

Investimento social privado em turismo no Brasil

Impactos,
motivações
e desafios



ORGANIZADORES

Marcela Pimenta Campos Coutinho; Mariana Alves Madureira;
David Leonardo Bouças da Silva; Iara Lucia Gomes Brasileiro

Universidade de Brasília
Laboratório de Estudos em Turismo
e Sustentabilidade - LETS/UnB

Investimento social privado em turismo no Brasil

Impactos, motivações e desafios

ORGANIZADORES

Marcela Pimenta Campos Coutinho

Mariana Alves Madureira

David Leonardo Bouças da Silva

Iara Lucia Gomes Brasileiro

Coleção Mirante

Brasília

2024

CONSELHO EDITORIAL LETS

Comitê Editorial

Camila Rodrigues (UFRRJ)

David Bouças (UFMA)

Helena Costa (UnB)

João Paulo Faria Tasso (UnB)

Susy Simonetti (UEA)

Conselho Científico

Carlos Costa (Universidade de Aveiro)

Cláudia Leitão (UECE)

Elimar Nascimento (UnB)

Kathleen Andereck (Arizona State University)

Marcus Polette (UNIVALI)

Marta Irving (UFRJ)

Rita de Cássia Ariza da Cruz (USP)

Vinicius Lages (Sebrae)



[Licença Creative Commons BY-NC-ND: você pode compartilhar esse material, desde que mencionando a fonte de forma apropriada. Proibido utilizar para finalidades comerciais.] A responsabilidade pelos direitos autorais de textos e imagens dessa obra é dos autores.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Biblioteca Central da Universidade de Brasília - BCE/UNB)

I62 Investimento social privado em turismo no Brasil
[recurso eletrônico] : impactos, motivações e
desafios / organizadores, Marcela Pimenta
Campos Coutinho ... [et al.]. - Brasília :
Universidade de Brasília, Laboratório de
Estudos de Turismo e Sustentabilidade, 2024.
108 p. : il. - (Coleção Mirante).

Inclui bibliografia.

Modo de acesso: World Wide Web.

ISBN 978-65-998233-2-9.

1. Investimentos - Análise. 2. Turismo -
Brasil. I. Coutinho, Marcela Pimenta Campos
(org.). II. Série.

CDU 338.486.1.02



EQUIPE

INICIATIVA

Raízes 360

Lucila Maria Barbosa Egydio
Marcela Pimenta Campos Coutinho
Mariana Alves Madureira

PARCEIRO ACADÊMICO

Laboratório de Estudos em Turismo e Sustentabilidade da Universidade de Brasília (LETS/UnB)

João Paulo Faria Tasso
David Leonardo Bouças da Silva
Iara Lucia Gomes Brasileiro
Rodrigo Amado dos Santos

PARCEIRO DE DIVULGAÇÃO

Turismo Spot

Isabela Rosa Sette
Glaucia Oliveira Borba
Graziele Junia Vilela
Marcela Pimenta Campos Coutinho
Mauro Knüpfer Coutinho
Renata Toffoli Guedes

APOIO

Ponte Aponte

Cássio Aoqui (conselheiro)

Fundação Grupo Boticário

Flavia Campassi

GIFE

Raquel Quintiliano
Ricardo Batista

PATROCÍNIO

Instituto Bancorbrás

Leandra Santos

ORGANIZADORES

Marcela Pimenta Campos Coutinho
Mariana Alves Madureira
David Leonardo Bouças da Silva
Iara Lucia Gomes Brasileiro

AUTORAS E AUTORES

(ordem alfabética)

Cássio Aoqui
David Leonardo Bouças da Silva
Iara Lúcia Gomes Brasileiro
Lucila Maria Barbosa Egydio
Marcela Pimenta Campos Coutinho
Mariana Alves Madureira
Rodrigo Amado dos Santos

REVISÃO TÉCNICA

Helena Araújo Costa
Andréa Martini Pineda
Lívia Barros Wiesinieski

TABULAÇÃO DA PESQUISA

Arnaldo Reis
Laura Machado Santos

DIAGRAMAÇÃO

Ophicina202 – Nathalia Abdalla



SUMÁRIO

EXECUTIVO

Este estudo inédito explora o papel do Investimento Social Privado (ISP) no setor turístico brasileiro, trazendo uma análise detalhada de como esses investimentos podem promover um desenvolvimento mais sustentável em territórios específicos. Com uma abordagem exploratória e descritiva, o estudo se baseia em uma metodologia qualitativa, composta por entrevistas semiestruturadas com atores-chave do setor, análise documental e estudos de caso de práticas já implementadas. Ao trazer essa análise, o estudo busca preencher uma lacuna importante ao mapear a atuação do ISP no turismo, área ainda pouco reconhecida pelos investidores privados, mas que apresenta enorme potencial de impacto socioeconômico e ambiental.

OBJETIVO

O estudo tem como mote principal compreender o panorama do investimento social privado no turismo brasileiro, tendo como objetivo a identificação dos principais desafios, motivações e impactos das iniciativas, sob a ótica dos investidores. Por fim, destaca-se como o ISP pode ser melhor direcionado para maximizar seus impactos.



ACHADOS

Um dos principais achados deste estudo é que, embora o ISP brasileiro já atue em atividades relacionadas ao turismo, como cultura, conservação ambiental, inclusão produtiva e geração de renda, os investidores ainda não reconhecem formalmente o turismo como um campo estratégico de investimento. Iniciativas ligadas ao desenvolvimento territorial, planos municipais de turismo e apoio a conselhos municipais de turismo (Comtur) são implementadas com o apoio do ISP, mas sem que o turismo seja percebido como uma área prioritária ou estratégica de atuação.

Por exemplo, ações que promovem o fortalecimento de comunidades indígenas e quilombolas são fundamentais para fortalecer o turismo local, mas não são enquadradas como iniciativas pertencentes ao setor. Da mesma forma, projetos de inclusão produtiva e geração de renda, que qualificam moradores locais para atuarem como guias de turismo ou produtores de artesanato, impactam diretamente o setor, mas são vistos principalmente como ações sociais ou econômicas, não turísticas.

PRINCIPAIS DESAFIOS

- **Falta de reconhecimento do turismo pelo ISP:** apesar de apoiar iniciativas que impactam o setor, o turismo não é formalmente reconhecido pelos investidores como uma área prioritária de atuação;
- **Burocracia e barreiras institucionais:** a burocracia excessiva e a dificuldade de integrar o ISP com políticas públicas locais, bem como a mensuração do impacto, dificultam o avanço de projetos sustentáveis de longo prazo;
- **Desconexão entre demanda local e ISP:** falta maior alinhamento entre as necessidades reais das comunidades e os objetivos dos investidores, especialmente no que tange a setores de alto potencial turístico.

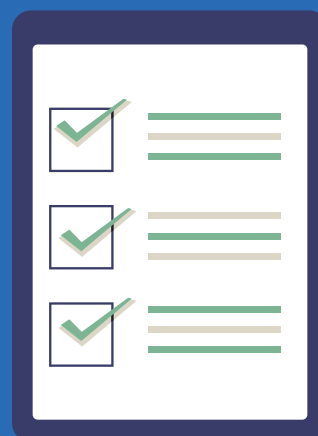


OPORTUNIDADES IDENTIFICADAS

- **Turismo como vetor de desenvolvimento territorial sustentável:** o ISP tem o potencial de transformar o turismo em uma ferramenta com viés sustentável, gerando emprego e renda, promovendo a inclusão social e conservando o meio ambiente, contribuindo diretamente para o alcance de metas relacionadas aos Objetivos de Desenvolvimento de Sustentável (ODS);
- **Apoio a políticas públicas locais:** o apoio do ISP a planos municipais de turismo e a conselhos municipais de turismo é uma oportunidade concreta de alinhar os investimentos com políticas públicas locais, aumentando a legitimidade e o impacto dessas ações;
- **Fomento a boas práticas:** o ISP pode atuar como um catalisador de boas práticas no turismo, integrando ações de conservação ambiental, valorização cultural e desenvolvimento econômico em áreas de grande potencial turístico, sobretudo como indutor de colaborações multissetoriais.

RECOMENDAÇÕES

- **Reconhecimento do setor turístico** como área estratégica de ISP, compreendendo sua capacidade de gerar impactos socioeconômicos de longo prazo e de promover sustentabilidade, alinhando as ações com os ODS;
- **Maior alinhamento com políticas públicas** e atores locais, fortalecendo parcerias com governos locais e comunidades para apoiar a implementação de políticas públicas voltadas ao turismo, contribuindo para o desenvolvimento territorial;
- **Capacitação e sensibilização dos gestores** públicos e comunitários, investindo em programas de formação e sensibilização para que gestores públicos e comunitários possam integrar ações de ISP e turismo de maneira mais eficiente e transparente.



Síntese dos pontos de investigação sobre o ISP brasileiro

O QUE QUEREM?

Promover melhorias socioeconômicas

Melhor relacionamento com comunidades

Conservação e preservação da natureza

Exigências sociedade e consumidores

GOMO FAZEM

Qualificações para o desenvolvimento de políticas públicas, negócios e pessoas

Conservação e preservação da biodiversidade

Estruturação de governança local

Fomento ao turismo

PARA QUEM

(critérios, recortes)

Localidades do entorno ou afetadas pela operação

Locais em com atores sociais capazes de executar com qualidade

Comitê interno seleciona projetos

Alinhamento com as tendências e/ou políticas governamentais atuais

Diálogos junto às partes interessadas

DESAFIOS

Território e logística

Governança interna das organizações

Gestão de negócios comunitários

Suporte da sociedade

GOMO VERIFIGAM

Indiretamente por meio das organizações parceiras

Sistema - Verifica cumprimento de objetivos e metas

Dificuldade de estabelecer critérios e indicadores

O QUE ALGANÇARAM

INTERNOS

Mudança de mentalidade interna

Ganhos reputacionais/ posicionamento

Melhoria na interlocução com os stakeholders

Fortalecimento de pesquisas

EXTERNOS

Fortalecimento da governança nas localidades

Ganhos de longo prazo para as localidades

Desenvolvimento socioeconômico alinhado à conservação

Difusão de boas práticas



CONCLUSÃO E *CALL TO ACTION*

O ISP tem potencial efetivo para fomentar o turismo no Brasil, tornando-o um vetor de desenvolvimento sustentável para comunidades em todo o país e um mecanismo eficaz para atingir os ODS. No entanto, para que esses investimentos produzam os impactos desejados, é necessário reconhecer o turismo como uma área estratégica de investimento, superar as barreiras burocráticas e fortalecer a cooperação entre investidores, poder público e sociedade civil. Quando estabelecido em bases mais sustentáveis, o turismo pode preservar o patrimônio natural e cultural, ao mesmo tempo em que gera emprego, renda e inclusão social. Neste contexto, o ISP pode ampliar sua visão, assumindo um papel de liderança no setor e garantir que seus investimentos fomentem transformações reais e duradouras nos territórios que mais precisam.



A publicação em

13 pontos:

Destaques, achados e reflexões

- 1** Desconexão entre ISP e turismo: Apesar de o ISP já atuar em áreas relacionadas ao turismo, como cultura, meio ambiente e geração de renda, o setor não é formalmente reconhecido pelos investidores como estratégico para o desenvolvimento sustentável;
- 2** Atuação indireta no turismo: Iniciativas de ISP focadas em conservação ambiental, cultura e inclusão produtiva já geram impactos positivos no turismo local, sem que sejam classificadas como projetos turísticos;
- 3** Falta de métricas claras: A dificuldade em medir os impactos sociais, econômicos e ambientais no turismo é um dos principais obstáculos para que o ISP avance no setor;
- 4** Barreiras burocráticas: A burocracia e a alta rotatividade nas gestões públicas locais dificultam a continuidade de projetos de ISP no turismo, comprometendo resultados de longo prazo;

5 Potencial do turismo para o desenvolvimento territorial: O turismo estabelecido em bases mais sustentáveis, pode ser vetor de desenvolvimento dos territórios, gerando empregos, renda e inclusão social das comunidades locais;

6 Fomento a planos municipais e conselhos de turismo: O ISP pode apoiar políticas públicas e a governança em localidades turísticas, fortalecendo estruturas como planos municipais de turismo e conselhos municipais para assegurar o sucesso das iniciativas;

7 Alinhamento com os ODS: O ISP no turismo deve estar alinhado aos ODS, com foco em áreas como trabalho decente, crescimento econômico, redução de desigualdades e consumo responsável;

8 Qualificação de gestores públicos e comunitários: É essencial investir em programas de qualificação para que gestores locais e comunitários possam integrar ações de ISP ao turismo, garantindo eficiência e transparência na execução dos projetos;

13 Necessidade de parcerias público-privadas: A efetividade do ISP no turismo depende de parcerias sólidas entre o setor privado, o poder público e as comunidades, ampliando a escala e o impacto das ações;

9 Desafios no monitoramento de impactos: O monitoramento e a avaliação dos impactos de projetos de ISP no turismo são complexos devido à diversidade de atores e objetivos envolvidos, exigindo soluções adaptadas para cada contexto;

10 Turismo como ferramenta de inclusão social: O ISP no turismo pode incluir grupos vulneráveis, como indígenas e quilombolas, nos processos de desenvolvimento econômico, promovendo a inclusão social, por meio de segmentos como o turismo de base comunitária e o ecoturismo;

11 Reconhecimento do valor intangível: O estudo destaca que investimentos em cultura e meio ambiente são fundamentais para o turismo, mas o valor desses ativos intangíveis muitas vezes é subestimado pelos investidores;

12 Fortalecimento de boas práticas: O ISP tem o potencial de impulsionar boas práticas de sustentabilidade no turismo, promovendo a valorização cultural, a conservação ambiental e o desenvolvimento econômico.



Prefácio

Investimento Social Privado em Turismo no Brasil é uma obra relevante e oportuna. Nascida do esforço conjunto entre academia, profissionais do setor, especialistas e entusiastas, ela aborda um tema ainda pouco explorado no Brasil: a relação entre o investimento social privado (ISP) e o turismo. Ao longo do livro, essa interação se revela em um campo cheio de possibilidades e desafios, diretamente conectados ao desenvolvimento sustentável do país.

O ISP brasileiro se destaca pela sua força financeira, tendo aportado R\$ 4,8 bilhões em 2022 [pelos associados ao GIFE] em áreas sociais, ambientais e culturais. Esse investimento, caracterizado pela sua natureza voluntária e estratégica, tem como objetivo gerar impactos positivos e duradouros para a sociedade. No entanto, o setor de turismo, que detém um dos maiores potenciais de desenvolvimento sustentável no Brasil, ainda não recebe a devida atenção pelo ISP. Quando planejado com responsabilidade, o turismo pode não apenas promover a inclusão social, a preservação ambiental e a valorização da cultura, mas também gerar oportunidades econômicas para as comunidades envolvidas e desenvolvimento local.

Os autores exploram de forma detalhada como o ISP pode se tornar uma ferramenta de transformação dentro da indústria do turismo, ajudando a valorizar culturas e ecossistemas locais. O livro também oferece uma visão abrangente das motivações que impulsionam empresas e organizações a investir no turismo, além de apontar os principais desafios enfrentados nesse processo. As informações são frutos de uma pesquisa que incluiu entrevistas com atores-chave e análises de práticas nacionais e internacionais.

A conexão entre ISP e turismo apresenta uma excelente oportunidade de alinhar os recursos financeiros e a expertise das organizações para o turismo sustentável, fortalecendo desde pequenas comunidades até grandes corporações, criando benefícios que ultrapassam as fronteiras do setor turístico e promovem justiça social e conservação ambiental.

Esperamos que esta obra inspire novas iniciativas e reflexões tanto no campo do turismo quanto na filantropia: áreas com um imenso potencial para gerar impactos positivos e duradouros para o Brasil.

Boa leitura!

Andréa Martini Pineda

Doutora em Administração Pública pela EAESP/FGV e mestre em Linguística Aplicada na PUC SP, com experiência profissional de mais de 20 anos no terceiro setor/fundações empresariais

Apresentação

Investimento social privado (ISP), assim como turismo, são daqueles temas desafiadores, complexos, que demandam atenção especial quando tentamos entendê-los, pois, por serem assuntos interdisciplinares, exigem que os apreciemos por diversas óticas e conceitos. O tamanho desse desafio, no entanto, não foi suficiente para nos impedir de procurar compreender, ao menos, algumas das possíveis relações entre esses assuntos.

De início, vimos que, mesmo sendo algo que acontece com certa frequência – no Brasil e em outros países –, a compreensão dos conceitos relacionados ao ISP e desse termo com o turismo ainda é incipiente. Então, percebendo a demanda de estudos, e que essa seria uma possibilidade ainda em aberto, com potencial contribuição para todos os interessados e envolvidos com o investimento social privado e com a atividade turística, decidimos nos desafiar a construir um estudo que aportasse informações mais sólidas a ponto de se constituírem em dados que sirvam de arrimo para reflexões atuais e investigações futuras.

Também notamos que seria fundamental que entendêssemos os vários significados que o termo “investimento social privado” assume para diferentes contextos, além do próprio entendimento do que é o turismo. Com essa base comum, poderíamos construir a reflexão sobre o “ISP no turismo”, objeto da nossa principal questão, que resultou no seguinte objetivo: compreender o panorama do investimento social privado no turismo brasileiro, tendo como objetivo a identificação dos principais desafios, motivações e impactos das iniciativas, sob a ótica dos investidores. O alcance desse objetivo permitiu uma chamada para a ação (*call to action*) apresentada ao fim da publicação, contendo sugestões para o futuro do ISP e suas potenciais contribuições para o setor turístico nacional.

Do ponto de vista metodológico, por se tratar de uma primeira aproximação com a temática, o estudo foi exploratório e qualitativo, realizado no ano de 2023. Optamos por elaborar um roteiro de perguntas, chamado semiestruturado, porque permitiria que as pessoas entrevistadas pudessem se sentir confortáveis em responder aos questionamentos formulados e, mesmo, acrescentar informações ou comentários que julgassem importantes.



Foram desenvolvidas, assim, 11 entrevistas em profundidade com representantes de empresas, institutos e fundações ligadas ao **GIFE (Grupo de Institutos, Fundações e Empresas)** que realizam investimento social privado no país. Além disso, foram pesquisadas outras duas organizações que atuam como implementadoras, uma que por investir a partir de um Termo de Ajuste de Conduta (TAC) não entrou no rol de investidoras sociais – dada a natureza voluntária do ISP – e uma não ligada ao GIFE. Esses diálogos possibilitaram extrair informações importantes para compreender se esses recursos estão ou não sendo aplicados no turismo brasileiro. As entidades entrevistadas contemplam os mais diferentes segmentos, desde papel e celulose, setor automobilístico, alimentício e de cosméticos até mineração e recursos provenientes de grupos familiares.

> Maiores informações sobre o GIFE, esta entidade que reúne importantes investidores sociais no Brasil estão disponíveis em: www.gife.org.br

Em pesquisas qualitativas que envolvem entrevistas, é mais comum que as pessoas que as concedem sejam mantidas no anonimato¹. Dessa forma, neste livro, optamos por utilizar nomes de frutas brasileiras para realizar a identificação das entidades investigadas, seguindo um caminho alternativo e criativo de manutenção do anonimato dos entrevistados, a exemplo do proposto por alguns estudiosos². Em complemento, foi realizada uma discussão com dois pesquisadores do tema ISP no cenário nacional, convidados a fornecer mais subsídios aos resultados apresentados: Andréa Martini Pineda³ e Cássio Aoqui⁴.

Com base nisso, construímos este *e-book* como se fosse um pequeno livro de receitas, contendo os “ingredientes” (os conceitos em que baseamos nossa pesquisa e a discussão); o “modo de preparo” (a metodologia que fundamentou a pesquisa e como foi desenvolvida); e o produto, o “suco” que fizemos a partir dos dados que obtivemos e das discussões com a literatura. Por fim, convidamos você para provar desse resultado conosco (*call to action*) e a buscarmos novas receitas que orientem os atores da filantropia privada brasileira a degustarem novas possibilidades de investir no turismo em todo o território nacional.

1 Despret (2011).

2 Tsallis et al. (2020).

3 Doutora em Administração Pública pela EAESP/FGV, na linha de Sociedade Civil e Governo, e mestre em Linguística Aplicada no LAEL da PUC SP. Trajetória profissional de mais de 20 anos no terceiro setor, com passagens por organizações sociais e fundações empresariais.

4 Cofundador da ponteAponte e do coletivo Labô, atuantes no campo da mudança social. Doutorando em Mudança Social e Participação Política (EACH-USP), mestre em Administração (FEA-USP); professor de Gestão Estratégica em Sustentabilidade na FIA (Fundação Instituto de Administração).

Desse modo, este *e-book* está constituído – como uma receita – pelo somatório de três partes interligadas: na primeira, apresentamos um breve levantamento bibliográfico dos conceitos de ISP e de turismo – assim você poderá acompanhar melhor nosso raciocínio ao longo do texto. Também identificamos, neste capítulo, dados sobre o investimento social privado dentro e fora do turismo, nacional e internacionalmente. Na segunda, são expostos os resultados que obtivemos com a pesquisa desenvolvida com os representantes das organizações participantes desta investigação. Aqui, mostramos os principais projetos e iniciativas, apontamos alguns desafios e motivações, impactos e boas práticas. Por fim, na terceira parte, apontamos algumas sugestões e chamamos nossos parceiros, atuais e futuros, para atuarmos em prol de ações positivas, agregadoras não somente de recursos financeiros, mas – e talvez, principalmente – na construção de uma sociedade mais equânime e justa, tanto com as pessoas como com o meio ambiente.

O turismo, sabemos, pode ser uma ferramenta de inclusão e de cuidado com a vida. Da mesma forma, os recursos advindos de investimentos sociais realizados pelas empresas nas diferentes áreas de sua atuação podem ser o ingrediente garantidor ou motivador das ações de mudança. Assim, esta publicação se propõe a ser um guia abrangente e esclarecedor para todas as pessoas interessadas em compreender e aplicar as ideias-chaves do investimento social privado no enriquecimento e na sustentabilidade do turismo brasileiro, contribuindo, dessa maneira, para uma visão mais integrada e responsável do desenvolvimento do setor de viagens em âmbito nacional.

Destacamos que o presente *e-book* é a materialização de um processo colaborativo de investigação e diálogo que busca conectar o investimento social privado e o turismo. Apontamos, também, as importantes parcerias que resultaram na concretização da pesquisa e deste livro. Em primeiro lugar, nomeie-se a Raízes 360 – parceria entre as empresas **[Raízes Desenvolvimento Sustentável e a Turismo 360 Consultoria](#)** – como idealizadora da iniciativa, que convidou o **[Laboratório de Estudos em Turismo e Sustentabilidade da Universidade de Brasília \(LETS/UnB\)](#)** como parceiro acadêmico. Esse tipo de parceria é fundamental quando se deseja compreender os fenômenos e outros acontecimentos naturais ou sociais de modo a poder sugerir desdobramentos, tanto no campo dito científico como no leigo, cotidiano. Isto significa que as informações obtidas na pesquisa são categorizadas e estudadas à luz dos muitos e diversos conhecimentos já estabelecidos, testados e aprovados, garantindo não somente a credibilidade das conclusões como a replicabilidade da metodologia: isso é ciência! Para isso, o LETS/UnB foi chamado, reunindo a expertise de vários dos seus membros que, respaldados na literatura publicada por muitos outros pesquisadores, pudessem consolidar as informações em dados e estes em conclusões racionais que possam servir de base para pesquisas futuras.



Contamos, ainda, com a parceria de divulgação do Turismo Spot “um portal de conteúdo técnico em turismo criado para compartilhar matérias sobre o tema, histórias, boas práticas no Brasil e no mundo”. Fundamental, também, destacarmos o apoio institucional da Fundação Grupo Boticário, da consultoria ponteAponte e do Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (GIFE), referência no tema do investimento social privado no Brasil. Somos muito gratos, também, ao Instituto Bancorbrás, nosso patrocinador para participarmos de **importantes eventos que ocorreram no país**, em 2024, incluindo o momento de lançamento desta publicação.

➤ WTM, Salão Nacional de Turismo, Seminário ANPTUR.

