

Universidade Federal da Paraíba
Centro de Ciências Sociais Aplicadas
Programa de Pós-Graduação em Administração
Curso de Mestrado Acadêmico em Administração

Fabiana Faustino da Cruz

**CONTRIBUIÇÕES DE ECOINOVAÇÕES PARA A SUSTENTABILIDADE NO
SETOR HOTELEIRO NO MUNICÍPIO DE JOÃO PESSOA- PB**

João Pessoa - PB

2018



Fabiana Faustino da Cruz

**CONTRIBUIÇÕES DE ECOINOVAÇÕES PARA A SUSTENTABILIDADE NO
SETOR HOTELEIRO NO MUNICÍPIO DE JOÃO PESSOA- PB**

Dissertação apresentada como requisito parcial para
obtenção do título de mestre em Administração no
Programa de Pós-Graduação em Administração da
Universidade Federal da Paraíba.

Área de Concentração: Administração e Sociedade.

Orientador: Prof. Dr. Gesinaldo Ataíde Cândido

João Pessoa - PB

2018

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

C957c Cruz, Fabiana Faustino da.

Contribuições de ecoinovações para a sustentabilidade
no setor hoteleiro no município de João Pessoa- PB /
Fabiana Faustino da Cruz. - João Pessoa, 2018.

144 f. : il.

Orientação: Gesinaldo Ataíde Cândido.

Dissertação (Mestrado) - UFPB/CCSA.

1. Administração. 2. Ecoinovação - Setor hoteleiro -
João Pessoa. 3. Ecoinovação - Contribuições. 4.
Sustentabilidade - Setor hoteleiro. I. Cândido,
Gesinaldo Ataíde. II. Título.

UFPB/BC

FOLHA DE APROVAÇÃO

Fabiana Faustino da Cruz

CONTRIBUIÇÕES DE ECOINOVAÇÕES PARA A SUSTENTABILIDADE NO SETOR HOTELEIRO NO MUNICÍPIO DE JOÃO PESSOA- PB

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de mestre em Administração no Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal da Paraíba.

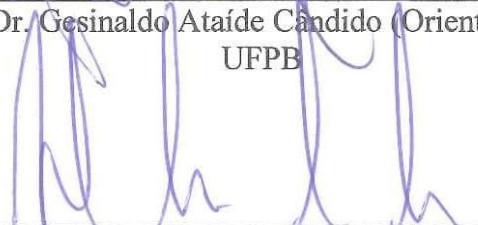
Área de Concentração: Administração e Sociedade.

Dissertação aprovada em: 27 / 02 / 2018

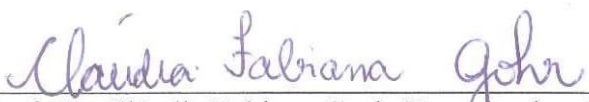
Banca examinadora:



Prof. Dr. Gesinaldo Ataíde Cândido (Orientador)
UFPB



Prof. Dr. Aldo Leonardo Cunha Callado (Examinador Interno)
UFPB



Prof. Dr. Cláudia Fabiana Gorh (Examinadora Externa)
UFPB

Ao dedicar este trabalho, com amor e admiração, a Deus pela força divina que me sustenta cotidianamente e, a minha família pela cumplicidade e incentivo ao meu crescimento em todos os sentidos, registro: é por vocês que prossigo sorrindo...

AGRADECIMENTOS

Após o longo caminho para a concretização de mais um sonho, é chegado o momento de agradecer profundamente a todas as pessoas que me incentivaram, acreditaram e me ajudaram, e que prosseguem ao meu lado compartilhando de todas as minhas conquistas.

Agradeço primeiramente a Deus, por ter me capacitado para alcançar este objetivo em minha carreira acadêmica, fortalecendo e direcionando os meus passos. Junto a ti, eu serei forte e corajosa para dar continuidade à caminhada em busca dos próximos objetivos e sonhos.

A minha Santa Nossa Senhora Aparecida, padroeira do meu país, que me socorreu nas horas de aflições e desespero, intercedendo por mim junto ao seu filho e Senhor Jesus Cristo.

