



MOTIVAÇÕES E AÇÕES SUSTENTÁVEIS IMPLEMENTADAS POR EMPREENDEDORES DO SETOR HOTELEIRO

RESUMO

O empreendedorismo segue um novo curso, no qual as empresas modificam seus processos produtivos, produtos e serviços, minimizando os impactos sociais e ambientais, utilizando mais eficientemente a energia e os recursos naturais. Tais ações iniciaram-se a partir da descoberta de oportunidades de mercado, as quais, além de gerar valor, preservam o ambiente, a sociedade e atendem as expectativas do público de interesse. O objetivo principal deste estudo é analisar as motivações e ações sustentáveis implementadas pelos empreendedores do setor hoteleiro em Aracaju, no Estado de Sergipe, considerando as dimensões da sustentabilidade econômica, ambiental e social. De natureza exploratória e descritiva, utiliza o método de estudo de casos múltiplos. Os dados foram coletados por meio de entrevistas semiestruturadas com empreendedores e também foram utilizadas evidências documentos e observação direta não participante. Foram escolhidos dois hotéis situados em Aracaju, por possuírem evidências de atuação sustentável. Os resultados mostraram que as motivações para abrir seus negócios confundem-se com as motivações para adotar e praticar ações sustentáveis. Nos casos analisados são desenvolvidas ações nas as dimensões econômica, social e ambiental, tendo como principal propósito a redução de custos e o alcance de vantagens competitivas.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Empreendedorismo Sustentável; Setor Hoteleiro.

MOTIVATIONS AND SUSTAINABLE ACTIONS IMPLEMENTED BY ENTREPRENEURS IN THE HOSPITALITY SECTOR

ABSTRACT

Entrepreneurship follow a new course, in which companies change their production processes, products and services, minimizing the social and environmental impacts, using more efficiently the energy and natural resources. Such actions were initiated from the market opportunities of discovery, which, in addition to generating value, preserve the environment, society and meet the expectations of public interest. The aim of this study is to analyze the motivations and sustainable actions implemented by entrepreneurs in the hospitality sector in Aracaju, Sergipe State, taking into account the economic, environmental and social sustainable dimensions. This research of exploratory and descriptive nature, adopted the research strategy of multiple cases studies. The data were collected through semi-structured interviews with entrepreneurs and also evidences were taken from documents and direct observation. Two hotels located in Aracaju were chosen because they had evidences of sustainable actions. The results showed that motivations for these entrepreneurs to open their own businesses intermingle with the motivations to adopt and practice sustainable actions. In the cases analyzed actions are developed in of economic, social and environmental dimensions with the main purpose to reduce costs and achieve competitive advantage.

Keywords: Entrepreneurship; Sustainable Entrepreneurship; Hospitality Sector.

**MOTIVOS Y ACCIONES SOSTENIBLES IMPLEMENTADAS EN LOS EMPRESARIOS DE LA
INDUSTRIA HOTEL**

RESUMEN

Emprendimiento seguir un nuevo curso, en el que las empresas cambien sus procesos de producción, productos y servicios, minimizando los impactos sociales y ambientales, el uso más eficiente de la energía y los recursos naturales. Tales acciones se iniciaron a partir de las oportunidades de mercado de descubrimiento, que, además de la generación de valor, preservar el medio ambiente, la sociedad y cumplan con las expectativas de los intereses públicos. El objetivo de este estudio es analizar las motivaciones sostenibles y acciones implementadas por los empresarios en el sector de la hostelería en Aracaju, Sergipe Estado, teniendo en cuenta las dimensiones de la sostenibilidad económica, ambiental y social. Exploratorio y descriptivo, utilizando el método de estudio de casos múltiples. Los datos fueron recolectados a través de entrevistas semi-estructuradas con los empresarios y también se utilizaron documentos de evidencia y la observación directa no participante. Fueron elegidos dos hoteles ubicados en Aracaju, porque no tienen pruebas de rendimiento sostenible. Los resultados mostraron que las motivaciones para abrir sus negocios se confunden con las motivaciones para adoptar y practicar acciones sostenibles. En los casos se desarrollan acciones analizadas en las dimensiones económicas, sociales y ambientales, con el objetivo principal de reducir los costos y lograr ventajas competitivas.

Palabras clave: Emprendimiento; La iniciativa empresarial sostenible; Sector Hotelero.

Maralysa Correia de Souza Cavalcanti¹
Rivanda Meira Teixeira²

¹ Mestre em Administração pela Universidade Federal de Sergipe - UFS. Brasil. E-mail: maralysas@gmail.com

² Doutora em Administração pela Cranfield University – Inglaterra. Professora do Departamento em Administração e do Mestrado em Administração da Universidade Federal de Sergipe - UFS. Brasil. E-mail: rivandateixeira@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

A possibilidade de escassez de insumos imprescindíveis ao funcionamento dos mercados despertou a necessidade de estudar o empreendedorismo sob uma nova perspectiva, que desmistifica o objetivo das organizações orientadas somente para o lucro. Essa nova perspectiva, alia práticas sociais e ambientais em conjunto com a necessidade de alcançar vantagem competitiva. Parrish (2009) afirma que o empreendedorismo detém a capacidade de contribuir para o alcance dos objetivos organizacionais, das políticas públicas e do avanço de tecnologias, porém seu foco de ação ampliou-se, e surgiu a necessidade de sua contribuição para com o ambiente e a sociedade.

Percebe-se que os empreendedores canalizam esforços para adaptar seus negócios às causas ambientais desenvolvendo ações para prevenir a degradação do meio natural e assegurar que as futuras gerações possam usufruir dos mesmos recursos. A partir daí a discussão do empreendedorismo atrelado à sustentabilidade cunhou um novo termo: o empreendedorismo sustentável, que vem emergindo na academia como um novo campo de pesquisa (Dean & McMullen, 2007).

Empresas de diferentes ramos de negócio adotam ações preocupadas com o equilíbrio entre as dimensões da sustentabilidade econômica, social e ambiental. Esse estudo concentrou-se no setor hoteleiro, pois tal setor representa 3,7% do Produto Interno Bruto (PIB), além de apresentar índice de crescimento representativo para a economia do país, e, nos últimos anos tenta consolidar a imagem do Brasil

por meio da valorização das riquezas naturais, para a promoção de um turismo diversificado, qualificado e sustentável (Ministério do Turismo, 2013).

O objetivo principal deste estudo é analisar as motivações e ações sustentáveis implementadas pelos empreendedores do setor hoteleiro em Aracaju, no Estado de Sergipe, considerando as dimensões da sustentabilidade econômica, ambiental e social. Especificamente verifica as características desses empreendimentos, bem como o perfil dos entrevistados, suas motivações e as ações praticadas em cada dimensão da sustentabilidade e as dificuldades apontadas no que se refere à prática da sustentabilidade nos seus negócios. A literatura utilizada para fundamentar a análise dos casos sustenta-se nos conceitos do empreendedorismo sustentável e nas dimensões da sustentabilidade. O trabalho desdobra-se na fundamentação teórica, seguida dos procedimentos metodológicos, da análise dos resultados e das considerações finais.