Não podemos deixar de mencionar a gentileza dos nossos entrevistados em nos receber e nos doar importante parte de seu tempo. Sem isso, não haveria a pesquisa de campo. Além disso, agradecemos imensamente a equipe de revisão científica do *e-book*, composta por pesquisadoras com elevada titulação e conhecimento específico e/ou transversal acerca do ISP ou do turismo, quais sejam: professoras Helena Costa, Andréa Pineda e Lívia Wiesinieski. Finalmente, registre-se o esforço dos nossos estagiários do LETS/UnB que transcreveram muitas horas de gravação das entrevistas, permitindo, com isso, que pudéssemos analisar, tabular e organizar os resultados. Com certeza, muitas outras pessoas nos ajudaram sem nem notar que estavam contribuindo para que o trabalho se realizasse não somente de forma academicamente correta, como também lúdica, divertida, muitas vezes.

A todos e todas, nosso muito obrigado!

Esperamos que você goste da leitura deste livro tanto quanto gostamos de escrevê-lo!

Caso você se interesse em conhecer as bases teóricas sobre as quais nos debruçamos para construir não somente o desenho da pesquisa, como para basear as discussões dos nossos achados, no final do livro você encontrará nossa lista de referências. Vale a pena visitá-la!

1. Ingredientes para a discussão

*Conceitos sobre
Investimento
Social Privado
e Turismo*



Antes de tudo, é importante entender que o turismo constitui um fenômeno complexo e poderoso. Planejado e executado de forma responsável, pode contribuir para a valorização e a conservação da sociobiodiversidade⁵. Além disso, por abranger uma ampla cadeia de atores na organização da atividade⁶, seus desdobramentos – econômicos, principalmente – têm repercussões que vão além dos envolvidos diretamente. Ou seja, os efeitos da visitação extrapolam o setor hoteleiro, de transporte, agências e restaurantes, alcançando o frentista do posto de gasolina, o fornecedor do queijo, a moça do artesanato, o cantor do barzinho... a lista de impacto é longa!

No Brasil, o setor turístico é um dos mais dinâmicos e de rápido crescimento, mas apresenta uma gama de oportunidades e desafios para pôr em prática o ideal do desenvolvimento sustentável⁷. Os impactos para as cidades e suas populações, a partir da chegada de visitantes, são inúmeros e devem ser considerados no planejamento e gestão dos destinos⁸.

Comumente, o turismo tem sido tratado como uma espécie de apêndice de outros segmentos, considerados mais importantes ou de impacto econômico mais prontamente percebidos. É comum que os moradores de uma localidade não identifiquem os efeitos diretos do turismo em suas vidas. Mais inquietante que isso é constatar que muitos gestores não alcançam o potencial turístico de alguma prática comum ou comunitária em seu território. Tudo isso se deve, em parte, ao modo de planejar o turismo, nem sempre integrante das estratégias de desenvolvimento, de aplicação de recursos tanto financeiros como humanos. Esse tipo de visão termina por tornar o turismo uma atividade muitas vezes complementar em lugar de também protagonista.

Sem planejamento e/ou sem o eficaz monitoramento do avanço da atividade nos destinos, o turismo tem colaborado para um cenário de polícrises, contribuindo para as mudanças climáticas⁹, estimulando a gentrificação¹⁰, o **overtourism**¹¹, >

Overtourism constitui, evidentemente, uma visitação excessiva a destinos turísticos, comumente causada pela acumulação de capital desregulada e de estratégias de crescimento fortemente associadas à venda das cidades como mercadorias turísticas (Milano et al., 2019).

5 Tasso, Silva e Nascimento (2024); 6 Rios, Levino e Finger (2021); 7 Tasso et al. (2024); 8 Leiper (1995); 9 Scott e Gössling (2022); 10 Andrade e Góes (2023); 11 Milano, Novelli e Gheer (2019).

Turismofobia: Expressão que caracteriza o "repúdio à turistificação", ou seja, aversão ao modelo de turismo que prega o crescimento ilimitado (massivo) de visitantes e que gera inúmeras consequências negativas à população local e aos trabalhadores do setor (DOMÍNGUEZ, 2018).

entre tantos outros problemas. Mais recentemente, os efeitos adversos causados pela visita em massa vêm resultando na oposição moradores x turistas, ocasionando o problema da **turismofobia**¹².

Para potencializar ou mitigar esses fatores de maneira responsável e inclusiva, é imprescindível a participação ativa e colaborativa de todos os setores envolvidos: público, privado e sociedade civil organizada¹³, favorecendo uma governança eficaz do turismo¹⁴. Ou seja, o setor tem potencial para engajar uma diversa gama de atores sociais, desde grandes corporações e governos até pequenas comunidades e indivíduos.

É nesse contexto que propomos **ampliar o entendimento do conceito de Investimento Social Privado (ISP)** – recorte deste estudo – e de como ele pode ser eficazmente aplicado ao setor do turismo. Isso porque investimentos no turismo podem fazer com que o impacto positivo dessa atividade seja potencializado, mitigando os seus efeitos adversos e as ameaças a tudo aquilo que realmente importa na atividade: os ecossistemas e as pessoas.

Historicamente, os investimentos em turismo, como componente de um processo de desenvolvimento territorial sustentável, são pautas mais comuns aos governos, claramente insuficientes. O aparecimento do turismo como componente da filantropia impulsiona o desenho de soluções mais efetivas para nossa sociedade. Nas linhas que seguem, aprofundamos o olhar sobre cada um dos temas centrais desta publicação: ISP e Turismo.

12 Domínguez (2018);

13 Scott, Cooper e Baggio (2008).

14 Silva et al. (2023).

Ingrediente 1:

Investimento Social Privado – ISP

É fundamental entender corretamente os conceitos quando se pretende levantar dados e possíveis ações acerca de um assunto. Muitas vezes, no entanto, a prática leva a diversos tipos de olhar para uma mesma ação, o que, do ponto de vista de uma pesquisa, traz alguns obstáculos que não podem ser ignorados. O conceito de investimento social privado é um desses casos, assim como o de turismo, como veremos mais à frente.

Uma pesquisa nas bases da literatura acadêmica sobre os estudos relacionados ao assunto¹⁵ mostrou-nos o tamanho desse desafio. Vamos trazer, aqui, um resumo do que encontramos, que serviu de base para nosso entendimento e, consequentemente, para a discussão dos resultados que encontramos.

As definições compõem um **mosaico de práticas** que, embora inter-relacionadas, apresentam nuances e objetivos distintos. Esta diversidade terminológica reflete a riqueza do engajamento social no país e, por isso,

impõe a necessidade de esclarecimentos para evitar confusões, pois a ausência de fronteiras claras pode dificultar a compreensão das distintas motivações, estratégias e impactos dessas abordagens, bem como a identificação das melhores práticas para cada contexto.

Começamos pela distinção entre os diversos termos correlatos ao ISP, como a Responsabilidade Social Corporativa (RSC), o Investimento Social Corporativo (ISC), a Responsabilidade Social Empresarial (RSE) e a Filantropia, que frequentemente confundem os envolvidos, exatamente por sua **sobreposição conceitual**.

O ISP, em sua essência, transcende as obrigações corporativas convencionais. Ele representa uma mobilização estratégica de recursos privados em prol de objetivos de interesse público, abrangendo iniciativas sociais, ambientais, culturais e científicas.

¹⁵ Em maio de 2024, foi realizado um levantamento da literatura relacionada ao ISP na plataforma SCOPUS, a partir de termos como “Private Social Investment” e “Tourism”, “Hospitality” e “Tourism”, “Corporate Philanthropy” e “Tourism Management”, “Corporate Philanthropy” e “Tourism”, “Socially Responsible Investment” e “Tourism”. Os achados demonstram que o ISP apresenta três características ímpares: (1) a origem dos recursos é privada e voluntária; (2) suas ações devem ser minuciosamente planejadas, monitoradas e sistemáticas, buscando resultados claros, em especial quando comparados às repercussões das práticas tradicionais de caridade, consideradas amadoras e benevolentes; (3) os propósitos destas ações precisam estar além dos interesses privados que as financiam, de maneira que suas atividades estejam amplamente voltadas aos anseios públicos que serão suportados (ANDION; BECKER; VICTOR, 2012).

Essa abordagem **planejada, monitorada e sistemática**¹⁶ pode contribuir para o desenvolvimento de um turismo que não apenas valoriza mas também protege e qualifica o patrimônio socioambiental do Brasil. O Box 1 agrega mais algumas informações para facilitar a compreensão do termo.

Como visto, o ISP abrange um vasto universo que reúne variadas formas de investimento que a iniciativa privada faz de maneira contínua e planejada para benefício da sociedade. O que se observa é que, internacionalmente, o ISP já se apresenta como uma realidade em países como Estados Unidos, Canadá e Nova Zelândia. No Brasil¹⁷, reforçamos a relevância do ISP se direcionar mais ao turismo, diante dos potenciais impactos positivos advindos dessa atividade.

O que é ISP?

O Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (GIFE) considera o Investimento Social Privado (ISP) como a mobilização de recursos privados de forma planejada, monitorada e sistemática para iniciativas de interesse público que abrangem áreas sociais, ambientais, culturais e científicas. Essa definição transcende a simples doação de recursos, englobando uma abordagem estratégica para o alcance de objetivos sociais sustentáveis, de impacto duradouro¹⁸.

16 GIFE (2024).

17 Instituições como GIFE, Comunitas (BISC - Benchmarking do Investimento Social Corporativo) e IDIS (Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social) são algumas das principais que trabalham o ISP no cenário nacional.

18 GIFE (2024).

Diferenças entre ISP, RSC e ISC

A distinção entre o ISP e a RSC (e a RSE) é especialmente significativa e se conecta, intimamente, com o **processo histórico** em que esses investimentos foram ocorrendo no Brasil. Essas ações emergem no enfraquecimento do Estado de bem-estar social, difundido por Margaret Thatcher, no Reino Unido, e Ronald Reagan, nos Estados Unidos, nos idos dos anos 1980. A difusão dos conceitos do neoliberalismo e da globalização e, mais especificamente no Brasil, a redemocratização e a abertura da economia forjaram uma inserção inédita dos entes privados – empresas e organizações da sociedade civil (OSCs) – nas questões sociais e públicas do país, até então de incumbência do Estado e, antes disso, por séculos, da Igreja Católica.

No nosso país, perto do final da década de 1990, foram tantas as novas organizações, programas, projetos, redes, alianças, livros, cursos etc., que começou a ser tarefa árdua apontar quem era quem e o que era o quê neste novo setor econômico que veio à tona com a redemocratização e a globalização do Brasil¹⁹. Surgiram, então, duas **organizações intermediárias**, até hoje as mais representativas do ISP e da RSC, respectivamente: o GIFE e o Instituto Ethos.

Enquanto o **ISP se caracteriza por uma abordagem voluntária e proativa na alocação de recursos para causas de interesse público, a RSC engloba uma gama mais ampla de práticas empresariais que integram preocupações sociais e ambientais nas operações e estratégias corporativas**. Assim, à época, o Ethos identificou o seu trabalho com o conceito de Responsabilidade Social Empresarial (RSE), de inspiração estadunidense, criando e divulgando uma ferramenta para avaliação da empresa, dividida em sete grandes temas: valores, transparência e governança; força de trabalho; ambiente; fornecedores; consumidores e clientes; comunidade; e, por fim, governo e sociedade. Por sua vez, o GIFE deu preferência por seguir o entendimento, também desenvolvido na América do Norte, de filantropia ou investimento social privado, tanto para empresas, como para organizações sociais sem fins lucrativos ou familiares²⁰.

Importante notar também que o **Investimento Social Corporativo (ISC)**, frequentemente considerado um sinônimo de ISP, refere-se, especificamente, às iniciativas sociais empreendidas por corporações ou empresas que praticam o investimento social a partir de fundações e institutos familiares e independentes. No Box 2, a seguir, são apresentadas mais informações sobre essas tipologias organizacionais ligadas ao ISP.

¹⁹ Rossetti [2010].

²⁰ Rossetti [2010].

TIPOLOGIAS ORGANIZACIONAIS DO ISP

Uma das características distintivas do ISP, especialmente no contexto brasileiro, é a sua diversidade de formas e atores. Além das empresas que realizam o ISC, o ISP inclui institutos e fundações criados por corporações, famílias e/ou indivíduos, bem como entidades independentes que não estão vinculadas a interesses corporativos específicos. A seguir, detalhamos cada tipo de entidade e seus propósitos.



INSTITUTOS E FUNDAÇÕES²¹ CORPORATIVAS: estes são estabelecidos por empresas para gerenciar e direcionar seus investimentos sociais. Embora mantenham uma conexão com a corporação-mãe, operam com certo grau de autonomia, focando em áreas específicas alinhadas à missão corporativa ou a causas sociais mais amplas. Exemplos: Fundação Grupo Boticário e Instituto Bancorbrás.



INSTITUTOS E FUNDAÇÕES FAMILIARES: criados por famílias ou indivíduos, esses institutos e fundações refletem os valores e interesses filantrópicos de seus fundadores. Oferecem uma abordagem mais personalizada ao ISP, muitas vezes, concentrando-se em causas locais ou em áreas específicas de interesse. Exemplos: Fundação Maria Cecília Souto Vidigal e Instituto Betty e Jacob Lafer.



ENTIDADES INDEPENDENTES: estas não estão ligadas a corporações ou famílias específicas e, comumente, têm uma ampla base de apoio e financiamento. Podem abranger uma variedade de formas e tamanhos, desde pequenas OSCs até grandes organizações filantrópicas. Além disso, operam em uma diversidade de áreas temáticas. Exemplos: ICS (Instituto Clima e Sociedade) e Fundo Baobá.

²¹ Existem duas formas jurídicas principais de organização: associações e fundações. Os institutos, via de regra, são associações privadas sem fins lucrativos, sendo o termo “instituto” uma espécie de designação para associações compostas por diferentes pessoas ou organizações em prol de um bem comum. Organizações da Sociedade Civil (OSCs), incluindo as Organizações Não Governamentais (ONGs), também geralmente se enquadram nessa categoria. Já as fundações são criadas com um patrimônio inicial, cujo uso é fiscalizado pelo Ministério Público, tornando-as menos flexíveis em sua natureza de atuação.

Enquanto o ISP foca no direcionamento voluntário de recursos para o bem comum, **a Responsabilidade Social Corporativa (RSC) engloba as práticas empresariais que visam a integração de preocupações sociais e ambientais nas operações de negócios e nas interações com as partes interessadas.** A RSC é, nesse sentido, mais ampla e pode incluir tanto atividades voluntárias quanto obrigações legais ou normativas, como práticas de sustentabilidade e ética empresarial.

Por outro lado, **o ISP envolve práticas que vão além do mundo corporativo, incluindo iniciativas sociais familiares e independentes diversas.** O ISC, por outro lado, pode ser visto como um segmento do ISP realizado por corporações. Ele se concentra especificamente nas ações sociais voluntárias das empresas, contudo dentro do escopo mais amplo do seu compromisso com o desenvolvimento social.

A recente convergência do ISP com práticas filantrópicas no Brasil evidencia uma evolução na maneira como o investimento social privado é percebido e implementado. **Esta fusão de conceitos sugere um movimento em direção a uma abordagem mais holística e integrada do investimento social, que é particularmente promissora no contexto do turismo, onde a interação harmoniosa entre as dimensões social, ambiental e econômica é essencial.**

Para se ter uma dimensão da relevância do ISP no cenário nacional, em termos numéricos, a principal pesquisa sobre a filantropia no Brasil, o Censo GIFE²², apontou que, em 2022, o total investido pelas organizações respondentes foi de R\$ **4,8 bilhões**. A previsão para 2023 era de alcançar **R\$ 5,6 bilhões**. Vale ressaltar que, desse total, apenas 10% (ou R\$ 486 milhões) se referem a incentivos fiscais. Tradicionalmente, a área de educação é tanto a que concentra mais organizações com algum tipo de atuação como em relação ao seu foco prioritário de investimento, conforme se percebe na Figura 1. Em segundo lugar estão **inclusão produtiva, empreendedorismo e geração de renda.**

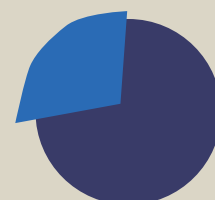
22 GIFE (2023).

Organizações por áreas temáticas de atuação (múltiplas respostas), 2022

Inclusão produtiva, empreendedorismo e geração de renda	54%	
Educação não formal	53%	
Desenvolvimento local, territorial e/ou comunitário	50%	
Educação formal	49%	
Proteção e assistência social/ combate à pobreza e à fome	41%	
Defesa de direitos, cultura de paz e democracia	38%	
Desenvolvimento institucional de OSC e movimentos sociais	36%	
Cultura e artes	36%	
Apoio emergencial	28%	
Saúde	26%	
Ambiente natural e sustentabilidade	26%	
Agricultura, alimentação e nutrição	23%	
Ambiente urbano e sustentabilidade	23%	
Fortalecimento da gestão pública	21%	
Esporte e lazer	20%	
Mídia e comunicação	18%	
Ciência e tecnologia	15%	
Outros	6%	

71%









Educação segue sendo a área temática em que os investidores mais atuam



NOTA

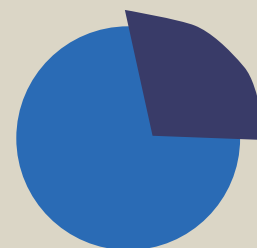
137 organizações responderam a esta pergunta. índice de multiplicidade de 5,3 áreas temáticas

Organizações por foco prioritário de atuação (resposta única), 2022

Educação formal	21%	
Educação não formal	12%	
Inclusão produtiva, empreendedorismo e geração de renda	10%	
Defesa de direitos, cultura de paz e democracia	9%	
Desenvolvimento local, territorial e comunitário	9%	
Saúde	9%	
Cultura e artes	6%	
Ambiente natural e sustentabilidade	5%	
Proteção e assistência social/ combate à pobreza e fome	4%	
Desenvolvimento institucional de OSC e movimentos sociais	4%	
Agricultura, alimentação e nutrição	2%	
Ambiente urbano e sustentabilidade	2%	
Fortalecimento da gestão pública	1%	
Ciência e tecnologia	1%	
Outros	3%	
Não informou	1%	

33%

EDUCAÇÃO
TOTAL



NOTA
137 organizações
responderam
a esta pergunta.

Fonte: Censo GIFE 2022-2023.

A partir da Figura 1, nota-se, entretanto, que o turismo não aparece como uma área temática em si, tampouco como alvo de investimento. Isso porque as poucas iniciativas que existem nesse aspecto se diluem em outros temas, a exemplo da geração de renda e desenvolvimento local, territorial e/ou comunitário. Esse desafio espelha o próprio problema epistemológico do turismo, cuja definição conceitual também segue em disputa.

O fato de o turismo não aparecer como mote central da filantropia, e nem sequer ser mencionado ao longo de toda a pesquisa, aponta também para um relevante obstáculo para o setor, uma vez que **limita sua emergência como possibilidade de atuação e/ou abordagem do ISP.**

Ou ainda, embora o potencial do ISP seja vasto, **há desafios a serem enfrentados**, como a necessidade de garantir que os investimentos sejam feitos de maneira ética e responsável, alinhados com as necessidades e os desejos das comunidades locais²³. **A colaboração entre os diversos stakeholders, incluindo o setor privado, organizações comunitárias, governos e instituições acadêmicas, algo comum em muitos destinos turísticos com forte competitividade²⁴, será fundamental para superar esses desafios e aproveitar as oportunidades que o ISP oferece.** Isto porque o aspecto relacional – a qualidade dos relacionamentos entre esses diferentes atores – é essencial para o sucesso da organização do setor, na composição de produtos e serviços competitivos²⁵.

Ao lançar luz sobre essas dinâmicas e ao elucidar o papel do ISP no turismo, as análises aqui realizadas não apenas contribuem para o fortalecimento da base teórica e prática do investimento social privado mas também abrem caminho para futuras iniciativas que possam **aproveitar plenamente o potencial do turismo** como motor de desenvolvimento sustentável e de inclusão no Brasil. Este estudo se propõe, ao final de tudo, a indicar possibilidades futuras (*call to action*) de direcionamento do ISP para o setor turístico, a fim de impactar positivamente os mais variados **atores que compõem a sua cadeia produtiva** (Ver Box 3).

23 Powell (2018).

24 Scott et al. (2008).

25 Chim-Miki e Batista-Canino (2016)

Ingrediente 2:

Turismo

Definir turismo tem sido uma tarefa desafiadora para seus estudiosos²⁶. Não é nada fácil ou simples conceituar fenômenos ou matérias multi/interdisciplinares. No entanto, para os fins dos objetivos deste livro, optamos por entendimentos mais gerais, que possam ser aceitos, se não por todos, ao menos pela maioria. Essa compreensão é importante porque esse é um dos “ingredientes” da nossa receita (mesmo que não pretendamos ter esgotado todas as possibilidades de discussão do assunto).

Na academia sempre se busca por um denominador comum, um conceito que os especialistas tenham como uma base amplamente aceita, em que se apoiam o método e as discussões de um estudo. Muitas vezes, entretanto, encontrar esse entendimento amplo, porém restrito o suficiente para que o foco do estudo possa ser o mais preciso e adequado possível, é quase uma “missão impossível”. É o caso de conceitos que envolvem áreas interdisciplinares, a exemplo do turismo. Autores diversos vêm publicando sobre esse desafio²⁷.

Em 2003, a Organização das Nações Unidas (ONU) reuniu associações governamentais e privadas de turismo sob a denominação de Organização Mundial do Turismo (OMT). A missão dessa organização internacional não governamental seria – e é – a de promover o turismo de “maneira responsável, universalmente acessível, como indutor do desenvolvimento inclusivo”²⁸. Apesar de haver diversos questionamentos sobre a utilização da definição de turismo adotada pela OMT, preferiu-se, neste livro, adotá-la, por se tratar de um estudo baseado no mercado do turismo. A OMT não se propõe a formular definições teóricas sobre esse fenômeno. Seus propósitos são o de produção de estatísticas, uniformização de critérios de mensuração, de modo a promover o turismo de “maneira responsável, universalmente acessível”. Por fim, entende o turismo como um “fenômeno social, cultural e econômico” que se refere ao deslocamento das pessoas²⁹.

26 Panosso Netto (2010).

27 Pakman (2014).

28 SEBRAE (s.d.).

29 OMT (2024).

De todo modo, é fato que o turismo se refere – ou se baseia – no deslocamento humano, principalmente com finalidade de lazer, quando as pessoas saem dos seus ambientes cotidianos em busca de novas e diferentes experiências³⁰. Nesse novo ambiente, consomem, experimentam novas culturas, utilizam o meio ambiente. Em outras palavras, impactam a economia, o ambiente e a cultura locais “para o bem e para o mal” causando os tais impactos positivos ou negativos que uma atividade humana pode gerar.

Mas o que sempre se almeja é o turismo que contribua para o desenvolvimento de uma comunidade, de uma cidade ou de um país³¹. Para isso, é fundamental que a prática da atividade turística se faça dentro dos princípios da sustentabilidade, nas suas dimensões social, econômica, cultural, ambiental e política³², a fim de garantir a inclusão do maior número de pessoas nos benefícios que dela resultem.

Nessa perspectiva, o turismo se apoia em uma cadeia produtiva (Box 3) de negócios comuns, diferente, no entanto, das demais, pois seus fornecedores são mais complexos, de grandes corporações e governos até pequenas comunidades e indivíduos, envolvendo hotelaria, gastronomia, serviços de lazer e entretenimento, sistema de informações, até transporte, segurança, mobiliário e decoração, passando por construção civil, serviços de saúde e de educação, agricultura e pecuária, para citar apenas alguns.

