

A SUSTENTABILIDADE NO SETOR HOTELEIRO NA VISÃO DO EMPREENDEDOR

Caio de Sanctis, Camila Correia, Nelson Corazza Neto, Paulo Damo Neto, Roney Silveira, Nelson Destro Fragoso

RESUMO

Este artigo trata da identificação dos desafios que um empreendedor enfrenta ao aplicar o conceito de sustentabilidade no setor hoteleiro do litoral paulista. A pesquisa foi realizada no âmbito qualitativo, através da utilização de cinco respondentes do roteiro de entrevista com perguntas elaboradas para identificação das características de sustentabilidade do empreendimento e seus objetivos. Para o tratamento dos dados obtidos foi realizada a análise dos dados, pelo método de análise de conteúdo, por meio de uma categorização das informações coletadas, obtendo como resultado principal: ter um empreendimento sustentável pode ser uma vantagem competitiva valorizando assim a imagem da pousada, revertendo os investimentos em longo prazo e os transformando em novas fontes de recursos.

Palavras-Chave: sustentabilidade, pousada, empreendedorismo, vantagem competitiva.

INTRODUÇÃO

No âmbito mundial a noção de sustentabilidade vem ganhando cada vez mais força, que segundo o estudo “Reporting the Business Implications of Climate Change in Sustainability Reports” (2007) elaborado pela KPMG International em parceria com a Global Reporting Initiative (GRI), a preocupação das empresas e da sociedade em relação às modificações provocadas pelo homem no meio ambiente é cada vez mais evidente. Com isso, este trabalho irá abordar temas que atualmente estão em ascensão no ambiente de negócios, como a sustentabilidade e o aumento da preocupação com o meio ambiente, assim como com a imagem criada pela empresa junto aos clientes.

A Sustentabilidade, que segundo Faber, Jorna e Engelen (2005) é a relação de equilíbrio entre o ambiente e o que o homem constrói nele sem a geração de prejuízo, será abordada neste trabalho com foco no empreendedorismo hoteleiro, a fim de compreender os desafios e a relação do meio ambiente com empresas que atuam neste setor.

Na opinião dos autores, sempre que o termo sustentabilidade é usado, deveria ser estabelecida uma relação de parâmetro com algo, ou seja, ser sustentável em relação a algo ou alguma coisa, pois o conceito de sustentabilidade é muito amplo e deve ser aplicado a algum contexto para um melhor entendimento. Para tanto, este trabalho buscará situar os conceitos de sustentabilidade no contexto do desenvolvimento do setor hoteleiro “verde”.

Já o empreendedorismo, segundo Dornelas (2008), atua em grandes funções econômicas dentro da sociedade e da economia, como criar novas relações no trabalho, gerar novos empregos, gerar riqueza para toda a sociedade e eliminar barreiras comerciais e culturais, essas barreiras que quebradas irão transformar a vida de muitas pessoas no cenário atual da economia brasileira, principalmente em grandes cidades, onde ex-funcionários de grandes empresas, sem muitas oportunidades deixam de ser funcionários e resolvem mudar de posição para a de empreendedor além de muitos

empresários as vezes mesmo sem experiência no assunto optam por seguir o caminho do empreendedorismo. Isso em conjunto com políticas como as de incentivo ao pequeno empreendedor e cursos do SEBRAE para empreendedores, tornam o empreendedorismo um assunto de grande repercussão não só no Brasil mais em todas as partes do mundo.

Sem esquecer-se de mencionar o setor hoteleiro, que está em forte crescimento no Brasil, que como mostra pesquisa feita pelo Conselho Nacional do Turismo (2009) em um cenário mais otimista, o investimento no setor crescerá 72% até 2014, o que fará com que o setor requeira profissionais dotados de habilidades, conhecimentos e atitudes consideradas empreendedoras, pela qual, conforme Souza e Fracasso (2006), de um modo geral, é considerada uma predisposição aprendida, ou não, para agir de forma inovadora, autônoma, planejada e criativa, estabelecendo redes sociais.

Com a expansão do ramo hoteleiro, a demanda só tem aumentado e seus clientes estão ficando cada vez mais exigentes com alguns pontos, como a sustentabilidade. Associando o setor hoteleiro com a ideia de inovação ligado ao empreendedorismo, existe o desenvolvimento do pensamento de sustentabilidade como uma nova forma de vantagem competitiva nesse setor.

Atendendo todas as expectativas do estudo, esse trabalho irá abordar como ter o diferencial competitivo no setor hoteleiro a sustentabilidade, no qual esse tipo de empreendimento está em franca expansão no Brasil, com o desenvolvimento de que as pessoas estão se conscientizando desse momento de que o meio ambiente é essencial, todos os setores estão efetuando mudanças para melhor suprir essa nova forma de pensamento do consumidor, que o ramo hoteleiro não deixa por menos, tentando realizar mudanças e entrando nesse mérito de ser sustentável.

Problema de Pesquisa: Como o empreendedor aplica o conceito de sustentabilidade no setor hoteleiro do litoral paulista?

Objetivo – Geral: Analisar como o empreendedor aplica o conceito de sustentabilidade no setor hoteleiro do litoral paulista.

Objetivos Específicos: Identificar os desafios que um empreendedor enfrenta para aplicar o conceito de sustentabilidade; Conhecer a aplicação do conceito de sustentabilidade em serviço; Verificar os impactos da sustentabilidade como vantagem competitiva no setor.

REFERENCIAL TEÓRICO

Hospedagem

O Brasil é conhecido no mundo pela grande hospitalidade que o povo possui, normalmente acomodando pessoas da melhor maneira possível, e aceitando qualquer tipo de população. Essa hospitalidade que o povo brasileiro possui, Dias (1990) leva em consideração a colonização realizada pelos portugueses que fez com que deixasse essa característica no país, sem deixar de lado a questão geográfica, que o país possui sua variedade de clima e localização privilegiada ditas por Campos e Gonçalves (1998), onde pode ser realizada diversos tipos de explorações turística nos litorais, áreas de perímetro amazônico como Pantanal Matogrossense e Amazônia.

No período colonial, as casas – grandes dos engenhos, casarões da cidade, conventos e ranchos na beira das estradas, Andrade (2000) diz que eram utilizados para alojar as

pessoas que vinham de outros locais, sendo assim a existência da hotelaria no Brasil. O Rio de Janeiro, uma cidade conhecida pelo turismo começou a desenvolver no século XVIII a questão de hospedaria e alojamento, Gonçalves (2006) aponta o surgimento de estalagens como os embriões dos futuros hotéis que estariam para se desenvolver na cidade, no qual de início esses locais somente ofereciam alimentação, e com o passar do tempo, os proprietários desse comércio começou a dispor de dormitórios.

Com a escassez que existia de hotéis no país, no período de 1930, Dias (1990) aponta a implementação dos grandes hotéis nas capitais dos estados brasileiros, e em 1970 com a grande mudança na categoria de transportes começou a desenvolver mais ainda o ramo hoteleiro tendo incentivos de investimentos no setor de turismo oferecidos pelo EMBRATUR como aponta Gonçalves (2006), e com esse investimento realizado nesse setor, Campos e Gonçalves (1998) dizem que as empresas hoteleiras nacionais aumentaram em duas vezes a sua capacidade e as internacionais passaram a se instalar no país.