2 EMPREENDEDORISMO SUSTENTÁVEL

Uma simples leitura nos escritos, acadêmicos ou não, proporciona a percepção de diversas nomenclaturas que convergem ou representam o empreendedorismo sustentável. É possível notar que os autores utilizam termos que melhor se relacionam aos seus objetos de pesquisa, e, após uma revisão da literatura, pôde-se verificar a heterogeneidade de denominações que representam o empreendedorismo sustentável, essas denominações ou conceitos podem ser observadas no quadro 1 a seguir:

DEMOMINAÇÃO	SIGNIFICADO	AUTOR
<i>Ecopreneur</i>	É aquele que cria <i>green-green business</i> que são capazes de transformar radicalmente a economia do setor em que atuam.	Isaak (2002)
<i>Green Entrepreneur</i>	Empreendedores que possuem objetivos ecológicos ou sociais orientado para negócios.	Taylor e Walley (2003)
<i>Ecopreneurship</i>	É a combinação de duas palavras 'ecológico' e 'empreendedorismo', ou seja, é o empreendedorismo sob lentes ambientais, combinando fortes valores sociais e ambientais e uma atitude empreendedora energética.	Schaltegger (2002)
	É a representação das três motivações dos indivíduos: ambiental, social e econômica.	Dixon e Clifford (2007)
<i>Ecovantagem</i>	Gerar receita usando o foco ambiental para agregar valor aos seus produtos e atingir consumidores verdes, criando um novo espaço de mercado.	Esty e Winston (2008)
<i>Green Procurement</i>	É a aquisição de produtos os serviços com um baixo impacto sobre o meio ambiente e que o seu ciclo de vida também tenha impacto equivalente.	Lacroix (2010)

Quadro 1 - Denominações/Conceitos do Empreendedorismo Sustentável

Fonte: Elaborado pelas autoras, 2015.

O Quadro 1 expõe alguns dos termos mais utilizados para definir o empreendedorismo sustentável. A abordagem de cada autor justifica o emprego de cada um desses termos, todavia pode-se notar que todos convergem para a prática de ações com menor impacto socioambiental, ou seja, no empreendedorismo sustentável a organização tem a sustentabilidade no centro de sua estrutura, operações e gestão (Young & Tilley, 2006), integrando propósitos ambientais e sociais orientados por diversos motivos e valores (Parrish, 2009).

É importante ressaltar que essa pesquisa adota o termo empreendedorismo sustentável no sentido do empreendedorismo verde, sem deixar de considerar as questões sociais e econômicas. Frisa-se, ainda, que o estudo do empreendedorismo sustentável é limitado e suas contribuições, em sua maioria, desenham as formas para alcançar o desenvolvimento sustentável, dando ênfase à geração de empregos, estabelecimento de indústrias limpas, questões ambientais e práticas de gestão sustentável de empresas convencionais (Parrish, 2009). Cohen & Winn (2007) referem-se ao empreendedorismo sustentável como um complemento da definição de empreendedorismo de Venkataraman (1997), afirmando que é o campo de estudo que busca entender como as oportunidades de desenvolver futuros bens e serviços são descobertas, criadas e exploradas, por quem e com quais consequências econômicas, sociais e ambientais (Cohen & Winn, 2007).

Outro conceito, que merece destaque no estudo do empreendedorismo sustentável atrela inovação, empreendedorismo e sustentabilidade. O termo *eco-innovation* é interpretado por Johansson & Magnusson (1998) como a introdução de novos produtos e processos que geram valor ao cliente, utilizando menos recursos e causando menores impactos no ambiente. Os referidos autores afirmam que as inovações tecnológicas podem contribuir para a redução do impacto ambiental. Sob uma perspectiva mais recente é possível salientar que os processos de inovação para o desenvolvimento sustentável têm recebido crescente atenção da literatura acadêmica (Bos-Brouwers, 2010) e evoluído consideravelmente na última década (Mitchell & Coles, 2003; Demil & Lecocq, 2010; Teece, 2010; Zott; Amit & Massa, 2011).

É oportuno destacar que todos esses conceitos ligam-se diretamente as dimensões da sustentabilidade e há quem defenda que o empreendedorismo sustentável alicerça-se somente sob os aspectos financeiros e sociais que permeiam os negócios (Jenkins, 2009), ou seja, as atividades sociais podem ser desenvolvidas *pari passu* com as atividades financeiras, e a esse raciocínio dá-se o nome de *Double Bottom Line* (DBL). Entretanto, com a ampliação dos mercados e o conhecimento sobre os danos que as atividades empresariais causam no meio natural, o

empreendedorismo sustentável buscou suas bases no tripé da sustentabilidade, considerando igualmente importantes os aspectos econômicos, sociais e ambientais, ou seja, as dimensões da sustentabilidade

3 AS DIMENSÕES DO EMPREENDEDORISMO SUSTENTÁVEL

Muitos autores defendem a premissa que para uma organização possa desenvolver-se sustentavelmente é necessário a aplicação simultânea dos três pilares do tripé da sustentabilidade: econômico, ambiental e social (Dyllick & Hockerts, 2002; Young; Tilley, 2006). Alicerçado sobre esse tripé, é que o estudo do empreendedorismo sustentável ampliou-se recentemente (Boszczowski & Teixeira, 2012) e surgiram termos como *ecovantage* (Esty & Winston, 2008), *ecopreneurship* (Dixon & Clifford, 2007; Shaper, 2002) e *ecopreneur* (Holt, 2011), que motivaram o empreendedor a ser economicamente viável, socialmente justo e ambientalmente correto.

Schlange (2006) pontua que as empresas que investem em empreendedorismo sustentável combinam oportunidades e intenções de mercado para simultaneamente criar valor dentro dessas três perspectivas: econômica, social e ambiental. Na dimensão econômica o empreendedorismo sustentável significa a busca de oportunidades, eficiência de mercado e resultados positivos sem agredir o meio ambiente; na dimensão social, os empreendedores sociais têm o foco na busca de soluções para problemas sociais e necessidades da comunidade; na dimensão ambiental o cerne gira em torno da intensificação do uso dos recursos potenciais dos vários ecossistemas, com um mínimo de danos.

Basu, Asbjorn & Solt (2008) citam que o empreendedorismo segue um novo curso, no qual as empresas modificam seus processos produtivos, produtos e serviços, minimizando os impactos sociais e ambientais, utilizando mais eficientemente a energia e os recursos naturais. Tais ações iniciaram-se a partir da descoberta de oportunidades de mercado, as quais, além de gerar valor, preservam o ambiente, a sociedade e atendem as expectativas do público de interesse. A exploração das imperfeições de mercado resulta em possibilidade de lucro, aquisição de vantagem competitiva e melhorias no bem-estar social (Dean & McMullen, 2007).

Morrish, Miles & Polonky (2011) complementam afirmando que as questões da sustentabilidade estão impactando as práticas de negócios e o comportamento do consumidor ao redor do mundo. Pascual, Klink & Grisales (2011) ainda apontam que as soluções de negócios sustentáveis são caracterizadas pelas soluções para um problema específico, social ou ambiental, pela definição clara dos motivos do negócio, por serem alcançáveis e por

inspirar os outros para contribuir ou desencadear ações, no intuito de desenvolver suas próprias soluções.

A tendência dos consumidores adotarem atitudes conscientes no momento da compra induz um novo comportamento para as organizações. Aligleri, Aligleri & Kruglianskas (2009) aditam a esse raciocínio que essa perspectiva traz para a cadeia de negócios, a integração das práticas socioambientais e a comunicação dos parceiros sobre os novos compromissos assumidos.

É nesse sentido que os *stakeholders* despertam nos empreendedores a necessidade de buscarem novas alternativas para que possam atender as suas demandas, acarretando o surgimento de oportunidades empreendedoras sustentáveis. Schlange (2006) ainda complementa afirmando que a visão empreendedora para ter um negócio sustentável sustenta-se na criação de algo inovador, inexistente. Essas novas alternativas estão, também, ligadas às tecnologias, redesenho de tarefas e do processo produtivo, ou seja, as inovações que os empreendedores introduzem nas organizações.

Pode-se, também, notar que houve crescimento de publicações em diferentes áreas de conhecimento o que enfatiza que o estudo das oportunidades empreendedoras sustentáveis é interdisciplinar. Para tanto, pode-se citar as pesquisas que ligam a oportunidade empreendedora ao desenvolvimento social (Mair & Marti, 2006), ambiental (Jabbour, Santos & Barbieri, 2008; Aligleri, Aligleri & Kruglianskas, 2009; Dias, 2011), bem como publicações em áreas mais específicas, como o turismo sustentável (Schmidt & Dreher, 2007; Fedozzi *et al.*, 2012; Souza *et al.*, 2012) e o ensino e cultura (Sela, Sela & Franzini, 2006).