Cadeia Produtiva do Turismo

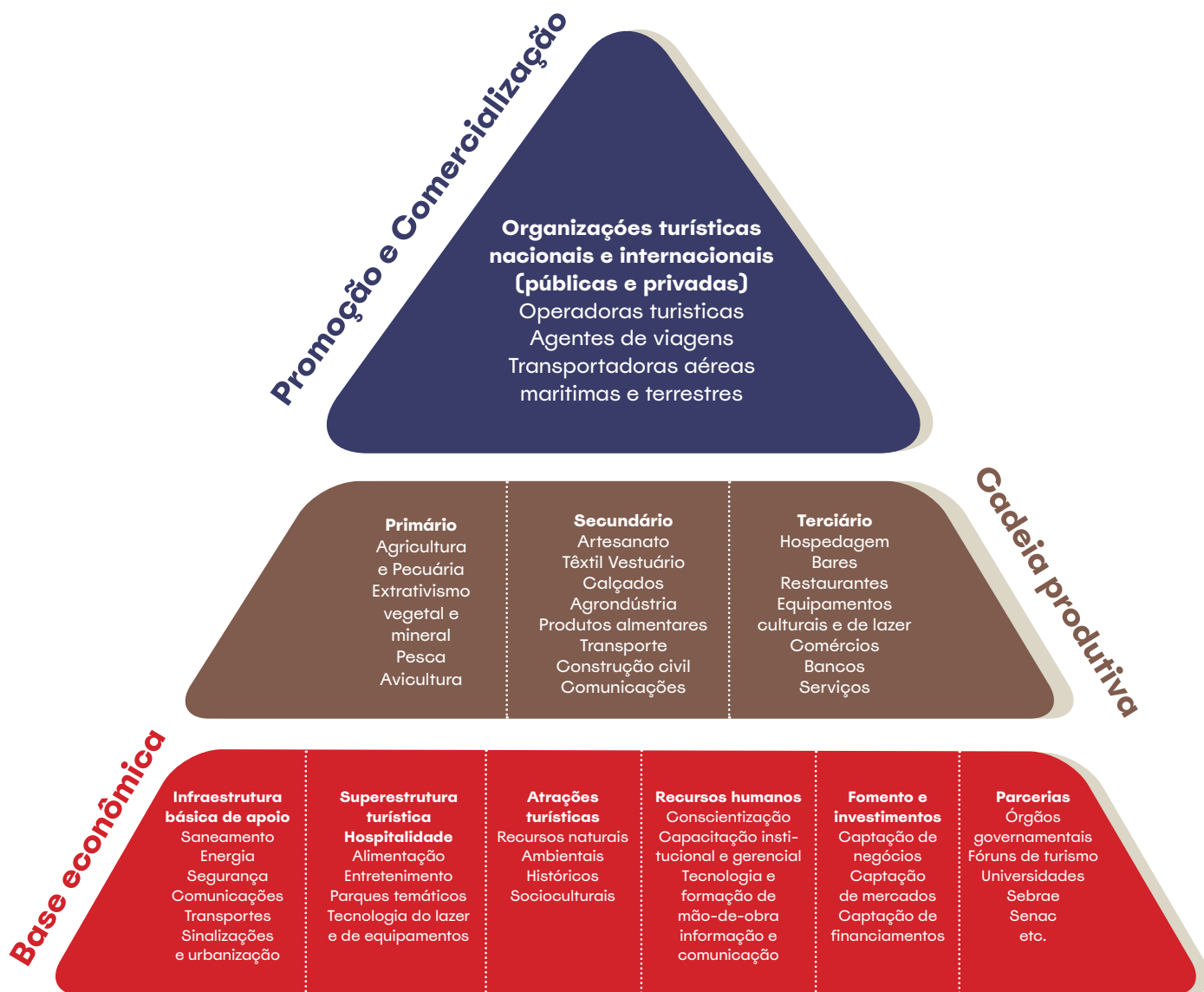
É importante saber que a Cadeia Produtiva do Turismo (CPT) é distinta de outras cadeias produtivas ligadas a negócios comuns, visto que, nela, os fornecedores são mais complexos do que em outros setores e apresentam maior vantagem competitiva conforme desenvolvem suas relações de parceria. Assim, as atividades da CPT podem ser divididas em três eixos: centrais e universais (hotelaria, gastronomia, serviços de lazer e entretenimento e sistema de informações); elos associados (transporte, segurança, comércio, artesanato etc.); e elos periféricos (indústrias de vestuário, mobiliário, objetos de decoração e construção civil, serviços de saúde, serviços de educação, serviços de estética, agricultura, pecuária e produtos da gastronomia regional), podendo variar de acordo com a localidade (cidade, região, país) em que está estabelecida³³ (Figura 2).

30 Panosso Netto (2010).

31 Leiper (1995).

32 Faucheux e Noël (1995).

33 Rios et al. (2021).



Adaptado de: Aulas 18 e 19. AULAS 18 e 19 O ambiente institucional do turismo brasileiro: regras e atores BRASIL. Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008.

No Brasil, apesar das oportunidades de melhorias socioeconômicas para os destinos, não se pode negar que esses expressivos impactos nem sempre podem ser considerados como “positivos”, uma vez que resultam em externalidades sociais, econômicas, culturais e ambientais bastante desafiadoras, ao causarem distorções na distribuição equânime dos eventuais benefícios. Para potencializar ou mitigar esses fatores de maneira responsável e inclusiva, é imprescindível a participação ativa e colaborativa de todos os setores envolvidos: público e privado, inclusive da sociedade civil organizada. A complexidade do turismo, portanto, é ampliada. É nesse contexto que nos propusemos a aprofundar o entendimento do conceito de ISP – recorte deste estudo – e de como pode ser eficazmente aplicado ao turismo.

Para tanto, apresentamos o Box 4, que resume algumas ideias importantes para facilitar o entendimento. Em seguida, após abordarmos o tópico “modo de preparo”, será exposto o produto da nossa investigação de campo – “o

puro suco da comunicação científica” – com resultados que possibilitam aprofundar a análise da relação entre ISP e Turismo, no sentido de que os exemplos concretos mapeados evidenciam boas práticas e lições aprendidas no contexto nacional. Isso tudo tem o potencial de inspirar outras organizações e seus stakeholders a considerarem o ISP como uma estratégia viável e eficaz para o desenvolvimento sustentável do turismo.

Box 4: Onde o ISP encontra o turismo?

O ISP e a conservação da natureza

Um dos aspectos mais críticos onde o ISP pode fazer diferença significativa é na sustentabilidade do turismo. Investimentos sociais privados em projetos de conservação ambiental, por exemplo, podem ajudar a proteger ecossistemas vitais que são também atrativos turísticos para gerações futuras, enquanto proporcionam uma fonte de renda sustentável para as comunidades locais. Esses projetos podem variar desde a restauração de áreas degradadas e a proteção da biodiversidade até o desenvolvimento de práticas turísticas ecologicamente responsáveis.

Fomentando a Inclusão Social por meio do Turismo

Além da sustentabilidade, o ISP no turismo pode desempenhar um papel crucial na promoção da inclusão social. Investir em formação e educação para comunidades locais, especialmente em áreas turísticas, não apenas melhora a qualidade de vida dessas pessoas mas também enriquece a experiência turística, criando uma interação mais autêntica e enriquecedora entre visitantes e residentes. Programas de formação em hospitalidade, gestão ambiental e preservação cultural podem empoderar as comunidades locais, permitindo-lhes participar mais ativamente da economia do turismo.

Preservação Cultural como Pilar do Turismo

A riqueza cultural do Brasil é um dos seus maiores ativos turísticos. O ISP pode apoiar iniciativas que promovam a preservação e a celebração da diversidade cultural brasileira, desde o financiamento de festivais locais e artesanato tradicional até a restauração de sítios históricos e a promoção de experiências culturais imersivas para turistas. Essas iniciativas não só ajudam a manter vivas as tradições culturais mas também contribuem para um turismo que valoriza e respeita a identidade e a história das comunidades locais.

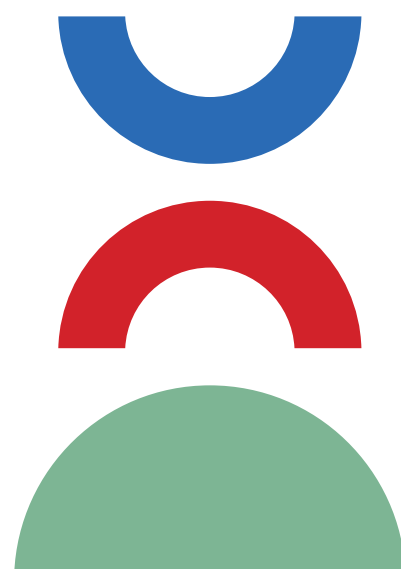
A discussão sobre as possibilidades advindas do ISP conduz à necessidade de aprofundamentos. Há um potencial não explorado de articulação no âmbito do ISP no Brasil, buscando promover as complementaridades e superar as sobreposições em um setor formado por atores tão diversos. Além disso, a ampla gama de estratégias utilizadas pelos investidores sociais é, em si, um campo aberto para novos estudos que busquem analisá-las do ponto de vista de sua efetividade, de seu impacto e de sua conexão com as agendas públicas do país.

Quando se busca o cruzamento entre ISP e Turismo, em particular quando se questiona se as grandes empresas do turismo estão realizando investimentos socioambientais voluntários, não há informações consolidadas sobre esse setor. No que diz respeito ao ISP e a todos os conceitos relacionados a ele, no âmbito internacional, são encontrados esforços mais direcionados à transição da atividade turística para moldes mais sustentáveis.

Com base nos levantamentos realizados, empresas turísticas internacionais estão, gradativamente, engajando-se na temática do ISP, a fim de elevar a projeção social de suas marcas, por meio de projetos que busquem mitigar adversidades sociais e impactos ambientais negativos presentes nas localidades em que atuam³⁴. Nesse aspecto, para as empresas turísticas adentrarem o universo da filantropia, identificou-se³⁵ a existência de duas rotas possíveis para induzir uma imagem social positiva, ao mesmo tempo em que estas contribuem para o desempenho organizacional (Figura 3).

³⁴ Xiong et al. (2023).

³⁵ Chen (2019).



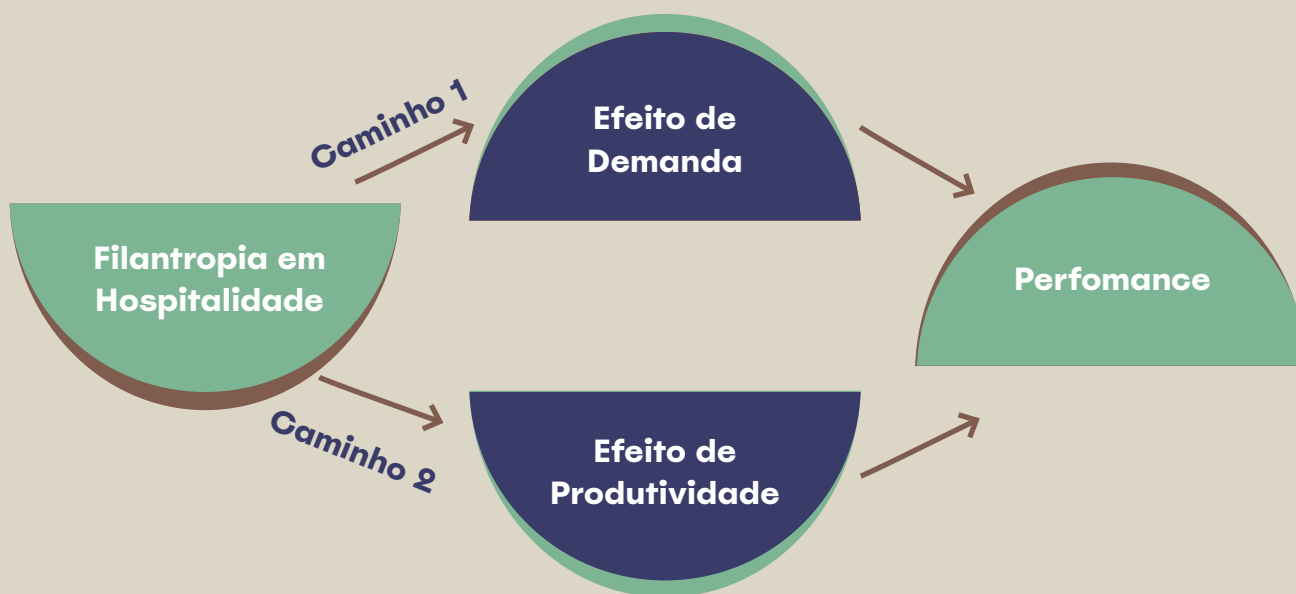


Figura 3: A relação entre filantropia nas empresas turísticas e seus desempenhos
 Fonte: Adaptado pelos autores de Chen (2019).

O primeiro caminho, conhecido como “efeito demanda”, é centrado no perfil dos consumidores e nas implicações que essa demanda – cada vez mais consciente da importância das práticas de sustentabilidade – tem sobre as características dos produtos, o aumento/estagnação/declínio das vendas e, conseqüentemente, no desempenho organizacional. Já o segundo caminho, centrado nos clientes internos e no “efeito produtividade”, é alicerçado a partir de um entendimento sobre como a publicidade positiva da Filantropia Corporativa (FC) pode aumentar o desempenho dos colaboradores e, conseqüentemente, a produtividade organizacional.

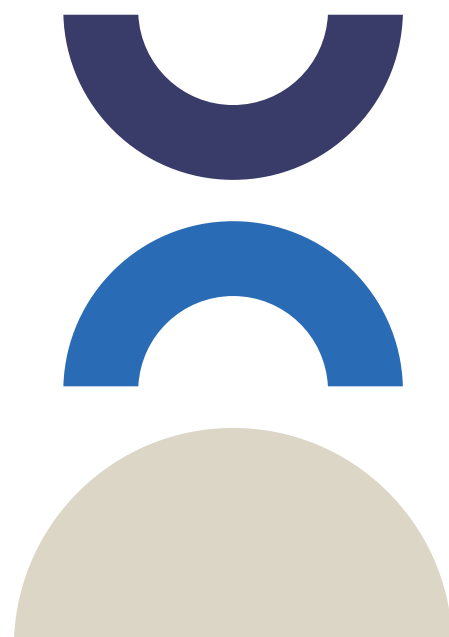
Desse modo, a FC é entendida como um instrumento de competitividade mercadológica que pode influenciar a captação de maiores receitas e o alcance de determinados objetivos organizacionais. Logo, os gestores turísticos conseguem, a partir dessa metodologia, criar diferenciais competitivos capazes de impactar positivamente suas reputações e os seus desempenhos organizacionais³⁶.

³⁶ Wang et al. (2018).

³⁷ Turismo Centro Portugal (2023).

O tema do Dia Mundial do Turismo de 2023, “Turismo e Investimentos Verdes”, chamou a atenção para a necessidade de soluções de investimentos sustentáveis que sejam benéficas para as pessoas e para o planeta. Uma das questões debatidas foi compreender quais são as fontes de recursos para dimensionar e integrar essas soluções. Os debates fomentados pela OMT evidenciaram a necessidade de soluções para desbloquear o financiamento, acelerar os investimentos verdes no turismo e contribuir para o desenvolvimento sustentável. Foi sublinhada a necessidade vital de uma transição sustentável, não apenas para o planeta mas também para o próprio turismo, para impulsionar a competitividade e aumentar a resiliência, ao mesmo tempo que indicaram a necessidade de um quadro político de investimento robusto e de apoio³⁷.

A partir deste contexto, este estudo, concebido pela Raízes 360, foca também na investigação de onde o turismo se insere no universo dos investimentos sociais privados. Para o desenvolvimento metodológico, foi convidada a Universidade de Brasília (UnB) que rapidamente aderiu ao propósito por meio do LETS – Laboratório de Estudos de Turismo e Sustentabilidade. Participam, também, dessa iniciativa o Turismo Spot (plataforma de difusão de pesquisas e artigos de turismo), a Fundação Grupo Boticário (atualmente uma das mais atuantes em ações envolvendo turismo) e a ponteAponte (empresa especializada no suporte ao ISP), com o apoio do Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (GIFE). A síntese dos resultados deste estudo está apresentada no capítulo a seguir.



2. Modo de Preparo

A metodologia que fundamentou a pesquisa e como foi desenvolvida



Se você é daqueles que “lê tudo” de um livro – capa e contracapa, orelhas e notas de rodapé – com certeza viu lá na Apresentação que este aqui é o resultado da percepção da necessidade de estudos sobre a possível contribuição do investimento social privado no turismo brasileiro, ainda incipiente. Por isso, a pesquisa é considerada como de natureza exploratória, qualitativa e descritiva.

Nessa perspectiva, uma metodologia já consagrada no meio acadêmico são as entrevistas em profundidade realizadas com diferentes atores relacionados ao estudo que se quer desenvolver. Mais particularmente, a entrevista que segue um roteiro conhecido como semiestruturado permite obter informações aprofundadas ao mesmo tempo que possibilita a quem responde se sentir à vontade para tecer considerações que julgar importantes para o entendimento do problema.

Uma vez que se tinha como objetivo principal buscar informações sobre o investimento social privado no turismo brasileiro, e em se tratando de uma primeira aproximação com o assunto sob essa ótica, foram realizadas 11 entrevistas com entidades ligadas ao GIFE (Grupo de Institutos, Fundações e Empresas), instituição que congrega 16⁴ dos principais investidores sociais no cenário nacional.

Para as análises, foram consideradas, inicialmente:

- Institutos e fundações diretamente vinculados a empresas (08);**
- Institutos e fundações familiares (03).**

Com o intuito de melhor compreender o panorama atual do ISP no Brasil, foram entrevistados, ainda, representantes de mais quatro organizações não inseridas na análise de conteúdo que gerou os resultados principais do estudo, uma vez que não compõem o rol de investidores sociais do GIFE, por se tratar de implementadoras ou devido a iniciativas motivadas por Termos de Ajuste de Conduta (TAC), que fogem à natureza voluntária característica do ISP. **Foram elas:**

- Uma empresa em TAC e outra não ligada ao GIFE (02);**
- Instituições que realizam a aplicação desses investimentos, ou seja, implementadoras (02).**

Essas organizações pesquisadas podem ser caracterizadas conforme o Quadro 1 adiante. A fim de garantir a privacidade dos 15 representantes das organizações estudadas, criamos codinomes, pois, em investigações qualitativas com entrevistas, é comum se manter o anonimato dos respondentes³⁸, atribuindo-lhes algum código. Assim, demos nomes de frutas brasileiras para identificar as entidades e as falas de seus representantes. A descrição busca trazer elementos que ajudem o leitor a contextualizar falas apresentadas no estudo.

38 Despret [2011].

Caracterização dos entrevistados



GAMBUCI

Diretor de sustentabilidade de um instituto vinculado a uma grande empresa de papel e celulose. Engenheiro Florestal, trabalha há mais de 40 anos com conservação. O Instituto funciona há 25 anos buscando, sobretudo, conservação dos biomas Amazônia, Cerrado e Mata Atlântica.



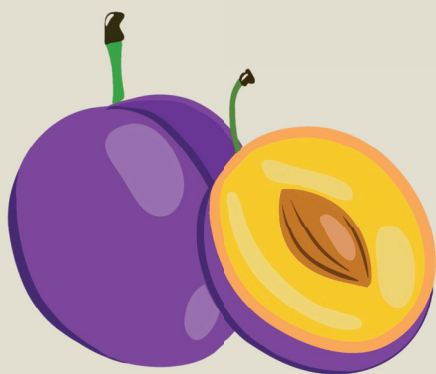
UVAIA

Coordenador de projetos, formado em administração e trabalhando há 08 meses em instituto vinculado a uma multinacional brasileira do setor da mineração e outros. O Instituto apoia a gestão pública com finalidade de contribuir para a sustentabilidade dos territórios. O turismo é uma das estratégias do portfólio do instituto.



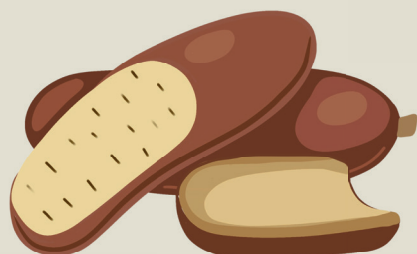
PITANGA

Gestora em um instituto antigo que começou com filantropia e tem adentrado o campo do investimento social estratégico nos últimos anos. Tendo a área financeira como uma das principais áreas da mantenedora, o instituto é uma das poucas instituições entrevistadas que coloca o turismo como prioridade, ao lado de investimentos no fomento a projetos e fortalecimento da sociedade civil organizada.



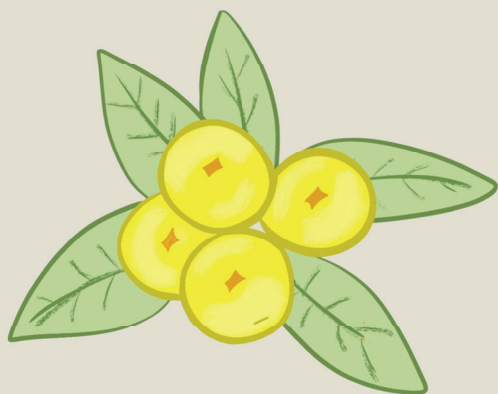
AMEIXA

Coordenadora de projetos em fundação empresarial com foco em projetos socioambientais, educacionais e culturais. A mantenedora é uma multinacional que atua no setor automobilístico. A instituição apoia poucos projetos no longo prazo. A fundação existe há 15 anos e a colaboradora trabalha há mais de 10 anos na empresa, tendo sido cedida à fundação há 3.



JATOBÁ

Coordenadora há cinco anos em um instituto financiado por recursos familiares cujo objetivo é promover a conservação ambiental através de projetos que envolvem políticas públicas e educação. Formada em gestão pública, nasceu e vive no sudeste. Esta é uma das instituições entrevistadas que mais entende e usa o turismo como aliado para conservação ambiental.



MURICI

Especialista na área de programas (há 3 anos) de uma organização que existe há 13 anos com o intuito, entre outros, de apoiar projetos de impacto socioambiental sobretudo no Cerrado e na Mata Atlântica. Formada em relações internacionais com pós-graduação em sustentabilidade, reside no Sudeste. A organização é mantida por um grupo familiar e os projetos, nos últimos anos, têm tido vínculo com territórios de grande fluxo turístico.



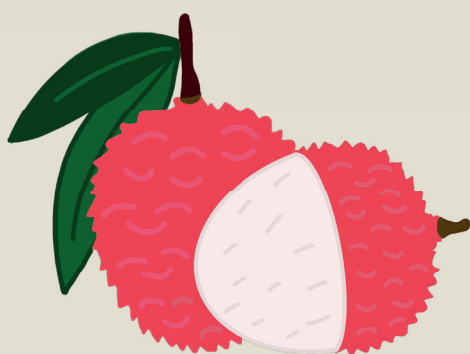
CACAU

Gerente há dez anos de um instituto financiado por recursos familiares cujo objetivo é promover conservação socioambiental por meio do fortalecimento de cadeias produtivas que mantêm florestas em pé. Engenheiro agrônomo com mestrado em sustentabilidade, reside no Nordeste. Em princípio, não entendia o turismo como parte do investimento do instituto, mas repensou o papel e a participação dessa atividade ao longo da entrevista.



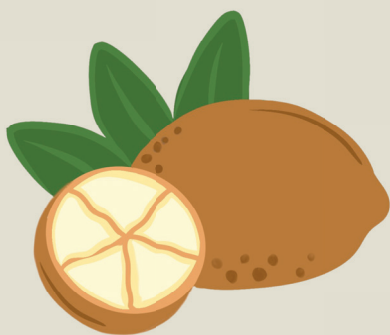
AÇAÍ

Gerente de projetos em um fundo criado por uma empresa do setor alimentício para recuperação de áreas degradadas e fortalecimento da bioeconomia. Trabalha na organização desde sua fundação há aproximadamente três anos. Entende o turismo como algo indireto dentro da bioeconomia. Oferecem suporte a negócios dinamizadores que apoiam pequenos negócios que, hoje, incluem uma empresa de turismo.



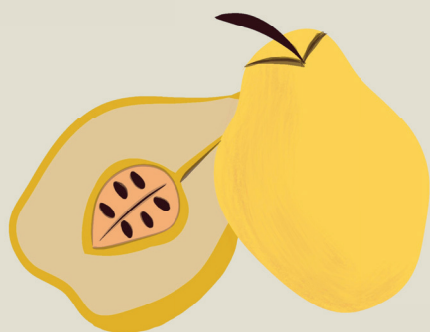
LICHIA

No cargo de Gestão da Estratégia há dez anos, é pós-graduada e reside na região Sul do Brasil. A fundação em que trabalha é mantida por uma indústria do setor de cosméticos e acredita que o turismo pode ser usado como estratégia para apoiar projetos de conservação focados, sobretudo, na melhoria da qualidade das águas.



