimentos para levantar implicações válidas a serem analisadas a partir de um determinado conteúdo. Os resultados estão organizados de forma a tratar de cada negócio com impacto social considerando o exposto no Quadro 1.

Quadro 1 - Categorias de Análise dos Dados.

Categorias de Análise	Embasamento
Histórico; Vínculo com os ODS; e Classificação teórica;	Força Tarefa de Negócios Sociais (2015), Organização das Nações Unidas (2015).
Rede de parceiros; Competências; Proposição de valor; Equação de lucro econômico; e, Equação de lucro social;	Petrini, Scherer e Back (2016).
Vínculo com o turismo atual e potencial desenvolvimento de TBC.	Moreira, Vidal e Farias (2003), Sansolo e Bursztyn (2009), Sales e Salles (2010), López-Guzmán, Sánchez-Cañizares e Pavón (2011), Fabrino, Costa e Nascimento (2012), Agüera (2013), Martins, Déjardin e Silva (2013), Burgos e Mertens, (2016).

Fonte: Elaborado pelos autores.

Escolheram-se para pesquisa os empreendimentos sociais de Bonito/MS devido sua importância social. As fontes de exploração empregadas foram: documentos e registros, observações e a entrevista. A discussão faz um confronto entre teoria e dados. O método baseia-se na comparação de dados e teoria enfatizando evidências e uma abordagem incremental para seleção de casos da coleta de dados (Eisenhardt, 1989).

3. Resultados e Discussão

Os empreendimentos estudados possuem diferentes focos. Dessa forma, para a apresentação dos resultados e discussões escolheu-se organizar as informações conforme os objetivos específicos (descrição dos negócios com impacto social e análise dos negócios com impacto social e o desenvolvimento do TBC).

Resultados: Descrição dos Negócios com Impacto Social em Bonito/MS

Neste tópico, o estudo de caso foi dividido em partes que apresentaram as análises da pesquisa. Os parágrafos são embasados no modelo de negócios com impacto social de Petrini, et al., (2016) e estão identificados com colchetes.

a) Instituto Família Legal

O Instituto Família Legal tem como objetivo atender crianças e adolescentes, na faixa de 6 a 17 anos, que possuem uma estrutura social vulnerável (problemas familiares, dificuldade escolar, relacionamentos abusivos, dificuldade de interação e propensos à criminalidade). A instituição trata da reconstrução de jovens e da garantia de direito desses indivíduos. Atualmente, o local atende 50 alunos e conta com a atuação de cinco colaboradores e de um voluntário.

Desse modo, considerando os 17 ODS da ONU, o Instituto Família Legal aponta que os propósitos que mais se enquadram na instituição são a educação de qualidade; a igualdade de gênero; cidades e comunidades sustentáveis; o consumo e a produção responsável; a ação contra a mudança global do clima e a paz, justiça e intuições eficazes.

A organização é formalizada como filantrópica, sendo registrada como Organização de Sociedade Civil (OSC). Possui uma diretoria estruturada e o trabalho funciona em conjunto com o conselho tutelar, secretaria da Assistência Social de Bonito/MS e o Centro de Referência Especializado de Assistência Social (CREAS). A parceria com o poder público tem proporcionado vantagens para que o instituto continue com as suas atividades; já que a instituição é vista como complemento de sua atuação. Contudo, ações do poder privado poderiam alavancar ainda mais a empreitada, o que não ocorre [Rede de parceiros].

O rápido crescimento da cidade de Bonito/MS ocasionou na mudança da população do campo para a cidade. No entanto, grande parte das pessoas não possuíam estudo, logo, não conseguiam trabalho. Dessa forma, surgiu a necessidade de criação de um projeto que acolhesse o público juvenil. O município possui grande potencial turístico e esse cenário, em alguns casos, atua como porta de entrada para drogas e prostituição de crianças e adolescentes desprovidas de estrutura social. Assim, o Instituto Família Legal age como forma de acolhimento e assistência a jovens [Competência].