4 SUSTENTABILIDADE EM TURISMO

O turismo é uma atividade representativa para a economia nacional (Ministério do Turismo, 2013), o crescimento da atividade turística proporciona geração de emprego e renda para a localidade, porém esse tipo de atividade também resulta em aspectos negativos como o aumento no consumo de água e energia elétrica, a poluição de rios e praias onde se desenvolve a atividade turística e a mudança nos padrões de vida da população nativa (Kasim, 2008). Bacal, Melo, Weidmer & Pereira (2007) frisam que quando uma região turística se desenvolve de maneira desestruturada o esgotamento dos recursos naturais, a descaracterização do patrimônio cultural e a desestruturação das redes sociais são inevitáveis, aspectos contrários no que diz respeito ao turismo sustentável.

Chagas e Brandão (2009) sustentam que a atividade turística quando desenvolvida de maneira sustentável pressupõe a distribuição equitativa dos

benefícios oriundos dela, Bacal, Melo, Weidmer & Pereira (2007: 5) ainda complementam afirmando que o turismo sustentável “leva a um manejo de todos os recursos, de modo que necessidades econômicas, sociais e estéticas possam ser satisfeitas, enquanto que a integridade cultural e os sistemas de suporte à vida são mantidos”.

Ito e Camargo (2005) afirmam que, atualmente, os empreendimentos da área de hospitalidade precisam se destacar gerando o mínimo de impacto na região onde estão inseridos. Malta e Mariani (2013) consideram que os hotéis que adotam a postura sustentável procuram atitudes menos danosas ao ambiente, por meio da reavaliação das suas ações e da conscientização dos seus colaboradores, sustentam ainda que essa postura depende da otimização do uso dos recursos, do reaproveitamento e da reciclagem dos resíduos no intuito da contenção dos desperdícios e da economia dos custos operacionais.

Kun-Shan e Teng (2011) salientam que muitos produtos ou serviços utilizados na hospitalidade e no turismo podem danificar o ambiente durante sua produção e utilização e citam que os hotéis socioambientalmente preocupados tentam minimizar o consumo de água, energia e reduzir a eliminação de resíduos. Além dessas considerações, Han, Hsu e Sheu (2010) afirmam que os hóspedes preferem hotéis preocupados com o ambiente e por isso esses empreendimentos devem expressar para a população as suas práticas verdes.

O manual de sustentabilidade elaborado pela ABIH (2011) destaca que os empreendimentos hoteleiros devem realizar gestão de água em relação ao paisagismo, às descargas sanitárias, ao reaproveitamento e armazenagem e principalmente à conscientização dos hóspedes, ressalta também que a gestão de energia elétrica deve ser realizada por meio de equipamentos mais eficientes energeticamente como ar condicionados, televisores, lâmpadas. De igual maneira o referido manual salienta que a gestão dos resíduos sólidos pode ser efetuada por meio da correta separação dos resíduos, da sensibilização dos colaboradores e hóspedes, sem deixar de considerar as especificidades de cada hotel. É importante citar que, nesse estudo tais aspectos foram verificados no intuito de identificar as ações sustentáveis praticadas pelos empreendedores sergipanos.

5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Essa pesquisa pode ser considerada como exploratória, pois o empreendedorismo sustentável é um tema recente na academia (Sharper, 2002; Taylor & Walley, 2003; Isaak, 2002). Pode ser considerado também como descritivo, visto que a pesquisa descritiva retrata o perfil dos atores, descreve processos, mecanismos ou relacionamentos,

apresentando informações sobre um contexto, utilizando, para tanto, um conjunto de categorias ou tipos variados de classificações (Saunders, Lewis e Thornhill, 2007).

Esse estudo adotou a estratégia de casos múltiplos, que segundo Yin (2010) parte da premissa da a) pouca informação que existe sobre o tema, logo mais de uma empresa analisada pode trazer informações complementares sobre um assunto pouco explorado e b) um estudo de caso único poderia gerar distorções na análise devido às peculiaridades da empresa analisada.

Yin (2010) afirma que qualquer aplicação da lógica de amostragem aos estudos de caso estaria mal direcionada, pois esses não se preocupam com a incidência dos fenômenos. Em função desse argumento, foram escolhidos dois hotéis situados na cidade de Aracaju com características sustentáveis (Aruanã Eco Praia Hotel e Hotel Pousada do Sol), como os produtos e /ou serviços adquiridos ou comercializados, demonstrando a preocupação com a reciclagem e os processos menos poluentes para o ambiente. A coleta de evidências foi realizada por

meio de entrevistas pessoais semiestruturadas com os empreendedores de cada negócio, além da análise de documentos e da observação direta não participante das ações sustentáveis desempenhadas por cada hotel. É válido salientar que o uso de diferentes fontes de evidências possibilitou efetuar a triangulação de dados, que para Yin (2010) é uma estratégia que torna as conclusões obtidas pelo estudo mais convincentes e satisfatórias e permite o desenvolvimento de linhas convergentes de investigação.

Para analisar os casos utilizou-se a técnica de análise de conteúdo que conforme Bardin, (2002) é um conjunto de técnicas de análise das comunicações, visando a descrição do conteúdo das mensagens. Adotou-se, também, a *cross case analysis* (Eisenhardt, 1989), com a qual os dados foram ordenados e as diferenças e similaridades identificadas, ou seja, os casos foram comparados, fixando suas peculiaridades e nuances. As categorias e elementos de análise foram determinadas com base na revisão da literatura sobre empreendedorismo sustentável, conforme demonstra o quadro 2.

CATEGORIAS DE ANÁLISE	ELEMENTOS DE ANÁLISE
Perfil dos empreendimentos sustentáveis	Ano de fundação, Setor de atividade, Localização, Número de empregados, Concepção do nome do empreendimento, Concorrentes
Perfil dos empreendedores sustentáveis	Sexo, Idade, Estado civil, Formação, Experiência anterior como empreendedor, Percepção de oportunidade sustentável
Motivações Internas Pastakia (2002); Taylor; Waley (2003); Schlange (2006); Oscanoa (2010).	Família, Amigos, Educação, Experiência passada, Rede de contatos, Motivações para abrir o negócio
Motivações externas Pastakia (2002); Taylor; Waley (2003); Schlange (2006); Oscanoa (2010).	Leis e regulamentos, Demandas do mercado, Agentes externos Acesso a financiamentos, Oportunidade para criar ou tornar o negócio sustentável, Motivações para abrir o negócio
Ações Dimensão Econômica Sharper (2002); Schlange (2006); Pimentel; Reinaldo; Oliveira (2012); Morrish; Miles; Polonky (2011).	Objetivos/razões econômicas, Informações sobre o negócio Fornecedores, Retorno financeiro, Efeitos da sustentabilidade sobre o negócio, Custo de aquisição e comercialização dos produtos, Recursos para aquisição do negócio
Ações Dimensão Ambiental Sachs (1993); Bansal; Roth (2000); Schlange (2006); Basu; Osland; Solt (2008); Aligleri; Aligleri; Krugriankas (2009); Pimentel; Reinaldo; Oliveira (2012); Klewitz; Zeyen (2010).	Meios de transporte, Fontes de energia, Economia de água e energia elétrica, Destinação do lixo/resíduos, Processo de produção, Produtos/serviços, Embalagens, Instalações, Projetos de preservação ambiental, Redução de problemas ambientais
Ações Dimensão Social Asley; Coutinho; Tomei (2000); Bansal; Roth (2000); Melo Neto; Froes (2002); Young; Tiley (2006); Pimentel; Reinaldo; Oliveira (2012); Frenker; Ferreira (2011).	Igualdade de direitos, Gestão participativa, Número de deficientes, Benefícios, Apoio às obras sociais, esporte, educação, Influência na imagem organizacional, Melhorias sociais, Transmissão da preocupação com o meio social e ambiental, Benefícios fiscais, Ações para ser reconhecido como sustentável
Dificuldades Enfrentadas Pimentel; Reinaldo; Oliveira (2012).	Dificuldades para a contratação de fornecedores, Dificuldades para adoção de fontes alternativas, Dificuldades para economizar água e energia elétrica, Dificuldades de vendas dos produtos, Dificuldades para implantação de práticas sustentáveis

Quadro 2- Categorias e elementos de análise

Fonte: Elaborado com base na revisão da literatura.