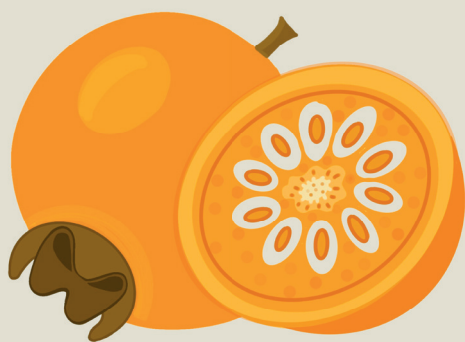
CUPUAÇU

Responsável pela mensuração de impacto, a analista é engenheira ambiental com mestrado em agroecologia. Trabalha em um fundo voluntário de uma mineradora. Este fundo foi reestruturado há quatro anos e atua em conservação e clima com investimentos em projetos de desenvolvimento territorial e cadeias produtivas na Amazônia. Não entende o turismo como atividade direta dos projetos que apoiam.



MARMELO

Analista de Responsabilidade Social, desde 2011, na instituição, é pós-graduada, vive no Sudeste e acredita que o investimento social privado é fundamental para alcançarmos avanços na sociedade. A fundação representa uma grande mineradora e foca atualmente no apoio à educação e saúde, sobretudo fortalecendo o setor público. No passado apoiaram projetos de turismo dentro do “guarda-chuva” da geração de renda.



GUABIROBA

Gerente de programas, trabalha em uma empresa privada que investe diretamente e de forma voluntária e estratégica na conservação de áreas naturais, tendo o turismo como uma das principais estratégias. A empresa tem seus próprios recursos, mas realiza também investimentos de outras empresas do grupo. Bióloga com mestrado em sustentabilidade, acredita no turismo como estratégia fundamental para o financiamento da conservação.



PINHA

Gerente de projetos em empresa multinacional de mineração. A empresa atualmente investe grandes volumes de recursos em projetos de turismo, com impacto significativo. Para fins dessa pesquisa, contudo, essas informações não entram no rol do ISP, uma vez que são recursos de compensação e não investimentos voluntários. Ainda assim, a entrevista contribuiu para entendimento do setor e pode ser usada com essa ressalva.



BORBOLETA

A Fundação é vinculada a um grupo privado de comunicação e atua como implementadora de projetos de educação há décadas. Captam recursos para seus projetos e nos últimos anos passaram a focar também em cultura, sustentabilidade e fomento ao terceiro setor. A diretora mora no Norte do país e a instituição atua em toda a Amazônia.



BEIJA-FLOR

Responsável pela articulação de parcerias na instituição, a nossa entrevistada era a única pessoa do time no Sudeste, fora da zona de operação da fundação, que é a Amazônia. Na instituição atuam com a implementação de projetos que envolvem bioeconomia, incluindo o turismo.

Cabe observar que a empresa que não foi considerada para fins de ISP é identificada como uma semente e não como fruta. Da mesma forma, as entidades implementadoras, isto é, que realizam projetos com investimentos de outras organizações, são aqui retratadas de forma diferente – como animais polinizadores – uma vez que não são as fontes do investimento, mas fazem com que cheguem aos territórios.

De forma geral, foi possível perceber que os gestores dos projetos dentro das organizações que fazem o repasse de recursos de ISP para projetos são (ao menos nesta amostra), em sua maioria, pós-graduados, brancos, sudestinos e bastante engajados com causas socioambientais. Houve uma pequena prevalência no número de mulheres e a maior parte dos entrevistados trabalha, há muitos anos, na própria organização e/ou tem experiência semelhante em organização similar.

Considerando que ainda não haja uma fonte ou pesquisa que indique, com exatidão, o quantitativo de entidades que investem socialmente no território brasileiro³⁹, para alcançar esse público-alvo da pesquisa, usou-se a técnica da bola de neve. Ela consiste em uma forma de acessar o público-alvo a partir das suas redes de referência que possam colaborar com o assunto a ser abordado, sobretudo quando o estudo se passa com grupos de difícil acesso ou quando se trata de temáticas de cunho mais privado⁴⁰. Ou seja, ao final de cada entrevista, perguntávamos ao representante da entidade investigada qual outro investidor acreditava ser interessante para contribuir no aprofundamento das análises sobre o ISP no turismo brasileiro.

Para definir o número de entrevistados – a determinação amostral – utilizou-se a adesão voluntária à pesquisa dentre os indivíduos do grupo de interesse (estratégia esta chamada de amostra por conveniência). É importante ressaltar a dificuldade em acessar os potenciais entrevistados, cuja facilitação se deu por conta de um dos apoiadores da pesquisa constituir referência nacional em ISP e apresentar forte *networking* com as entidades investigadas. Há que se destacar, ainda, que o especial apoio do próprio GIFE propiciou os contatos de muitos de seus associados, favorecendo que este *e-book* pudessem atingir seu objetivo.

Por fim, indicamos que as entrevistas ocorreram entre junho e dezembro de 2023, a partir do roteiro mencionado, cuja construção foi possibilitada pelo mergulho na bibliografia específica sobre os temas de estudo: ISP e Turismo. Desse modo, foram levantados os seguintes temas/perguntas:

39 Saez e Silva (2019).

40 Bockorni e Gomes (2021).



- **O que querem os investidores?** – o foco é nas motivações centrais dos investidores em realizar o ISP;
- **Como atuam, na prática, nos territórios-alvo do ISP?** – neste ponto, serão abordadas as ações desenvolvidas pelas organizações por meio do ISP;
- **Como escolhem para quem o ISP será destinado?** – o ponto-chave é indicar os critérios para a escolha das áreas e temas a serem destinados o ISP;
- **Quais os principais desafios para os investidores?** – cientes das dificuldades enfrentadas para realizar o ISP no turismo, foram mapeados alguns desses obstáculos;
- **Como verificam o impacto do ISP?** – pretendeu-se, com este questionamento, compreender como os investidores monitoram os impactos dos investimentos;
- **O que alcançaram os investidores?** – aqui, são apontados os principais resultados do ISP tanto para os territórios que são alvo dos investimentos, quanto para a própria organização investidora.

As entrevistas em profundidade foram gravadas mediante consentimento dos investigados⁴¹ e realizadas de maneira remota, via *Google Meet*. O tempo médio de diálogo com cada respondente foi de 48 minutos por entrevista. A partir das gravações, foram realizadas, por bolsistas do LETS/UnB, as transcrições dos áudios. O documento produzido por esses alunos resultou em um corpus textual de 56.066 palavras. Posteriormente, foi utilizada a técnica de Análise de Conteúdo⁴², a qual possibilitou a sistematização das informações em núcleos de sentido que favoreceram a apresentação dos resultados de uma forma simplificada e didática aos futuros leitores. A análise e as discussões apresentadas, frutos das entrevistas – o puro suco da comunicação científica – serão apresentados a seguir.

⁴¹ Veal (2011).

⁴² Hsieh & Shannon (2005).

3. O puro suco da comunicação científica

Resultados da pesquisa sobre Investimento Social Privado no Turismo brasileiro



A questão de como o investimento social das empresas, institutos e fundações estão ou não sendo aplicados no turismo brasileiro, conforme percebido nos capítulos anteriores, ainda não estava endereçada nos estudos existentes. Esta, portanto, foi uma das principais motivações para realizar esta investigação. A seguir, será apresentado o panorama atual do Investimento Social Privado no Turismo Brasileiro. Os pontos-chaves a serem abordados são sintetizados na Figura 4 abaixo:

O QUE QUEREM?

- Promover melhorias socioeconômicas nas localidades em que as empresas atuam;
- Melhor relacionamento com as comunidades impactadas;
- Promover a preservação/conservação da natureza;
- Atender às exigências atuais da sociedade e dos consumidores.

COMO ATUAM?

- Promovem qualificações para o desenvolvimento de políticas públicas, negócios e pessoas;
- Focam na preservação/conservação da biodiversidade;
- Voltam-se à estruturação da governança local;
- Promovem iniciativas direta ou indiretamente ligadas ao turismo.

COMO ESCOLHEM?

- Beneficiam as localidades onde as empresas estão situadas e/ou geram impactos diretos;
- Direcionam o ISP para locais que congregam atores sociais competentes;
- Possuem comitê internos;
- Alinham-se às tendências e/ou políticas governamentais atuais;
- Promovem diálogos junto às partes interessadas.

PRINCIPAIS DESAFIOS:

- Ligados ao território;
- Ligados à governança interna das organizações investidoras
- Ligados a problemas na gestão de negócios comunitários;
- Questões ligadas à sociedade em geral.

COMO VERIFICAM?

- Indiretamente por meio das organizações parceiras;
- Por meio de um sistema de gestão de projetos.

O QUE ALCANÇARAM?

IMPACTOS EXTERNOS

- Fortalecimento da governança nas localidades investidas;
- Melhorias socioeconômicas nos territórios investidos;
- Fortalecimento do meio empresarial e do terceiro setor;
- Melhorias para o Brasil como um todo.

IMPACTOS INTERNOS

- Mudança da mentalidade organizacional voltada à sustentabilidade;
- Ganhos reputacionais;
- Melhoria na interlocução com os stakeholders;
- Mudança no posicionamento do negócio com viés sustentável;
- Fortalecimento de pesquisas relacionadas à sustentabilidade.

Figura 4: Síntese dos pontos a serem debatidos sobre o ISP no turismo brasileiro

Fonte: Elaboração própria

O que querem os investidores?

Essa foi a pergunta que instigou, desde o início, os autores desta publicação e, certamente, pode inspirar outros interessados no ISP, cientes de que a filantropia é, nos dias atuais, uma das possibilidades concretas para solucionar uma variedade de mazelas sociais⁴³. Em outras palavras, neste momento, focamos na exposição das principais motivações para o ISP, segundo os investidores pesquisados.

“

Temos a responsabilidade de contribuir nesse contexto macro de desenvolvimento de toda uma sociedade, de toda uma comunidade, não só de ficar numa posição passiva. Temos as habilidades e o conhecimento. A pergunta seria: por que não ajudar nesse desenvolvimento? Por que não fomentar iniciativas com impacto social?” (Ameixa)



Promover melhorias socioeconômicas nas localidades em que as empresas atuam: os depoimentos evidenciaram aspectos relevantes neste quesito, a exemplo do sentimento de retribuição aos municípios e às comunidades que convivem nos mesmos territórios sob a área de influência da organização. Um aspecto-chave é o de fortalecer as condições socioeconômicas nas localidades em que se situam, cientes de que aquilo também poderá propiciar, em situações futuras, benefícios para as próprias empresas, em termos de mão de obra qualificada, redução da violência local etc. Esta é, reconhecidamente, uma das razões para o ISP, ou seja, uma possibilidade concreta de resolver problemas sociais do mundo contemporâneo⁴⁴ com contribuições na promoção de agendas públicas⁴⁵;

⁴³ Powell (2018).

⁴⁴ Powell (2018).

⁴⁵ Ribeiro e Madeira (2022); Saez e Silva (2019).

“

A empresa tem um caráter econômico, onde, de fato, gera um impacto socioambiental [...] de forma muito responsável, a empresa consegue retribuir isso também para a sociedade, melhorando o ecossistema, inclusive, do seu entorno e do país mesmo, na perspectiva de desenvolvimento, inclusive, econômico. Isso acaba, de certa forma, voltando depois". (Lichia)



Melhor relacionamento com as comunidades impactadas:

principalmente para organizações cujas atividades centrais são, potencialmente, geradoras de impactos negativos às localidades em que estão imersas (poluição, degradação ambiental etc.), o ISP pode ser um caminho relevante para mitigar conflitos que, por vezes, cercam as relações com as populações atingidas. Registra-se que muitas comunidades costumam sofrer com o ônus das ações empresariais (impactos ambientais, aumento do custo de vida etc.) e usufruir menos das benesses advindas da chegada da empresa ao seu território (no geral, ganhos socioeconômicos). Sabe-se que as comunidades que vivem no entorno de grandes corporações costumam buscar nestas a solução para seus problemas, diante da atuação ineficaz do Estado⁴⁶. Sendo assim, executar projetos que reverberem em melhorias às realidades locais (infraestrutura, emprego e renda, qualificação profissional etc.) é condição-chave para apaziguar eventuais conflitos existentes, dando às empresas a Licença Social para Operar;

“

"Só fazemos investimento social voluntário em áreas de influência da empresa [...] porque só estamos em municípios, territórios onde a empresa (financiadora do ISP) está [...] prezando o relacionamento com a comunidade". (Marmelo)



⁴⁶ Alves, Ferraz e Kamel (2012).



Promover a preservação/conservação da natureza:

algumas entidades investigadas têm em seu cerne o desenvolvimento de projetos com enfoque ambiental, reconhecendo não apenas a relevância em preservar e/ou conservar os espaços naturais como também de estimular governos, empresários, comunidades e a própria sociedade em geral a promoverem e se envolverem em iniciativas que considerem a causa ambiental. Nesse sentido, o investimento social pode reduzir desigualdades abissais que estão na base de muitos desafios socioambientais enfrentados pelo Brasil⁴⁷. Alguns participantes da pesquisa focam em projetos ecológicos, reconhecendo a relevância de estimular o engajamento de amplos atores – governos, empresários, comunidades etc. – com a causa ambiental. No momento em que o meio ambiente é pauta premente, a exemplo das mudanças climáticas⁴⁸, o ISP corrobora a conexão sociedade e natureza tão almejada em tempos atuais;



Primeiro, a reaproximação das pessoas com o ambiente natural. E, segundo, permitir que quem detém parte deste ambiente natural e parte dessa cultura local possa ser incentivado a continuar conservando as suas áreas”. (Cambuci)



Atender às exigências atuais da sociedade e dos consumidores:

O fortalecimento do comportamento de consumo verde, que de maneira crescente exige mudanças na postura empresarial frente aos problemas ambientais, demanda que as organizações adotem atitudes responsáveis para assegurar sua competitividade e permanência em mercados cada vez mais imersos em práticas de ESG e similares. No setor do turismo, pesquisas recentes indicam que as pessoas buscam viajar com menor impacto ambiental, priorizando empresas cujas práticas apresentam um viés mais sustentável⁴⁹. Por exemplo, 71% dos brasileiros se interessam por opções ecológicas em suas viagens⁵⁰. Esses dados reforçam a necessidade de as organizações considerarem a sustentabilidade como elemento de referência em suas estratégias corporativas e, nesse contexto, o investimento social emerge como um componente de destaque.

⁴⁹ Booking.com (2021, 2023).
⁵⁰ VISA (2023).

“

Essa responsabilidade socioambiental, materializada através do ISP, hoje em dia, já é meio que até mandatório. Não é nenhum diferencial, pelo fato de que o consumidor, a sociedade, está tendo, cada vez mais, papel ativo e relevante, questionador disso junto ao setor privado”. (Lichia)



Um ponto importante percebido nas análises das entrevistas trata da **possível motivação para realizar ISP relacionada à melhoria de imagem das entidades frente aos seus diferentes públicos**. Durante as entrevistas, indagamos aos representantes das entidades se o aumento do capital reputacional, frente aos seus variados públicos, consistia em elemento motivador para o ISP. Na prática, esta provocação causou alguma inquietude em alguns investigados, sob a justificativa de que a criação da organização a qual estão vinculados não se justifica pelo ganho de imagem em si. Houve quem reconhecesse que se tratava de uma resultante secundária do ISP para a própria organização financiadora/patrocinadora (ganhos reputacionais mencionados no tópico mais abaixo “O que alcançaram os investidores?”), mas não aquilo que motiva, por si, o investimento social privado.

Essa indagação foi estimulada por evidências na literatura específica sobre ISP de que práticas de filantropia corporativa podem mascarar o oportunismo empresarial, travestido de ensejo altruísta, interessado em retornos como branding, publicidade espontânea e o desejo pela lucratividade⁵¹. Ao mesmo tempo, são reconhecidas que **iniciativas fomentadoras de uma “cultura de doação” estão em ascensão no Brasil**⁵², o que se mostra como algo positivo no longo prazo, a partir da proliferação de experiências positivas empresariais e publicações, a exemplo deste estudo, ligadas ao ISP.

Não afirmamos aqui que as organizações entrevistadas tenham algum intento escamoteado, mas alguns achados na literatura específica sobre ISP⁵³ trazem reflexões relevantes para que se tenha em mente a importância de assegurar que o ISP seja realizado de maneira ética e responsável perante os variados públicos impactados pelos investimentos.

51 Powell (2018).

52 Hartnell e Milner (2018).

53 Powell (2018).

Como atuam, na prática, nos territórios-alvo do ISP?

Direta ou indiretamente relacionadas ao setor do turismo, foram levantadas algumas ações desenvolvidas pelos fundos, institutos, fundações e empresas, a partir do ISP, entre elas:

A **Promovem qualificações para o desenvolvimento de políticas públicas, negócios e pessoas:** segundo os investigadores, o ISP tem amplo potencial de impactar múltiplos atores: poder público, iniciativa privada e sociedade em geral. A contribuição abarca orientação técnica que aperfeiçoa aspectos como a gestão e articulação governamental e empresarial e governança de territórios, entre outras. Mencionou-se a busca do fortalecimento de áreas com grande presença de unidades de conservação, por meio de estratégias como o desenvolvimento do turismo com base em práticas responsáveis. Desse modo, percebemos a possibilidade de o ISP agregar estratégias que compatibilizem interesses econômicos e sociais, além da conservação da biodiversidade. Com enfoque nas pessoas, o impacto dos projetos visa o desenvolvimento de indivíduos com vistas à transformação social nos territórios investidos. Cabe destacar que territórios turísticos costumam contar com baixa oferta de mão de obra qualificada⁵⁴, logo, o **foco do ISP no desenvolvimento de pessoas⁵⁵ é fundamental para a estruturação adequada dos territórios e implementação dos projetos sociais;**

“[...] a gente forma as mulheres para elas fazerem artesanato com a temática, o pano de fundo da fauna e da flora do Pantanal e isso é revendido para redes hoteleiras, para pousadas locais, para que elas tenham esse recurso sendo ali de incremento adicional para o cenário socioeconômico das famílias delas”. (Ameixa)



⁵⁴ Tomazoni (2007).
⁵⁵ BISC (2023).



Focam na preservação/conservação da biodiversidade: os achados centrais neste aspecto se voltam à questão hídrica (iniciativas com foco na proteção e melhoria da qualidade da água, em realidades como Mata Atlântica e Baía de Guanabara), a proteção da fauna (por meio de projetos com enfoque em espécies ameaçadas como a arara azul e o peixe-boi), além da educação ambiental, visando a sensibilização de turistas e comunidades locais. Notamos aqui o empenho dos investidores na proteção de ecossistemas e, conseqüentemente, da biodiversidade. Ao mesmo tempo, **constatamos as possibilidades promovidas pelo turismo de fomentar iniciativas que alinham o interesse de visitantes e os propósitos de salvaguarda dos recursos ambientais;**



A gente tem uma articulação multistakeholder, muito pautada em negócios, desenvolvimento de estratégias, projetos também [...] num contexto de demandas, de segurança hídrica, falta de água. Ações práticas de proteção e contribuir com a melhoria da qualidade hídrica aqui na região [...] bastante relevante numa perspectiva de ser um case para depois ser replicado aí por muitos outros atores”. (Lichia)



Voltam-se à estruturação da governança local: verificamos dois pontos-chave, a atuação em redes de colaboração com diversas finalidades e o desenvolvimento de escutas ativas com as comunidades locais para definir o foco dos investimentos. A ação colaborativa, defendida em variadas publicações do turismo⁵⁶ e específicas sobre ISP⁵⁷, mostrou-se presente nos resultados. Foram mencionadas articulações com instituições públicas – Ministério do Meio Ambiente (MMA), Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio) – e Organizações Não Governamentais, a exemplo da Fundação SOS Mata Atlântica e da WWF Brasil, com o propósito de promover a conservação ambiental e o desenvolvimento

56 Bouças da Silva, Hoffmann e Martínez-Cháfer (2023); Chim-Miki e Batista-Canino (2016); Costa (2018); Costa et al. (2017).

57 Saez (2020).

socioeconômico. Um exemplo prático de como o ISP pode apoiar as governanças locais, promovendo a sustentabilidade, é a conjunção de esforços na gestão da Grande Reserva Mata Atlântica. Destacamos, ainda, o suporte das organizações que realizam ISP, por meio de projetos sociais para artesãs e a sua integração com mercados consumidores. Este é mais um exemplo de como **a atuação em rede pode gerar impacto econômico e social, fortalecer a autonomia e o empoderamento comunitário**. Em relação às escutas com comunidades, trata-se de prática essencial que pode assegurar o êxito dos projetos fomentados pelo ISP⁵⁸, em termos do respeito às especificidades dos envolvidos. Foi mencionada uma organização enquanto parceira de um investidor pesquisado, cuja boa prática indicada se relaciona ao diálogo direto com comunidades tradicionais e indígenas no desenvolvimento de experiências turísticas que considerem os interesses dessas populações;

“

Temos um backbone, um grupo de organizações ali juntas que estão promovendo desenvolvimento econômico pautado na conservação [...] diversos grupos se reuniram por afinidades e pensam estratégias de turismo [...] isso está acontecendo na Grande Reserva Mata Atlântica, em que apoiamos algumas dessas governanças ou a criação dessas pequenas redes, dos portais e tudo mais. E isso vai meio que crescendo muito orgânico”. (Lichia)



Produção associada ao turismo: os investidores confirmaram as suas contribuições no fomento de projetos que envolvem qualificação profissional de comunidades locais, em especial, mulheres, indígenas e quilombolas, que fortaleçam as suas produções artesanais e consigam comercializar para turistas. Foram citadas iniciativas que apoiam mulheres crocheteiras na venda de seus produtos com temática sobre o Pantanal para o mercado hoteleiro, fato que gera fontes adicionais de renda às suas famílias. Indígenas e quilombolas têm

58 Powell (2018).

contado com orientação técnica na produção de cerâmica e confecção de biojóias, igualmente com foco nas redes hoteleiras, aproveitando-se do fluxo turístico da região em que os projetos estão instalados. **Essas iniciativas focadas na produção associada demonstram o enorme potencial do ISP de oferecer suporte qualificado às comunidades locais, pensando em toda a etapa de valor da cadeia do artesanato, desde a sua produção até a comercialização aos consumidores.** Aqui, os turistas emergem como público-alvo dos empreendedores comunitários, que têm assegurada a demanda para os seus produtos, fortalecendo os aspectos culturais locais e catalisando importantes melhorias socioeconômicas a populações vulneráveis.