Devido as suas variedades turísticas separadas pelas regiões brasileiras, Campos e Gonçalves (1998) apontam que as hospedagens, os tipos de instalações e os costumes variam, onde nas regiões Norte e Nordeste são diferentes das regiões Sul e Sudeste, ajudando assim na exploração turística do país.

Spolon e Quadros (1996) informam que atualmente o Brasil está em franca expansão no setor hoteleiro, porém é um ramo que demorou a se desenvolver devido ao atraso na atividade turística no país. Para visualização do quanto este setor de negócio está desenvolvido no Brasil, pode ser utilizado um estudo realizado pela Consultoria de Investimentos hoteleiros, Jone Lang LaSalle Hotels (2011), no estudo pode ser visto o quanto de quartos e redes de hotéis e hospedagens possui no país.

Categorias de Hospedagem

O ramo hoteleiro no Brasil é subdividido por sete categorias diferentes criadas pela Associação Brasileira da Indústria Hoteleira em Junho de 2011, na qual separam as formas de atuação, relação do tipo de consumidor a atender e estrutura, chamadas de SBClass (Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem), Campos e Gonçalves (1998) diz os estabelecimentos são mensurados pelo critério de quantidade de estrelas conforme a qualidade do serviço, estrutura e porte, podendo ser divididos em estabelecimentos oficiais no qual o empreendimento possui registro junto a EMBRATUR, onde se dá a classificação na quantidade de estrelas, e possui os empreendimentos não-oficiais, que não adquirem o registro junto ao órgão responsável e possuem apenas registro junto a prefeitura local ou até estabelecimentos sem nenhum registro, conhecidos como clandestinos.

Já Castelli (2003) aborda a necessidade da classificação hoteleira para que o governo mantenha um controle, atrelando a eles determinações e exigências para que o cliente possa saber a qualidade do serviço que aquele estabelecimento possui em relação a conforto e escolha antecipada da característica do hotel desejado.

Campos e Gonçalves (1998) citam como todo esse processo foi desenvolvido para facilitar a escolha do cliente no momento de decidir onde alojar-se, como executivos que estão sempre em viagens a negócios ou jovens que estão procurando diversão e custo baixo, esses tipos de viajantes buscam categorias diferentes de hotéis, existindo a opção de escolher se deseja lazer, alimentação ou outro tipo de serviço no pacote,

mostrando ao público dentro das condições exigidas em relação cada categoria. Essas categorias são: hotel; resort; hotel Fazenda; cama e café; hotel histórico; flat/Apart-hotel e pousada.

Sustentabilidade

De acordo com Ferreira (1999, p.1910), “Sustentável, adj. que se pode sustentar, capaz de se manter mais ou menos constante, ou estável, por longo período”. Segundo Faber, Jorna e Engelen (2005) definem que sustentabilidade é a relação de equilíbrio entre o ambiente e o que o homem constrói nele, sem a geração de prejuízo para aquele. Na opinião dos autores, sempre que o termo sustentabilidade é usado, deveria ser estabelecida uma relação de parâmetro com algo, ou seja, ser sustentável em relação a algo ou alguma coisa, pois o conceito de sustentabilidade é muito amplo e deve ser aplicado a algum contexto para um melhor entendimento.

Assim como para Tachizawa e Andrade (2008), a relação entre sociedade e ambiente está interligada de maneira clara e direta, sendo um complemento ao outro, tendo em vista que para que se exista um ambiente sustentável o social e o ambiental devem estar em sincronia e harmonia. Uma empresa que se instala em determinado local pode desequilibrar o meio ambiente e impactar de maneira negativa, desta maneira os autores defendem que os gestores responsáveis pelos setores ambientais nos empreendimentos, tendem a dedicar-se com mais afinco em estudos que viabilizem estratégias a serem adotadas, a fim de minimizar os efeitos da relação empreendimento, sociedade e ambiente. Em termos sustentáveis, práticas estão sendo aprimoradas em busca de certificações que garantam aos clientes que as empresas estão com suas preocupações voltadas também ao meio socioambiental.

Segundo Almeida (2007) o conceito de sustentabilidade é novo e está relacionado à necessidade de uma ruptura planejada e radical, a fim de evitar maiores danos ambientais no mundo bem como garantir a sobrevivência do homem. O autor relaciona o conceito com a necessidade da mudança de comportamento das pessoas e empresas no modo de fazer negócios e utilizar recursos naturais, e ainda com a inclusão dos mais pobres no mercado e o entendimento de que através de comportamentos éticos o resultado obtido é o ganho econômico, e não prejuízo.

Ao tratar o tema Sustentabilidade, faz-se necessário abordar a questão meio ambiente, que segundo Barbieri (2006), é o ambiente que relaciona o espaço onde os seres vivos existem, sendo aquele construído ou destruído pelos humanos, de área rural, urbano ou industrial, com a condição de existência de vida na Terra.

Segundo o autor, a degradação ambiental é resultado da exploração dos recursos naturais, com a geração de resíduos para aumentar a escala produtiva de bens ou serviços que se utilizam do meio ambiente. Tais recursos são os recursos naturais que podem ser renováveis com ciclos da natureza que exigem cada qual o seu tempo, mas o padrão de consumo humano faz com que alguns desses recursos sejam classificados como não renováveis, pois não conseguem suportar a utilização que o homem impõe, na velocidade que ele o faz.

Ao contrário do que ocorre no ambiente natural, onde as sobras dos organismos não são perdidas, mas sim reaproveitadas por outros ou pela própria natureza, nas atividades humanas as sobras são causadoras de problemas ambientais que com os anos ganharam escala planetária.

De Andrade, Tachizawa e De Carvalho (2000) relatam que o crescimento demográfico e o processo de industrialização no Brasil, nas últimas décadas, provocaram profundas transformações no meio ambiente.

Os autores assim como Academia Person (2011), relatam que as primeiras regiões que refletiram esses impactos foram as cidades com densa concentração industrial, como as cidades de São Paulo e Cubatão. De acordo com Academia Person (2011) estes centros urbanos os quais são responsáveis diretos pela impulsão da emissão de poluentes, agravaram o cenário ambiental tornando necessárias medidas de combate e prevenção por parte das empresas.

Zylbersztajn e Lins (2010) relatam que por muitas vezes os setores da economia brasileira, permanecem estáticos em relação a evolução global e a relação com o ambiente, se somado a ausência de incentivos da iniciativa pública as áreas ambientais, assim como a postura estática dos empresários do Brasil, o país se mantém atrasado e distante de alcançar o que se julga necessário para uma gestão ambiental correta.

Academia Pearson (2011), descreve que cada empresa independentemente do seu setor de atuação no cenário econômico, contem em sua essência, sua base produtiva, seja ela oferecendo produtos ou serviços, um grau de conhecimento de sua atividade. Com este know-how ela tem a possibilidade de buscar caminhos que resultem na melhoria de seus processos, compreendendo seus pontos fortes como fonte de novas oportunidades para tornar seu negócio mais sustentável. “Se sua empresa contar com know-how em tecnologias sofisticadas, ela pode empregar, este conhecimento em pesquisas para tornar mais eficiente o consumo energético de seus produtos, ou para desenvolver matérias biodegradáveis” (ACADEMIA PEARSON, 2011, p. 305).