Apesar de não ser uma organização com fins lucrativos, o instituto possui entre suas atividades o projeto Fibra Viva. A proposta auxilia as mães dos alunos que já participam da instituição, a criarem bolsas e sacolas customizadas com a utilização de materiais reutilizados. Portanto, a ideia funciona como oportunidade para que as mães, no mesmo turno de seu filho, tenham a chance de capacitação em um novo ofício e a possibilidade de uma renda extra mensal. Uma vez criados, os itens são comercializados e a receita é repartida entre o instituto (50%) e as mães (50%). O faturamento destinado ao instituto é utilizado para pagamentos de funcionários, manutenção do prédio e para a obtenção dos itens que são utilizados na organização [Proposição de valor].

Para o custeamento da instituição e subsídio das atividades, o Família Legal participa de editais de captação de recursos e conta com auxílio em doações. A prefeitura da cidade também é parceira da instituição e colabora com repasses financeiros por meio de convênios [Equação de lucro econômico].

Visto isso, as ações desenvolvidas são destinadas à melhoria da condição social e tem se mostrado eficiente, no sentido de que com a existência da instituição, é mínima a situação de pedintes e moradores de rua. E, segundo depoimento de mães e professores, aproximadamente 85% das crianças atendidas pelo Instituto Família Legal apresentam melhoria do rendimento escolar, tanto em notas como em comportamento. De tal modo, o projeto desenvolve oficinas de cunho artístico, esportivo e educacional visando a melhoria na qualidade de vida dos participantes. No município, a instituição possui destaque visto que se mostra capaz de diminuir a quantidade de jovens em situação de risco. Além do atendimento de qualidade às crianças e adolescentes, essas atividades se expandem aos familiares [Equação de lucro social].

Com isso, a instituição possui forte associação com o turismo bonitense já que parte da sua obtenção de renda acontece através da venda de produtos para viajantes. Logo, o turismo poderia servir como um potencial de desenvolvimento para o Família Legal, a partir do aproveitamento das atividades que o instituto oferece para que o turista que visita o município tenha interesse maior em conhecer o local, os projetos e a cidade.

b) Instituto Visão de Vida

O Instituto Visão de Vida foi fundado em 12 de dezembro de 2004 para atender um programa do Governo Federal, com o apoio da Petrobras. De tal forma, nasceu da necessidade de oportunizar para jovens, de 6 a 16 anos, que sofrem algum tipo de violência, novas oportunidades através do acesso à educação e cultura. Visto isso, o principal objetivo da instituição é transformar e desenvolver o potencial de crianças e adolescentes. Portanto, a partir dos ODS da ONU, o Instituto Visão de Vida evidencia que os objetivos que mais se enquadram com a organização são a erradicação da pobreza; a saúde e bem-estar; a educação de qualidade; a igualdade de gênero; o trabalho decente e crescimento econômico; a redução das desigualdades; a paz, justiça e instituições eficazes; e, as parcerias e meios de implementação.

Em 2014, houve a quebra do convênio com a Petrobras e com isso, o prefeito da época resolveu encerrar as atividades do Visão de Vida. No entanto, o diretor de turismo assumiu a direção da unidade e com o auxílio de empresários locais desenvolveu trabalhos em sentido contrário ao fechamento. Atualmente, a diretoria da organização é estruturada e com isso, o Instituto Visão de Vida possui um convênio mensal com a prefeitura, direcionado para pagamento de despesas. A instituição conta com a atuação de seis colaboradores de forma remunerada e dois voluntários [Rede de parceiros].

As atividades desenvolvidas acontecem com intuito de tirar crianças e adolescentes das ruas, devido às observações de que Bonito/MS é uma cidade turística e isso favorece a ampliação de pedintes e flanelinhas. Dessa forma, o trabalho é feito para comunidade juvenil do município e atua com a intenção de acolhimento e de oportunização de visão de crescimento [Competência].

Isto posto, o instituto é uma organização não governamental sem fins lucrativos e que tem como princípios a evolução dos seus componentes que desenvolvem habilidades principalmente em apresentações e eventos culturais [Proposição de valor]. Além disso, uma oportunidade da instituição é participação no festival de Bonito/MS que serve como possibilidade de comercialização dos produtos produzidos e onde o dinheiro adquirido serve para a compra de materiais e manutenção da instituição. Para o custeio dos planos de ações do Instituto Visão de Vida, a instituição também participa de manifestos para a conquista de recursos e recebe apoios em forma de doações [Equação de lucro econômico].