Aos meus pais e melhores amigos Nelson e Arlinda pela dedicação e incentivo ao meu aperfeiçoamento intelectual, pelo exemplo que são e sempre serão, e pela força que me deram durante toda a minha vida.

Aos meus queridos irmãos Fabiano e Flaviano, pelo elo forte de afeto e amizade que nos une e por somarmos forças na alegria e na tristeza. Juntos somos mais fortes.

Aos meus ternos avós paternos e maternos, que sempre me acalentaram com o aconchego de seus abraços durante esta etapa, em especial a vó Ester, por conviver em nossa casa há mais de 20 anos nos alegrando no auge de seus 102 anos.

Ao Arthur meu namorado, por me apoiar e compartilhar com amor e felicidade cada uma das conquistas. Pelo elo forte de afeto e amizade entre nós. Agradeço a Deus por ter você ao meu lado.

Ao meu orientador Gesinaldo Ataíde Cândido, pela condução do meu aprimoramento intelectual, pelas contribuições, por seu comprometimento e por acreditar em mim.

À Kalline e família, Mary, Gisléia, Jéssyca, Simone, Janinha, Ítalo, Márcio, Edu, Oseas, Léo e Kennedy, os quais acompanharam o meu cotidiano, na maioria das vezes longe, sendo amigos fundamentais nesta fase e a todos àqueles a quem posso chamar de amigos.

À parceira de pesquisa e amiga Fernanda, por nossas conversas e estudos, por vezes, de domingo a domingo e até de madrugada! Foi sensacional a nossa parceria!

À Renata Vasconcelos pelo elo forte de amizade firmada no mestrado.

Aos colegas da turma 41, pela convivência que me proporcionou grandes aprendizados, em especial às ações de solidariedade, no primeiro ano do mestrado, das

colegas Thaís Lopes, Amanda, Josi e Renata, fruto de um acordo inicial de nossa turma frente a minha condição de não bolsista.

Aos mestrandos da turma 40 e aos doutorandos das turmas anteriores, pela acolhida e pela importante troca de aprendizado.

A todos os professores do PPGA, em especial ao professor Anielson Barbosa da Silva, por seu constante incentivo ao meu aperfeiçoamento contínuo e à professora Ana Lúcia Coelho pelo diálogo aberto e incentivador. Aos funcionários da Coordenação do PPGA, em especial a Diego, Helena e Joca. Ao professor da graduação Francisco Roberto Guimarães pelo incentivo aos estudos e a não desistir dos meus sonhos.

À banca examinadora composta pelos professores Aldo Leonardo Cunha Callado e Cláudia Fabiana Gohr pelas valiosas contribuições.

À Psicóloga Lawrencita Maroja Limeira e aos funcionários do Centro de Referência em Atenção à Saúde – CRAS/UFPB. A todos que fazem a Residência Universitária – RUMF-UFPB, estudantes e funcionários, pela acolhida calorosa, pelo espírito solidário, parceiro e destemido com que me receberam em especial à Samara e Angélica, residentes que me acolheram em seus quartos e, a Jobson e Manoel por viabilizarem a minha estadia, inicialmente, junto à RUMF-UFPB.

Aos participantes das sessões de Biodança do Departamento de Fisioterapia da UFPB, em especial às professoras Cláudia Gatto e Clélia Maria e à professora de Yoga Vânia do Departamento de Fisioterapia da UFPB.

À Universidade Federal da Paraíba, em especial na representação da Pró-Reitoria de Pós-Graduação e Pesquisa (PRPG), Maria Luiza, a qual eu serei sempre grata por incentivar a minha caminhada no mestrado e pela abertura ao diálogo, no intuito de alcançarmos algumas conquistas também para os estudantes da Pós-graduação, a exemplo da minha estadia na Residência Universitária.

Aos gestores e proprietários das empresas pesquisadas pela confiança e disponibilidade no fornecimento das informações.

A todas as pessoas que contribuíram, de alguma forma, para a conclusão desta etapa e para que o sonho de ser mestre se concretizasse.