Segundo Savitz (2007) um programa de sustentabilidade começa na estratégia das empresas, na qual deve ocorrer uma análise dos pontos fortes e fracos da empresa que podem gerar oportunidades de negócio, tendo em vista a relação entre lucro e bem comum, apontada pelo autor como chave do sucesso para o processo de unificação de sustentabilidade e estratégia.

Empreendedorismo

Embora empreendedorismo seja um tema que abra vários caminhos e ideologias, discutido nos dias atuais, seu conteúdo, varia muito em todos os lugares, de país para país, de autor para autor. Isso pode ser explicado, embora tenha como origem pesquisas em economia, o empreendedorismo recebeu fortes contribuições da psicologia e da sociologia, o que provocou diferentes definições para o termo e, como consequência, variações em seu conteúdo segundo (DOLABELA, 1999). Para Drucker (1974) empreendedorismo é: prática; visão de mercado; evolução, e diz ainda que o trabalho específico do empreendedorismo numa empresa de negócios é fazer os negócios de hoje serem capazes de fazer o futuro, transformando-se em um negócio diferente, diz também que o empreendedorismo não é nem ciência, nem arte. É uma prática.

Para Degen (1989), ser empreendedor significa, acima de tudo, ter a capacidade de realizar coisas novas, pôr em prática ideias próprias. Empiricamente, empreendedorismo costuma ser definido como o processo pelo qual indivíduos iniciam e desenvolvem novos negócios. Considerado dessa forma, como sendo um complexo fenômeno que envolve o empreendedor, a empresa e o ambiente no qual o processo ocorre.

Mais um autor que apoia o conceito de inovação é Dolabela (1999), que tem uma

definição de empreendedorismo desenvolvida dentro de um amplo contexto econômico, e diz que o empreendedorismo envolve qualquer forma de inovação que tenha uma relação com a prosperidade da empresa, conceito que também é apoiado por Schumpeter (1949), que acredita que empreendedor pode inovar dentro de negócios já existentes e neste caso aplica o termo empreendedorismo corporativo. Em outras palavras, um empreendedor tanto pode ser uma pessoa que inicie sua própria empresa, como alguém comprometido com a inovação de empresas já constituídas onde a medida de avaliação não é medida em dinheiro e sim em agregação de valores gerado por novos conhecimentos ou tecnologias.

O ponto principal dessa definição é que o empreendedorismo (nos casos de empresas novas ou das já há algum tempo estabelecidas) torna-se fator primordial, fazendo com que os negócios sobrevivam e prosperem num ambiente econômico e de mudanças (culturais, sociais, geográficas). Nessa mesma ramificação da ideia de empreendedorismo seguem os conhecimentos de Jean Batiste Say que era considerado o pai da administração por Fillion (1999), acreditando também que empreendedor é alguém que pense de forma inovadora e é agente de mudança. Esse conceito de que empreendedorismo está relacionado a mudança e inovação também é reforçado por (SOUZA, 2005; MURPHY, 2006) acrescentando aprendizagem, criatividade dentre outros fatores estudados.

Schumpeter (1949) foi quem deu projeção ao tema associando o empreendedor além do conceito de inovação, principalmente apontando-o como elemento que dispara e explica o desenvolvimento econômico, dizendo ainda que o empreendedor é agente de desequilíbrio no mercado, e é aquele que destrói a ordem econômica existente através de novos produtos e serviços de sua própria criação.

Por outro lado, existe o ponto de vista de Kizer (1982), que vê o empreendedor como indivíduo que atua no sentido de manter o equilíbrio do sistema econômico, e que seleciona a oportunidade, além de se encontrar em permanente estado de alerta, buscando novas oportunidades capazes de conectar mercados isolados, previamente desconectados em busca de atender as necessidades não satisfeitas de um determinado grupo de pessoas. Isso faz com que outros empreendedores se voltem para este mercado posteriormente buscando essa mesma oportunidade.

A questão do empreendedorismo visto como processo é ressaltado por Souza (2005), quando se refere a esse fenômeno como dinâmico, não podendo ser entendido, apenas, como um padrão de comportamento de um indivíduo, e sim como um processo que envolve um conjunto maior de fatores, definido pelas dimensões tempo e espaço.

Empreendedores, diz Gray (2002), gerenciam um negócio com a intenção de expandi-lo, valendo-se de habilidades como liderança e capacidades gerenciais adequadas para atingir objetivos, o que é fortalecido pelo conceito de Dornelas (2008), que afirma que em empreendedorismo nada se constrói sozinho, sempre há necessidade de trabalho em equipe, afirmando ainda que qualquer projeto empreendedor sempre terá maiores chances de sucesso se a equipe envolvida for comprometida e agregar valor, trazendo o complemento necessário para a conclusão do trabalho.

Em outro enfoque, o comportamental, de acordo com McClelland (1972) destaca o papel do empreendedor na sociedade e suas consequências para o desenvolvimento econômico, voltando-se para a motivação humana, tentando entender como a psicologia moderna pode “contribuir para a compreensão dos motivos pelos quais alguns homens

se concentram em atividades econômicas, em que são evidentemente bem sucedidos”. McClelland (1972) também aponta algumas necessidades que fazem os indivíduos sentirem-se motivados, tais como: realização, necessidade de poder e de afiliação. Este autor discute a relação entre progresso econômico e a existência de uma cultura da necessidade de realização, definida como o desejo de fazer algo objetivando o poder, o amor, o reconhecimento ou o lucro (ASSIS, 2005).

Para Robert (2004), as características do empreendedor são desenvolvidas através de todo o histórico envolvido em sua trajetória como pessoa, envolvendo ambiente familiar levando em conta a forma de criação, a educação que a pessoa recebe, os valores pessoais, histórico profissional e a motivação individual da pessoa, essa última sendo considerada uma das mais importantes características do empreendedor.

O autor acredita que empreendedor é aquele que precisa realizar as coisas do seu próprio modo, aguçando o sentimento de independência e colocando-a como a principal característica do empreendedor, além da capacidade de assumir riscos possíveis, tanto financeiros quanto psicológicos, item que também é citado por Dornelas (2008) e Britto (2003) levando em conta a possibilidade de fracasso do empreendimento. Robert (2004) cita também a autoconfiança, e a vontade de ganhar dinheiro como algumas características do empreendedor.

Além da possibilidade de fracasso, Dornelas (2008) e Britto e Wever (2003), que seguem linhas muito parecidas de raciocínio acrescentam a capacidade de utilizar recursos disponíveis de forma criativa e a iniciativa para criar novos negócios aliada a paixão pelo que está fazendo que é essencial para o sucesso, Britto e Wever (2003), vão além disso e dizem ainda que o empreendedor deve acreditar fervorosamente na sua causa e também deve agir buscando sempre a maior geração de valor possível.

Dornelas (2008) acredita que o empreendedor pode adquirir habilidades ensinadas em alguns cursos e que acabam se tornando características do empreendedor, essas podem ser divididas em três áreas: técnicas, onde é levado em conta o saber escrever, saber ouvir, captar informações, ser bom orador, ser organizado saber liderar e trabalhar em equipe; Gerenciais, onde é levado em conta as áreas de criação, desenvolvimento, e gerenciamento de uma nova empresa tais como: marketing, administração, finanças, operacional, tomada de decisão e ser um bom negociador.

Por fim mais não menos importante em seu conceito são levadas em conta também as características pessoais, que incluem ser disciplinado, assumir os riscos, ser inovador, ser persistente e ser líder visionário, essa última também é enfatizada por Filion (1999), associada a outros 3 fatores, que são: Visão, energia e relações.

