

Modelos de Negócios com Impacto Social e o potencial de desenvolvimento do Turismo de Base Comunitária em Bonito/MS

FERNANDA SÁPIA SILVA

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL (UFMS)

GERALDINO CARNEIRO DE ARAÚJO

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL (UFMS)

JOÃO PEDRO FERRAZ ZANETONI

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL (UFMS)

MILTON CESAR GASPARINI DE ANDRADE JUNIOR

Modelos de Negócios com Impacto Social e o potencial de desenvolvimento do Turismo de Base Comunitária em Bonito/MS

Introdução

O desenvolvimento econômico fez com que as atividades turísticas fossem exploradas e os espaços naturais fossem modificados (FABRINO; NASCIMENTO; COSTA, 2016). Visto isso, emergem organizações que combinam objetivos como: sustentabilidade financeira e geração de valor. Assim, os negócios com impacto social são organizações que buscam gerar impacto a partir da diminuição da vulnerabilidade da população (PETRINI; SCHERER; BACK, 2016). Dessa forma, o Turismo de Base Comunitária representa as práticas que devem ser incorporadas aos segmentos.

Problema de Pesquisa e Objetivo

Considerando o contexto do município de Bonito/MS, o estudo parte da questão: Os negócios com impacto social podem se envolver com o turismo e se desenvolverem de forma positiva? O objetivo do trabalho é analisar os modelos de negócios com impacto social e o TBC no contexto de Bonito/MS. Os objetivos específicos são: a) Caracterizar os negócios com impacto; b) Descrever as dimensões do modelo de negócios; c) Analisar os impactos gerados pelos negócios; e, d) Analisar a relação do negócio com o turismo e com o TBC.

Fundamentação Teórica

Os negócios com impacto social auxiliam na promoção de soluções de crescimento e é desta forma que surgem as organizações híbridas (BARKI, 2015). Para Yunus (2008), os negócios sociais têm como missão transformar pessoas em participantes ativos na sociedade. Os negócios de impacto, para Barki (2015), são organizações que buscam o progresso a partir de retorno financeiro. Sendo assim, os negócios com impacto social surgem como forma de intervenção socioeconômica a partir da integração de diferentes modelos.

Metodologia

O presente estudo possui características exploratórias, descritivas, com abordagem qualitativa e foi realizado a partir de um estudo de caso. Foram identificados três negócios com impacto social em Bonito/MS: Instituto Família Legal, Instituto Visão de Vida e Associação Pestalozzi. Para a pesquisa, foram utilizadas entrevistas semiestruturadas e os dados foram tratados considerando a análise de conteúdo e de caso. Os itens estão embasados no modelo revisitado de Petrini, Scherer e Back (2016) e a discussão faz um confronto entre a teoria e dados.

Análise dos Resultados

Com a pesquisa, é possível categorizar as organizações. Assim, o Instituto Família Legal possui atributos que o qualificam como um negócio de impacto com distribuição monetária; o Instituto Visão de Vida tem características de um negócio com impacto social, considerando seu processo de transformação e a Associação Pestalozzi de Bonito pode ser conceituada com um negócio social devido os reinvestimentos. Logo, os negócios vinculados ao TBC poderiam ser alavancados a partir do desenvolvimento de parceria que fomentem o turismo social e gerem valor para a região e população.

Conclusão

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. O entendimento ocasionado a partir da aplicação do modelo revisitado de Petrini, Scherer e Back é de qual impacto se refere às mudanças nas condições de vida da população alcançada. Logo, a pesquisa não tem como propósito mensurar resultados e sim, apontar os benefícios e características dos negócios com impacto social e do vínculo com o TBC.

Referências Bibliográficas

BARKI, E. Negócios de impacto: tendência ou modismo?. GV executivo, v. 14, n. 1, p. 1-4 2015.
FABRINO, N. H.; NASCIMENTO, E. P.; COSTA, H. A. Caderno Virtual de Turismo: Turismo de Base Comunitária. v. 16, n. 3, p. 172-190, 2016. PETRINI, M.; SCHERER, P.; BACK, L. Modelo de negócios com impacto social. Revista de Administração de Empresas, v. 56, n. 2, p. 209-225, 2016. YUNUS, M.