Assim, a oferta de serviço da instituição acontece em período de contra turno escolar e os jovens permanecem por aproximadamente quatro horas em ações que favorecem o desenvolvimento integral humano e a cidadania. O projeto trabalha com o acompanhamento pedagógico, aulas de conversação em inglês e oficinas artísticas (pinturas e atividades circenses). A organização também atuava com o desenvolvimento de atividades de música, com uma banda composta por violas e violões, chamada Som das Águas, e que dispunha de vários prêmios dentro do estado. Contudo, em agosto de 2018, a instituição passou por um incidente com incêndio e muitos materiais foram perdidos. Em consequência, atualmente, por conta das condições atuais da instituição, o local atende 75 crianças. No antigo formato, eram 350 crianças beneficiadas. Entretanto, a instituição está conseguindo se reerguer a partir de doações. [Equação de lucro social].

Deste modo, o turismo auxilia o negócio por possibilitar apresentações artísticas, exposição em eventos, comercialização em amostras e também, tende a realizar visitas turísticas. É uma ideia futura do projeto, com intuito de potencializar as operações da organização, após a construção de uma nova sede, receber turistas na instituição, para que estes participem das oficinas desenvolvidas, a partir do pagamento de uma taxa. A atração funcionaria como um passeio, seria uma oportunidade de arrecadação financeira a partir do turismo.

Discussões: análise dos negócios com impacto social e o desenvolvimento do TBC

Com base nas explorações da pesquisa, verifica-se que os negócios com impacto atuam de forma inclusiva, propondo soluções que englobam pessoas com maiores necessidades de estruturação financeira e social. Os negócios com impacto analisados buscam solucionar problemas a partir da criação de valor social junto às pessoas beneficiadas. Assim, sua

característica de lucro é por meio da geração de soluções diante das necessidades sociais impostas. Nesse sentido, estão de acordo com o visto em Nascimento, et al., (2012) e Barki (2015).

Em termos de sua organização, considerando os três tipos de formulação de um negócio com impacto, proposto pela FTNS (2015) e utilizadas no Brasil, ambas as organizações se classificam como Organização da Sociedade Civil com atividades de geração de receita e que podem receber doações, mas não podem distribuir lucros, isso considerando que qualquer ganho financeiro é direcionado para transformações na instituição para a fomentação de novas atividades.

Diante disso, o modelo de negócios utilizado nesta pesquisa se baseou em Petrini, et al., (2016), o Quadro 2 apresenta a síntese do modelo em relação a cada negócio com impacto:

Quadro 2 - Modelo de Negócios com Impacto Social Revisitado de Bonito/MS.

Modelo de Negócio com Impacto	Instituto Família Legal	Instituto Visão de Vida
Rede de Parceiros	Poder Público, Conselho tutelar, Secretaria de Assistência Social, parceiros privados e turismo local.	Poder Público, Conselho tutelar, Secretaria de Assistência Social e parceiros privados.
Competência	O crescimento da cidade de Bonito/MS provoca o objetivo de acolhimento do público juvenil.	Bonito/MS é uma cidade turística e o intuito é tirar crianças e adolescentes das ruas.
Proposição de valor	Oficinas artísticas, ações esportivas, atividades educacionais e o Fibrá Viva.	Oficinas artísticas, ações esportivas e atividades educacionais.
Equação de lucro econômico	Editais para captação de recursos, comercialização de produtos, doações e repasses financeiros.	Editais para captação de recursos, comercialização de produtos, doações e repasses financeiros.
Equação de lucro social	Melhoria do rendimento escolar dos jovens atendidos e desenvolvimento da condição social.	Desenvolvimento integral humano e cidadão.

Fonte: Elaborado pelos autores a partir do modelo de Petrini, Scherer e Back (2016) com base na pesquisa de campo.