6 ANÁLISE COMPARATIVA DOS CASOS

Para a realização dessa análise comparativa os casos foram inicialmente descritos individualmente e após foi realizada a comparação, com base na técnica de *cross case analysis*. Foram analisadas comparativamente as características dos empreendedores e dos empreendimentos, as motivações internas e externas para adotar a sustentabilidade nos negócios, seguidas das ações praticadas nas dimensões econômica, ambiental e social e das dificuldades apontadas por cada empreendedor.

Analisando comparativamente as características dos empreendimentos estudados pode-se verificar que a adoção de práticas sustentáveis nos empreendimentos sergipanos pesquisados é recente, embora o Hotel Pousada do Sol possuía vinte e sete anos de mercado, somente no ano de 2002, iniciou o uso deste tipo de prática, já o Aruanã Eco Praia Hotel, adota características sustentáveis desde a sua

concepção. Diante disso, pode-se confirmar a perspectiva de alguns estudos (Scharper, 2002; Isaak, 2002; Taylor & Walley, 2003; Souza *et al.*, 2011) os quais apontam que o tema em questão é de exploração recente na academia. Parrish (2009) também afirma que o foco de ação do empreendedorismo ampliou-se recentemente surgindo a necessidade da sua contribuição com o meio ambiente e com a sociedade.

Ambos os empreendimentos estudados são empresas de pequeno porte de acordo com a classificação do número de funcionários (Sebrae, 2011), atuam no setor de comércio e serviços e localizam-se em regiões com grande concentração turística. No que se refere ao nome do empreendimento, constatou-se que o nome de cada negócio reflete a intenção do empreendedor em ressaltar as características do próprio hotel. Giovannini & Kruglianskas (2008), também evidenciaram que o nome do empreendimento reflete as opções sustentáveis adotadas, conforme detalhado no quadro 3.

Empreendimento	Ano da Fundação	Área Atuação	Localização	Nº Empregados	Concepção do Nome do Empreendimento
Aruanã Eco Praia Hotel	2009	Serviços	Praia de Aruana	36	Une aspectos da região, cuidados ambientais e localização.
Hotel Pousada do Sol	1986	Serviços	Orla de Atalaia	38	Adquirido por meio de <i>benchmarking</i> realizado em viagens.

Quadro 3 - Características dos empreendimentos estudados

Fonte: Elaborado pelas autoras, 2015.

Após análise do perfil do empreendedor sustentável sergipano, pôde-se constatar que as empresas objeto de estudo não são geridas por empreendedores jovens e ambos são do sexo masculino. É interessante destacar que o entrevistado do Hotel Pousada do Sol não tinha experiência como empreendedor antes de criar o seu negócio, todavia o empreendedor do Aruanã Eco Praia Hotel já possuía negócios em setores semelhantes ao do seu empreendimento.

No que se refere à sustentabilidade pôde-se constatar que o empreendedor do Hotel Pousada do Sol não visualizou a oportunidade de negócio sustentável ao decidir abrir o seu empreendimento, diante desse aspecto, é interessante pontuar que Krueger (2005) advoga que as oportunidades de

negócios estão ligadas à percepção do empreendedor. Entretanto, o entrevistado do Aruanã Eco Praia Hotel, adotou características e atentou para a oportunidade de negócio sustentável influenciado pela possibilidade de diversificação do nicho de mercado (Aruanã Eco Praia Hotel), resultado que se assemelha a estudos na literatura (Bos-Brouwers, 2010; Ballou; Pascual, Klink & Grisales, 2011; Sneddon & Mazzarol, 2011).

Chama a atenção a formação educacional de ambos os entrevistados, enquanto o empreendedor do Aruanã Eco Praia Hotel possui o nível técnico em agropecuária, o empreendedor do Hotel Pousada do Sol possui nível superior e especialização na sua área de atuação. Por meio do Quadro 4 pode-se perceber o perfil de cada entrevistado.

Empreendimento	Faixa Etária	Formação Educacional	Experiência como Empreendedor
Aruanã Eco Praia Hotel	44 anos	Técnico em agropecuária.	Tinha experiência como empreendedor, do ramo de alimentos e de motéis.
Hotel Pousada do Sol	51 anos	Superior completo em Turismo e especialização em gestão de empreendimentos hoteleiros.	Nenhum dos integrantes da família possui experiência como empreendedor.

Quadro 4- Perfil dos entrevistados

Fonte: Elaborado pelas autoras, 2015.

Ao comparar as motivações dos entrevistados para se tornarem empreendedores, verificou-se que houve diferentes motivações para abrirem seus próprios negócios. Cabe destacar que os entrevistados abriram seus negócios impulsionados pela oportunidade de mercado. Pastakia (2002) afirma que as motivações dos *ecopreneurs* são induzidas tanto por forças internas quanto por forças externas. Por meio de um levantamento da literatura Oscanoa (2010) caracterizou as forças internas como preocupações ideológicas dos problemas sociais e ambientais provenientes da influência da família, amigos, experiência anterior, rede de contatos e educação. Com relação a essas fontes de motivação, notou-se que cada empreendedor apresentou particularidades. Verificou-se que a família foi a principal fonte de motivação interna do empreendedor do Hotel Pousada do Sol, seguido das redes de contato. A formação educacional impulsionou o empreendedor do Aruanã Eco Praia Hotel a adotar práticas sustentáveis no seu negócio.

Vale ressaltar que outros estudiosos como Taylor & Waley (2003) já haviam constatado que os motivos que levaram alguns empreendedores a iniciarem negócios sustentáveis estão ligados às influências socioculturais leves, como contatos pessoais e educação, bem como estruturas pesadas como as regulações e influências econômicas, essas últimas, caracterizadas, nessa pesquisa como fatores de motivação externa. As motivações externas revelam-se nas preocupações econômicas, sociais e ambientais que rodeiam os negócios (Pastakia, 2002). Oscanoa (2010) ainda reforça afirmando que essas motivações estão voltadas para as leis e regulamentos, as demandas do consumidor, o acesso aos investimentos e os movimentos sociais.

No tocante às fontes de motivação externa, destacam-se as demandas de mercado como principal razão para adotar características sustentáveis para ambos os empreendimentos estudados, sendo que para o Hotel Pousada do Sol, considerou tal aspecto como fonte de motivação a partir do ano de 2002. Outra fonte de motivação externa que merece destaque é o apoio do SEBRAE, como fonte de incentivo e apoio para a concepção dos empreendimentos e/ou para traçar rotinas e diretrizes organizacionais.

Quando se trata das oportunidades visualizadas pelos empreendedores para criar ou tornar o negócio sustentável, constatou-se que o Aruanã Eco Praia Hotel, identificou a possibilidade de atuar em um nicho ainda pouco explorado no mercado sergipano, fato semelhante a pesquisa de Pascual, Klink & Grisales (2011) e ao estudo de Schlange (2006) onde o autor afirma que a visão empreendedora para ter um negócio sustentável era criar algo inovador, que até então era inexistente. Destaca-se que o empreendedor do Hotel Pousada do Sol pontuou que o aumento da consciência da população também foi fator relevante para a adoção de características sustentáveis em seus negócios.

Vale destacar que o entrevistado do Hotel Pousada do Sol acrescentou que as ações ecologicamente corretas estão ligadas à redução de custos do negócio, tendo em vista que substituiu a energia elétrica por energia solar e ainda reaproveita as águas pluviais, o que pode ser verificado também no estudo de Klewitz & Zeyen (2010) no qual foi identificado que um dos principais motivadores para investir na ecoeficiência é a redução de custos.

As motivações dos empreendedores analisados podem ser visualizadas, de maneira resumida no Quadro 5 a seguir.