“

“Temos um projeto onde a gente qualifica mulheres para fazerem artesanato com a temática do Pantanal [...] um outro braço é uma comunidade indígena com o desenvolvimento de habilidades com cerâmica [...] essa produção é oferecida para as redes hoteleiras ou em lojas de souvenirs, aproveitando o fluxo de turistas nessas regiões [...] para incremento de renda dessas populações”. (Ameixa)



Atividades diretamente ligadas ao turismo: foram mapeadas práticas diretamente ligadas ao setor turístico. Algumas delas são elencadas a seguir:

Turismo de Base Comunitária (TBC): constitui um modelo de gestão de visitação que é protagonizado pela comunidade e gera benefícios coletivos, promove vivência intercultural, melhora a qualidade de vida dos envolvidos, valoriza a história e a cultura dessas populações, além de utilizar de forma sustentável, para fins recreativos e educativos, os recursos da Unidade de Conservação que é alvo da visitação⁶⁰. Na pesquisa de campo, houve investidor que apoiasse iniciativas voltadas ao TBC em áreas protegidas e pensando na inclusão de comunidades tradicionais no setor produtivo, conforme recomendação de estudiosos sobre o tema⁶¹;

60 ICMBio [2019].

61 Bartholo, Sansolo e Bursztyn [2009]; Costa [2013]; Fabrino, Nascimento e Costa [2016]; Tasso et al. [2021].

“

“Temos o Turismo de Base Comunitária, de Aventura e Volunturismo [...] trabalhamos com unidades de conservação para o aumento do turismo sustentável em todo o Brasil”. (Pitanga)



Turismo de experiência (TE): este formato parte da lógica da Economia de Experiência⁶² e abarca a sensação resultante da interação entre moradores e visitantes, em que se deve gerar um envolvimento emocional, físico, intelectual e espiritual ao longo da visita⁶³. O TE parte do desejo crescente dos viajantes por experiências autênticas e genuínas⁶⁴. Há produtos de experiência interessantes no Brasil, a exemplo da visita a aldeias indígenas, no Polo de Ecoturismo de São Paulo, para fazer uma imersão na sua cultura⁶⁵, e experiências em sítio agroecológicos (produção orgânica) para compreender as técnicas de plantio com viés sustentável, a exemplo da experiência Dengo Origem⁶⁶ (Do Cacau ao Chocolate), na fazenda agrícola Conduru, fomentado por uma das organizações investidoras entrevistadas;

“

Temos uma operação dentro de uma fazenda agrícola, que é exatamente de turismo de experiência, onde todos podem entender como o cacau é cultivado [...] onde ele é processado, beneficiado dentro dos aspectos de qualidade e como ele pode ser transformado em chocolate derivado”. (Cacau)



62 Na economia de experiência, uma empresa utiliza os serviços como palco e produtos como suportes para atrair os consumidores de forma que se construa um acontecimento memorável. Deve-se considerar a possibilidade, simultânea, de oferecer ao consumidor uma experiência em que ele tenha lazer/diversão (Entretenimento), oportunidades de aprendizagem (Educação) e de contemplação de paisagens, monumentos artísticos etc. (Estética), além da imersão na experiência por meio da participação ativa no conjunto de atividades oferecidas (Evasão ou Escapismo) (PINE; GILMORE, 1999).

63 Beni (2004).

64 Garcia et al. (2022).

65 Para maiores informações, acessar: <https://tenondepora.org.br/>.

66 Trata-se de uma experiência em que os visitantes podem conhecer as etapas da produção do cacau e da fabricação do chocolate, realizada por uma rede de pequenos e médios produtores com foco na cadeia sustentável do cacau. No roteiro, os visitantes têm experiências que aguçam todos os seus sentidos – visão, audição, tato, olfato e paladar – configurando o TE. Para maiores informações, acessar: <https://www.dengoorigem.com.br/cacau-ao-chocolate>.

Volunturismo: também chamado de turismo voluntário, implica viagens para destinos onde se desenvolvem trabalhos voluntários, diferenciando-se de outros tipos de turismo por seu propósito. Não se viaja apenas para conhecer um lugar ou uma cultura, mas também para desenvolver ações voluntárias sociais ou ambientais custeando sua própria viagem (deslocamentos, alimentação, hospedagem etc.)⁶⁷. O voluntariado corporativo passa pela “doação” do conhecimento e experiência do viajante para pequenas comunidades, pensando no seu desenvolvimento socioeconômico e geração de oportunidades socioprodutivas. É o ISP fomentando desenvolvimento comunitário diretamente;

“

Atuamos também com o voluntariado corporativo, que é uma pegada muito interessante que nós desenvolvemos aqui [...] A gente desenvolve atividades de impacto social, transformando vidas”. (Pitanga)



Turismo de observação: tomando uma conceituação bem geral, pode-se dizer que esse tipo de turismo integra o segmento que costumamos chamar de Ecoturismo. Naquele, o turista viaja para áreas naturais, a fim de contemplar sua beleza, em geral, observando grandes mamíferos como as baleias ou aves, por exemplo. Isso contribui para aumentar a conscientização sobre a necessidade de preservar a natureza, além de levar recursos financeiros a comunidades por meio das receitas turísticas geradas durante a viagem⁶⁸. O ISP pode ser um dos incentivadores para essa modalidade, por meio do aporte direto de recursos no desenvolvimento dessas experiências – que exige a contratação de consultorias, pesquisas etc. – e da promoção e investimento na formação de profissionais capazes de ofertar serviços de guiamento, por exemplo, ou de tantos outros relacionados ao turismo;

67 Mendes e Sonaglio (2013).

68 Brumatti (2013).

“

Passeios de turismo de observação viram um incremento financeiro para o centro de sustentabilidade [...] os visitantes entendem como o biólogo atua, como é feito o monitoramento das aves, como é o cuidado ali da saúde dessas espécies”. (Ameixa)



Visitação em Unidades de Conservação: é fato que os seres humanos sempre se relacionaram com a natureza, e isso não poderia ser diferente, pois dela fazem parte. Contudo, essa relação foi se tornando cada vez mais conflituosa, uma vez que nossas necessidades ampliaram-se de tal forma que retiramos e nos apropriamos dos recursos naturais de maneira quase sempre desordenada e descuidada. Hoje, sofremos as consequências de nossos atos impensados, com alterações climáticas cada vez mais preocupantes. Ao mesmo tempo, quase de modo contraditório, buscamos a natureza para nos refrigerar da “correria” das grandes cidades e das exigências sempre urgentes que a vida moderna nos impõe. Assim, surge com força o segmento do Ecoturismo, particularmente na visita a áreas naturais, muitas delas protegidas, o que acarreta a preocupação de estudiosos da sustentabilidade, da preservação e conservação ambiental. Se, por um lado, permitir a visitação a zonas protegidas é um clamor de muitos que desejam contato com a natureza, por outro, o impacto da visitação pode causar estragos por vezes irreversíveis na ecologia de um lugar⁶⁹. Tem-se, assim, um grande desafio a enfrentar: permitir a visitação de maneira controlada, garantindo a conservação da biodiversidade local, entendida como pessoas, sua cultura e a vida selvagem da fauna e da flora. De fato, essas ações requerem recursos financeiros e humanos que podem ser objeto do ISP, por meio de cursos de formação de guias, de fomento à produção artesanal local, entre outras ações.

“

Temos uma missão muito clara, internamente, de aumentar a visitação dos parques [...] atuamos indiretamente tentando fazer com que as pessoas conheçam os parques, então difundindo quais parques, quais trilhas, quais são os benefícios, enfim”. (Jatobá)

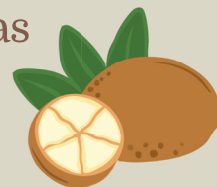


69 Silva [2008].

Antes de tudo, cabe notar que, embora muitos negócios não se refiram diretamente ao turismo como uma área que direcionam os investimentos, as suas iniciativas têm impactos diretos sobre o setor, ainda que não percebam. Por exemplo, quando se trata da preservação/conservação da biodiversidade, aqui se está falando dos recursos-chave para desenvolver atividades em variados segmentos do turismo, como ecoturismo e turismo de base comunitária.

“

As iniciativas que a gente apoia ou investe não têm essa visão de turismo. São principalmente negócios comunitários [...] Restauração, recuperação de áreas, conservação, que estão trabalhando em cadeias produtivas da socioeconomia”. (Cupuaçu)



Além disso, entendemos que o ISP é multifacetado ao se direcionar tanto para políticas públicas, quanto para a promoção de negócios com viés mais sustentável e o desenvolvimento de pessoas. Esse enfoque na qualificação de indivíduos – ligados ou não a organizações públicas e/ou privadas – é um indicativo do compromisso com o desenvolvimento sustentável e a criação de valor social no longo prazo.

Destacamos, ainda, a importância do olhar dos investidores para o meio ambiente, refletida em ações que abarcam desde a gestão de recursos hídricos até a qualificação de prestadores de serviços turísticos para cuidar dos recursos naturais. A integração dessas iniciativas revela uma abordagem mais holística e estratégica de produzir efeitos duradouros por meio do investimento social privado. Esperamos que, neste ponto, os investidores inspirem a replicação de boas práticas pelo País, estimulando o direcionamento do ISP para a gestão ambiental em destinos e negócios do turismo.

Queremos ressaltar, do mesmo modo, a importância da atuação colaborativa no desenvolvimento de projetos sociais fomentados pelo ISP. O diálogo direto com as comunidades envolvidas, sobretudo com aquelas com tradições e modos de vida específicos, pode ser um ponto de partida na de-

finalização das iniciativas ensejadas pelos investidores. Isso corrobora a indicação das estratégias *bottom-up* presentes na literatura para encetar ações sociais que beneficiem, com maior efetividade, as populações interessadas⁷⁰.

Reforçamos também a relevância de os investidores constituírem elos entre os pequenos artesãos/produtores e o seu mercado consumidor, que pode ter nos turistas os seus principais interessados. Para as comunidades, fontes extras de renda e fortalecimento da sua identidade cultural. Para visitantes, o incremento da sua experiência turística e o sentimento de contribuir com as populações locais. Essa aproximação da comunidade com os turistas configura estratégia-chave nos esforços de desenvolvimento promovidos pelo setor do turismo, os quais favorecem a inclusão socioprodutiva de populações vulneráveis e que, comumente, têm dificuldades de participar ativamente da atividade turística⁷¹.

A respeito do investimento direto no setor turístico, os pontos levantados demonstram a variedade de possibilidades e práticas que podem contar com o ISP. No tocante ao TBC, entendemos ser fundamental pensar a inclusão social para além de aspectos econômicos – geração de emprego e renda –, de forma a também abarcar o reforço da identidade e o senso de pertencimento das comunidades envolvidas, além do seu indispensável empoderamento (ação política), para que se concretize, de fato, a inclusão social⁷². O empoderamento trata das comunidades como protagonistas na criação e gestão de suas próprias iniciativas turísticas, diferentemente de outros modelos em que agentes externos costumam ditar regras e conduzir o formato de desenvolvimento das experiências de visitação. O ISP, aqui, mostra-se fundamental para fomentar práticas que promovam a inclusão comunitária em vários pontos da cadeia produtiva do turismo.

70 Alves et al. [2012].

71 Tasso et al. [2021].

72 Raimundo [2017].

Como escolhem para quem o ISP será destinado?

Aqui serão tratados os critérios para escolha das áreas e temas a serem destinados o ISP:

- A** **Buscam beneficiar as localidades onde as empresas estão situadas e/ou geram impactos diretos:** diante da natureza poluente e/ou impactante de muitos empreendimentos que financiam algumas das organizações investigadas, o ISP busca fazer compensações nos territórios em que atuam. Isso seria uma forma justa de promover melhorias socioeconômicas às realidades impactadas, além de poder contribuir para estabelecer melhor relacionamento com as comunidades impactadas. Fundamental também que o setor privado busque se antecipar e desenvolva projetos sociais com efeitos duradouros, sobretudo ciente das limitações governamentais em atender as necessidades crescentes das populações locais⁷³;

“

A gente tem os municípios que, vamos dizer assim, fazem parte do nosso ecossistema [...] o Instituto vem ali trabalhando com o município que a empresa está instalada diretamente ou que faz parte da área de impacto dela”. (Uvaia)



- B** **Direcionam o ISP para locais que congregam atores sociais capazes de executar com qualidade as ações:** comumente, os investidores enfrentam dificuldades para encontrar parceiros locais que auxiliem no desenvolvimento das iniciativas. As implementadoras contribuem nesse sentido e, diante das dificuldades

73 Alves et al. (2012).

em identificar esses possíveis atores locais, muitos investimentos acabam sendo direcionados para as mesmas áreas ou para parceiros com know-how para implantar projetos sociais. Sozinhos, muitos investidores teriam uma árdua tarefa de potencializar os efeitos do ISP, visto a relevância de considerar as especificidades dos territórios;

“

Um dos critérios era onde, efetivamente, a gente conseguiria fazer diferença, ter conhecimento e um número mínimo de stakeholders envolvidos que, junto conosco, gerariam um impacto maior [...] sozinhos, a estratégia se torna muito mais complexa”. (Lichia)



Possuem comitê internos que selecionam projetos com base nos objetivos organizacionais:

a criação desses comitês para selecionar projetos ligados ao ISP sublinha a relevância da governança corporativa na gestão de investimentos⁷⁴, a qual deve alinhar critérios e objetivos para que a alocação de recursos ocorra de maneira mais estratégica e eficiente. Organizações investidoras fazem chamamentos públicos, lançam editais ou até mesmo direcionam os recursos financeiros para territórios nos quais possuam parceiros capazes de desenvolver projetos sociais. Assim, esperam que o ISP encontre melhor terreno para impactar positivamente as áreas e populações priorizadas;

“

Lançamos um chamamento público e daí temos um comitê que avalia, a partir de determinados quesitos, quais projetos se enquadram melhor na estratégia proposta, com mais condições de atender aos desafios instituídos pela Fundação. Na sequência, a gente parte para as contratações e acompanhamento desses projetos”. (Lichia)



74 Milani et al. (2012).



Alinham-se às tendências e/ou políticas governamentais atuais: a perspectiva de que o ISP deve ser um parceiro do Estado no desenvolvimento de políticas públicas⁷⁵ ratifica a importância de os investidores se informarem sobre as orientações governamentais voltadas a projetos de cunho socioambiental e econômico⁷⁶. Atualmente, os esforços governamentais direcionados à implementação de iniciativas para mitigar as mudanças climáticas⁷⁷, por exemplo, corroboram o interesse em agendas que fomentam o desenvolvimento sustentável, incluindo atividades ligadas ao turismo⁷⁸. Isso favorece a realização de iniciativas mais robustas que contribuem para o alcance de metas globais, como os ODS;



Escolhemos três agendas prioritárias na perspectiva nacional e uma delas é o turismo em áreas naturais [...] é uma questão de oportunidade no contexto nacional e dos grandes marcos globais. A gente sempre se baseia nisso para direcionar nossa estratégia [...] para os ODS”. (Lichia)



Promovem diálogos junto às partes interessadas: o caráter participativo e democrático na tomada de decisão sobre o ISP foi mencionado por estudiosos da área⁷⁹, como também por alguns investidores, no sentido de promover a escuta das comunidades locais, facilitando o mapeamento de suas necessidades sociais e a tomada de decisões, direcionando projetos de acordo com as demandas reais. Uma abordagem participativa eleva a legitimidade das iniciativas e fortalece o engajamento e a coesão social.



A gente tem algumas reuniões onde é decidido o que seria melhor para aquele município [...] uma escuta ativa [...] essa negociação entre os diversos entes envolvidos”. (Uvaia)



75 Ribeiro e Madeira (2022).


76 Saez e Silva (2019).

77 IPCC (2023).

78 Green Initiative (2023).

79 Powell (2018).

Embora a maioria das empresas entrevistadas tenha manifestado clareza quanto aos critérios utilizados, para algumas **falta maior entendimento sobre os elementos que auxiliam na tomada de decisão acerca da área/local a ser investida(o)**, o que repercute na opinião de que, para alguns territórios, caso da Amazônia, “tem dinheiro suficiente, só que eles não estão bem alocados. A impressão que tenho é que precisamos fazer uma alocação mais inteligente dos recursos para maximizar os resultados dos investimentos” (Açaí). Essa percepção da má alocação de recursos ratifica a importância de se promover uma análise mais criteriosa e contextualizada na tomada da decisão sobre o ISP.



Quais os principais desafios para os investidores?

Este tópico se debruça sobre os principais desafios para realizar investimento social privado no Brasil. Antes mesmo de apresentar os desafios apontados nas entrevistas, cabe ressaltar o maior desafio por trás das várias negativas recebidas por empresas abordadas: a invisibilidade do turismo como elemento indireto de muitos projetos socioambientais.

Apesar de muitas entidades abordadas alegarem não possuírem projetos sociais ligados ao turismo, notou-se que, direta ou indiretamente, essas organizações realizam ISP no turismo, ainda que muitas não percebam precisamente que isto ocorra. Uma delas, por exemplo, após ser indagada se realizava investimento social no turismo e responder negativamente, percebeu que seus esforços para desenvolver a cadeia de bioeconomia do cacau congregavam atividades de visitação, em algumas fazendas, como estratégia de geração de renda complementar. Além disso, o mercado de escoamento dos produtos comercializados, em sua maioria, associava-se a turistas em lojas de um destino turístico próximo às fazendas apoiadas pelo projeto.

O turismo, nesse sentido, é percebido pela maior parte das empresas como um setor que envolve empresas aéreas e cadeias de hotéis, desconsiderando a apontada “cauda longa” do setor que impacta os peque-

nos produtores que atuam como fornecedores ou pequenos empreendedores de segmentos como hospedagem (hotéis, pousadas etc.) e alimentação (restaurantes, lanchonetes etc.), artesanato, transporte, entre tantos outros.

Uma vez que foram investigadas organizações que fazem diretamente ISP no setor do turismo, além de outras que não possuem esta atividade em seu escopo, os desafios abarcam percepções mais gerais e aquelas que envolvem locais em que são desenvolvidas atividades de visitação. Isso posto, os desafios para o ISP no turismo, apontados pelos entrevistados, foram divididos em questões relacionadas: i. ao território; ii. à governança interna das organizações investidoras; iii. a problemas na gestão de negócios comunitários; iv. à sociedade em geral.

Observando as questões relacionadas ao território, foram verificadas os seguintes desafios:



Dificuldade de compatibilizar diferentes agendas/ interesses no território: a situação se traduz na amplitude de interesses presentes em dado território, diante da multiplicidade de atores locais (poder público, iniciativa privada, terceiro setor e comunidade em geral), que apresentam suas demandas próprias e, comumente, divergentes. Sobretudo quando se considera que parte das organizações que realizam ISP no Brasil busca atender às demandas locais dos territórios em que atuam, limitações de diversas ordens (orçamentárias, estruturais, de pessoal etc.) dificultam a escolha para que o ISP seja direcionado para uma ou outra área, entre elas, a do **Turismo**. Neste ponto, autores já haviam evidenciado as dificuldades de muitas empresas em compatibilizar os desejos de promover o desenvolvimento local sem perder o foco em seu negócio ou em sua capacidade lucrativa⁸⁰;



“Esse olhar integrado, intersetorial, é o que tem sido mais desafiador [...] as pessoas da saúde não conversam com as da assistência, não conhecem as da educação [...] essa parte de intersetorialidade é o nosso maior desafio”. (Marmelo)

80 Alves et al. [2012].





Dificuldades de ação conjunta com o poder público:

as razões alegadas são variadas, mas podem se relacionar à continuidade das ações em uma perspectiva de longo prazo. Em virtude da rotatividade das equipes envolvidas, de tempos em tempos - a cada eleição - alteradas nas trocas de gestão pública ou até mesmo por mudanças no foco da nova administração, muitas atividades planejadas pelas organizações que realizam ISP perdem força. Em muitos casos, é necessária a qualificação, sensibilização e/ou alinhamento com os gestores públicos. Isso mostra que uma política de Estado, em vez de governo, é fundamental para que o ISP alcance melhores resultados;



É um desafio trabalhar com o poder público em função dessa baixa priorização e vontade de transformação social, sabe? [...] a gente percebe que, a cada ciclo de eleição, a gente zera, reseta isso e tem que recomeçar”. (Cacau)



Falta de infraestrutura nos locais-alvo do ISP: problemas de infraestrutura no Brasil, como o acesso à comunicação, representam grandes desafios para que os projetos atinjam seus objetivos e se desenvolvam adequadamente. Para alguns entrevistados, a Amazônia, por exemplo, é uma região de atuação crucial que necessita de investimentos significativos voltados ao meio ambiente e à melhoria da qualidade de vida das populações locais. Dessa forma, questões relacionadas ao acesso à comunicação criam barreiras substanciais que impedem o pleno impacto dos projetos planejados. No setor do turismo, essas deficiências dificultam a transformação de áreas com grande potencial em destinos turísticos reconhecidos⁸¹.



“Infelizmente, a Amazônia, ela não está integrada ao restante do país. A gente, fisicamente, logisticamente, não tem integração [...] não tem estradas que interligam. Então, aqui tudo é muito mais difícil em se tratando de logística também. Não só de territorialidade”. (Borboleta)



81 Lohmann e Panosso Netto (2012).

O olhar crítico aos pontos acima reflete que uma **agenda social empresarial esbarra em questões de entendimento**, por parte dos diferentes atores, a **respeito do melhor caminho para desenvolver o próprio território**, uma vez que as demandas são, geralmente, divergentes. A limitação de recursos, a dificuldade de formação de uma agenda única e questões de protagonismo institucional ou pessoal são limitadores de eficiência dessa agenda.

O turismo faz parte da agenda quando é uma atividade muito evidente no território ou por solicitação da comunidade. Não se observou uma estratégia de impacto social que considerasse o turismo como ferramenta de desenvolvimento, talvez porque o alcance da cadeia produtiva do turismo ainda seja uma incógnita aos investidores. Em outros termos, **será que as organizações que fazem ISP entendem quais são os diferentes atores sociais que compõem a atividade turística? Será que compreendem como a visitação turística pode impactar positivamente os territórios em diferentes dimensões (social, ambiental, econ mica etc.)?**

Na realidade nacional,   bem verdade que o turismo ainda não   um setor que recebe grandes investimentos públicos se comparado a outras pastas governamentais. Contraditoriamente, trata-se de uma atividade pujante quanto às viagens internas (turismo doméstico), a qual responde por 7,7% do PIB nacional com uma contribui o econ mica de US\$ 165,4 bilhões e 7,76 milhões dos empregos gerados no Pa s⁸². A falta de prioriza o do setor turístico por parte do Estado, enquanto ferramenta estratégica de desenvolvimento territorial e de inclusão socioprodutiva⁸³, também se reflete na iniciativa privada. Acima de tudo, o setor empresarial precisa entender que, sem o seu apoio (financeiro, político, institucional etc.), o turismo nacional seguir  aquém das reais possibilidades de desenvolvimento socioeconômico que podem advir das atividades de visita o. E este   um desafio que abraçamos por meio desta publica o.

82 PANROTAS (2024).

83 Tasso et al. (2021).

Tendo em mente as questões relacionadas à governança interna das organizações investidoras, foram observados os desafios que seguem:



Dificuldades em medir o impacto do ISP: tema bastante sensível para muitos investigados, a mensuração dos impactos das iniciativas empresariais ainda é um desafio recorrente. No geral, mencionou-se que, além da complexidade na determinação e medição de indicadores, esta avaliação é custosa às organizações. Como é de se esperar, essas organizações almejam impactos e resultados, claros e mensuráveis, de seus investimentos de tempo e dinheiro⁸⁴. Não em vão, verifica-se uma preocupação crescente com a mensuração de resultados dos projetos sociais com apoio privado⁸⁵. Em especial para o turismo, em que muitos alegaram se tratar de área ainda não priorizada no ISP, essa restrição reverbera em maiores dificuldades para convencer os investidores sobre os reais benefícios de apostar nessa atividade;

“

É uma situação muito melindre a avaliação de impacto [...] um desafio. As pesquisas de avaliações, de impacto mais robustas são caras. Muitas vezes, temos que decidir [...] apoio ao município e mais robustez ao nosso plano de ação ou direcionar parte do orçamento para medir o impacto. A gente acaba escolhendo, na maioria das vezes, o orçamento se destinar direto à execução de ações”. (Uvaia)



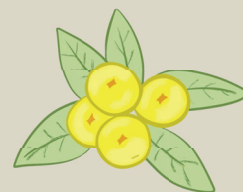
84 Ball (2012).
85 BISC (2023).