A partir de sua teoria geral de necessidade de realização McClelland (1972), atribui três atributos como sendo característicos dos empreendedores, o primeiro é a responsabilidade individual para resolver problemas, estabelecer metas e atingi-las através de seu próprio esforço. O segundo é a aceitação de risco já citado anteriormente e o último, conhecimento dos resultados da realização da decisão/tarefa.

Segundo Britto e Wever (2003), existem dois tipos de forças que motivam o empreendedor a iniciar sua atividade empreendedora, os empreendimentos de “Oportunidade”, que são caracterizados quando o empreendedor deu início a um negócio buscando aproveitar uma oportunidade percebida no mercado; e os empreendimentos de “Necessidade”, onde ser empreendedor é a melhor opção de

trabalho disponível.

Atualmente o conceito de empreendedorismo ligado a inovação e desenvolvimento econômico toma ainda maior força com as novas tecnologias que apoiam a velocidade dos empreendedores e que segundo Dornelas (2008), por causa desses fatos pode-se dizer que hoje o país se encontra na era do empreendedorismo, pois os empreendedores atuam em grandes funções econômicas dentro da sociedade e da economia como criar novas relações no trabalho, gerar novos empregos, gerar riqueza para toda a sociedade, além de eliminar barreiras comerciais e culturais.

Por ser muito popular nos Estados Unidos da América e com a preocupação em criação de pequenas empresas duradouras no Brasil, a fim de diminuir a taxa de mortalidade dessas empresas, o termo empreendedorismo passa a ser tão difundido. Com esse atual crescimento do empreendedorismo, ocorre um imediato aumento nos índices de desemprego, principalmente em grandes cidades onde o número de grandes empresas é maior. Sem alternativas, os ex-funcionários dessas empresas começaram a criar novos negócios às vezes mesmo sem experiência no ramo, utilizando as economias pessoais e ainda o que conseguem juntar ao deixar o antigo emprego como seguro desemprego e fundo de garantia.

Esses profissionais deixam de ser empregados e passam a estar do outro lado, agora são patrões o que justifica o significativo aumento Taxa de Empreendedores em Estágio Inicial (TEA), comprovado por pesquisa realizada pelo GEM(Global Entrepreneurship Monitor, pesquisa internacional que avalia o empreendedorismo no mundo a partir de indicadores comparáveis), que mostra que entre os 17 países membros do G20 que participaram da pesquisa em 2010, o Brasil é o que possui a maior TEA, 17,5%, seguido pela China, com 14,4% e a Argentina com 14,2%. Essa é a maior TEA desde que a pesquisa GEM é realizada no país, demonstrando a tendência de crescimento da atividade empreendedora. Muitos desses novos empregadores ficam na economia informal, motivado pela falta de crédito, pelo excesso de impostos e pelas altas taxas de juros, de acordo com Dornelas (2008).

Dornelas (2008) acredita que ideias inovadoras e uma boa equipe acrescida do essencial para o desenvolvimento de novos negócios (capital), podem gerar grandes negócios em pouco tempo. Por esses motivos citados anteriormente o comportamento dos empresários brasileiros vem mudando na última década. Segundo dados do Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas) atualmente, os donos de micro e pequenas empresas buscam conhecimento para iniciar e gerenciar negócios.

Quanto mais informação, mais competitiva será a empresa. Assim também aumenta o número de empreendedores com maior qualidade no ensino, através de programas como o Brasil Empreendedor, criado pelo Governo Federal em meados de 1999, que tem como principal objetivo a capacitação de mais de um milhão de empreendedores brasileiros na elaboração de planos de negócios.

Os dados do Sebrae comprovam, por fim, que os estudos relacionados com o empreendedorismo vem apresentando resultado, mostrando um aumento de aproximadamente 27 % de 2003 até 2005 em pequenas empresas que sobrevivem pelo menos 2 anos, mostrando que um maior número de pequenas empresas consegue se manter em atividade devido ao aumento de conhecimento sobre o tema.

Segundo Britto e Wever (2003), que utilizam de dados do GEM o Brasil apresenta

alguns fatores que podem influenciar o movimento empreendedor no país tais como: A intervenção do Governo vem diminuindo, porém ainda apresenta alto grau de burocracia; A disponibilidade do capital no Brasil é grande, porém a maioria dos empreendedores ainda percebem o capital como algo difícil e custoso para adquirir e os programas de financiamento que existem não apresentam boa divulgação; Esse difícil acesso ao investimento e a falta de tradição é a principal barreira à atividade empreendedora no Brasil; Fora dos grandes centros urbanos existe grande dificuldade de encontrar mão de obra qualificada e falta de infraestrutura que dificulta a proliferação de programas de incubação de novos negócios; Necessidade de melhorias do sistema educacional; Altos custos de patentes dentro do país e fora dele.

Segundo Kinlaw (1997) as empresas que tem como objetivo se manter no mercado devem se tornar cada vez mais ambientalmente responsáveis, não bastando somente as melhorias envolvidas em seus produtos e serviços, agora essas empresas sofrem pressão para demonstrar que podem oferecer serviços e produtos além de eficientes, amigos do meio ambiente natural.

Segundo Melo Neto e Froes (2002), a sustentabilidade deve ser atrelada aos meios de produção, fazendo com que haja ao mesmo tempo um crescimento do Homem e da Terra juntos em harmonia e não apenas crescer os negócios e destruir o meio ambiente. O antigo modelo de desenvolvimento há poucos anos atrás era baseado somente nos aspectos econômicos buscando lucro e aumento da produtividade, porém segundo Melo Neto e Froes (2002) tende a mudar gradativamente, e ser substituído pelo negócio social, entendido como o interesse da coletividade, fazendo uma fusão de conceitos entre empreendedorismo e sustentabilidade aplicada na resolução de problemas de formas viáveis e ainda utilizando esse conceito como vantagem competitiva, e ainda mais sendo essencial para a sobrevivência da empresa, assim tendo como principal foco toda a sociedade civil.

Para Kinlaw (1997) desempenho sustentável é quando as empresas passam a utilizar sistemas de produção de bens e riquezas que sejam integralmente compatíveis com os ecossistemas naturais. A principal característica do desempenho sustentável é que ele sustente o meio ambiente e ao mesmo tempo consiga sustentar a produção da empresa, através de eliminação de poluentes e resíduos e redução dos custos da administração. As empresas se utilizam também de dispositivos tecnológicos para formação de projetos pro-ambientais e ainda contam com instalações e processos que buscam o menor impacto negativo possível sobre os ecossistemas envolvidos.

Para Melo Neto e Froes (2002), o fator sustentabilidade deve estar inserido na sociedade, e não deve ser imposto mais sim entendido e abraçado por todos para que todos possam usufruir dos benefícios desse conceito, que são o fim da produção e do consumo insustentável. Segundo Dias (2006) os consumidores que entendem o conceito de sustentabilidade e se preocupam com esse conceito a ponto de alterar seu comportamento de compra formam um novo tipo de consumidor com grande consciência ambiental, procurando por produtos e serviços inovadores que causem menor impacto ambiental. Karkotli e Aragão (2008) afirmam ainda que as empresas que conseguirem manter uma estratégia de desenvolvimento sustentável, e um posicionamento favorável com os seus consumidores, poderá se aproveitar desse conceito como uma vantagem competitiva, que é considerada por Faria (2007), como características que tornam as empresas diferentes das demais, agregando mais valor aos produtos e serviços no ponto de vista do cliente, fazendo assim com que essa empresa

tenha vantagens no mercado que está inserida.