Por fim, concluo com um pequeno grande recado: **Gratidão a todos!**

"Posso ter defeitos, viver ansioso e ficar irritado algumas vezes, mas não esqueço de que minha vida é a maior empresa do mundo... E que posso evitar que ela vá à falência. Ser feliz é reconhecer que vale a pena viver apesar de todos os desafios, incompreensões e períodos de crise. Ser feliz é deixar de ser vítima dos problemas e se tornar um autor da própria história... É atravessar desertos fora de si, mas ser capaz de encontrar um oásis no recôndito da sua alma... É agradecer a Deus a cada manhã pelo milagre da vida. Ser feliz é não ter medo dos próprios sentimentos. É saber falar de si mesmo. É ter coragem para ouvir um "Não"!!! É ter segurança para receber uma crítica, mesmo que injusta... Pedras no caminho? Guardo todas, um dia vou construir um castelo..."

(Fernando Pessoa)

RESUMO

A ecoinovação é um tema que vem sendo estudado e discutido no meio acadêmico e, merece destaque por se constituir em um fator preponderante ao alcance gradativo de práticas de negócios pautadas em alternativas de cunho sustentável e inovador ao meio empresarial dinâmico. Nesta perspectiva, a pesquisa teve como objetivo geral identificar os tipos de ecoinovações no setor hoteleiro no município de João Pessoa – PB e suas contribuições para esta atividade econômica na região. Para o alcance dos objetivos propostos, tomou-se por base a pesquisa de campo, a qual foi efetivada mediante aplicação de questionário, com a intenção de verificar quais ecoinovações presentes na literatura são utilizadas pelos hotéis e pousadas e quais as características das empresas do setor. Para tanto, lançou-se mão da pesquisa *survey*, cujo instrumento de pesquisa utilizado foi materializado por um questionário fechado denominado “*Check List* de ecoinovações”; e da mensuração por meio da escala de *likert*, sob o formato de pesquisa quantitativa. Para atingir os objetivos propostos nesta pesquisa, foi aplicada a análise de dados através do *software* SPSS. Esta investigação permitiu identificar um conjunto de ecoinovações que estão sendo adotadas pelos hotéis e pousadas do município de João Pessoa – PB, como também mensurar de forma quantitativa o nível de adoção dessas ecoinovações, que se apresentou como baixo na região, apesar do grau de importância concedido pelos respondentes ter se apresentado alto. Ficou evidente, que o porte influencia na utilização de ecoinovações, e que o fato dos tomadores de decisão possuírem grau de parentesco entre si não exerce influência favorável à ocorrência de ecoinovações. No entanto, a presença de maior qualificação profissional pode ser identificada como fator influenciador para a utilização de ecoinovações pelas empresas, tendo em vista que apenas um respondente possui especialização e nenhum deles mestrado ou doutorado. Espera-se que os resultados desta aplicação prática auxiliem futuros estudos, facilitando na compreensão da literatura na área, bem como a melhoria das formas de atuação das empresas.

Palavras-chave: Ecoinovação. Sustentabilidade. Setor hoteleiro.