Empreendimento	Motivações para abrir o Negócio	Fontes de Motivação Interna	Fontes de Motivação Externa
Aruanã Eco Praia Hotel	Oportunidade de mercado	Formação educacional.	Demanda de mercado, SEBRAE
Hotel Pousada do Sol	Oportunidade de mercado	Família, rede de contatos.	Demanda de mercado, SEBRAE

Quadro 5 - Motivações empreendedoras sustentáveis

Fonte: Elaborado pelas autoras, 2015.

As ações na dimensão econômica contemplam os objetivos econômicos no que diz respeito à criação do negócio, bem como as informações obtidas sobre o empreendimento, a contratação de fornecedores da região, os retornos financeiros ao investir em práticas sustentáveis, as vendas relacionadas à sustentabilidade e a perspectiva de crescimento do negócio sob a ótica do empreendedor. De acordo com Sharper (2002) a dimensão econômica é responsável pela gestão dos recursos e pela busca de oportunidades, aliando a vantagem competitiva à preservação ambiental.

Observou-se que as razões econômicas para criar os empreendimentos confundem-se com as motivações para que os entrevistados se tornassem empreendedores. É interessante destacar que essas razões divergiram entre os entrevistados, salvo o empreendedor do Aruanã que decidiu abrir o seu negócio vislumbrando o retorno financeiro.

Por meio do estudo de Tang, Kacmar & Busenitz (2010) os autores advogam que as informações favorecem a integração de novos conhecimentos e a adaptação a novas situações, discutem sobre as redes de contato dos empreendedores e ressaltam os aspectos da evolução e do julgamento de informações adquiridas, no intuito de transformá-las em novas oportunidades. Nesse estudo, foi identificado que a internet é o canal de informações comum aos entrevistados na busca de dados sobre empreendimentos similares aos que decidiram investir, entretanto as redes de contato (Aruanã), as viagens (Aruanã e Hotel Pousada do Sol), a influência de profissionais como o arquiteto que

concebeu as ideias do projeto (Hotel Pousada do Sol), também foram citados como fontes de informação sobre os empreendimentos.

Os empreendimentos utilizam materiais e insumos de fornecedores regionais, entretanto alguns fornecedores de insumos e materiais específicos estão localizados nos estados de São Paulo, Minas Gerais e Santa Catarina. A importância da melhoria do relacionamento com fornecedores da região, desperta, segundo Schlange (2006), a criação de valor da região como um todo, tal qual a disseminação de práticas socialmente responsáveis (Aligleri, Aligleri & Kruglianskas, 2009).

As questões relacionadas à sustentabilidade afetam os empreendimentos estudados, os entrevistados associaram o aumento da consciência da população ao aumento da necessidade em consumir produtos e serviços socioambientalmente responsáveis, ou seja, a tendência dos consumidores adotarem atitudes conscientes no momento da compra induz um novo comportamento para as organizações (Aligleri, Aligleri & Kruglianskas, 2009). O empreendedor do Hotel Pousada do Sol considera que atrai um público diferenciado por meio da comercialização de produtos e serviços com apelo ambiental. Nas duas empresas estudadas percebe-se que a necessidade de lucro e de sobrevivência do negócio podem ser até mais importantes do que as ações sociais e ambientais. O Quadro 6 apresenta, de forma resumida, as principais ações econômicas realizadas pelos empreendedores pesquisados.

EMPREENDIMENTO	RAZÃO ECONÔMICA PARA CRIAR O NEGÓCIO	INFORMAÇÕES SOBRE O NEGÓCIO	FORNECEDORES	COMO AS QUESTÕES SUSTENTÁVEIS AFETAM O NEGÓCIO
Aruanã Eco Praia Hotel	Situação de mercado favorável	Rede de contatos e viagens.	Fornecedores da região e parte dos estados de SC e SP.	Positivamente
Hotel Pousada do Sol	Ter mais uma fonte de renda para a família	Arquiteto, viagens e internet.	Parte dos fornecedores da região, parte do Sul e Sudeste.	Positivamente

Quadro 6 - Ações na dimensão econômica

Fonte: Elaborado pelas autoras, 2015.

A dimensão ambiental, proposta por Schlange (2006), contempla o uso de veículos e combustíveis ecologicamente corretos, as fontes alternativas de energia e/ou o uso eficiente de energia elétrica, a minimização das emissões e resíduos poluentes, o processo de produção e os produtos comercializados.

Basu, Osland & Solt (2008) ainda citam que o empreendedorismo segue um novo curso, no qual as empresas modificam seus processos produtivos, produtos e serviços, minimizando os impactos sociais e ambientais, utilizando mais eficientemente a energia e os recursos naturais. Verificou-se que todos os empreendimentos adotam automóveis, veículos utilitários e caminhões para realizar entregas e receber materiais dos fornecedores. O combustível é a gasolina ou o *diesel* por terem valores de mercado mais acessíveis do que o álcool. É importante salientar que o Aruanã Eco Praia Hotel utiliza biocombustível para o funcionamento do gerador.

No que se refere às fontes alternativas de energia, ambos os empreendimentos utilizam a energia solar para aquecimento dos chuveiros das unidades habitacionais. Foi possível observar que, no tocante as práticas para economizar energia elétrica os empreendimentos executam ações nesse intuito, inclusive é pertinente afirmar que esses negócios inovaram e investiram em equipamentos inteligentes, lâmpadas frias e estrutura, enquanto que os demais negócios implantaram ações diretas com funcionários. Dessa forma, a inovação sustentável pode ser identificada desde a adoção de sistemas de eficiência energética à substituição de materiais brutos por bio-recursos (Bos-Brouwers, 2010).

Constatou-se, também, que todos os empreendimentos estudados canalizam esforços para economizar água por meio de poços artesianos. O empreendimento mais estruturado no que se refere às campanhas de conscientização para economia de água e de energia elétrica é o Aruanã Eco Praia Hotel, tendo em vista que utiliza o setor de recursos humanos para ministrar palestras, disponibilizar treinamentos e acompanhar diariamente a rotina de cada funcionário. Essa prática também foi observada nos estudos de Fedozzi *et al.*, (2012) e Nowduri (2012) que postulam que uma das condições para implantar a sustentabilidade é investir na educação dos funcionários em relação às questões sustentáveis. Já o Hotel Pousada do Sol, por meio de uma parceria com

o SEBRAE, ofertou cursos para todos os funcionários a fim de que todos soubessem a necessidade de economizar água e energia elétrica.

Assim como é feito para economizar água e energia elétrica, os empreendedores, por meio de conversas informais e/ou reuniões transmitem as diretrizes e informações necessárias para que os funcionários descartem o lixo e resíduos de maneira correta, salienta-se também que esses negócios realizam treinamentos específicos para a implantação dessas ações.

Constatou-se que todos os empreendimentos analisados comercializam produtos e/ou serviços menos agressivos ao meio ambiente. Cabe aqui apontar o estudo de Bansal & Roth (2000) que enfatiza que as empresas atualmente competem pela efetividade dos resultados ambientais, seja 'apagando' as luzes, reciclando lixo, utilizando processos ambientalmente eficientes ou produtos confiáveis.

Nos empreendimentos analisados, observou-se que os proprietários buscaram adaptar as instalações e o *layout* das empresas com a intenção de diminuir os impactos ambientais. Merece destaque o Aruanã Eco Praia Hotel, que desde a concepção de sua estrutura o empreendedor preocupou-se em edificar sem agredir a topografia da região, projetou ambientes explorando materiais e recursos ecologicamente corretos, além de planejar a iluminação de áreas comuns aproveitando a luz solar.

Nesse sentido, é importante frisar que o Hotel Pousada do Sol utiliza estratégias como a pintura com tinta branca em paredes e portas, a utilização de telhas e pisos ecológicos e áreas de maior circulação projetadas com pedras naturais. Essa preocupação foi também identificada por Schaltegger & Wagner (2011) no qual os autores afirmam que as organizações devem mudar os processos de negócios para que possam se adequar ao mercado.