Segundo Makower (2009), os consumidores de hoje buscam formas de colaborar com o meio ambiente e baseado em dados de pesquisas realizados por Michael Peters Group em 1989, afirma que boa parte dos consumidores estão dispostos a pagar diferenças de preço por produtos sustentáveis, porém esses produtos devem ser realmente superiores aos produtos convencionais, não bastando somente o aspecto ambiental devem ter atrelado algum outro diferencial. Makower (2009) diz ainda que esses aspectos ambientais já elevaram a reputação e posicionaram com sucesso como líderes no negócio verde varias empresas do ramo automobilístico ao ramo de cosméticos. O autor acredita que o conceito de negocio verde está mudando rapidamente e deve se tornar a tendência dominante dentro de pouco tempo, tendo o apoio e o envolvimento do consumidor com esse mercado verde.

Além dos aspectos voltados para a consciência em relação ao meio ambiente, as empresas atualmente sofrem com mudanças de leis que estão relacionadas aos problemas ambientais. Os governos federal, estadual e municipal introduzem leis para a empresa administrar seus resíduos sólidos e tóxicos, diminuir os poluentes do ar, reduzir radicalmente as emissões de bióxidos de carbono, preservar os recursos hídricos e para manter a água potável afirma (KINLAW, 1997), o não cumprimento das leis é punido com multas.

Segundo Castelli (2003), o turismo vem crescendo velozmente nos últimos anos e segundo informações do Ministério de Turismo Brasileiro (2007), o desenvolvimento do turismo e o ambiente econômico têm forte relação com dados econômicos internacionais. Além desse desenvolvimento econômico, o turismo tem recebido investimentos por parte do Governo brasileiro, que devido a eventos futuros que ocorreram no país coloca esse assunto como uma das prioridades para a estratégia do País (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2009). Com isso segundo Marques (2003) a competitividade no setor hoteleiro cresce cada vez mais e a busca por diferenciais competitivos começam a ganhar maior visibilidade e importância.

Segundo Castelli (2003), mesmo com todo o progresso tecnológico e inovações ligadas ao ramo hoteleiro, o elemento humano não deixa de ser a peça fundamental desse processo, e dele depende praticamente todo o processo de acolher o cliente e de tratamento que o hóspede recebe no hotel, que são um dos principais responsáveis pela formação de uma imagem positiva ou negativa do empreendimento.

O trabalho ligado ao ramo hoteleiro é de característica muito dinâmica, criativa e proporciona certo grau de liberdade para o individuo que o realiza, buscando através da prestação de serviços a satisfação das necessidades de outros seres humanos afirma (CASTELLI, 2003), que ainda complementa colocando em foco o treinamento e a especialização de pessoas para todos os níveis de ocupação que fazem parte da estrutura organizacional do hotel. Marques (2003) acredita que ações ligadas à qualificação da mão-de-obra devem ser promovidas no setor, focando ainda características do empreendedor tais como inovação, criatividade, flexibilidade, planejamento, aceitação de risco e comprometimento, conceito reforçado por dados da Associação Brasileira da Indústria Hoteleira – ABIH (2007) que mostra que gerentes que apresentam atitude empreendedora são fontes do tão procurado diferencial competitivo, fundamental para o setor hoteleiro atual.

Existem ainda cinco áreas em que o empreendimento hoteleiro sofre a influência do

empreendedor segundo Lawson (2003), que são: Marketing, onde o empreendedor deve identificar uma demanda não atendida por acomodações; Econômica, onde o empreendedor deve analisar a situação econômica do país, procurando por incentivos e identificando as limitações financeiras que possam colaborar ou restringir os investimentos realizados no empreendimento; Localização, onde o empreendedor deve procurar disponibilidade de lotes adequados e com infraestrutura apropriada analisando as melhores oportunidades; Capacidade empreendedora, onde a correta interpretação de dados e conhecimentos necessários à implantação bem sucedida de um projeto; e por fim a área de Planejamento e projeto, que estuda e faz um planejamento minucioso de projetos e equipamentos para a criação de um hotel atraente que satisfaça o cliente tanto na parte financeira quanto na parte funcional. Esses fatores aliados a necessidade de manutenção e renovação são colocados como fatores de sucesso para (LAWSON, 2003).

Estudos realizados por Ghisi e Kleinübing (2008), em busca de definir características importantes para o empreendedor hoteleiro criaram três grupos de competências que são:

Competências relativas às características pessoais do empreendedor, onde colocam “ser determinado na escolha e na busca dos objetivos” junto com o “sentir-se motivado pela atividade que realiza” como as competências mais importantes encontrada na maioria dos empreendedores esquisados, seguidas por “saber criar um clima cordial e familiar para a recepção do cliente no empreendimento hoteleiro” e “ter disposição e abertura para novas aprendizagens”.

Competências relativas à gestão do empreendimento, onde os autores colocam “saber usar as próprias experiências como fontes de aprendizagem para gerir o empreendimento hoteleiro” como a principal competência relacionada à gestão, enfatizando a trajetória do empreendedor e levando em conta acontecimentos e atividades anteriores que foram importantes para o seu desenvolvimento pessoal. Outros fatores que chamaram atenção nessa categoria foram “saber potencializar os recursos do empreendimento”, “promover inovações na estrutura e na prestação dos serviços, personalizando o atendimento e agregando valor ao empreendimento”, além de “relacionar-se proativamente com a equipe de trabalho”.

Competências relacionadas ao empreendimento e seu contexto, nessa parte os autores destacam as expectativas em relação à atuação do empreendedor junto ao contexto, e colocam como principais competências “saber identificar no ambiente as possibilidades de negócios”, assim como “reconhecer as necessidades expectativas dos clientes”. Outras competências identificadas com relação ao contexto do empreendimento foram, “ter visão de longo prazo, antevendo possibilidades e limites do ambiente para o empreendimento hoteleiro” e “estabelecer o foco e as estratégias do empreendimento com relação ao perfil dos clientes”.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A construção desta pesquisa foi feita no âmbito qualitativo, uma vez que, segundo Richardson (1985) o método qualitativo se difere do quantitativo já que não se baseia em instrumentos estatísticos para se analisar o problema, não se pretendendo numerar ou também medir unidades e já que para os pesquisadores o fenômeno pode ser

observado e compreendido no contexto em que ocorre e do qual o mesmo faz parte (GODOY, 1995).

Pela opção de uma abordagem qualitativa, o caráter do trabalho foi um estudo exploratório. Os estudos exploratórios têm como principal objetivo a formulação de um problema para investigação mais exata ou para a criação de hipóteses (SELLTIZ, 1974).

Os instrumentos de coleta de dados pode ser tanto a entrevista, o formulário ou o questionário (CERVO; BERVIAN, 2002). Ao se fazer essa pesquisa, no âmbito qualitativo, foi feita entrevistas com alguns empreendedores de hotéis que aplicaram ou não a sustentabilidade em seu setor.