ABSTRACT

Eco-innovation is a subject that has been studied and discussed in the academic middle and is worthy of note because it is a preponderant factor in the gradual reach of business practices based on alternatives of sustainable and innovative aspects to the dynamic business environment. In this perspective, the research has had as general aim to identify the types of eco-innovations in the hotel sector in the municipality of João Pessoa - PB and their contributions to this economic activity in the region. The way chosen to reach the proposed objectives passed by the field research, which was carried out through the application of a questionnaire, with the intention of verifying which eco-innovations in the literature are used by hotels and inns and what are the characteristics of the companies in the sector. For that, the research survey was used, whose research instrument was materialized by a closed questionnaire called "Check List of eco-inovations"; and measurement through the likert scale, under the format of quantitative research. To achieve the objectives proposed in this research, data analysis was applied through the SPSS software. The sample considered in the survey was of 45 companies in the hotel sector of the municipality of João Pessoa - PB. The main characteristics found in the research of the companies were: significant presence of micro and small companies, according to IBGE criteria; all the companies surveyed destined their services to the state, national and foreign markets; One evidenced the presence of a higher number of managers with a kinship degree and managers with higher education(graduation). This research allowed to identify a set of eco-innovations that are being adopted by the hotels and inns of the municipality of João Pessoa - PB, as well as to measure in a quantitative way the level of adoption of these eco-innovations, which presented itself as low in the region, despite of the degree of importance granted by the respondents has presented high. It has stayed evident that the bearing influences the use of eco-innovations, and that the fact that the decision-makers have a degree of kinship do not have a favorable influence on the occurrence of eco-innovations. However, the presence of higher professional qualification can be identified as an influencing factor for the use of eco-innovations by companies, considering that just one respondent has specialization and none of them master, doctoral or postdoctoral, according to the variables related apart from the assumptions made in the research. One hope that the results of this practical application help to future studies, facilitating the understanding of the literature in the area, as well as the improvement of the ways of acting of the companies.

Keywords: Eco-innovation. Sustainability. Hotel sector.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Representação do Modelo <i>Triple bottom line</i>	29
Figura 2 – Dimensões da Sustentabilidade.....	31
Figura 3 – Modelo focado na dimensão econômica.....	36
Figura 4 – Desenho das etapas da pesquisa.....	76
Figura 5 - Localização Geográfica do município de João Pessoa – PB.....	77

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Conceitos de Eco inovação.....	42
Quadro 2 – Principais diferenças conceituais.....	44
Quadro 3 - Perspectivas de análise de tipologias de eco inovação.....	49
Quadro 4 – Dimensões e componentes da tipologia de Könnölä, Carrillo-Hermosilla e Gonzalez (2009).....	52
Quadro 5 – <i>Framework</i> para caracterização da eco inovação.....	52
Quadro 6 – Atores envolvidos no processo de inovação para proteção ambiental.....	59
Quadro 7 – Classificação para eco inovações aplicadas a hotéis.....	70
Quadro 8 – Classificação de eco inovações.....	70
Quadro 9 – Variáveis da pesquisa.....	79
Quadro 10 – Escala numérica da pesquisa e suas respectivas variáveis.....	79
Quadro 11 – Escala numérica do grau de importância das eco inovações pesquisadas.....	80
Quadro 12 – Dimensões e Indicadores de eco inovações para a Hotelaria.....	80

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Informações Gerais sobre os Meios de Hospedagem localizados na no município de João Pessoa-PB.....	82
Tabela 2 - Função dos respondentes na empresa.....	88
Tabela 3 - Sexo dos respondentes.....	88
Tabela 4 - Idade dos respondentes.....	89
Tabela 5 - Local de origem dos respondentes.....	89
Tabela 6 - Grau de escolaridade dos respondentes.....	90
Tabela 7 - Cursos dos respondentes.....	90
Tabela 8 - Tempo de experiência profissional dos respondentes.....	91
Tabela 9 - Tempo de atuação das empresas no mercado.....	92
Tabela 10 - Classificação do porte da empresa de acordo com o IBGE.....	93
Tabela 11 - Origem do capital das empresas.....	93
Tabela 12 - Usuários dos serviços das empresas.....	94
Tabela 13 - Principais tomadores de decisão.....	94
Tabela 14 - Utilização de ecoinovações na categoria Energia.....	96
Tabela 15 - Grau de importância na categoria Energia.....	97
Tabela 16 - Utilização de ecoinovações na categoria Recursos Hídricos (Fontes de uso).....	98
Tabela 17 - Grau de importância na categoria Recursos Hídricos (fontes de uso).....	98
Tabela 18 - Utilização de Ecoinovações na categoria Recursos Hídricos – Destinação.....	99
Tabela 19 - Grau de importância na categoria Recursos Hídricos – Destinação.....	100
Tabela 20 - Utilização de Ecoinovações na categoria Resíduos – Sólidos.....	100
Tabela 21 - Grau de importância na categoria Resíduos – Sólidos.....	102
Tabela 22 - Utilização de Ecoinovações na categoria Resíduos – Orgânicos.....	102
Tabela 23 - Grau de importância na categoria Resíduos – Orgânicos.....	103
Tabela 24 - Utilização de Ecoinovações na categoria Transportes.....	104
Tabela 25 - Grau de importância na categoria Transportes.....	104
Tabela 26 - Utilização de Ecoinovações na categoria Construção.....	105
Tabela 27 - Grau de importância na categoria Construção.....	105
Tabela 28 - Utilização de Ecoinovações na categoria <i>Marketing</i>	106
Tabela 29 - Grau de importância na categoria <i>Marketing</i>	107
Tabela 30- Utilização de Ecoinovações na categoria Consciência dos colaboradores.....	108