Os entrevistados dos empreendimentos estudados consideram que com a atuação dos seus negócios minimizam algum tipo de dano ambiental como a diminuição da poluição dos rios (Hotel Pousada do Sol) e a redução da poluição do ar por meio da utilização de biocombustível (Aruanã), o menor gasto com energia elétrica e a preservação de áreas verdes (Aruanã, Hotel Pousada do Sol). Os quadros 7.1 e 7.2 apresentam o resumo de todas as ações realizadas na dimensão ambiental.

Empreendimento	Veículos/ Combustível	Fonte Alternativa de Energia	Economia de Energia e Água	Destinação de Lixo e Resíduos
Aruanã Eco Praia Hotel	Carro, van, caminhão Gasolina/ <i>diesel</i>	Solar	Boiler, lâmpadas frias, fechadura inteligente, poço artesiano, torneira com sensores, descargas sanitárias reguladas, panfletos de conscientização	Coleta seletiva
Hotel Pousada do Sol	Carro, caminhão Gasolina/ <i>diesel</i>	Solar	Boiler, splits, lâmpadas frias, fechaduras inteligentes, poço artesiano, descargas reguladas, torneiras com temporizador.	Coleta seletiva
Ecociclo	Carro, moto, caminhão, bicicleta Gasolina/ <i>diesel</i>	Não há	Conscientização dos funcionários, observação das rotinas de consumo.	Coleta seletiva

Quadro 7.1- Ações realizadas na dimensão ambiental
Fonte: Elaborado pelas autoras, 2015.

Empreendimento	Produtos	Embalagens	Instalações	Projetos de Preservação Ambiental	Redução de Problemas Ambientais
Aruanã Eco Praia Hotel	Frutas orgânicas e parcerias com empresas de turismo ecológico e de aventura.	Não utiliza embalagens.	Empreendimento planejado para diminuir as agressões ambientais, piso de cimento queimando, móveis de material reciclado, áreas iluminadas com luz solar, telhas ecológicas.	Não Possui	Redução dos alagamentos da circunvizinhança, conscientização dos hóspedes e funcionários.
Hotel Pousada do Sol	Produtos naturais e da região, brindes de material reciclado	Não utiliza embalagens, mas parte dos utensílios de cozinha são confeccionados com material não agressivo ao ambiente.	Chão de pedras, utilização de eucalipto tratado, paredes claras, piso ecológico.	Não Possui	Diminuição do consumo de energia elétrica, água e construção do esgotamento sanitário da região.

Quadro 7.2- Ações realizadas na dimensão ambiental
Fonte: Elaborado pelas autoras, 2015.

A dimensão social trata da igualdade de direitos entre homens e mulheres, do incentivo à gestão participativa, do quantitativo de funcionários deficientes no quadro, dos benefícios oferecidos aos funcionários e recebidos pelo governo, do apoio às obras sociais, esportes e educação, da transmissão das preocupações socioambientais para os públicos interno e externo, das melhorias sociais realizadas na comunidade em que a empresa está inserida e das

ações que as empresas praticam para serem reconhecidas como sustentáveis.

Um dos fatores de análise da dimensão social, de acordo com Schlange (2006) é a igualdade de direitos entre homens e mulheres, diante disso, percebeu-se que todos os empreendimentos pesquisados contratam pessoas tanto do sexo masculino quanto do sexo feminino. Esse quantitativo varia com as características das atividades desempenhadas, a exemplo de hotéis, como o caso,

que admitem mais mulheres do que homens (serviços de governanta). Os cargos de gerência são ocupados por homens e mulheres e não há deficientes no quadro de funcionários de nenhum dos empreendimentos analisados.

No que se refere à gestão participativa, todos os entrevistados ressaltaram que os funcionários participam e sugerem propostas nas reuniões ou conversas informais realizadas para apresentar decisões acerca do negócio. Evidencia-se que a participação nas decisões do Aruanã está diretamente relacionada à mudança de categoria do hotel.

No tocante aos benefícios oferecidos, observou-se que todas as empresas pagam os benefícios legais, além de acrescentar com planos de saúde e participação nos resultados (Aruanã), participações em cursos e confraternizações em datas festivas (Hotel Pousada do Sol). Esses achados coincidem com o estudo de Pimentel, Oliveira e Reinaldo (2012) que mostraram que as pequenas e médias indústrias do Ceará oferecem benefícios aos funcionários, além do que é determinado por lei.

Os empreendimentos estudados apoiam obras sociais, atividades esportivas e/ou educacionais. Verificou-se também que o apoio para atletas da região é prática comum do Hotel Pousada do Sol que patrocina o campeão de judô do estado e surfistas locais.

Observou-se que as razões para investir em práticas sociais oscilam de empreendedor para empreendedor (Bansal & Roth, 2000). Nesse sentido, foi possível notar que alguns realizam ações sociais para benefício dos seus negócios, o entrevistado do Hotel Pousada do Sol pratica esse tipo de ação por notar que outros hotéis também realizam doações ou patrocínios, fato antagônico ao empreendedor do Aruanã que justifica que suas razões partem da sensação de bem-estar em ajudar os outros e do próprio sentimento de associativismo inculcado na sua cultura.

É unânime entre os entrevistados que a realização de ações de natureza social impacta positivamente (Young & Tiley, 2006) na imagem organizacional (Aligleri, Aligleri & Kruglianskas, 2009). Detectou-se que os empreendedores presumem

que a população associa esse tipo de prática aos produtos ou serviços comercializados pelos empreendimentos, e que essas ações resultam em uma boa divulgação dos negócios.

A opinião dos entrevistados variou no que tange as melhorias na comunidade. De acordo com Young & Tiley (2006) essas ações podem ser chamadas de socioefetividade, ou seja, as empresas realizam atividades visualizando mudanças sociais, com o intuito de gerar impactos positivos e sustentáveis na comunidade onde estão inseridas.

O Aruanã aponta a drenagem de águas pluviais e a construção do sistema de esgotamento como melhorias significativas para as comunidades onde está inserido. Esse resultado difere do encontrado no estudo de Pimentel, Oliveira & Reinaldo (2012), no qual os autores destacam que as empresas pesquisadas tinham índice quase nulo de atividades relacionadas às comunidades onde estavam inseridas.

Assim como nas outras dimensões, as conversas rotineiras e informais são os pontos comuns em que a preocupação com a sociedade e com o meio ambiente é transmitida para os funcionários dos empreendimentos estudados, todavia, além desse meio de comunicação outras ferramentas são utilizadas para transmitir a importância socioambiental, a exemplo dos treinamentos. Um aspecto interessante é que o processo seletivo do Aruanã Eco Praia Hotel serve de ferramenta para filtrar funcionários potenciais que demonstram preocupação socioambiental, o que facilita a posterior transmissão da preocupação com os ambientes sociais e naturais.

Nenhum dos empreendimentos analisados recebeu ou recebe benefícios fiscais por serem ecologicamente e socialmente corretos. Mesmo assim, todos adotam ações para serem reconhecidos como sustentáveis seja pela divulgação por meio de redes sociais (Hotel Pousado do Sol), pela associação a órgãos estratégicos no setor de atuação, como é o caso do Aruanã, associado a SBClass, no site do empreendimento, em sites específicos do ramo de atuação (Hotel Pousada do Sol). O Quadro 8 apresenta o resumo de todas as ações realizadas na dimensão social.

Empreendimento	Igualdade de Direitos/Cargos De Gerência	Gestão Participativa	Deficientes	Benefícios
Aruanã Eco Praia Hotel	Maioria de mulheres, cargos de gerência igualmente divididos	Funcionários participam das decisões	Não	Benefícios legais, plano de saúde e distribuição dos lucros
Hotel Pousada do Sol	Maioria de mulheres, cargos de gerência igualmente divididos	Funcionários participam das decisões	Não	Benefícios legais, cursos de capacitação, comemoração em datas festivas

Quadro 8- Ações na dimensão social

Fonte: Elaborado pelas autoras, 2015.