A análise desses dados, de acordo com Bardin (1977) é um conjunto de técnicas de análise de todas as comunicações feitas, visando sobre tudo alcançar, por procedimentos conclusivos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores que permitam a dedução de conhecimentos relativos às condições de produção destas mensagens. A técnica mais adequada em relação a análise de dados, e a qual foi a utilizada na pesquisa, é a análise de conteúdo, que compreende o sentido de todas as comunicações de uma forma mais crítica, mesmo havendo significações tanto explícitas ou tanto ocultas, ou seu conteúdo manifesto ou latente (CHIZZOTTI, 1998).

Análise dos Resultados

Para a realização da análise qualitativa foi percorrido o litoral paulista em busca de pousadas que atenderiam o objeto do estudo, com esse intuito foram contatadas mais de 50 pousadas, algumas delas via e-mail, outras por telefone e algumas pessoalmente. Segundo Almeida (2007) o conceito de Sustentabilidade é novo e está relacionado à necessidade de uma ruptura radical, o que pode ser verificado nas diversas tentativas feitas, pois o sucesso não foi alcançado em todas as situações, tendo em vista que a maioria das pousadas visitadas não conhecem a teoria e o conceito de sustentabilidade apesar de se considerarem sustentáveis, não atendiam às questões levantadas pelo trabalho, portanto não se enquadrando como empreendimento sustentável.

As entrevistas que foram utilizadas ocorreram entre março e abril de 2012, realizadas com os proprietários ou responsáveis pelas pousadas, sendo gravadas utilizando gravador digital e transcritas posteriormente de forma integral e homogênea. Dentre as seis entrevistas realizadas, foram utilizadas para a análise cinco, devido ao teor de conteúdo obtido com as pessoas que detinham informações relevantes para o estudo, como é possível notar no Quadro 1, que mostra os perfis dos respondentes das entrevistas utilizadas.

Quadro 1. Perfil dos Respondentes

Respondente	Gênero	Idade	Formação	Cargo
Pousada A	Feminino	32	Turismologa	Gerente comercial
Pousada B	Feminino	21	Cursando ensino superior	Proprietária
Pousada C	Masculino	29	Gestão de comercio	Gerente operacional
Pousada D	Masculino	34	Fotógrafo	Proprietário
Pousada E	Feminino	36	Geógrafa	Proprietária e gerente

Fonte: elaborada pelos autores (2012)

A composição de respondentes respeitou a definição defendida por Moretto Netto (1999) que diz que pousada tem como sua característica o tipo de hospedagem com poucas unidades de acomodação, servindo café da manhã e dependendo da localização, podem realizar tipos de passeios pela região.

Para realizar a análise com as respostas obtidas das entrevistas, utilizou-se um quadro estruturado, na qual, foi relacionados as colunas (com aspectos importantes e relevantes para realizar a categorização), e linhas (que continham respostas dos entrevistados). Essas respostas foram comparadas, interpretadas e analisadas buscando entender os temas de importância para a pesquisa que serão abordados e categorizados a seguir.

Educar os clientes nas questões sustentáveis foi o desafio de maior relevância citado pelos entrevistados das pousadas (B, D e E) na identificação dos desafios que um empreendedor enfrenta para aplicar o conceito de sustentabilidade, conforme dito pelo entrevistado da pousada E: “um grande desafio é educar o cliente”. Os entrevistados afirmam utilizar placas para que os clientes não joguem lixo no chão, no vaso sanitário, placas para que desliguem o ar condicionado quando não estiverem nos quartos. De acordo com Tachizawa (2006) é preciso desenvolver uma nova mentalidade conjunta nas organizações atuais, que devem compreender a necessidade de incluir os temas de desenvolvimento econômico e proteção ambiental no mesmo patamar. Tendo em vista as atitudes relatadas dos empreendedores nas pousadas B, D e E, pode-se constatar que eles, mesmo enfrentando o desafio de educar seus clientes, buscam trazer esta nova mentalidade que traz a proteção ambiental como tema de tamanha importância tal qual já possui na sociedade o desenvolvimento econômico.

A falta de ajuda do governo na coleta seletiva e os custos para aplicar métodos sustentáveis nas pousadas também foram desafios levantados pelos entrevistados. Os entrevistados das pousadas A e E acreditam que os custos são altos para aplicar o conceito de sustentabilidade em seus empreendimentos: O entrevistado da pousada A afirma que “o custo dos produtos biodegradáveis e sistemas de captação de energia solar e água; falta de ajuda e incentivo da prefeitura em relação a coleta seletiva”; já o entrevistado da pousada E acredita que “No primeiro momento os custos são altos mas depois vale a pena”.

Segundo Backer (2002) não se pode esquecer que os empreendimentos e a natureza compõem um mesmo ecossistema, que deve ser administrado de maneira responsável. Devem se desenvolver da mesma maneira, em que a indústria retira da natureza o que

ela tem para oferecer sem esquecer que os recursos por mais abundantes, estão sujeitos a mudanças e a extinção, os ecossistemas devem ter consciência corresponsável respeitando as particularidades e necessidades de cada parte envolvida, compreendendo que os objetivos de expansão dos empresários podem e devem respeitar as limitações que o próprio meio ambiente impõe.

Nas pousadas C, D e E foi constatada que a relação entre pousada e natureza é administrada com a utilização de meios de economia de energia, tais como construções feitas com a preocupação de deixar portas e janelas estrategicamente posicionadas para maximização da utilização da iluminação solar, sistemas de sensor de iluminação e possuir uma estrutura montada a partir de madeiras reflorestadas.

As práticas de compostagem, utilização da água da chuva para limpeza e reciclagem de lixo foram encontradas nas respostas de todos respondentes das pousadas entrevistadas.

Segundo os autores Fialho, Montibeller Filho, Macedo e Mitidieri (2008), a gestão de um empreendimento de forma sustentável é um diferencial competitivo e traz ganhos significativos tanto na operação quanto na área financeira. Os entrevistados responsáveis pelas pousadas A, B e D acreditam na sustentabilidade como vantagem competitiva, pois para estas os clientes buscam empreendimentos com esse tipo de postura, e estão preocupados com os impactos causados pelo homem junto à natureza.

Para esses entrevistados, ser sustentável não é somente um atrativo para novos frequentadores - mesmo com aumento dos custos em um primeiro momento, no qual se investe em alternativas sustentáveis, com o passar do tempo a economia gerada através dos mecanismos sustentáveis, tais como reutilização da água da chuva, redução do gasto de energia, utilização de mão de obra local estimulando a economia que gira ao entorno das pousadas – mas também são ações que resultam na valorização da imagem e reputação da pousada e geram redução de alguns custos operacionais no dia a dia destes empreendimentos.

Esta postura citada acima vem ao encontro da teoria descrita por Miles e Covin (2000), que definem que as ações ambientais poderão ser assumidas como um fator de percepção de valores, mantidas pelos clientes internos e externos de uma companhia. Essa percepção pode ser considerada como a reputação que a mesma possui, que seria sua fonte de vantagem competitiva, essa reputação em questão, por outro lado, seria a habilidade de uma empresa criar valor para si, permitindo explorar o mercado de maneira lucrativa, em função de sua credibilidade, confiabilidade e responsabilidade.