O Quadro 2 identifica em síntese as cinco dimensões do modelo revisitado, nas organizações de Bonito/MS, e consequentemente, são identificadas as características semelhantes entre os negócios. No quesito Rede de Parceiros, as três instituições relatam que em sua composição, as entidades que auxiliam e financiam as iniciativas desenvolvidas, em semelhança, são o Poder Público, a Secretaria de Assistência Social, parceiros privados e o turismo local. O Instituto Família Legal possui ganhos financeiros significativos com a venda dos produtos realizados na instituição e o Instituto Visão de Vida tem com renda adicional a participação em feiras e apresentações culturais.

Já sobre as Competências, que são os elementos que representam o contexto sobre a comunidade atendida, a ascensão de Bonito/MS é motivo para o estabelecimento das organizações no município. Dessa forma, os atendimentos de inclusão social e juvenil são os cenários que desencadeiam a criação das instituições. Para a Proposição de Valor, ou seja, os produtos/serviços ofertados, as intuições se assemelham em atuações principais com encargos educacionais, esportivos, artísticos, médicos e assistenciais. Assim, em composição, funcionam como meio de estruturação pessoal para os envolvidos.

Na Equação de Lucro Econômico, que representa os aspectos financeiros do negócio, receitas e custos, os atributos de ganhos do Instituto Família Legal e Instituto Visão de Vida são editais para de captação de recursos, doações, repasses financeiros e a comercialização de produtos que são idealizados, produzidos e geridos pelos integrantes das organizações. No tópico Equação de lucro social, que compreende a identificação dos benefícios que o negócio proporciona, é identificado que no Instituto Família Legal a finalidade é o progresso escolar e social; no Instituto Visão de Vida o propósito é o desenvolvimento cidadão.

Outro ponto interessante é que as organizações já possuem vínculo direto e indireto com o turismo na região. Ambas comercializam seus produtos seja diretamente ou por meio de lojas locais que são parceiras. Além disso, algumas apresentações artísticas foram identificadas e apresentações acontecem em praças públicas, principalmente em festivais locais. Esses aspectos servem para valorizar o patrimônio local bem como mantém tradições rotineiras (festas populares), o que vai ao

encontro do que afirmam Sansolo e Bursztyn (2009) e Fabrino, et al., (2012).

Por meio de seus projetos, ambas as organizações produzem artigos artísticos variados, desde comercializáveis até apresentações de rua nos festivais locais. O Instituto Família Legal, conta com projetos de artesanato e comercializam os produtos desenvolvidos tanto direta, quanto indiretamente (através de lojas que repassam os produtos) para os turistas. O Instituto Visão de Vida, conta com projetos que desenvolvem atividades artísticas, o que resulta em apresentações e também se aproximam dos turistas.

Esses projetos, produtos e apresentações possuem um caráter endógeno visto que se trata de pessoas locais, que valorizam as paisagens, cultura e aspectos locais. Considerando a literatura de TBC, essas manifestações artísticas são tratadas como potenciais turísticos comunitários, visto que não somente valorizam o patrimônio local quanto a rotina local (Sampaio & Coriolano, 2009; Fabrino, et al., 2012; Sampaio & Zamignan, 2012; Lobato, 2013; Sampaio, et al., 2014; Gómez, et al., 2015; Burgos & Mertens, 2016; Campos & Silva, 2020; Maia & Gomes, 2020).

Contudo, esse potencial esbarra na falta de diálogo entre comunidade e organizações que a compõem. O turismo local tem o caráter capitalista observado nas agências de turismo que possuem a gestão principal das atividades, e grandes redes alimentícias e hoteleiras que monopolizam os serviços. Essas práticas são bem descritas por Freire (1967) e por Escobar (2005), consideram as práticas de turismo tradicional e o quanto elas afastam a população local da gestão do próprio turismo, principalmente os mais vulneráveis.

Dessa forma, mesmo considerando que as organizações conseguem se adequar às dimensões ii (valorização do patrimônio local) e iii (roteiro turístico comunitário), desenvolvidas no embasamento teórico sobre TBC, o mesmo não pode ser dito sobre a gestão comunitária. Para que isto ocorra, o alinhamento e diálogo entre a comunidade são cruciais. Essa foi a mesma conclusão de Kukiel, et al., (2016) que avaliaram um bom potencial para o desenvolvimento do TBC em Ladário/MS, mas não identificam elos comunitários que o façam acontecer de fato. Dessa forma, é possível tratar o TBC apenas como um potencial a ser desenvolvido.