Em relação as dificuldades para adotar características sustentáveis, autores como Young & Tiley (2006) afirmam que a maioria dos empreendimentos tem dificuldade de explorar a suficiência, a futuridade e, principalmente, a sustentabilidade ambiental. Esty & Winston (2008) salientam que as empresas precisam encontrar novas maneiras de se diferenciar, e se não o fizerem terão dificuldades de acompanhar o ritmo de mercado. Nessa pesquisa, as dificuldades enfrentadas pelos empreendedores sustentáveis dizem respeito à contratação de fornecedores, comercialização dos produtos/serviços, adoção de fontes alternativas de energia, economia de água e energia elétrica e implantação de práticas sustentáveis.

O Hotel Pousada do Sol, empreendimento consolidado há mais tempo no mercado, apresentou dificuldades para a contratação de fornecedores devido à falta de acesso a tecnologia. Hoje, o entrevistado ressalta que não há dificuldade para contratar ou contatar fornecedores. Quanto às dificuldades para adoção de fontes alternativas de energia, o entrevistado do Hotel Pousada do Sol, à época da implantação das placas de aquecimento solar, apontou como dificuldade a inexistência de mão-de-obra especializada no mercado sergipano para fabricação e instalação deste tipo de equipamento. O Aruanã não apontou dificuldade nesse quesito.

No que se refere às dificuldades para economizar energia elétrica e água, a conscientização

dos funcionários é a principal barreira quando se trata desse tipo de economia, de acordo com o entrevistado do Aruanã Eco Praia Hotel. É importante destacar que, o entrevistado do Hotel Pousada do Sol pontuou que o custo para manter o sistema de reuso de água em funcionamento é uma das dificuldades enfrentadas pelo empreendimento, já o entrevistado do Aruanã Eco Praia Hotel salientou que o elevado valor de aquisição desse tipo de sistema é também uma dificuldade.

Quanto à venda dos produtos, os entrevistados declararam que não há dificuldades para a comercialização e atrelaram o aumento da consciência da população à crescente procura por produtos/serviços com preocupação ecológica. É interessante frisar que, o estudo de Linnanen (2002) concluiu que quando se refere às dificuldades, criar mercado é mais difícil para os empreendedores ambientais, ressalta que o raciocínio ético esbarra na cultura empresarial, pois a comunidade e a economia não estão maduras o suficiente para financiar as inovações ambientais. No que tange às dificuldades para a implantação de práticas sustentáveis o entrevistado do Aruanã Eco Praia Hotel afirmou que, em função do custo, houve dificuldade na aquisição de material para a construção da estrutura física. O Quadro 9 apresenta as dificuldades dos empreendedores entrevistados no que se refere à implantação de práticas sustentáveis.

Empreendimento	Apoio a Obras Sociais, Esporte Educação	Melhorias Sociais	Transmissão da Preocupação com o Meio Social Ambiental	Ações Reconhecidas como Sustentável
Aruanã Eco Praia Hotel	Obras sociais, educacionais e teatro.	Limitadas pois o hotel é afastado das residências	Treinamentos e reuniões.	Site, <i>facebook</i> , associação ao SBClass.
Hotel Pousada do Sol	Obras sociais, e atletas da região.	Empregos e doações	Conversas informais, reuniões e treinamentos.	Divulgação site, <i>e-booking.com</i> e <i>facebook</i> .

Quadro 9 - Dificuldades Enfrentadas

Fonte: Elaborado pelas autoras, 2015.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo buscou, por meio da análise de múltiplos casos, analisar as motivações e ações sustentáveis implementadas pelos empreendedores do setor hoteleiro em Sergipe, com base nas dimensões econômica, ambiental e social.

Os resultados desse estudo indicaram que os empreendedores praticam ações sustentáveis, como a aquisição e comercialização de produtos ecológicos, a utilização de fontes alternativas de energia, os esforços para economizar água e energia elétrica, os meios para

descartar lixo e resíduos sem poluir o ambiente, o apoio às obras sociais, atletas e eventos voltados para a educação, bem como as melhorias nas comunidades as quais suas empresas estão inseridas.

As ações praticadas nas dimensões da sustentabilidade poderiam ser utilizadas como estratégia para obter maiores ganhos e incrementar os negócios. Os custos iniciais de implantação de fontes alternativas de energia ou de equipamentos e produtos ecoeficientes são compensados com o retorno financeiro e com o provável aumento do número de

clientes, já que o mercado se apresenta cada vez mais exigente quanto à preservação do meio natural.

Nota-se que esse tipo de empreendedor realça quaisquer características sustentáveis existentes em seus negócios utilizando redes sociais, *sites*, panfletos, *folders* e integrando as responsabilidades ambiental e social nas declarações de missão e visão organizacional.

Parece que esses tipos de práticas causam satisfação aos empreendedores não somente por conta dos retornos financeiros, mas também por estarem contribuindo com o meio ambiente e com a comunidade em que estão inseridos. Satisfação esta, observada em diversos momentos da pesquisa, desde o primeiro contato, até as visitas *in loco* nas quais os entrevistados expressavam orgulho em possuir um empreendimento no qual as preocupações ambientais e sociais eram visíveis.

Ficou evidente que, mesmo com dificuldades em relação aos custos dos produtos sustentáveis e da conscientização dos públicos internos e externos, nos casos descritos, os empreendedores estão evoluindo, paulatinamente, com relação às ações quem compõem o tripé da sustentabilidade, mas ainda existem muitos desafios a alcançar para que essa seja a filosofia de todas as empresas, independente dos seus produtos ou serviços.

Sabe-se que esse estudo não esgota as possibilidades de pesquisa sobre o empreendedorismo sustentável no setor hoteleiro em Sergipe. Desse modo, no intuito de dar continuidade às pesquisas sobre o tema, sugere-se que seja realizado um estudo quantitativo, em que as variáveis possam ser quantificadas verificando a correlação entre elas, no intuito de conhecer a frequência de acontecimentos das variáveis em estudo, bem como criar tipologias para os empreendedores sustentáveis sergipanos, tal qual Linnanen (2002), Schaltegger (2002), Taylor & Waley (2003) e Oscanoa (2010) que classificaram os empreendedores por nomenclaturas correspondentes às ações sustentáveis praticadas.

REFERÊNCIAS

- Alakeson, V.& Sherwin, C. (2004) “Innovation for sustainable development”. Forum for the Future, London, UK.
- Ballou, B.& Heitger, D.& Landes, C. “The Future of Corporate Sustainability Reporting: A Rapidly Growing Assurance Opportunity”. Journal of Accountancy, 65:74, 2006.
- Bansal, P& Roth, K. (2000) “Why companies go green: a model of ecological responsiveness”. The Academic Management Journal, 43 (4), 717:736.
- Basu, A. & Osland, A. & Solt, M. (2008) “A New Course on Sustainability Entrepreneurship”. The NCIIA 12th Annual Meeting. Massachusetts-National Collegiate Inventors and Innovators Alliance, 71:78.
- Bos-Brouwers, H. (2010) “Sustainable innovation processes within small and medium-sized enterprises”. Amsterdam.
- Boszczowski, A. K.& Teixeira, R. (2012) “O empreendedorismo sustentável e o processo empreendedor: em busca de oportunidades de novos negócios como solução para problemas ambientais e sociais”. Revista Economia e Gestão da PUC Minas, 12(29).
- Cohen, B & Winn, M.(2007) “Market Imperfections, opportunity and sustainable entrepreneurship”. Journal of Business Venturing, 22.
- Dean, T.J., McMullen, J.S. Toward a Theory of sustainable entrepreneurship: reducing environmental degradation through entrepreneurial action. Journal of Business Venturing, 22, 50:76.
- Dean, T.J., McMullen, J.S. (2007) “Toward a Theory of sustainable entrepreneurship: reducing environmental degradation through entrepreneurial action”. Journal of Business Venturing, n. 22, 50:76.
- Demil, B.& Lecocq, X.(2010) “Business Model Evolution: In Search of Dynamic Consistency”. Long Range Planning, 43(2/3), 227:246.
- Dias, R. (2011) “Gestão Ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade”. São Paulo: Atlas.
- Dixon, S. E& Clifford, A. (2007) “Ecopreneurship : a new approach to managing the tripple bottom line”. Journal of Organizational Change Management, 20(3), p. 326:344.
- Dyllick, T.& Hockerts, K.(2002) “Beyond the business case for corporate sustainability”. Business Strategy and the Environment,130:141,.
- Eisenhardt, K. M. (1989). Building Theories from Case Study. Research Academy of Management Review, 14(4), 532-550.
- Esty, D. C.& Winston, A.(2008) “O Verde que vale ouro: como empresas inteligentes usam a estratégia ambiental para inovar, criar valor e construir uma vantagem competitiva”. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier.