Falta maturidade na gestão do ISP pelos implementadores: destacou-se o desafio em estabelecer parcerias com organizações variadas (OSCs, empresas etc.) com limitações em competências gerenciais para trabalhar os projetos sociais com os fundos, fundações e institutos. Muitos implementadores focam no trabalho a ser desenvolvido no território e pecam nos aspectos mais burocráticos que são essenciais no estabelecimento das parcerias, a exemplo das prestações de contas e da demonstração de resultados. Essas situações inviabilizam muitas colaborações com o setor privado, haja vista que os investidores não enxergam (e/ou mensuram) as entregas realizadas pelas organizações a serem apoiadas. Ou ainda, são necessárias assessorias técnicas dos investidores, antes de destinarem os recursos financeiros e operacionalizarem as ações previstas. Não se pode esquecer que o Brasil carece de um quadro regulatório que favoreça as doações⁸⁶, circunstância que emperra ainda mais as dificuldades na concessão de subsídios e/ou repasse de recursos para projetos sociais;



Tenho implementadores maravilhosos tecnicamente, mas que não conseguem escrever um relatório [...] não consigo apoiar ele de novo porque ele não tem uma boa implementação quando se fala em prestação de contas”. (Murici)



Turismo concorre com pautas consideradas prioritárias: a ideia-chave aqui é a de que a escassez de recursos financeiros, diante de inúmeras demandas de um país assolado por mazelas variadas, é determinante para que pastas como saúde, educação e moradia angariem, naturalmente, maior interesse dos investidores. Nesse ponto, é importante atentar para as vocações do território, pois nem sempre o turismo constitui a atividade econômica mais promissora da localidade, ainda que possa, comumente, associar-se a muitas delas. Possivelmente, a falta de entendimento acerca dos potenciais benefícios advindos de atividades ligadas ao setor turístico (emprego, renda, inclusão produtiva, bem-estar etc.) influencie que a atividade do turismo, de maneira geral, não seja um componente prioritário nas iniciativas subsidiadas pelo ISP;

86 Hopstein [2018].

“

Quando o município não enxerga o seu potencial turístico, ele vai elencar outras prioridades que ele gostaria de um apoio ali da investida [...] quando eles trazem outras prioridades [...] saúde ou educação, políticas sociais ou econômicas mais raiz, a gente dá preferência àquilo que eles trouxeram”. (Uvaia)



Melhor compreensão sobre onde aplicar os recursos:

algumas organizações que realizam ISP ratificam sua dificuldade em identificar áreas (cidades, povoados, bairros, comunidades etc.) nas quais os recursos financeiros possam ser aplicados, visando a geração de ganhos socioeconômicos e/ou ambientais localmente. Em algumas situações, falou-se em significativo aporte financeiro para determinadas regiões, mas que carecem de uma “alocação mais inteligente dos recursos”. Essas questões demonstram um paradoxo entre recursos disponíveis pelos investidores e desconhecimento dos potenciais beneficiários das iniciativas sociais acerca dessas possibilidades;

“

A gente está nesse processo de entender o que é o turismo sustentável, onde a gente pode melhor realocar os nossos investimentos, o que a gente pode fazer para que o negócio tome uma proporção maior”. (Pitanga)



Processo top-down: essa situação pode encontrar dissonância entre as necessidades das comunidades e o entendimento dos investidores. Em outras palavras, discurso presente na fala de muitos entrevistados, a tomada de decisão, acerca dos temas e áreas a serem destinados os recursos etc., carece de uma perspectiva mais *bottom-up*, no que tange à identificação das necessidades locais, a partir das opiniões dos grupos sociais a serem impactados, e à descentralização do processo decisório que se concentra nas mãos dos investidores (alta cúpula), algo que favorece o alcance de ODS⁸⁷. As

87 Alves et al. (2012).

necessidades sociais de uma dada localidade, que carece de investimentos privados, portanto, devem considerar a escuta ativa às populações a serem impactadas, positivamente, pelo ISP⁸⁸;

“

Não escutam a própria comunidade [...] eles (investidores) acham que aquilo vai ser importante para a comunidade [...] vão lá, fazem o negócio só para atender àquela necessidade, mas não escutam o seu principal, que é a própria comunidade”. (Pitanga)



A burocracia dificulta os investimentos diretos: algumas organizações preferem investir recursos diretamente nas bases, evitando gastos com OSCs e empresas intermediárias. A dificuldade, nesses casos, é que as burocracias inerentes a uma ação cooperativa resultem na descontinuidade da colaboração com pequenos negócios comunitários. Por exemplo, essas organizações podem comprovar a necessidade do investimento e aplicar adequadamente os recursos, mas falham na prestação de contas que assegure a correta destinação dos aportes financeiros obtidos via ISP. Além disso, ao considerar investigações sobre oportunidades de atuação conjunta entre o terceiro setor e o poder público na área da cultura, a burocratização constitui um entrave para a participação de grupos mais vulneráveis – indígenas, quilombolas etc. – nas políticas públicas culturais⁸⁹.

“

A gente é muito burocrático [...] o implementador fica 15 horas escrevendo relatórios e 5 horas em campo, sabe? Então, essa parte da burocracia é uma coisa que eu tento lutar para facilitar para os implementadores”. (Murici)



89 Ribeiro e Madeira (2022).

A partir dos itens referentes à governança, nota-se que a dificuldade de medir o impacto do ISP está diretamente ligada à compreensão dos investidores sobre onde aplicar o recurso e aos gaps de competências gerenciais (com prestação de contas e demonstração de resultados) das organizações/comunidades apoiadas. Em resumo, se não se sabe o impacto, não é possível saber onde melhor aplicar o recurso para potencializar os benefícios do investimento. **Não está claro, no entanto, se o não entendimento sobre o impacto produz um processo decisório *top-down* ou se o processo existe independentemente de qualquer outra variável.** Fato é que a escuta aos grupos locais nos territórios investidos (comunidades, pequenos negócios, OSCs etc.) é extremamente necessária, porquanto fortalece o entendimento da problemática territorial e o engajamento dos atores nos projetos.

Em outro ponto, ratifica-se que **o turismo apresenta ampla concorrência com pautas consideradas mais prioritárias, tem imensa dificuldade em produzir indicadores e demonstrar as mudanças positivas que podem promover nos territórios.** Quando há processos decisórios *bottom-top*, a atividade aparece, em alguns casos, como alternativa de investimento para geração de renda e desenvolvimento territorial.

Não se pode esquecer que o ISP, ainda que não evidenciado nas falas dos entrevistados, constitui uma estratégia de negócio, com potencial para melhorar a imagem das organizações que realizam ISP, incrementar a qualidade dos relacionamentos com os atores locais em um dado território, entre outros aspectos. Por conseguinte, fazer o aporte financeiro, necessário em muitas realidades, carece de elementos mais objetivos (quantificáveis, inclusive) que justifiquem este investimento e demonstrem que o ISP realizado está, de fato, transformando a vida das pessoas.

No que concerne a problemas na gestão de negócios comunitários, verificou-se o aspecto abaixo:



Baixa qualificação: problemática presente em muitos territórios brasileiros, inclusive quanto ao trabalho no setor turístico⁹⁰, os reduzidos IDHs de muitos municípios, que refletem baixos níveis de escolaridade e formação profissional, repercutem em desafios para que o ISP alcance parceiros em realidades menos favorecidas. Conforme mencionado, o apoio a pequenas organizações comunitárias esbarra em entraves como a falta de competências gerenciais, situação que exige ações prévias junto a esses grupos (treinamentos, orientações técnicas etc.) para que as organizações apoiadas consigam desenvolver as iniciativas previstas nos projetos. Em outras palavras, antes de destinar os recursos financeiros e operacionalizar as ações previstas, requer-se a qualificação das comunidades para que consigam gerir os projetos sociais;

“


Não têm muitas organizações comunitárias prontas para você investir [...] tem que trabalhar primeiro a formação e o desenvolvimento dos negócios comunitários, para depois você trabalhar realmente essa agenda de impacto com eles lá”. (Açaí)



⁹⁰ Tomazoni (2007).

Fragilidades na gestão de negócios comunitários demonstram porque a educação é o tema de maior atuação no ISP. Sem uma base educacional, torna-se muito difícil desenvolver projetos, diretamente, geridos pelas comunidades. Para que consigam investir em geração de renda, a alternativa encontrada pelos gestores do ISP acaba sendo contratar assessorias que apoiem as organizações comunitárias.

O desenvolvimento de jovens lideranças locais é, sem dúvida, uma possível solução para que o recurso do ISP seja aplicado diretamente nas comunidades e administrado com maior autonomia por elas mesmas. O turismo fortalece a fixação de jovens lideranças nos territórios, a medida em que gera renda, especialmente no caso do turismo de base comunitária. Outros benefícios advindos da atividade também podem ser observados, a exemplo da manutenção das florestas e da preservação da cultura local.



Por fim, questões referentes à sociedade em geral se materializaram na ideia de que:



A sociedade ainda é pouco sensível às causas ambientais: em especial, para as organizações que realizam ISP voltado a áreas de conservação, o desinteresse em se informar, visitar, apoiar esses espaços, reflete nos desafios para que um país repleto de zonas protegidas consiga angariar maiores recursos para a sua gestão. Aqui se reforça o caso do Parque Nacional da Serra da Capivara que, apesar da sua geodiversidade e infraestrutura disponível, apresenta incipiente interesse turístico por parte da população se comparado a outras regiões do mundo⁹¹. Ainda que o ISP propicie maiores condições para estruturar e gerir essas localidades, atividades de visitação podem gerar os recursos necessários para a sua manutenção⁹².

91 Justamand, Funari e Alarcón-Jimenez [2018].

92 Rodrigues e Abrucio [2019].

“

Ainda é um distanciamento que a sociedade adquiriu nos últimos tempos em relação à conexão com a natureza [...] se a gente tivesse uma mentalidade sueca, japonesa ou mesmo americana, a gente, naturalmente, ia ser forçado a ter muito mais investimento [...] é uma questão cultural nossa e que precisa mudar. Está mudando gradualmente. A gente percebeu uma mudança bastante considerável pós-pandemia”. (Cambuci)



Diante dos principais desafios para realizar ISP no Brasil, podem-se extrair algumas percepções importantes. Primeiramente, podem-se destacar as limitações dos grupos envolvidos. Se, de um lado, falta uma visão mais apurada dos investidores acerca das inúmeras possibilidades de ISP no turismo e do que esse setor abarca em termos de oportunidades, de outro, as comunidades, potencialmente apoiadas, veem-se com dificuldades de acessar os recursos, em razão de situações como burocracias e conhecimentos em gestão.

Como verificam
o impacto
do ISP?

Essa pergunta é uma das que requerem ainda mais tempo e maturidade do setor empresarial para que sejam devidamente respondidas. Isso porque se constatou que, no geral, as organizações **carecem de critérios/indicadores bem estabelecidos para mensurar o impacto do ISP sobre os territórios investidos.**

“

Esse ponto é um dos principais desafios nossos. Acho que de todas as fundações e organizações, principalmente as familiares, né? A gente tem um grande desafio de mensurar esses impactos”. (Cacau)



As duas formas mencionadas pelas organizações entrevistadas para medir o impacto dos projetos sociais, ainda que reconheçam limitações, foram:



Indiretamente por meio das organizações parceiras: diante das dificuldades empresariais alegadas – provocadas por questões como a falta de dados consistentes, indicadores inadequados, diferentes contextos de aplicação dos recursos etc. – os investidores buscam o apoio das entidades parceiras (implementadoras, por exemplo) para melhor compreender os resultados concretos do ISP. Nesse sentido, verificamos a necessidade de os investidores considerarem indicadores qualitativos, haja vista que muitos impactos sociais e/ou ambientais são de difícil mensuração. Por exemplo, como perceber a elevação na conscientização ambiental de uma comunidade? Como avaliar o aumento no nível de coesão comunitária em um grupo marcado por um histórico de conflitos? Por isso, é possível que indicadores qualitativos sejam considerados de maneira complementar aos quantitativos na mensuração dos impactos, como forma de compreender mais holisticamente os efeitos do ISP sobre comunidades locais e territórios;

“

Muitas vezes, utilizamos indicadores mais qualitativos, né? Aqueles que dá para quantificar, a gente já considera. Mas, muitas vezes, a gente consegue medir pouco essa eficiência dos projetos [...] a partir do relatório de impacto dos parceiros, conseguimos discutir um pouco e consensuar aquilo que a gente imagina que seja análise da mudança [...] Melhoria de renda, de produtividade. Mas, ainda não é, talvez, o melhor cenário de mensuração de impacto”. (Cacau)





Por meio de um sistema de gestão de projetos, verificam se objetivos e metas estão sendo cumpridos:

uma organização investidora mencionou que na elaboração dos projetos sociais há a pactuação dos objetivos estratégicos com os resultados pretendidos. Um sistema próprio de gestão auxilia no monitoramento dos resultados que tendem a ser mais qualitativos, segundo os entrevistados. Contando com a participação de diferentes atores – públicos e privados – o acompanhamento dos projetos sociais pode lançar mão de conhecimentos e expertise dos envolvidos para corrigir distorções e assegurar a efetividade das iniciativas. A transparência propiciada por sistemas de gestão fortalece a confiança dos investidores, parceiros e comunidades beneficiadas, possibilitando o acompanhar o progresso dos projetos sociais e seus reais impactos sobre o seu público-alvo.



Temos um sistema aqui de gestão de projeto [...] para cada iniciativa nossa, temos muito claro qual é o nosso objetivo e os resultados esperados [...] a gente acompanha ano a ano com as ações que vão ser executadas [...] e a gente lista quais são essas entregas”. (Uvaia)



A partir do exposto, notamos a dificuldade empresarial em estabelecer critérios claros de mensuração do impacto dos seus investimentos. Foi destacada a subjetividade dos gestores/investidores em compreender melhor os resultados concretos das iniciativas que podem ser indiretos, demorados para se perceber, bem como influenciados por múltiplas variáveis. Isso traz maior complexidade em estabelecer uma correlação direta entre causa e efeito, logo, constitui um desafio metodológico importante para os investidores.

Para situações como a criação de novas rotas turísticas e a conservação de espécies ameaçadas, a avaliação dos resultados se estabelece no longo prazo e dificulta a mensuração de curto prazo desejada por muitos investidores. Isso traz um enorme desafio para justificar a aplicação dos recursos em determinadas realidades, nas quais os efeitos dos investimentos se estabelecem no horizonte longitudinal.

Percebemos como relevante também a importância das colaborações interinstitucionais – entre os investidores – para compartilhar boas práticas de mensuração de impactos. Essa **aprendizagem coletiva pode propiciar maior maturidade gerencial dos investidores quanto ao desafio de estabelecer critérios adequados e medi-los, algo que se mostra como um dos principais gargalos do ISP brasileiro.** O fato é que ainda há muito espaço para o aprendizado sobre formas de mensuração de impactos sociais via ISP.

O que alcançaram os investidores?

Ao considerar os impactos do investimento social privado nos territórios (efeitos externos), foram identificados achados importantes para a compreensão dos resultados nas realidades beneficiadas.



Fortalecimento da governança nas localidades investidas: a governança, que trata da convergência de como se estruturam poder, formas de dialogar e interagir de diferentes atores sociais em um território⁹³, configura um dos efeitos positivos relevantes considerados pelos entrevistados. Na literatura específica do turismo, recomenda-se uma governança colaborativa, articulando o meio empresarial com o setor público⁹⁴. Nesse cenário, pode-se afirmar que o ISP pode contribuir para elaboração e/ou implementação de políticas públicas do turismo, por meio de iniciativas como:

1. Elaboração de planos municipais de turismo – enquanto responsabilidade direta das prefeituras, mas que deve contar com amplo apoio dos atores sociais do território ao qual estará vinculado, o plano municipal de turismo se converte em uma estratégia-chave para desenvolver os destinos, haja vista que neles é preciso

93 Marinho (2013).

94 Siakwah, Musavengane e Leonard (2020).

indicar o contexto atual da localidade, além das tendências para definição das estratégias para alcance do futuro desejado⁹⁵. Trata-se de uma contribuição empresarial relevante para as municipalidades, pois, comumente, as localidades turísticas carecem de condições financeiras e/ou técnicas para conceber esses documentos voltados ao direcionamento das políticas públicas dos destinos⁹⁶;

“

Temos projetos que envolvem turismo de forma muito direta [...] a maior parte se desenvolveu dentro de apoio à gestão pública [...] no caso, elaboração de planos municipais de turismo, contando ali com todas as etapas, processos que esse tipo de política precisa ter”. (Uvaia)



2. Criação de estruturas de governança que permitam maior participação social nas políticas públicas

– houve entidade que destacou o direcionamento do poder público local na estruturação de conselhos municipais de turismo (COMTURs), visando maior escuta e diálogo junto aos diferentes atores sociais dos destinos turísticos. Esses conselhos têm se mostrado de grande relevância nesses territórios, uma vez que propiciam maior engajamento dos representantes de agências de passeios, meios de hospedagem, guias de turismo, proprietários de atrativos e poder público local, entre outros, na tomada de decisão sobre o setor⁹⁷. Em municípios como Bonito (MS), o COMTUR compreende o espaço em que os processos decisórios, que respondem pela competitividade do turismo local, são estabelecidos⁹⁸. Daí se perceber a importância do apoio empresarial para promover o avanço da governança local;

97 Silva et al. (2023).

98 Grechi, Lobo e Martins (2019).

“

Elaboramos a política pública [...] estruturando as bases do turismo dentro do município, sobre um eixo de governança [...] com foco no Conselho de Turismo que estava muito enfraquecido [...] começamos sempre focando nas questões estruturantes”. (Uvaia)



3. Orientações ao poder público acerca do desenvolvimento de políticas públicas do turismo e/ou áreas de conservação – houve quem sinalizasse que esse apoio técnico dos investidores possibilita que gestores públicos administrem melhor a visitação nas zonas sob proteção. Nas concessões de serviços de apoio ao turismo em unidades de conservação, a complexidade inerente à condução das parcerias com a iniciativa privada⁹⁹ exige que o poder público conte com o suporte técnico do próprio setor empresarial. Aqui se ratifica como o êxito na gestão do turismo requer a cooperação interorganizacional para que os destinos se tornem mais competitivos¹⁰⁰, algo que amplia as potenciais contribuições do ISP na relação turismo e natureza.

“

Importantíssimo a gente olhar, mergulhar em dados que possam ajudar na formulação, na implementação e no monitoramento de políticas públicas [...] a gente tem sido muito procurado para capacitar os governos [...] na agenda de parcerias em parques”. (Jatobá)



99 Brumatti e Rozendo [2021].

100 Bouças da Silva et al. [2023].



Melhorias socioeconômicas nos territórios investidos: conforme apontamento anterior, este é um dos impactos mais relevantes e que se ajusta ao propósito do ISP¹⁰¹. Lembra-se que o turismo, há muito, abre espaço para agregar a sustentabilidade ao processo de desenvolvimento territorial¹⁰². Nesse aspecto, foram identificadas três situações que merecem atenção especial:

4. Melhoria da qualificação profissional – ao se lembrar que um dos desafios centrais para a filantropia corporativa brasileira é a baixa qualificação nos territórios, ações de incremento na formação profissional das populações mais vulneráveis constituem uma das prioridades para os investidores. Vale lembrar que o ISP não apenas envolve recursos financeiros, mas também a alocação de recursos humanos, técnicos e/ou gerenciais para o benefício público¹⁰³. Assim, a oferta de iniciativas de qualificação (treinamentos, workshops etc.) para os trabalhadores do setor (guias, motoristas, recepcionistas etc.) auxilia na mitigação de um dos problemas mais recorrentes nas cidades turísticas, além de fortalecer a sua competitividade¹⁰⁴. Verifica-se, neste aspecto, que para alguns stakeholders de áreas de conservação, a qualificação permite que atuem de forma mais responsável na condução dos visitantes e na gestão desses espaços;



Um outro eixo também ali foi o de ampliação e qualificação da oferta turística do destino, principalmente observando experiências”. (Uvaia)



5. Ganhos de longo prazo para as localidades que são alvo dos investimentos – a perspectiva de melhorias estruturais para as comunidades e territórios investidos, e não somente de efeitos pontuais, mostram-se

¹⁰¹ Powell (2018).

¹⁰² Pan et al. (2018).

¹⁰³ BISC (2023).

¹⁰⁴ Ribeiro, Gonçalves e Guerra (2020).

ensejos dos investidores e, nesse rastro, entende-se a inquietação para um melhor monitoramento acerca dos impactos dos projetos sociais. Aqui, destaca-se a ideia de que o ISP pode ser direcionado a propiciar avanços nas iniciativas associadas a políticas públicas, cujos resultados se apresentam no horizonte longitudinal aos públicos e territórios abarcados¹⁰⁵;

“

O ISP tem esse viés de transformação estrutural [...] porque mexer com políticas públicas é, de fato, também trabalhar com políticas de Estado, não de governo. Isso, por natureza, é algo estrutural”. (Uvaia)



6. Desenvolvimento socioeconômico alinhado à conservação – esta contribuição se alinha ao entendimento de que não há sustentabilidade sem que as dimensões social, econômica e ecológica sejam contempladas. A premissa-chave é a de que devemos reconhecer que tais “dimensões” coexistem, são inseparáveis e interdependentes¹⁰⁶. Logo, esta é uma compreensão fundamental para a promoção do turismo sustentável¹⁰⁷, o qual será, de maneira crescente, o exigido pelos viajantes¹⁰⁸ e deverá contar com ampla participação dos diferentes atores sociais dos destinos¹⁰⁹.

“

Focamos no desenvolvimento socioeconômico pautado na conservação. Nossa tese de impacto é que a partir de uma atuação clara de multistakeholders, desenvolvendo agricultura sustentável [...] aquela região consiga ter um desenvolvimento socioeconômico”. (Lichia)



105 GIFE (2024).

106 Tasso et al. (2024).

107 Agbedahin (2019).

108 Booking.com (2021, 2023); VISA (2023).

109 Siakwah et al. (2020).



Fortalecimento do meio empresarial e do terceiro setor: o foco das iniciativas do ISP para desenvolver projetos sociais acaba reverberando em ganhos para o próprio empresariado e para as entidades pertencentes ao terceiro setor. Neste ponto, verificou-se que, há algumas décadas, as empresas se veem pressionadas a adotarem práticas com foco também no sistema social, o que lhes pode atribuir uma eficiência simbólica e técnica¹¹⁰. Assim, são expostas as seguintes evidências sobre o fortalecimento mencionado:

7. Ampliar a competitividade empresarial – o ISP acaba impactando diretamente a iniciativa privada a partir do suporte técnico dos investidores às iniciativas que ainda requerem melhores competências gerenciais e visibilidade no mercado. O apoio técnico entre organizações de diferentes naturezas incrementa os resultados em variados setores econômicos, incluindo o turismo¹¹¹. Além disso, mapeou-se a atuação de uma entidade que fomentou uma agenda pública voltada à gestão de parques pelo Brasil. Ao apoiar o desenvolvimento de um dado segmento econômico, o poder público abre oportunidades que o setor empresarial tende a abraçar com mais confiança. Assim, o aumento do interesse de investidores nas parcerias público-privadas (PPPs) em áreas de conservação foi motivado por uma entidade ligada ao GIFE. As PPPs constituem estratégia relevante para aprimorar o gerenciamento dos parques¹¹² e, neste caso, a filantropia corporativa pode contribuir, de fato, para esses avanços;

“

A gente trabalhou com essas experiências [...] de botar o negócio funcionando, buscando atrair melhores turistas [...] e quando a gente consegue [...] chegar à área privada [...] não só (setor) público.



A gente começa a perceber que gera mais valor”. (Uvaia)

110 Meyer e Rowan (1991).

111 Bouças da Silva et al. (2023).

112 Rodrigues e Abrucio (2019).

8. Difusão de boas práticas advindas do ISP – ciente de que ainda falta conhecimento dos investidores sobre como podem atuar, mais efetivamente, na promoção de projetos sociais que melhor impactem os territórios, iniciativas que promovam o compartilhamento de informações e conhecimento sobre o ISP são fundamentais para que o próprio terceiro setor se fortaleça. Aqui se destaca o conceito da liderança pelo exemplo¹¹³, no sentido de que as organizações que puxam o ISP no Brasil podem inspirar novos projetos por parte de outros investidores sociais. Além disso, foram identificadas na literatura sobre ISP iniciativas que favorecem a aproximação do terceiro setor com o Estado, a exemplo do lançamento de editais de fomento direto e premiações para estimular ações privadas alinhadas às políticas públicas¹¹⁴;

“

Temos uma preocupação muito grande em gerar conhecimento, difundir boas práticas. Isso engloba publicações, capacitações com governos, vários seminários [...] porque falta muito conhecimento sobre formas de gestão, parcerias”. (Jatobá)



9. Maior conscientização sobre a importância do ISP – de maneira geral, a proliferação de boas práticas e a comprovação dos resultados do ISP favorecem uma maior compreensão do meio empresarial sobre suas potenciais contribuições nos territórios de seu interesse. Por conseguinte, fomenta-se uma “cultura de doação”¹¹⁵, tão necessária ainda no Brasil¹¹⁶.