Tabela 31- Grau de importância na categoria Consciência dos Colaboradores.....	109
Tabela 32 - Utilização de Eco inovações na categoria Produtos e Serviços.....	110
Tabela 33 - Grau de importância na categoria Produtos e Serviços.....	110
Tabela 34 - Utilização de Eco inovações na categoria Práticas Sustentáveis.....	112
Tabela 35 - Grau de importância na categoria Produtos e Serviços.....	112
Tabela 36- Maior utilização de Eco inovações em todas as categorias investigadas.....	114
Tabela 37 - Nível de ocorrência de eco inovações.....	116
Tabela 38 – Proposição 1 e nível de ocorrência de eco inovações.....	118
Tabela 39 - Proposição 2 e nível de ocorrência de eco inovações.....	118
Tabela 40 - Proposição 3 e Nível de ocorrência de eco inovações.....	119

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABIH	Associação Brasileira de Indústrias Hoteleiras
CCSA	Centro de Ciências Sociais Aplicadas
CFC	Clo-rofluorcarboneto
CMMAD	Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
LED	<i>Light Emitting Diode</i> – “Diodo emissor de luz”
MH	Meios de Hospedagem
Mtur	Ministério do Turismo
MS	Mato Grosso do Sul
OCDE	Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico
OECD	<i>Organization for Economic Co-operation and Development</i>
OIS	Organização Inovadora Sustentável
OMT	Organização Mundial do Turismo
PBTur	Empresa Paraibana de Turismo
PPGA	Programa de Pós-Graduação em Administração
RSC	Responsabilidade Social Corporativa
SBClass	Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem
PSS	<i>Product-Service System</i> – “Sistema Produto-Serviço”
TBL	<i>Triple Bottom Line</i>
TICs	Tecnologias de informação e comunicação

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	16
1.1 Contextualização do tema e apresentação do problema de pesquisa.....	16
1.2 Objetivos.....	23
1.2.1 Objetivo Geral.....	23
1.2.2 Objetivos Específicos.....	23
1.3 Justificativa.....	24
1.4 Estrutura do trabalho.....	28
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	29
2.1 Sustentabilidade.....	29
2.2 Desenvolvimento Sustentável.....	33
2.3 Inovação.....	37
2.4 Eco inovação.....	39
2.4.1 Tipologias de eco inovação.....	47
2.4.1.1 Tipologia de eco inovação de Rennings.....	49
2.4.1.2 Tipologia de eco inovações de Andersen.....	50
2.4.1.3 Tipologia de eco inovações de Kemp e Foxon.....	51
2.4.1.4 Tipologia de eco inovações de Könnöllä, Carrillo-Hermosilla e Gonzalez.....	52
2.4.1.4.1 Dimensão <i>Design</i> de eco inovação.....	54
2.4.1.4.2 Dimensão Usuário de eco inovação.....	55
2.4.1.4.3 Dimensão Produto-serviço de eco inovação.....	56
2.4.1.4.4 Dimensão Governança de Eco inovação.....	57
2.5 Setor hoteleiro.....	61
2.6 Eco inovações no setor hoteleiro.....	63
2.6.1 Pesquisas sobre eco inovações no setor hoteleiro.....	65
2.7 Síntese do capítulo.....	72
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	74
3.1 Qualificação da pesquisa.....	74
3.1.1 Classificação da pesquisa.....	74
3.1.2 Etapas de desenvolvimento da pesquisa.....	75
3.1.3 Caracterização da área de estudo.....	76
3.2 Delimitações da pesquisa.....	77