- Fedozzi, C.V.& Rizzo, F.M.& Wendler, M.F.& Bortolin, R.M. & Alberton, A.(2012) “Pousada Recanto da natureza: empreendedorismo verde para um futuro sustentável”. Revista Alcance, 19 (1),119:137.
- Godoy, A. S. (1995) “Introdução à Pesquisa Qualitativa e suas Possibilidades”. São Paulo. Revista de Administração de Empresas, 35(2),57:63, mar.- abr.
- Han, H., Hsu, L.J.& Sheu, C. Application of the Theory of Planned Behavior to green hotel choice: Testing the effect of environmental friendly activities. *Tourism Management*, Hong Kong, v. 31, p. 325-334,Jun. 2010.
- Hockerts, K.(2011) “Sustainability innovations: ecological and social entrepreneurship and the management of antagonistic assets”. (Dissertação): University of Skt. Gallen, Germany, 2003.
- Holt, D. (2011) “Where are they now? tracking the longitudinal evolutions of environmental businesses from the 1990s”.*Business Strategy and the Environment*. 4, 238:250.
- Isaak, R. (2002) “The making of the ecopreneur”. *Green Management International*.
- Jabbour, C.& Santos, F. C.A.& Barbieri, J.C. (2008) “Gestão Ambiental Empresarial: um Levantamento da Produção Científica Brasileira Divulgada em Periódicos da Área de Administração entre 1996 e 2005”. *Revista de Administração Contemporânea*, 689:715.
- Jenkins, H. (2009) “Business opportunity: model of corporate social responsibility for small: and medium:sized enterprises”. *Business Ethics: A European Review*, 18(1), 21:36.
- Johansson, G.& Magnusson, T.(1998) “ Eco-innovation –A novel phenomenon?” *Journal of Sustainable Product Design*, October issue, 7:15.
- Klewitz, J.& Zeyen, A.(2005) “The Role of Intermediary Organizations in Eco:Efficiency Improvements in SMEs: A Multi:Case Study in the Metal and Mechanical Engineering Industries in Germany”. Lüneburg: Centre for Sustainability Management (CSM), 2010.
- Krueger, N.F. Sustainable Entrepreneurship: Broadening Definition of Opportunity. *Entrepreneurship in a Diverse World*, 7.
- Linnanen, L.(2002) “An insider’s experience with environmental entrepreneurship”. *Greener Management International*, 38, 71:80.
- Mair, J.& Marti, I. (2006) “Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction and deligh”. *Journal of Word Business*, 41, 36:44.
- Masurel, E. (2006) “Why SMEs Invest in Environmental Measurs: Sustainability Evidence from mSmall and medium:Sized Printing Firms”. *Business Strategy and Environment*, 16, 190:201.
- MINISTÉRIO DO TURISMO (2013). “Plano Nacional de Turismo 2013-1016, turismo fazendo muito mais pelo Brasil. Recuperado de http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/plano_nacional/downloads/plano_nacional/PNT_-_2013_2016.pdf em 20 de junho de 2013.
- Mitchell, D.& Coles, C. (2003) “The ultimate competitive advantage of continuing business model innovation”. *Journal of Business Strategy*, 24(5),15:21,.
- Morrish, S.C., Miles, M.P., Polonky, M.J.(2011) “ An exploratory study of sustainability as a stimulus for corporate entrepreneurship”. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 18,162:171.
- Oscanoa, M. (2010) “Is Clean green?” Master Tesis Umea School of Business.
- PARRISH, B. D. (2009) “Sustainability : driven entrepreneurship: principles of organization design”. *Journal of Business Venturing*, 25, 510:523.
- Pascual, O.& Klink, A.& Grisales, J.(2011) “Create Impact ! Handbook for Sustainable Entrepreneurship”. Colophon.
- Pastakia, A. (2002) “Assessing Ecopreneurship in the Context of a Developing Country The case of India”, *Greener Management International*, 93:108.
- Pimentel, T. A. B.& Oliveira, L. G. L.& Reinaldo, H. O. A. (2012) “Análise do empreendedorismo sustentável em micro, pequenas e médias indústrias do Ceará”. *Revista UNA*, 17(4) 85:104, out.-dez.2012.
- Sachs, I.(1993) “Estratégias de Transição para do século XXI – Desenvolvimento e Meio Ambiente”. São Paulo: Studio Nobel – Fundação para o desenvolvimento administrativo.

- Saunders, M.& Lewis, P.& Thornill, A. (2007) “A Research methods for bussines students”. 4th ed. Harlow: Pearson Education.
- Schaltegger, S.& Wagner, M.(2011) “Sustainable Entrepreneurship and Sustainable Innovation: categories and interactions”. *Business Strategy and the Environment*, 20(4), 222:237,.
- Schlange, L.E.(2006) “What drives sustainable entrepreneurs?” *ABEAI*, 2006, 1:11.
- Schmidt, C.M.& Dreher, M.T.(2007) “ Cultura empreendedora: empreendedorismo coletivo e perfil empreendedor”. *Revista de Gestão USP*, São Paulo, 15(1), 1:14.
- SEBRAE.(2011) “Critérios de classificação de empresas: EI:ME:EPP, 2011”. Disponível em http://www.sebrae.sc.com.br/leis/default.asp?vcdt_exto=4154. Acesso em: 13 fev. 2013.
- Sela, V. & Sela, F. & Franzini, D.(2006) “Ensino do Empreendedorismo na educação básica, voltado para o desenvolvimento econômico e social sustentável: um estudo sobre a metodologia "Pedagogia Empreendedora" de Fernando Dolabela”. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS:GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO. 30, 2006, Salvador. Anais...Salvador ANPAD.
- Sharper, M.(2002) “The essence of Ecopreneurship”. *Greenleaf Publishing& Environmental Entrepreneurship*, 26:30.
- Sneddon, J.& Mazzarol, T. (2011) “Exploring the Nexus between Sustainable Entrepreneurship and Ethical Consumerism”. *Australian & New Zealand Marketing Academy*.
- Souza, P. A. R.& Fragata, J.& Assis, C. A. R.& Canto, D. S. (2012) “Empreendedorismo e desenvolvimento local: o caso da produção de bijóias na Amazonia”. *Revista Ciencis Sociales*, maio.
- Tang, J., Kacmar, K. M.& Busenitz, L.(2010) “Entrepreneurial alertness in the pursuit of new opportunities”. *Journal of Business Venturing*.
- Teece, D.(2010) “Business models, business strategy and innovation”. *Long Range Planning*, 43(2/3), 172:194.
- Venkataraman, S. (1997) “The Distinctive Domain of entrepreneurship research”. In: J. Katz& R. Brockhaus, *Advances in entrepreneurship, firm emergence and growth*. Greenwich, CT: JAI Press.
- Yin, Robert K.(2010) “Estudo de Caso: Planejamento e Métodos”. 4. ed. Porto Alegre: Bookman,.
- Young, W& Tilley, F. (2006) “Can sustainable entrepreneurs become the true wealth generators of the future?” *Greener Management International*, 55, 19:92.
- Zott, C.& Amit, R.& Massa, L. (2011) “The Business Model: Recent Developments and Future Research”. *Journal of Management*, 37(4), 1019:1042.