4. Considerações Finais

O objetivo do estudo foi analisar os modelos de negócios e o vínculo com o TBC em Bonito/MS. O município é um ponto turístico mundialmente conhecido, com uma alta rotatividade de turistas e este fato contribui para o desenvolvimento local. Percebe-se, contudo, que o turismo se desenvolveu na região de maneira desigual no sentido de que a população local tem pouco acesso aos produtos turísticos e ainda menos acesso à gestão do turismo. Essa característica é muito observada em locais que praticam turismo tradicional.

A maioria dos negócios ligados ao turismo possuem características de buscar enriquecimento, favorecendo elites. Em contraponto, os negócios com impacto buscam suprir demandas socioambientais por meios de seus produtos e serviços. Foram identificados dois negócios com impacto em Bonito, o Instituto Família Legal e o Instituto Visão e Vida, e ambos foram classificados como Organização da Sociedade Civil com atividades de geração de receita e que podem receber doações, mas não podem distribuir lucros.

Utilizando o modelo de negócios com impacto revisitado (figura 1), foram identificados a Rede de Parceiros, Competências, Proposição de Valor, Equação de Lucro Econômico e a Equação de Lucro Social de cada organização. Compreendeu-se, assim, o processo de geração de impacto de cada negócio. Percebe-se que os institutos possuem um bom diálogo com o poder público, e buscam soluções para problemas que afetam a comunidade. Por meio das atividades realizadas, a criação de artes para comercialização direta e indireta (com apoio de comerciantes locais) e apresentações em festas locais são o principal elo com o turismo.

Essas atividades possuem um caráter totalmente endógeno, valorizando a comunidade e nesse sentido, podem se

vincular e até mesmo impulsionar práticas de turismo de base comunitária (TBC). Trata-se de um turismo que se contrapõe à lógica mercadológica de enriquecimento e monopolização dos serviços por parte de agências e grandes redes. O TBC se mostra uma ótima alternativa para valorizar e empoderar a comunidade, que participa ativamente da gestão do turismo local e valoriza os aspectos comunitários. Contudo, essa prática de turismo esbarra na falta de diálogo entre os atores comunitários.

Esse trabalho traz contribuições científicas a partir da classificação dos tipos de modelos de negócio com impacto social e a vinculação das características com o TBC, que pode impulsionar o desenvolvimento comunitário. Por fim, o estudo se limitou em apresentar resultados de negócios com impacto social de Bonito/MS e por isso, esses não podem ser generalizados. Para estudos futuros sugere-se a realização de um estudo teórico delimitando o conceito de negócios com impacto social e suas convergências e divergências quanto às definições de negócios sociais e negócios de impacto.

Agradecimentos

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001 e com apoio da Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul.