Os entrevistados das pousadas C e E, que defendem que a prática da sustentabilidade em seus estabelecimentos não gera vantagem competitiva, alegam que fazem por prazer, pois acreditam no seu jeito de empreender, visando serem agentes de mudança nos locais onde estão inseridos. Essa visão está associada à Degen (1989) que diz que ser empreendedor significa, acima de tudo, ter a capacidade de realizar coisas novas, pôr em prática ideias próprias. Normalmente, empreendedorismo costuma ser definido como o processo pelo qual indivíduos iniciam e desenvolvem novos negócios. Considerado dessa forma, como sendo um fenômeno de certa forma complexo, que envolve o empreendedor, a empresa e o ambiente no qual o processo ocorre.

Messa, Neto e Junior (2011) relatam que uma empresa que se instala em determinado local pode desequilibrar o meio ambiente e impactar de maneira negativa. Desta maneira os autores defendem que os gestores responsáveis pelos setores ambientais nos

empreendimentos, tendem a dedicar-se com mais afinco em estudos que viabilizem estratégias a serem adotadas, a fim de minimizar os efeitos da relação empreendimento, sociedade e ambiente. Na pesquisa realizada pode ser constatado que todos respondentes demonstraram preocupação com a comunidade local em que a pousada está inserida, promovendo ações de parceria e trabalhos locais para buscar estar sempre em equilíbrio e fomentar a questão da responsabilidade social, que neste caso é local.

Ainda sobre este tema, Tachizawa e Andrade (2008) dizem que para que se exista um ambiente sustentável, o social e o ambiental devem estar em sincronia e harmonia, o que está relacionado com o que dizem Messa, Neto e Junior (2011) que falam que a Responsabilidade Social desempenha papel fundamental para a sustentação do sistema formado pelas empresas e comunidades, tendo aquelas uma função social importante para ajudar na manutenção das comunidades em que estão inseridas. Os autores ainda complementam que as duas partes do sistema devem trabalhar para que ambas sobrevivam, pois o fim ou ruína de uma das partes levaria a outra ao mesmo destino.

Dornelas (2008) acredita que para ser um empreendedor de sucesso, devem ser levadas em conta características pessoais, que incluem ser disciplinado, assumir os riscos, ser inovador, ser persistente e ser líder visionário, o que é citado pelos entrevistados das pousadas B, D, e E. Na pousada B a entrevistada cita “responsabilidade, liderança e compromisso são as três principais características para o sucesso”. O entrevistado da pousada D cita a parte que tem relação com o compromisso, diz que “exige muito trabalho e compromisso”. O entrevistado da pousada E diz: “a liderança e compromisso são os principais fatores para o sucesso do meu empreendimento”.

Os entrevistados das pousadas A, C, e E, citam localização como uma das principais características do sucesso para um empreendimento, o que pode ser entendido como uma “Oportunidade”, que segundo Britto e Wever (2003), é um dos tipos de forças que motivam o empreendedor a iniciar sua atividade empreendedora, os empreendimentos de “Oportunidade”, que são caracterizados quando o empreendedor deu início a um negócio buscando aproveitar uma oportunidade percebida no mercado. O entrevistado da pousada D cita o fato da pousada ser localizada em meio à mata e próxima a cachoeiras, um dos principais motivos do seu sucesso, além de relacionar também juntamente com os entrevistados das pousadas B e C, que a redução de custos causada pelos processos sustentáveis é uma das principais características que colabora com o auxílio para investimentos em outras áreas que a pousada necessita de investimento, que é citado por Kinlaw (1997) aonde afirma que a principal característica do desempenho sustentável é que ele sustente o meio ambiente e ao mesmo tempo consiga sustentar a produção da empresa, através de eliminação de poluentes e resíduos e redução dos custos da administração, e também por Karkotli e Aragão (2008) que afirmam ainda que as empresas que conseguirem manter uma estratégia de desenvolvimento sustentável, e um posicionamento favorável com os seus consumidores, poderão se aproveitar desse conceito como uma vantagem competitiva e investir em outras áreas do empreendimento.

Limitações do Estudo

Apesar de se tratar de um tema bastante atual, que nos últimos anos vem sendo exposto cada vez mais pelos veículos de comunicação no Brasil e no Mundo, a aplicação da sustentabilidade em empreendimentos e o entendimento do conceito da mesma ainda estão sendo amadurecidos e por isso foram encontradas algumas dificuldades no

momento de encontrar pousadas que se enquadrassem nos requisitos necessários para a realização do estudo.

CONCLUSÃO

Com o desenvolvimento do trabalho, foi possível concluir que existem muitos desafios para a implantação da sustentabilidade em pousadas. O principal deles é educar os clientes para que tenham ações sustentáveis, sem contar a integração e harmonização entre a população local e o empreendimento, os custos para a implantação de técnicas que tornem o empreendimento sustentável, maior apoio das prefeituras locais em relação à coleta de lixo, assim como o apoio do Estado em incentivos com relação às práticas sustentáveis, além das limitações impostas pelo próprio meio ambiente.

O entendimento das pessoas em relação às práticas sustentáveis é de que envolvem altos investimentos, porém existem operações sustentáveis que não requerem estruturas complexas, necessitam de baixo custo para sua realização e podem ser revertidas rapidamente em receita alternativa, além de poupar recursos. Alguns exemplos destas práticas são a compostagem servindo como adubo para terras produtivas, bem como a reciclagem, que reutiliza os recursos disponíveis para novas aplicações.

Os empreendedores donos de pousadas estão acomodados em não realizarem ações sustentáveis no seu estabelecimento, por atuarem com modelos de negócio já existentes que tenham sucesso sem preocupação e inserção de ações sustentáveis. Sendo assim, por comodidade não realizam mudanças que poderiam agregar valor ao estabelecimento, deixando o meio ambiente em segundo plano, mas sempre alegando que a sustentabilidade é realmente uma vantagem competitiva.

Conforme o estudo realizado, o grupo entende que ser sustentável é mais do que um atrativo, pois se bem utilizado pode ainda auxiliar na redução de custos em longo prazo, como constatado pelos exemplos extraídos dos respondentes da pesquisada em relação à reutilização de água e também aplicação de métodos de construção que visam à maximização de entrada de luz solar e ventilação nos ambientes. Além disso, essa economia, resultante de tais práticas citadas, pode ser alocada em outras áreas da pousada que necessitem de melhorias, criando assim, uma ideia de vantagem competitiva quando a imagem do empreendimento é valorizada por seu público alvo, sendo esta uma oportunidade a ser explorada.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALESSIO, R. **Responsabilidade Social das empresas no Brasil: reprodução de postura ou novos rumos?** Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004.

ALMEIDA, F. **Os desafios da Sustentabilidade – Uma ruptura urgente.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

ALTAFER, T. **Empresa Verde: um diferencial para seus negócios e consumidores.** Revista Sustentabilidade – Novas tecnologias para um mundo melhor. São Paulo, ano 4, n. 2, p. 21, jun./jul. 2011.

ANDRADE, N. **Hotel: planejamento e projeto.** São Paulo: Senac, 2000

ASCOM. **Pantanal discute matriz para hotéis-fazenda.** Ministério do Turismo, 2010.

Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/20100331-3.html> Acessado em 24/09/2011 às 14 horas e 50 minutos.

ABID. **Sete tipos de hospedagem**. Associação Brasileira da Indústria de Hotel, 2011. Disponível em: <<http://www.abih.com.br/abih-site/index.php/accordion?id=36>> Acessado em 21/09/2011 às 21:30.

BACKER, P. **Gestão Ambiental: A Administração Verde**. Rio de Janeiro, Qualitymark, 2002.