3.2.1 Caracterização da atividade hoteleira do município de João Pessoa – PB.....	77
3.2.2 Definição das variáveis.....	78
3.2.3 Definição do universo e amostra da pesquisa.....	81
3.2.3.1 Universo da pesquisa.....	81
3.2.3.2 Definição da amostra da pesquisa.....	82
3.3 Procedimentos para coleta de dados.....	83
3.3.1 Técnica de coleta de dados.....	83
3.3.2 Instrumento de coleta de dados.....	84
3.4 Procedimentos para a análise dos resultados da pesquisa.....	85
3.4.1 Técnicas de análise dos dados.....	85
3.4.2 Análise.....	86
4 ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	87
4.1 Informações sobre o perfil dos respondentes.....	88
4.2 Características das empresas.....	91
4.3 Aspectos relacionados à ocorrência e grau de importância das ecoinovações pesquisadas.....	94
4.4 Análise das premissas da pesquisa.....	116
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	120
5.1 Limitações e recomendações da pesquisa.....	121
REFERÊNCIAS.....	124
ANEXO I – Carta de apresentação da pesquisa.....	135
APÊNDICE I – Questionário da pesquisa.....	136
ANEXO II – Universo da Pesquisa.....	141

1. INTRODUÇÃO

Neste primeiro capítulo, será apresentada a contextualização da temática ecoinovações, ressaltando sua importância e contribuições, bem como da necessidade das empresas inovarem de forma sustentável, de modo a atenderem as demandas do mercado e, ao mesmo tempo, obterem êxitos sem gerar prejuízos ao meio ambiente. Para tanto, será realizada a problematização da temática, inserindo-a no contexto da literatura, respaldada pela pergunta de pesquisa e as discussões acerca das lacunas encontradas na área; em seguida serão evidenciados os objetivos do trabalho, a justificativa do estudo e o detalhamento da estrutura do trabalho.

1.1 Contextualização do tema e apresentação do problema de pesquisa

Os estudos voltados às inovações sustentáveis (ecoinovações), especialmente no que se refere a sua aplicação junto ao contexto organizacional, vêm ganhando notoriedade à medida que crescem as demandas dos usuários de produtos e serviços por uma postura cada vez mais criativa e sustentável das organizações. Ademais, há a necessidade de desmistificar o entendimento de ecoinovações, enquanto voltadas a atender apenas as necessidades ambientais, tendo em vista que estes estudos envolvem muito além deste equívoco, ou seja, sua aplicação se dá sob as bases de um contexto muito mais amplo, pautado em três dimensões sustentáveis: social, ambiental e econômica.

As consequências, nem sempre favoráveis ao equilíbrio dos investimentos nas três dimensões, vêm requerendo uma maior atenção das empresas quanto à necessidade de melhor intervir no contexto em que estão inseridas, considerando suas particularidades e desafios próprios, através da implementação de ecoinovações. Por conseguinte, este imperativo traz à tona a relevância dos estudos voltados ao tema e suas formas de atuação nas organizações, sobretudo na contemporaneidade, marcada por significativas transformações tecnológicas, ambientais, sociais, econômicos, culturais, dentre outros aspectos peculiares à sociedade de mercado.

Neste sentido, temas vinculados à ecoinovação estão cada vez mais em evidência tanto no âmbito acadêmico quanto no que diz respeito ao contexto do mercado (MAÇANEIRO; CUNHA, 2010; BOCKEN et al., 2014; CAI; ZHOU, 2014; BRONZERI et al, 2015; COELHO, 2015; BRASIL et al., 2015; BRASIL, et al., 2016; FERREIRA; et al.,

2016; HOFF; AVELLAR; ANDRADE, 2016; MENEZES; CUNHA, 2016; SANCHES; GOMES; MELO, 2016). Desse modo, o crescimento contínuo da competitividade no âmbito global, bem como o aumento da demanda por eficiência operacional com redução de custos e qualidade, somado às regulações socioambientais, à pressão das partes interessadas (*stakeholders*)¹ e à velocidade da transformação tecnológica, apresentam-se como desafios cada vez mais crescentes, postos às empresas que, por sua vez, buscam tornar possíveis o surgimento e manutenção de suas práticas e políticas de ecoinovação (PINSK, et al., 2015).