Referências

- Agüera, F. O. (2013). El Turismo Comunitario como herramienta para el Desarrollo Sostenible de Destinos Subdesarrollados. *Nómadas, Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 38(2), 79-91.
- Barki, E. (2015). Negócios de impacto: tendência ou modismo? *GV executivo*, 14 (1), 1-4.
- Burgos, A., & Mertens, F. (2016). As redes de colaboração no turismo de base comunitária: implicações para a gestão participativa. *Tourism & Management Studies*, 12(2), 18- 27.
- Bursztyn, I., & Bartholo, R. (2012). O processo de comercialização do turismo de base comunitária no Brasil: desafios, potencialidades e perspectivas. *Sustentabilidade em Debate*, 3(1), 97-115.
- Campos, J. S., & Silva, L. G. (2020). Potencialidades turísticas no projeto de assentamentos Serra Dourada no município de Goiás (GO) em 2017. *Revista Mirante*, 13(2).
- Conejero, M. A., Alves, M. de A. R., & Lima, S. C. de. (2020). Uma Análise dos Fatores Críticos de Sucesso dos Negócios de Impacto Socioambiental aplicados ao Agronegócio: Um estudo multicase. *Research, Society and Development*, 9(7), e107973616. <https://doi.org/10.33448/rsd-v9i7.3616>
- Cooper, D., & Schindler, P. (2016). *Métodos de Pesquisa em Administração*, (12ª. ed.): AMGH.
- Eisenhardt, K. M. (1989). Building theories from case study research. *Academy of management review*, 14(4), 532-550.
- Escobar, A. (2005). O lugar da natureza e a natureza do lugar: globalização ou pós-desenvolvimento? In: Lander, E. (org.). *A colonialidade do saber: eurocentrismo e Ciências sociais. Perspectivas latino-americanas*. Buenos Aires, Argentina: CLACSO.
- Escobar, M. A. R., Oliveira, T. M., Santos, A. O., Florêncio, M. N. S., & Escobar, A. G. (2020). Um olhar sobre o turismo na Serra de Itabaiana/SE: avaliação de seu potencial turístico. *Research, Society and Development*, 9(9), e427997034. <https://doi.org/10.33448/rsd-v9i9.7034>
- Estival, K. G. S., Torquato, K. N., Santos, E. G. dos, Fonseca, R. G. do N., & Andrade, J. C. de P. (2021). Educação empreendedora e negócios de impactos sociais: um estudo sobre o curso de Administração da Universidade Estadual de Santa Cruz, em Ilhéus, Bahia. *Research, Society and Development*, 10(1), e13410111546. <https://doi.org/10.33448/rsd-v10i1.11546>
- Fabrino, N. H., Costa, H. A., & Nascimento, E. P. (2012). Turismo de Base Comunitária (TBC): elementos chaves para aferir seu desempenho na perspectiva da sustentabilidade. *Revista Brasileira de Ecoturismo*, 5(3), 546-559.
- Fabrino, N. H., Nascimento, E. P., & Costa, H. A. (2016). Turismo de base comunitária: Uma reflexão sobre seus conceitos e práticas. *Caderno Virtual de Turismo*, 16(3), 172-190.
- Fernandes, L. A., & Gomes, J. M. M. (2003). Relatórios de pesquisa nas ciências sociais: características e modalidades de investigação. *ConTexto*, 3(4), 1-23.
- Ferreira, D. L. G., Cordeiro, J., & Calazans, G. M. (2019). O turismo de base comunitária como perspectiva para a preservação da biodiversidade e aspectos culturais da Serra dos Alves, Itabira (MG). *Research, Society and Development*, 8(1), e381507. <https://doi.org/10.33448/rsd-v8i1.507>
- Força Tarefa Negócios Sociais, FTNS. (2015). *Carta de princípios para negócios de impacto no Brasil*.
- Freire, P. (1967). *Educação como prática da liberdade*. Editora Paz e Terra: Rio de Janeiro, p. 65-84.
- Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul & Observatório do Turismo de Mato Grosso do Sul. (2019). *Anuário 2019: ano base 2018, dados turísticos do estado de Mato Grosso do Sul*. Campo Grande: FUNDTUR.