BARBIERI, J.C. **Gestão Ambiental Empresarial: Conceito, Modelos e Instrumentos**. São Paulo: Saraiva, 2006.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BARNEY, J.B.; HESTERLY, W.S. **Administração Estratégica e Vantagem Competitiva**. Trad. Bázan Tecnologia e Linguística. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

BATEMAN, T. S.; SNELL, S.A. **Administração: Novo Cenário Competitivo**. 2ª Ed. São Paulo: Atlas, 2006.

BENI, M. C. **Análise Estrutural do Turismo**. 2ª Edição. São Paulo: Senac, 1998.

BORGER, G. **Responsabilidade Social: Efeitos da Atuação Social na Dinâmica Empresarial**. Tese (Doutorado em Administração) – Programa de Pós Graduação em Administração da Faculdade de Economia, Administração e Ciências Contábeis da Universidade de São Paulo. São Paulo, 2001.

BRITO, F.; WEVER, L. **Empreendedores brasileiros: Vivendo e aprendendo com grandes nomes**. Rio de Janeiro : Campus, 2003.

BTC HOTÉIS E RESORTS. **BTG Hotéis & Resorts lança cinco categorias de hotel**. Revista Hotéis, 2011. Disponível em: <<http://www.revistahoteis.com.br/materias/2-Administracao/4510-BTG-Hoteis-Resorts-lanca-cinco-categorias-de-hotel>> Acessado em 25/09/2011 às 11 horas e 30 minutos.

CAMPOS, L. C.; GONÇALVES, M. H. **Introdução a turismo e hotelaria**. Rio de Janeiro: Senac, 1998

CERVO, A.L.; BERVIAN, P.A. **Metodologia científica**. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

CHIZZOTTI, A. **Pesquisa em ciências humanas e sociais**. 3ª ed. São Paulo: Cortez; 1998.

CUNHA, S. K.; CUNHA, J. C. Competitividade e sustentabilidade de um cluster de turismo: uma proposta de modelo sistêmico de medida do impacto do turismo no desenvolvimento local. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, 2005. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S141565552005000600006&script=sci_arttext> Acesso em: 21 setembro 2011

DE ANDRADE, R.O.B; TACHIZAWA, T.; DE CARVALHO, A.B. **Gestão Ambiental – Enfoque Estratégico Aplicado ao Desenvolvimento Sustentável**. São Paulo: Makron Books, 2000.

DEGEN, R. **O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. São Paulo:

Pearson Education do Brasil, 1989

DIAS, C.M.M. **“Home away from home”: evolução, caracterização e perspectiva da hotelaria: um estudo compreensivo.** 1990, Dissertação (Mestrado em Comunicação e Artes), Escola de Educação e Artes da Universidade de São Paulo. São Paulo.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor.** São Paulo: Cultura, 1999.

DRUCKER, P. **Sociedade pós-capitalista.** São Paulo: Pioneira, 1999.

FERREIRA, AB.de H. **Novo Aurélio Século XXI: o dicionário da língua portuguesa.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.

FIALHO, F.A.P.; MONTIBELLER FILHO, G.; MACEDO, M.; MITIDIERI, T.C. **Gestão da Sustentabilidade na Era do Conhecimento.** Florianópolis: Visual Books, 2008.

GODOY, A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**, v.35, n.2, p.57-83, mar/abr.1995.

GONÇALVES, L.C. **Gestão ambiental em meios de hospedagem.** São Paulo: Aleph, 2006

HISRIC, R.D; PETERS, M. **Empreendedorismo.** 5 ed, Porto Alegre: Bokman, 2004.

KAHTALIAN, M. **Bad and Breakfast: cama e café – um conceito inovador de hospedagem.** Portal Sebrae, 2011. Disponível em: <<http://portal.pr.sebrae.com.br/blogs/posts/inovacao?c=1390>> Acessado em 24/09/2011 às 15:00 horas.

KERLINGER, F. N. **Metodologia da pesquisa em ciências sociais: um tratamento conceitual.** 5 ed. São Paulo: EPU, 1979.

KINLAW, D. **Empresa competitiva e ecológica : desempenho sustentado na era ambiental.** São Paulo: Makron Books, 1997.

KOTLER, P. **Administração de marketing.** Trad. Bázan Tecnologia e Lingüística. 2ª ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Técnicas de Pesquisa.** 7 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MADER, R. el al. **Hotelaria em números Brasil 2011.** FÓRUM DE OPERADORES HOTELEIROS DO BRASIL, 2011. Disponível em: <<http://www.fohb.com.br/info/Hotelaria%20em%20Numeros%202011.pdf>> Acessado em 15/10/2011 às 12 horas e 25 minutos.

MAKOWER, J. **A economia verde : descubra as oportunidades e os desafios de uma nova era dos negócios.** São Paulo: Editora Gente, 2009.

MELO NETO, F. ; FROES, C. **Empreendedorismo social: a transição para a sociedade sustentável.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

MILES, M. P.; COVIN, J. G. Environmental marketing: a source of reputational, competitive and financial advantage. **Journal of Business Ethics.** Fevereiro, 2000.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Sistema brasileiro de classificação de meio de hospedagem.** Disponível em: <<http://www.classificacao.turismo.gov.br/MTUR-classificacao/mtur-site/index.jsp>>. Acessado em 22/08/2011 às 23 horas e 10 minutos.

- NESHEIM, J.L. **Diferencial Competitivo**. Rio de Janeiro: BestSeller, 2007.
- NIELS FABER,RJO VAN ENGELEN. The Sustainability of “Sustainability” – A study into the conceptual foundations of the notion of “sustainability”. **Journal of Environmental Assessment Policy and Management**.Vol. 7, No.1 pp. 1–33 (March 2005).
- PEARSON EDUCATION DO BRASIL. **Gestão Ambiental**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.
- PORTER, M. E. **Vantagem Competitiva: Criando e Sustentando um Desempenho Superior**. Rio de Janeiro: Campus, 1985.
- RESORTS BRASIL. **O que é um resort?** Disponível em: <http://www.resortsbrasil.com.br/resorts_brasil.aspx>. Acessado em 24/09/2011 às 14:00 horas.
- RICHARDSON, R.J. et al. **Pesquisa social: Métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 1999.
- SAVITZ, A.W. **A Empresa Sustentável: O verdadeiro sucesso é lucro com responsabilidade social e ambiental**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- SELLTIZ, C . et al. **Métodos de pesquisa das relações sociais**. São Paulo: EPU, 1975
- SPOLON, A.P.G.; QUADROS, A.C.M. **Glossário Técnico Hoteleiro**. FMU, 1996
- TACHIZAWA, T. **Gestão Ambiental e Responsabilidade Social Corporativa : estratégias de negócios focadas na realidade brasileira**. São Paulo: Atlas, 2006.
- TACHIZAWA, T. **Gestão Socioambiental: estratégias da nova era da sustentabilidade**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- VASCONCELLOS, G.M.V.; WILKINSON, J; AMÂNCIO, R. **Empreendedorismo, inovação e redes: uma nova abordagem**. Jan/Jun. 2008. Disponível em <<http://www.portalunisaude.com.br/downloads/rae/empreendedorismo.pdf>> Acesso em: 22 agosto 2011
- ZYLBERSZTAJN, LINS. **Sustentabilidade e Geração de Valor: A transição para o século XXI**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.