“

A gente impacta, hoje, um mundo extremamente significativo de organizações e de pessoas para a construção e a solidificação da aderência, da importância do terceiro setor em dias atuais”. Pitanga



113 Jack e Recalde (2015).

114 Ribeiro e Madeira (2022).

115 Hartnell e Milner (2018).

116 Hopstein (2018).



Melhorias para o Brasil como um todo: estes se referem aos efeitos mais amplos do ISP, que não repercutem apenas nos territórios investidos. Foram levantados dois pontos:

10. Reduzir os problemas socioeconômicos do País – o conjunto de iniciativas promovidas pelo ISP, de orientação técnica à organização de estruturas de governança, repercute em ganhos aos territórios que se materializam em amplas melhorias socioeconômicas. Estes configuram objetivos prioritários e que justificam a filantropia corporativa em qualquer realidade cujas populações estão em situação de vulnerabilidade¹¹⁷;



Ninguém sozinho vai conseguir resolver os problemas do mundo [...] num país como o Brasil, onde tem tanto problema [...] o investimento social é algo extremamente necessário [...] contribuir para diminuir um pouco as desigualdades em que a gente está inserido”. (Uvaia)



11. Promover uma agenda ambiental mais ampla no contexto nacional – ciente dos efeitos crescentes das mudanças climáticas¹¹⁸ e da necessidade de fomentar a implementação de um turismo mais responsável, em termos de práticas organizacionais e de atitudes das pessoas¹¹⁹, o ISP extrapola o aspecto social e atinge outras dimensões que abarcam a noção de sustentabilidade.



Call to action [...] a partir do momento em que a gente faz ações estruturantes numa perspectiva nacional, a gente espera que isso gere uma atitude favorável à causa da conservação da natureza, por diversos stakeholders, seja atuando em políticas públicas e privadas ou, efetivamente, disseminando ali boas práticas”. (Lichia)



117 Pineda [2023].

118 IPCC [2023].

119 Ting et al. [2020].

Em síntese, os impactos do ISP sobre os territórios investidos são variados. Em se tratando da contribuição para a governança do turismo, é importante considerar a complexidade das interações entre os envolvidos. **Apesar de reconhecer que planos municipais e conselhos de turismo consistam em avanços relevantes, é fundamental verificar, na prática, a real efetividade dessas iniciativas.** Os planos estão sendo operacionalizados com eficácia? Os conselhos funcionam em bases democráticas e mensuram seus resultados?

As melhorias socioeconômicas nos territórios investidos, especialmente em termos de qualificação profissional das comunidades locais, mostram-se de grande relevância. O ISP enfrenta desafios significativos para implementar projetos sociais, diante das limitações técnicas de muitos grupos de interesse. **Desse modo, a qualificação profissional se torna essencial para que essas pessoas possam desenvolver os projetos, como também para que cumpram exigências burocráticas, garantindo a efetividade das iniciativas.**

Ciente de que o turismo ainda é desconhecido por muitos investidores, especialmente quanto às oportunidades de alocação de recursos no setor. **O desenvolvimento de projetos sociais no turismo pode desencadear um efeito multiplicador positivo: à medida que mais organizações tomam conhecimento das boas práticas de investimento realizadas por entidades que têm se destacado no cenário brasileiro, eleva-se a conscientização sobre o impacto transformador do ISP.** Esse processo de disseminação de conhecimento não apenas corrobora a reputação dos investidores pioneiros como também inspira outros a seguirem o exemplo, reconhecendo o potencial do ISP na promoção de mudanças estruturais significativas nas realidades locais, especialmente nos destinos turísticos.

Por fim, a respeito dos impactos do Investimento Social Privado para a própria organização (efeitos internos), foram constatados alguns ganhos relevantes e que se alinham a algumas conclusões presentes na literatura específica sobre filantropia corporativa.



Mudança da mentalidade organizacional voltada à sustentabilidade: sobretudo para fundos e/ou fundações ligados a organizações cujas atividades são de natureza mais poluente, o suporte e as boas práticas dos investidores sociais têm inspirado mudanças internas importantes com foco em iniciativas sustentáveis, sejam elas sociais e/ou ambientais;

“

O primeiro e mais importante impacto para a gente é ajudar na mudança de mentalidade, de conservação, para melhor. E, por isso mesmo, a unidade de transformação. Acho que, internamente, a gente ajudou ou tem ajudado muito fortemente nosso investidor nos desafios de sustentabilidade que ele tem pela frente”. (Cambuci)





Ganhos reputacionais: ainda que muitos entrevistados tenham relutado em afirmar o objetivo de alcançar efeitos reputacionais por meio do ISP, constatou-se que esse é um resultado importante e que corrobora a imagem positiva da organização frente a diferentes públicos;



O recurso de investimento social privado é perene [...] a Fundação não existe por conta de reputação. É mais um efeito colateral. Mas, é óbvio, o consumidor cobra isso hoje [...] isso gera impacto, mas a estratégia não está vinculada para isso, tanto que a gente não investe em mídias, não fazemos propagandas institucionais [...] é tudo muito orgânico dentro da Fundação”. (Lichia)



Melhoria na interlocução com os stakeholders: boas práticas em ISP são consideradas cartões de visita positivos para muitos negócios, os quais têm facilitado o diálogo mais próximo com entes públicos, comunidades locais e outras organizações que também fazem filantropia corporativa. Com estas, as possibilidades de aprendizagem, a partir de trocas de experiências e práticas como o benchmarking, motivam a aproximação entre os investidores. A liderança pelo exemplo ganha corpo aqui também e reforça como a boa conduta empresarial é inspiradora para outros negócios e setores econômicos. Com governos (prefeituras, por exemplo), os projetos advindos do ISP podem aportar melhorias socioeconômicas a um dado município, favorecendo maior abertura e interesse dos gestores públicos que enxergam nos fundos/fundações, importantes aliados para aprimorar os resultados à população de suas administrações. Com as comunidades, houve menções sobre o alcance do objetivo de

estabelecer melhor relacionamento com esses públicos impactados, haja vista que os potenciais efeitos positivos de iniciativas sociais minimizam os possíveis conflitos locais (empresa x comunidade), principalmente para as organizações com atividades mais impactantes sobre as populações locais;

“

Para a empresa investida, além da reputação, tem essa questão de facilitar a interlocução com os entes municipais. É uma porta de entrada, às vezes, para discutir outros assuntos e tal. Você acaba trazendo uma certa intimidade”. (Uvaia)



Mudança no posicionamento do negócio com viés sustentável: em especial para um dos investidores investigados, cujo posicionamento de mercado é mais voltado para o turismo de massa, a imersão na filantropia social vem gerando ganhos ao próprio negócio, em termos da reestruturação de seus produtos, com atuação em novos nichos com enfoque mais sustentável. Esse reposicionamento ligado à oferta sensibiliza também as lideranças que passam a discutir novas possibilidades estratégicas, sobretudo diante do aumento da consciência ambiental dos diversos públicos consumidores;

“

O posicionamento mercadológico. Acredito que esse é um ganho muito grande [...] esse posicionamento junto aos clientes, né? Indicando que temos o turismo convencional, de massa, mas estamos agora olhando também para o sustentável e a gente quer fomentar, cada vez mais, essas iniciativas, as comunidades. Hoje, nos preocupamos com o sustentável, com o meio ambiente”. (Lichia)





Fortalecimento de pesquisas relacionadas à sustentabilidade: aqui se destaca a relevância na geração de dados que apoie a tomada de decisão, tanto da empresa quanto de outros players do mercado.

“

Outra questão é que começamos a incentivar pesquisas nessas áreas, relacionadas à conservação [...] sobre essa questão do quanto a conexão com a natureza pode melhorar também a saúde mental e física das pessoas”. (Cambuci)



Em suma, os impactos internos às organizações investidoras são variados e com efeitos, potencialmente, duradouros. Por exemplo, mudanças no direcionamento das práticas organizacionais com viés sustentável, principalmente para entidades associadas a impactos ambientais negativos, demonstra a **importância do ISP no fomento a iniciativas que vão muito além da filantropia tradicional, focando em soluções socioambientais aplicadas a muitas realidades distintas.** O ISP pode estimular que os investidores reavaliem seus objetivos e estratégias organizacionais, abrindo caminho para explorar nichos mais sustentáveis e alinhados às exigências atuais dos seus mercados de atuação.

Essa associação com práticas responsáveis pode contribuir com a melhoria da imagem dos investidores perante seus diferentes públicos, incluindo consumidores, parceiros e a sociedade em geral. Além disso, a conduta empresarial responsável pode servir de modelo e inspirar outros negócios a alcançarem novos propósitos, desenvolvendo iniciativas ligadas à sustentabilidade.

4. Novas Receitas para o ISP Brasileiro

*Call to action
dos investimentos
sociais privados
no turismo*



Ao longo do livro buscamos o entendimento do ISP e de como este pode se inserir na cadeia produtiva do turismo. Levantamos dados junto a 15 representantes de organizações privadas que realizam investimentos sociais no Brasil, conforme explicitado no Quadro 1 do “modo de preparo” (metodologia).

Uma vez que os “ingredientes” foram devidamente apresentados, buscamos apoio na literatura direcionada ao assunto (“modo de preparo”) e, por meio da discussão dos dados, alcançamos maior compreensão dos temas que investigamos, podendo, assim, tecer algumas reflexões finais e o desafio de continuarmos na exploração de “novas receitas” (*call to action*) para o ISP brasileiro. Nosso estudo demonstrou que:



O ISP brasileiro ainda não enxerga o turismo:

evidenciamos que os investidores sociais ainda possuem uma compreensão limitada do setor e de seu potencial para promover o desenvolvimento territorial com inclusão. O fato de o último Censo GIFE não fazer qualquer menção à atividade demonstra a invisibilidade do setor produtivo do turismo aos olhos dos investidores;



No entanto, muitos investidores sociais, ainda que não o foquem, acertam no turismo:

isso ocorre porque o entendimento de parte dos investidores entrevistados – e que possivelmente reflete a realidade de muitos outros no contexto brasileiro – restringe-se aos segmentos mais visíveis e tradicionais do turismo, a exemplo da hospedagem, alimentação e transporte. Nesta publicação, pode-se perceber que o turismo trata de muitas atividades econômicas as quais incluem desde pequenos artesãos até sítios agroecológicos, além de profissionais como os guias. Importante notar que investir em cultura, educação e desenvolvimento comunitário repercute, diretamente, no setor turístico;



Reconhecer a importância do turismo ajuda os investidores sociais a planejarem as suas ações para o setor:

compreender que o turismo extrapola a simples movimentação de pessoas e tem o potencial de gerar melhorias socioeconômicas e apoiar boas práticas com viés sustentável é de suma importância para que os investidores sociais melhor ajustem a sua aplicação de recursos com as dinâmicas do setor. Cientes da complexidade da atividade, os investidores podem identificar e fortalecer os elos mais frágeis da cadeia produtiva do turismo – empreendedores comunitários, artesãos, pescadores etc. – direcionando para eles iniciativas que facilitem o acesso a mercados e desenvolvam competências necessárias a sua atuação no setor;



Ter clareza da natureza intersetorial do turismo ajuda os investidores sociais a fortalecerem outras agendas:

o turismo contribui para desafios de outras agendas. O setor é apontado pelas Nações Unidas¹²⁰ como uma possível solução para alcançar o ODS 12: garantir padrões sustentáveis de consumo e produção. Investimentos robustos focados na estruturação do turismo sustentável servem de suporte para agendas de educação, conservação ambiental, geração de renda, promoção de autoestima e dignidade, apoiando a fixação de jovens lideranças nos territórios, especialmente em casos de turismo de base comunitária;



Investimento social no turismo é também um processo educativo:

os achados do estudo apontam para a invisibilidade do turismo como área de investimento. Da mesma forma, o setor do turismo pouco conhece o ISP. De maneira geral, as instâncias de governança, OSCs e redes de empresários do setor não têm muito acesso a editais e recursos para o desenvolvimento territorial do turismo por meio de recursos privados. Não é como no setor cultural ou agrícola, em que há uma tradição de descentralização de recursos. Falar sobre investimento social privado no turismo tem um papel educativo na medida que incentiva o setor a acessar editais, elaborar projetos, cronogramas e formas alternativas de captação de recursos.

¹²⁰ Disponível em: <https://www.oneplanetnetwork.org/programmes/sustainable-tourism>. Acesso em: 26.set.2024.

Por que e como realizar ISP no turismo brasileiro?



Atuação conjunta (em rede): os resultados do investimento social privado no turismo podem ser mais efetivos com uma atuação em rede, envolvendo diversas instituições e atores, em diferentes níveis de atuação. O investimento social privado pode ocorrer na criação ou fortalecimento de políticas públicas de turismo junto aos governos, na formação de mão de obra ou projetos de geração de renda que incluam grupos mais vulneráveis na cadeia do turismo de forma justa, no desenvolvimento de incentivos para conservação ambiental e/ou cultural, entre outras possibilidades.

Uma ferramenta técnica facilitadora do processo é o planejamento do turismo sustentável no território (planos de turismo). O desdobramento desta ação é a construção participativa de uma visão de futuro comum, que considere o desenvolvimento da oferta turística de forma sustentável, pautada no protagonismo local, assim como estratégias para atrair turistas mais responsáveis.

“

[...] cada vez mais necessário é uma atuação mais conjunta, articulada, uma atuação mais associativa [...] se esse estudo [...] esse e-book conseguisse provocar um pouco isso, de a gente conseguir se somar, se juntar, estruturar [...] o principal desafio de qualquer agenda, daí posso falar turismo também, é conectar pessoas com interesses convergentes [...] quando a gente [...] de fato, vai conseguir fazer a diferença porque, individualmente, o esforço é muito grande”. (Lichia)



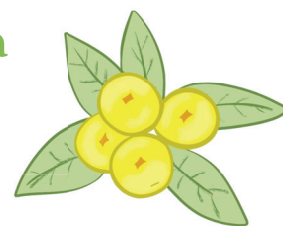


Transversalidade do turismo e outras agendas: o turismo pode e deve ser solução para desafios de outras agendas. O setor está entre as possíveis soluções para manutenção de florestas, uma vez que permite a geração de renda a partir da visitação em áreas preservadas. Além disso, possibilita a comercialização de produtos da sociobiodiversidade para os visitantes.

Na agenda de educação, o turismo pode ser um aliado na fixação de jovens lideranças em seus territórios, na medida em que gera renda, autoestima e dignidade, especialmente no caso do turismo de base comunitária.



Acho que esse é um grande norte, assim, que a gente está conseguindo. Talvez dar mais visibilidade ao turismo como uma forma de solução, né? De vir a contribuir com essas mudanças climáticas e tudo mais [...] o mote do turismo como uma forma de mudança climática, de solução, é algo que pode trazer mais investimento social e privado”. (Murici)



ISP alinhado a Políticas de Estado no Turismo:

ampliar o diálogo com órgãos federais, estaduais e municipais responsáveis pela gestão do turismo pode ajudar a potencializar o ISP. Alianças interinstitucionais – governo-empresa, empresa-empresa etc. – podem potencializar os efeitos das políticas públicas, principalmente em áreas críticas como a mitigação das mudanças climáticas. O setor turístico é eminentemente privado, mas precisa do apoio de políticas públicas de diversas áreas para se consolidar de forma sustentável. O ISP pode apoiar neste diálogo, na medida que fortalece governanças municipais (COMTURs) e regionais (IGRS) de turismo, por exemplo, facilitando tecnicamente tal conexão. Outro exemplo são as parcerias público-privadas (PPPs) em unidades de conservação. Recursos do ISP podem ser utilizados na melhoria destes processos, uma vez que o Brasil possui experiência recente neste tema, com exceção de poucas UCs que operam

neste regime há mais tempo. As parcerias têm potencial para promover práticas mais responsáveis e contribuir para alcançar metas globais, a exemplo dos ODS. Na literatura sobre ISP relacionada a um aspecto relevante do turismo – a cultura – foram sugeridas estratégias que favorecem a aproximação do terceiro setor com o poder público, a exemplo de contratos de parceria, programas de incentivo fiscal à cultura, editais de fomento direto e premiações.

“

Precisamos criar formas, regras, arcabouço jurídico, institucional [...] Empoderar o poder público para que ele possa acompanhar, fiscalizar, monitorar certos serviços que podem ser passados, sim, para o setor privado, sabe? [...] o setor privado pode contribuir e complementar o poder público naquelas lacunas que ele não vai conseguir cumprir [...] quando a gente olha parques, do ponto de vista de visitação, de turismo [...] esses espaços nunca deixarão de ser públicos, nunca deixarão de ser geridos pelo poder público, mas o poder público não tem recurso, não tem celeridade, não consegue acompanhar a dinâmica de mercado, as necessidades [...] que a sociedade demanda para visitar esses espaços. Então [...] abre espaços para que o poder privado faça esse ganha-ganha, sabe? Não estou dizendo que essas parcerias solucionarão todos os problemas [...] apoiamos governos dos diferentes âmbitos, federal, estadual e municipal, a pensar em formatos de parcerias, tudo isso sem troca de recursos. Temos acordos de cooperação e tal”. (Jatobá)





Definir critérios para realizar e mensurar o ISP

no turismo: a complexidade do turismo amplia o desafio de mensuração do impacto do investimento social privado. O fortalecimento da atuação técnica no setor e da cultura de gestão de dados e informações para tomada de decisões por parte das governanças locais e regionais de turismo pode ser apoiado pelo ISP. No caso do turismo de base comunitária, por exemplo, atuar tecnicamente junto à comunidade para avaliar os limites da atividade turística e definir conjuntamente os indicadores para acompanhamento do turismo. No caso de destinos, apoiar no monitoramento dos indicadores estabelecidos nos planos municipais de turismo, com a construção de painéis, utilizando dados oficiais e novas tecnologias de mensuração de fluxo, por exemplo. Fica claro que abordagens alternativas podem ser pensadas, a exemplo da utilização de metodologias de avaliação participativa que lancem mão de fontes de informação variadas e diferentes perspectivas dos atores envolvidos. Ou ainda, a adoção de abordagens de avaliação de impacto mais abrangentes, a exemplo do Retorno Social sobre os Investimentos (SROI – *Social Return on Investment*), o qual possibilita uma visão mais holística e integrada dos impactos econômicos e sociais advindos do ISP.

A própria atividade turística carece de indicadores sistematizados de forma mais ampla para compreender o impacto destas ações do ISP que contribuem para seu desenvolvimento e amadurecimento. A OMT, recentemente mudando sua imagem e comunicação, atende agora pelo nome de ONU Turismo e publicou, há pouco tempo, sua estrutura sobre ESG¹²¹, reconhecendo que os relatórios vêm sendo desenvolvidos de forma relativamente independente, portanto não há uma padronização entre as organizações, o que significa que a comparabilidade e escalabilidade dos relatórios ESG são limitadas. A partir desta constatação, começa a unir esforços para desenvolver um quadro ESG harmonizado que possa ser usado como referência pelas empresas turísticas. Esta iniciativa é bastante recente, de agosto de 2024, portanto ainda será objeto de aprofundamentos. Assim, é mais um indicativo de que toda a temática desta publicação ainda está em processo de lapidação.

¹²¹ Disponível em: <https://www.unwto.org/tourism-statistics/environmental-social-governance-tourism>. Acesso em: 26.set.2024.

“

Trabalhar com um capital mais inteligente, onde esse capital é mais fácil de chegar e vai gerar mais impacto, sabe? [...] essa avaliação de onde vai gerar mais impacto, ela vai começar a ser mais aprofundada, na minha opinião, pelas empresas que estão fazendo investimento social”. (Açaí)



Composição de fundos híbridos (*blended finance*):

o turismo é predominantemente financiado por iniciativas privadas de pequeno e grande porte. O capital filantrópico pode contribuir para o ODS 10, que propõe a diminuição das desigualdades sociais, criando mecanismos distributivos tais como os projetos de qualificação, fortalecimento de governanças coletivas, apoio à comercialização e outras formas de facilitar a inclusão de grupos mais vulneráveis no mercado do turismo. Ainda neste campo, os microcréditos e *crowdlendings* para pequenos empreendedores do turismo podem fazer grande diferença.

Em termos ambientais, a criação, manutenção ou incentivo a reservas naturais podem ser feitas de diferentes formas. As Reservas Particulares do Patrimônio Natural (RPPNs) são frequentemente criadas e mantidas por empresas que podem se beneficiar do turismo como forma de manutenção desses espaços. Mas como a visitação frequentemente não gera recursos suficientes para manutenção de grandes áreas e projetos conservacionistas complexos, alternativas como fundos filantrópicos ou *endowments* podem ser utilizados de forma complementar.

“

E também a busca de modelos financeiros, de negócios, né? Teses de investimento que vão percorrer um pouco disso. O capital filantrópico, o capital catalítico, o capital de mercado, isso tudo compondo uma cesta financeira, digamos, né? [...] só a filantropia não caminha sozinha. O investimento que os empreendimentos não dão conta de pagar também não faz sentido [...] acho que esses *blended*, esses fundos híbridos vão crescer bastante”. (Açaí)





Apoiar financeiramente as iniciativas, mas também com suporte logístico e metodológico:

uma atuação social próxima pode ser capaz de identificar outras necessidades das comunidades e territórios, não apenas financeiras, mas também de ordem logística e metodológica. Isso porque, comumente, é preciso preparar as comunidades para que possam receber os investimentos. No turismo, um exemplo concreto é o apoio logístico em ações de promoção dos destinos, como *fampress* ou *famtours* e materiais de divulgação. Além de contratação de assessorias de imprensa e consultorias técnicas especializadas que possam prover um suporte metodológico à governança turística dos territórios.



Hoje, a gente atua muito forte com suporte não financeiro também, desses negócios que a gente está se relacionando e está começando essas relações de investimento, porque a gente entende que eles [...] estão em níveis iniciais de estruturação de ideias. Então, o suporte financeiro é muito importante e como que a gente traz principalmente esses instrumentos inovadores de finanças híbridas para dentro do investimento social privado”. (Jatobá)



Fazer benchmarking para buscar as melhores práticas:

iniciativas exitosas devem servir de inspiração e passar por adaptações de acordo com o território, comunidade. É importante capturar o caminho percorrido pelas boas iniciativas. No turismo, elas geralmente têm conexão com uma governança forte e integrada, com decisões tomadas em cima de dados, com a definição clara de qual tipo de turismo se deseja para o território.

“

A outra coisa é a gente buscar referências, nacionais e internacionais, para o conhecimento. Assim, porque eu acho que, no Brasil, as políticas públicas precisam cada vez mais ser pautadas em dados, evidências, monitoramento. Então, a gente tem um cuidado de buscar essas informações tanto [...] a nível nacional quanto internacional”. (Jatobá)



A promessa destacada desde o título desta publicação, ou seja, levantar impactos, motivações e desafios do ISP possibilitou achados relevantes para o aprofundamento do debate sobre os investimentos privados no cenário do turismo nacional. Resumidamente, os principais impactos do ISP (o que alcançaram os investidores?) foram: como efeitos externos – fortalecimento da governança nas localidades investidas; melhorias socioeconômicas nos territórios investidos; fortalecimento do meio empresarial e do terceiro setor; melhorias para o Brasil como um todo; enquanto efeitos internos – mudança da mentalidade organizacional voltada à sustentabilidade; ganhos reputacionais; melhoria na interlocução com os *stakeholders*; mudança no posicionamento do negócio com viés sustentável; fortalecimento de pesquisas relacionadas à sustentabilidade. As motivações (o que querem os investidores?) de maior destaque foram: promover melhorias socioeconômicas nas localidades em que as empresas atuam; melhorar o relacionamento com as comunidades impactadas; promover a preservação/conservação da natureza; atender às exigências atuais da sociedade e dos consumidores. Os investidores indicaram como desafios mais relevantes questões relacionadas ao território, à governança interna das organizações investidoras, à gestão de negócios comunitários e à sociedade em geral.

Embora os resultados apresentados nesta publicação tenham sido elucidativos para a compreensão do ISP no turismo brasileiro, entendemos haver ainda espaço para novas investigações e reflexões a respeito dessa temática, uma vez que: a pesquisa possui caráter preliminar e exploratório, e se fundamentou em torno de uma amostra relativamente pequena de organizações; houve dificuldades para acessar investidores sociais, de modo a ampliar o número de potenciais respondentes; verificamos uma imprecisão dos investigados so-

bre alguns detalhamentos dos seus investimentos no turismo, a exemplo de valores e percentuais destinados, bem como detalhes dos projetos desenvolvidos; apesar de o enfoque do estudo ser ISP no turismo, somente uma empresa ligada diretamente ao setor figurou entre as pesquisadas.