- Gómez, C. R. P., Falcão, M. C., Castillo, L. A. G., Correia, S. N., & Oliveira, V. M. (2015). Turismo de base comunitária como inovação social: congruência entre os constructos. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(5).
- Kukiel, E. D. G., Costa, E. A., & Mariani, M. A. P. (2016). O turismo de base local e o desenvolvimento territorial do Assentamento 72 em Ladário (MS). *Revista Brasileira de Ecoturismo*, 9(1), 133-151.
- Lobato, A. S. (2013). Turismo de base comunitária e desenvolvimento socioespacial: um diálogo possível. *Revista Brasileira de Ecoturismo*, 6(3), 648-661.
- López-Guzmán, T., Sánchez-Cañizares, S., & Pavón, V. (2011). Community-based tourism in developing countries: a case study. *Tourism: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 6(1), 69-84.
- Maia, A. H., & Gomes, J. L. C. (2020). Turismo e memórias: práticas e saberes no Assentamento Serra Verde, Barra do Garça - MT. *Guaju*, 6(1), p. 3-28.
- Mano, A. D., Mayer, V. F., & Fratucci, A. C. (2017). Turismo de base comunitária na favela Santa Marta (RJ): oportunidades sociais, econômicas e culturais. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 11(3), 413-435.
- Martins, L. C. A., Déjardin, I. P., & Silva, F. P. S. (2013). Reflexões sobre a importância da investigação histórica para o ecoturismo e o turismo de base comunitária. *El Periplo Sustentable: revista de turismo, desarrollo y competitividad*, 14, 187-207.
- Ministério do Turismo (2018). *Plano nacional de turismo 2018/2022: mais emprego e renda para o Brasil*, Brasília/DF.
- Moraes, R. (1999). Análise de conteúdo. *Revista Educação*. Porto Alegre, 22(37), 7-32.
- Moreira, V., Vidal, F. A. B., & Farias, I. Q. (2003). *Empreendedorismo social e economia solidária: um estudo de caso da rede de desenvolvimento local integrado e sustentável da comunidade do Grande Bom Jardim*. Fortaleza.
- Moura, A. M. (2011). *Facilitadores e dificultadores na implementação de um negócio inclusivo em três países de diferentes continentes*. Dissertação (Mestrado) Programa de Pós-Graduação em Administração, USP.
- Moura, A. M., Comini, G., & Teodósio, A. S. S. (2015). The international growth of a social business: a case study. *Revista de administração de empresas*, São Paulo, 55(4), 444- 460.
- Nascimento, C., Fazon, C. B., Oliveira, D. A., & Hid, D. S. (2012). Inovação no desenvolvimento local através de negócios sociais. *Pensamento & Realidade*, 27(3), 1-16.
- Oliveira, A. A. N., Diógenes, C. M., & Almeida, D. M. F. (2021). Lazer e protagonismo social: uma experiência de turismo comunitário no nordeste brasileiro. *Cadernos de Geografia*, n. 43, p. 67-80.
- Organização das Nações Unidas, ONU. *Transformando Nosso Mundo: A Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável*. <https://nacoesunidas.org/pos2015/agenda2030>.
- Petrini, M., Scherer, P., & Back, L. (2016). Modelo de negócios com impacto social. *Revista de Administração de Empresas*, 56(2), 209-225.
- Roesch, S. M. A. (2000). *Projetos de estágio e de pesquisa em administração: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso*. São Paulo: Atlas.
- Sales, G. A. F., & Salles, M. R. R. (2010). A dívida no Turismo Comunitário: constituição de vínculos sociais por colaboração solidária. *Turismo & Sociedade*, 3(2), p. 162-184.
- Sampaio, C. A. C., & Coriolano, L. N. (2009). Dialogando com experiências vivenciadas em Marraquech e América Latina para compreensão do Turismo Comunitário e Solidário. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 3(1), 4-24.
- Sampaio, C. A. C., & Zamignan, G. (2012). Estudo da demanda turística: experiência de turismo comunitário da microbacia no rio Sagrado, Morretes (PR). *Cultura - Revista de Cultura e Turismo*, 6(1), 25-39.
- Sampaio, C. A. C., Zechner, T., Henríquez, C., Coriolano, L. N. M., & Fernandes, S. (2014). Turismo comunitário a partir de experiências brasileiras, chilenas e costarriquenha. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 8(1), 42-58.
- Sansolo, D. G., & Bursztyn, I. (2009). Turismo de base comunitária: potencialidade no espaço rural brasileiro. In: Artholo, R., Sansolo, D. G., & Bursztyn, I. (Orgs.). *Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras*. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, p. 142-161.
- Santos, N. C., Souza, E. F. B., Silva, J. S., Estender, A. C., & Juliano, M. C. (2015). Empreendedorismo, responsabilidade social e negócios de impacto. *Anais do Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia*. Resende, RJ, Brasil, 12.
- Severino, A. (2007). *Metodologia do trabalho científico*. Cortez.
- Turato, E. R. (2005). Métodos qualitativos e quantitativos na área da saúde: definições, diferenças e seus objetos de pesquisa. *Revista de Saúde pública*, 39, 507-514.
- Yunus, M. (2008). *Um mundo sem pobreza: a empresa social e o futuro do capitalismo*. Ática.