Nesse sentido, recomendamos que em futuras publicações o diálogo se estabeleça com um número maior de investidores sociais; sejam desenvolvidos estudos quantitativos, contemplando mais empresas ligadas ao GIFE e/ou outras entidades da filantropia corporativa brasileira e/ou internacional; investigue-se o ISP realizado por empresas de turismo.

Em síntese, o investimento social privado no setor turístico é muito mais do que uma oportunidade financeira. Trata-se de uma poderosa oportunidade de transformação de realidades, com melhorias sociais, econômicas e com potenciais impactos na preservação/conservação da natureza. Apoiar iniciativas ao longo de toda a cadeia produtiva do turismo corrobora o potencial do ISP em fomentar o crescimento econômico, fortalecer laços sociais, empoderar comunidades e proteger o meio ambiente para as atuais e futuras gerações. Ao acreditarem no potencial do setor, os investidores podem atuar como agentes de mudança tanto nos territórios turísticos, como na construção de uma sociedade mais justa, próspera e sustentável. Esta publicação é um chamado – *call to action* – para que mais investidores se juntem nessa jornada de transformação de realidades adversas, reconhecendo que aplicar recursos – financeiros, humanos, tecnológicos etc. – no turismo é uma possibilidade de construir um futuro melhor para muitas pessoas em todo o país.

Iniciamos nossa conversa como se estivéssemos em casa, em volta da mesa da cozinha, preparando receitas de sucos, à vontade e entre amigos. O mote da conversa foi como as empresas contribuem financeiramente com a sociedade, como essa prática pode impactar o turismo e, conseqüentemente, o desenvolvimento de territórios e de suas comunidades. Procuramos saber o que pensam os investidores na área social sobre o que fazem, por que fazem e como fazem. Entendemos isso como o nosso material e o nosso método, pois é assim que se faz pesquisa acadêmica. Desembargamos os conceitos (nossos ingredientes), estudamos outras receitas ou combinações para fazer as coisas funcionarem, buscando novos sabores! Discutimos os resultados e buscamos aprender como aplicá-los mais efetivamente. Ao nos despedirmos, então, só nos resta agradecer a “visita” e a conversa e esperar por novos encontros. Tomara que o tema do ISP no turismo tenha motivado novas leituras e o seu interesse em se juntar ao grupo de pessoas interessadas em transformar destinos, a partir da construção de uma sociedade mais justa e de um planeta respeitado e cuidado!

REFERÊNCIAS

AGBEDAHIN, A.V. Sustainable development, Education for Sustainable Development, and the 2030 Agenda for Sustainable Development: Emergence, efficacy, eminence, and future. **Sustainable Development**, v.27, n.4, p.669-680, 2019. <http://dx.doi.org/10.1002/sd.1931>

ALVES, J.A.C; FERRAZ, F.T.; KAMEL, J.A. Gestão do Investimento Social Privado em Projetos de Desenvolvimento Local - O Caso de uma Escola de Turismo no Estado do Espírito Santo. **Sistemas & Gestão**, v.7, n.2, p.262-273, 2012. Disponível em: <https://www.revistasg.uff.br/sg/article/view/V7N2A9>.

ANDION, C.; BECKER, Y.; VICTOR, I. Is Private Social Investment a form of public goods coproduction? An overview of the Brazilian reality. **Annals of Public and Cooperative Economics**, v.83, n.3, p.407-433, 2012. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8292.2012.00469.x>. Acesso em: 28.mai.2024.

ANDRADE, R.C.; GÓES, E.M. Gentrificação em Cartagena de Índias-Colômbia: O caso de La Boquilla. **Ateliê Geográfico**, v.17, n.2, p.76-97, 2023. <https://doi.org/10.5216/ag.v17i2.74558>

BALL, S.J. Global Education. Inc.: **New Policy Networks and the Neoliberal Imaginary**. London: Routledge, 2012.

BARTHOLO, R.; SAN SOLO, D. G.; BURSZTYN, I. Apresentação. In: BURSZTYN, I.; BARTHOLO, R. (Org.). **Turismo de Base Comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras**. Rio de Janeiro: Letra & Imagem, p.13-24, 2009. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-/publicacoes/segmentacao-do-turismo/turismo-de-base-comunitaria-diversidade-de-olhares-e-experiencias-brasileiras.pdf/view>. Acesso em: 24.mai.2024.

BENCHMARKING DO INVESTIMENTO SOCIAL CORPORATIVO [BISC]. (2023). **Investimento social privado: o que você precisa saber?** Disponível em: <https://bisc.org.br/blogs/investimento-social-privado-o-que-voce-precisa-saber/>. Acesso em: 14.mai.2024.

BENI, M.C. Turismo: da economia de serviços à economia da experiência. **Turismo: visão e ação**, v.6, n.3, p.295-295, 2004. Disponível em: <https://periodicos.univali.br/index.php/rtva/article/view/1063>. Acesso em: 22.abr.2024.

BISSOLI, M.A.M.A. **Planejamento turístico municipal com suporte em sistemas de informação**. Futura, 2001.

BOCKORNI, B.R.S.; GOMES, A.F. A amostragem em snowball (bola de neve) em uma pesquisa qualitativa no campo da administração. **Revista de Ciências Empresariais da UNIPAR**, v.22, n.1, 2021. <https://doi.org/10.25110/receu.v22i1.8346>

BOOKING.COM. **Nova pesquisa revela aumento do desejo por viagens sustentáveis**. 15 abr. 2021. Disponível em: <https://partner.booking.com/pt-br/click-magazine/tend%C3%AAsncias-e-insights/nova-pesquisa-revela-aumento-do-desejo-por-viagens>. Acesso em: 22.abr.2024.

BOOKING.COM. **Viagem sustentável – os desafios e as oportunidades**. 26 jun. 2023. Disponível em: <https://partner.booking.com/pt-br/click-magazine/tend%C3%AAsncias-e-insights/viagem-sustent%C3%A1vel-%E2%80%99-os-desafios-e-oportunidades>. Acesso em: 22.abr.2024.

BOUÇAS DA SILVA, D.L.; HOFFMANN, V.E.; MARTÍNEZ-CHÁFER, L. Trust and trust-linked elements in the formation of tourism networks in Brazil and Spain. **Journal of Trust Research**, v.13, n.1, p.24-50, 2023. <https://doi.org/10.1080/21515581.2023.2190900>

BRUMATTI, P.N.M. O papel do turismo de observação da vida selvagem para a conservação da natureza. **Revista Brasileira de Ecoturismo**, São Paulo, v.6, n.4, nov-2013, p.191-206, 2013. <https://doi.org/10.34024/rbecotur.2013.v6.6377>

BRUMATTI, P.N.M.; ROZENDO, C. Parques Nacionais, turismo e governança reflexões acerca das concessões dos serviços turísticos no Brasil. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, São Paulo, v.15, n.3, e-2119, set./dez, 2021. <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v15i3.2119>

CHEN, M. Understanding the hospitality philanthropy-performance link: Demand and productivity effects. **International Journal of Hospitality Management**, v.80, p.166-172, 2019. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.02.006>

CHIM-MIKI, A.F.; BATISTA-CANINO, R.M. La investigación sobre cooptación: estado actual del conocimiento y sus implicaciones en los estudios turísticos. **Estudios y perspectivas en turismo**, v.25, n.4, p.399-415, 2016. Disponível em: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17322016000400001&script=sci_abstract&tlng=en. Acesso em: 09.ago.2024.

COSTA, H.A. **Destinos do turismo: percursos para a sustentabilidade**. Rio de Janeiro: FGV, 2013.

COSTA, H.A. Olhares sobre a cooperação empresarial entre pequenas empresas em destinos turísticos: reflexões e aprendizados de pesquisa. In: NASCIMENTO, E.P.; COSTA, H.A. (Orgs.). **Turismo e Sustentabilidade: verso e reverso**. Rio de Janeiro: Garamond, v.1, p.25-49, 2018. <https://doi.org/10.26512/revistacena-rio.v6i10.18754>

COSTA, H.A.; NASCIMENTO, E.P.; HOFFMANN, V.E.; SILVA, D.L.B. ¿Por qué cooperan las micro y pequeñas empresas turísticas?. **Estudios y perspectivas en turismo**, v.26, n.4, p.781-803, 2017. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180752919002.pdf>. Acesso em 10.ago.2024.

DESPRET, V. Leitura etnopsicológica do segredo. **Fractal: Revista de Psicologia**, v. 23, p. 05-28, 2011. <https://doi.org/10.1590/S1984-02922011000100002>

DOMINGUÉZ, A.Q. Turismofobia, o el turismo como fetiche. **Revista do Centro de Pesquisa e Formação, Edição Especial - Ética no Turismo**, p.22-30, 2018. Disponível em: https://centrodepesquisaeformacao.sescsp.org.br/revista/edicao_especial_espanhol.pdf#page=21. Acesso em: 10.ago.2024.

FABRINO, N.H.; NASCIMENTO, E.P.; COSTA, H.A. Turismo de Base Comunitária: Uma Reflexão sobre seus Conceitos e Práticas. **Caderno Virtual de Turismo**, v.16, n.3, p.172-190, 2016. <https://doi.org/10.18472/cvt.16n3.2016.1178>

FAUCHEUX, S.; NÖEL, J-F. **Economia dos recursos naturais e do meio ambiente**. Lisboa: Instituto Piaget, 1995.

GARCIA, D.S.; MENZINGER, L.H.; JESUS, D.L.N.; GONÇALVES, D.F.; REIS, C.B. Turismo de experiência: compondo significados, memórias e recordações de Campo Grande, Mato Grosso do Sul, Brasil. **RITUR-Revista Iberoamericana de Turismo**, v.12, n.02, p.146-164, 2022. Disponível em: <https://www.seer.ufal.br/index.php/ritur/article/view/13539/10289>. Acesso em: 20.jun.2023.

GREEN INITIATIVE. (2023). **Guia de Ação Climática para Empresas e Destinos Turísticos**. Green Initiative, v.1. Disponível em: <https://embratur.com.br/wp-content/uploads/2023/03/Guia-de-Acao-Climatica-para-Empresas-e-Destinos-Turisticos.pdf>. Acesso em 10.ago.2024.

GRUPO DE INSTITUTOS, FUNDAÇÕES E EMPRESAS [GIFE]. **Investimento Social Privado**. 2024. Disponível em: <https://gife.org.br/investimento-social-privado>. Acesso em 08.abr.24.

GRUPO DE INSTITUTOS, FUNDAÇÕES E EMPRESAS [GIFE]. **Censo GIFE 2022-2023**. São Paulo: GIFE, 2023. Disponível em <https://sinapse.gife.org.br/download/censo-gife-2022-2023>. Acesso em 08.abr.2024.

GRECHI, D.C.; LOBO, H.A.S.; MARTINS, P.C.S. Interação e inovação na trajetória do Sistema Turístico de Bonito, MS: um modelo para os destinos da RILA? **Interações**, v.20 (especial), p.125-140, 2019. <https://doi.org/10.20435/inter.v20iespecial.2549>

HARTNELL, C.; MILNER, A. **Filantropia no Brasil**. Síntese do Relatório. Maio 2018. Disponível em: <http://www.psjp.org/resources/philanthropy-in-brazil/>. Acesso em: 08.abr.2024.

HOPSTEIN, G. **Philanthropy in Brazil: Obstacles, challenges and opportunities**. Alliance. 2018. Disponível em: <https://www.alliancemagazine.org/blog/philanthropy-in-brazil-obstacles-challenges-and-opportunities/>. Acesso em: 08.abr.2024.

HSIEH, H.-F.; SHANNON, S.E. Three approaches to qualitative content analysis. **Qualitative health research**, v.15, n.9, p.1277-1288, 2005. <https://doi.org/10.1177/1049732305276687>

INSTITUTO CHICO MENDES DE CONSERVAÇÃO DA BIODIVERSIDADE [ICM-Bio]. **Turismo de base comunitária em unidades de conservação federais: caderno de experiências**. – 1 ed. – Brasília, DF, 2019. Disponível em: https://www.gov.br/icmbio/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/publicacoes-diversas/turismo_de_base_comunitaria_em_ucs_caderno_de_experiencias.pdf. Acesso 22.abr.2024.

INTERGOVERNMENTAL PANEL ON CLIMATE CHANGE [IPCC]. **Climate Change 2023 - Synthesis Report. Summary for Policymakers**. 2023. Disponível em: https://www.ipcc.ch/report/ar6/syr/downloads/report/IPCC_AR6_SYR_SPM.pdf. Acesso 22.abr.2024.

JACK, B.K.; RECALDE, M.P. Leadership and the voluntary provision of public goods: Field evidence from Bolivia. **Journal of Public Economics**, n.122, p.80-93, 2015. <https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2014.10.003>

JUSTAMAND, M.; FUNARI, P.P.A.; ALARCÓN-JIMENEZ, A. Arqueologia, Turismo e História e o Parque Nacional Serra da Capivara-PNSC/PI. **Revista Interdisciplinar Encontro das Ciências-RIEC**, n.1, v.1, p.1-15, 2018. <https://doi.org/10.1000/riec.v1i1.1>

LEIPER, N. Environmental impacts and ecosystems for tourism. **Tourism Management**, TAFE Publications, Melbourne, 1995.

LOHMANN, G.; PANOSSO NETTO, A. **Teoria do turismo: conceitos, modelos e sistemas**. – 2.ed.ampl.e atual. – São Paulo: Aleph. – Série Turismo, 2012.

MARINHO, M.A. **Territorialidade e governança em áreas protegidas: o caso da comunidade do Marujá, no Parque Estadual da Ilha do Cardoso** (Cananea, SP). 2013. [Tese de Doutorado/USP]. São Paulo, SP, Brasil, 2013. Disponível em: https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8135/tde-13052014-105830/publico/2013_MauricioDeAlcantaraMarinho_VCorr.pdf. Acesso em: 06.maio.2024.

MENDES, T.C.; SONAGLIO, K.E. Volunturismo: uma abordagem conceitual. **Turismo-Visão e Ação**, v.15, n.2, p.185-206, 2013. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/2610/261056071003.pdf>. Acesso em: 06.maio.2024.

MEYER, J.; ROWAN, B. Institutionalized organizations: formal structure as myth and ceremony. In: DIMAGGIO, P.; POWELL, W. (Eds). **The New Institutionalism in Organizational Analysis**. Chicago: The University of Chicago Press, p.1-41, 1991.

MILANI, B.; RIGHI, M.B.; CERETTA, P.S.; DIAS, V.V. Práticas de sustentabilidade, Governança Corporativa e Responsabilidade Social afetam o risco e o retorno dos investimentos? **Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria**, v.5, p.667-682, 2012. <https://doi.org/10.5902/198346596946>

MILANO, C.; NOVELLI, M.; GHEER, J.M. Overtourism and degrowth: a social movements perspective. **Journal of Sustainable Tourism**, v.27, n.12, p.1857-1875, 2019. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1650054>

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO [OMT]. **Responsible, sustainable and universally accessible tourism**. 2024. Disponível em: <https://www.unwto.org/about-us>. Acesso em: 11.ago.2024.

PAKMAN, E.T. Sobre as definições de turismo da OMT: uma contribuição à História do Pensamento Turístico. **Anais do XI Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo**, v.24, p.1-20, 2014. Disponível em: <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/11/34.pdf>. Acesso em: 11.ago.2024.

PAN, S.Y.; GAO, M.; KIM, H.; SHAH, K.J.; PEI, S.L.; CHIANG, P.C. Advances and challenges in sustainable tourism toward a green economy. **Science of the total environment**, v.635, p.452-469, 2018. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2018.04.134>

PANOSSO NETTO, A. **O que é turismo?** Coleção Primeiros Passos, v.341, 2010.

PANROTAS. **Turismo movimentará US\$ 169,3 bilhões no Brasil em 2024, prevê WTTC**. 2024. Disponível em: https://www.panrotas.com.br/mercado/pesquisas-e-estatisticas/2024/05/turismo-movimentara-us-1693-bilhoes-no-brasil-em-2024-preve-wttc_205961.html#:~:text=Retrospectiva%20do%20

Turismo%20nacional%20em,contribui%C3%A7%C3%A3o%20em%20compara%C3%A7%C3%A3o%20a%202019. Acesso em: 11.ago.2024.

PINE, J.B.; GILMORE, **J.H.** **The Experience Economy: work is a theatre and every business a stage.** Cambridge: Harvard Business School, 1999.

PINEDA, A.M. **O valor das diferenças na educação: equidade no discurso e no advocacy do investimento social privado brasileiro.** 332p. [Tese de Doutorado/FGV/CDAPG], São Paulo, SP, Brasil, 2023. Disponível em: <https://hdl.handle.net/10438/34791>. Acesso em: 14.out.2024.

POWELL, D. The 'will to give': Corporations, philanthropy and schools. **Journal of Education Policy**, v.34, n.2, p.195-214, 2018. <https://doi.org/10.1080/02680939.2018.1424940>

RAIMUNDO, S. **Em Busca do Paraíso: inclusão social e redução de problemas ambientais nas práticas de lazer e turismo.** Tese livre-docência (EACH/USP), São Paulo, SP, 2017. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5505820/mod_resource/content/3/Tese%20de%20LD%20Sidnei%20Raimundo%20jan%202017.pdf. Acesso em: 6.jul.2023.

RIBEIRO, C.C.; MADEIRA, L.A. Terceiro setor e políticas públicas na área da cultura: oportunidades e desafios. v.4, n.1, artigo 1, **ARTIGOS GIFE**, 2022. <https://doi.org/10.33816/gife.20220401a1>

RIBEIRO, L.M.R.P.; GONÇALVES, E.; GUERRA, R.J.D.C. The importance of qualification of the human resources in tourism: a study applied to travel agents in Portugal. **PASOS**. v.18, n.4, p.667-682. Outubro-Diciembre, 2020. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2020.18.047>

RIOS, M.V.; LEVINO, N.A.; FINGER, A.B. Atividades características da cadeia do turismo: uma revisão sistemática da literatura. **Revista Turismo em Análise**, São Paulo, Brasil, v.32, n.2, p.344-366, 2021. <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v32i2p344-366>

RODRIGUES, C.G.O.; ABRUCIO, F.L. Parcerias e concessões para o desenvolvimento do turismo nos parques brasileiros: possibilidades e limitações de um novo modelo de governança. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, [S. l.], v.13, n.3, p.105-120, 2019. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v13i3.1575>

ROSSETTI, F. Da filantropia ao investimento social privado. **Worldwide Initiatives for Grantmaker Support** (WINGS), n.20, 2010. Disponível em: <https://sinapse.gife.org.br/download/da-filantropia-ao-investimento-social--privado>. Acesso em: 08.abr.2024.

SAEZ, E.S. **Filantropia Colaborativa** [publicação eletrônica]. Santiago, G. [Coord.] – 1.ed. – São Paulo: GIFE, 2020. Disponível em: <https://sinapse.gife.org.br/download/filantropia-colaborativa>. Acesso em: 08.out.2024.

SAEZ, E.S.; SILVA, G.S.B.D. Investimento social privado: um campo cada vez mais diverso. **Boletim de Análise Político-Institucional (BAPI)**, 20.jun.2019. Disponível em: <http://repositorio.ipea.gov.br/handle/11058/9404>. Acesso em: 08.abr.2024.

SCOTT, N.; COOPER, C.; BAGGIO, R. Destination networks: four Australian cases. **Annals of tourism research**, v.35, n.1, p.169-188, 2008. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2007.07.004>

SCOTT, D.; GÖSSLING, S. A review of research into tourism and climate change-Launching the annals of tourism research curated collection on tourism and climate change. **Annals of Tourism Research**, v.95, p.103409, 2022. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2022.103409>

SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS [SEBRAE]. **OMT – Organização Mundial do Turismo**. s.d. Disponível em: <https://ois.sebrae.com.br/comunidades/omt-organizacao-mundial-do-turismo/>. Acesso em: 08.abr.2024.

SIKWAH, P.; MUSAVENGANE, R.; LEONARD, L. Tourism Governance and Attainment of the Sustainable Development Goals in Africa. **Tourism Planning & Development**, v.17, n.4, p.355-383, 2020. <https://doi.org/10.1080/21568316.2019.1600160>

SILVA, D.L.B. **Turismo em Unidades de Conservação: contribuições para a prática de uma atividade turística sustentável no Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses**. 2008, 206p. Dissertação de Mestrado, Universidade de Brasília, Brasília, DF, Brasil. Disponível em: <http://repositorio.unb.br/handle/10482/1944>. Acesso em: 14.out.2024.

SILVA, D.L.B.; PAIXÃO, R.; TASSO, J.P.F.; COSTA, H.A. A Trajetória do Voucher como Mecanismo de Governança do Turismo no Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses. **Turismo: Visão e Ação**, v.25, p.305-328, 2023. <https://doi.org/10.14210/rtva.v25n2.p305-328>

TASSO, J.P.F.; NASCIMENTO; E.P., COSTA, H.A.; SILVA, D.L.B. Beneficiários da exclusão: obstáculos para a inclusão socioeconômica em destinos turísticos brasileiros. **Brazilian Journal of Development**, v.7, n.10, p.100623-100643, 2021. <https://doi.org/10.34117/bjdv7n10-395>

TASSO, J.P.F.; SILVA, D.L.B.; NASCIMENTO, E.P. Mandala of Sustainability in Tourism. **Mercator**, Fortaleza, v.23, may 2024. <https://doi.org/10.4215/rm2024.e23008>

TEIXEIRA, J.; ENDLICH, A.M. Os grandes desafios das pequenas localidades na sua relação com o turismo. **GEOFRONTER**, v.8, 2022. <https://doi.org/10.61389/geofronter.v8.7232>

TING, H.; JEAN, L.X.; MENG, L.G.; CHEAH, J.H.; CHEER, J.M. Editorial-responsible tourism: A call to action for turbulent times. **Asian Journal of Business Research**, v.10, n.2, 2020. <https://doi.org/10.14707/ajbr.200080>

TOMAZONI, E.L. Educação Profissional em Turismo: Cria-se Mercado pela Formação? **Turismo em Análise**, v.18, n.2, p.197-219, 2007. <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v18i2p197-219>

TSALLIS, A.; PRATA, B.; MELO, R.; BREDARIOL, T. Do anonimato à política de nomes: pesquisas de campo com teoria ator-rede. **Psicología, Conocimiento y Sociedad**, v.10, n.1, p.184-204, 2020. <http://dx.doi.org/10.26864/PCS.v10.n1.9>

TURISMO CENTRO PORTUGAL. **Dia Mundial do Turismo 2023** – “Turismo e Investimentos Verdes”. 2023. Disponível em: <https://turismodocentro.pt/artigo/dia-mundial-do-turismo-2023-turismo-e-investimentos-verdes/>. Acesso em: 13.out.2024.

VEAL, A.L. **Metodologia de pesquisa em lazer e turismo**. São Paulo: Aleph, 2011.

VISA. **Tendências globais de viagem para 2024: Uma análise aprofundada das tendências, segmentos e hábitos emergentes entre viajantes do mundo todo**. Documento de perspectivas da Visa América Latina e Caribe. 2023. Disponível em: https://globalclient.visa.com/lac_traveltrends_POR. Acesso em: 22.abr.2024.

WANG, K.; LIN, C.-P.; CHEN, M.-H.; GILLARD, E. The impact of tourism firm’s philanthropy decision on its business objective. **Tourism Economics**, v.24, n.5, p.503-509, 2018. <https://doi.org/10.1177/1354816617746063>

XIONG, L.; HU, J.; GURSOY, D.; LIU, Y. Hotel philanthropy and brand attitudes: Can donation type and amount influence customers’ warmth perceptions and attitudes? **Journal of Hospitality and Tourism Management**, v.56, p.376-384, 2023. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2023.07.008>

**RAÍZES
360**



**Parceiro
Acadêmico**



**Parceiro de
Divulgação**



Patrocinador Ouro



Apoio Institucional