Do ponto de vista teórico há dificuldades para delimitar a amplitude das ecoinovações, em função do número relativamente pequeno de estudos sobre o tema e, o campo de estudos sobre ecoinovações é emergente e precisa ser mais explorado (MAÇANEIRO; CUNHA, 2010; SANCHES; GOMES; MELO, 2016; ALOISE; NODARI; DORION, 2016).

No caso das empresas, particularmente, se espera que essas desenvolvam mudanças na forma da gestão de produção e operações, para que sejam menos agressivas ao meio ambiente. Para o atendimento das demandas do mercado, as organizações, em geral, consomem uma quantidade significativa de recursos naturais para manterem os seus processos produtivos. Por esta razão, o alcance da ecoinovação depende também do envolvimento das empresas neste propósito, tendo em vista que, para atender aos princípios da sustentabilidade é necessário que governos, organizações sociais, sociedade em geral e também as empresas adotem um comportamento responsável e participativo.

Independente do setor e atividade produtiva, os cuidados com a preservação ambiental e com a utilização eficiente dos recursos produtivos devem ser preocupações reais, tanto para atender regulamentações, existentes ou potenciais, quanto para melhorar a utilização destes recursos, seja pela eliminação de desperdícios, pelo reaproveitamento de resíduos industriais e/ou pela substituição de materiais virgens por materiais secundários, que podem contribuir decisivamente para a redução de custos produtivos e/ou para diferenciar as empresas em seu setor, através de uma condição produtiva ecologicamente correta.

Nesse contexto, se por um lado, o cenário atual apresenta-se como desafiador e complexo para as empresas, por outro, a ecoinovação apresenta-se como uma nova alternativa válida e promissora às estratégias de diferenciação e oportunidades de negócios ecoinovadoras.

¹ A teoria dos **Stakeholders** possui suas origens principalmente na sociologia, no comportamento organizacional e na política de interesses de grupos específicos. Tem como foco principal gerenciar e integrar os relacionamentos e os interesses de acionistas, funcionários, clientes, fornecedores, comunidades e outros grupos, com vistas a assegurar o sucesso da empresa no longo prazo (SILVEIRA; YOSHINAGA; BORBA, 2005).

Uma ecoinovação trata-se de uma inovação diferenciada, por conduzir a benefícios ambientais, ainda que corresponda simplesmente a uma alternativa de produção ambientalmente menos prejudicial, ou seja, que minimize o impacto negativo decorrente das atividades produtivas e do consumo/descarte dos produtos (RENNINGS, 1998, 2000; ANDERSEN, 2006, 2008; KEMP; FOXON, 2007; KÖNNÖLÄ, CARRILLO-HERMOSILLA; GONZALEZ, 2009). Além disso, a implementação de uma ecoinovação não precisa possuir um objetivo ambiental, mas necessita produzir um benefício ambiental quando comparada a alternativas correspondentes. Todavia, a mensuração dos benefícios de uma ecoinovação não é simples, pois seus efeitos podem estar relacionados a outras dimensões além da tecnológica, o que indica uma dificuldade para delimitar a amplitude de seus resultados (Idem).

Sabe-se que as empresas sobrevivem dos lucros e ganhos econômicos, todavia, defende-se aqui a seguinte ideia: para que tais empresas sobrevivam é necessário também que estas se utilizem de estratégias sustentáveis, as quais por sua vez, impactem positivamente no desenvolvimento da sociedade como um todo; tendo em vista, que não se tem como obter resultados empresariais positivos em uma sociedade “adoecida”, prejudicada pela degradação ambiental e/ou sem satisfação social e poder de consumo.

Esta realidade denota a forte tendência da maioria das empresas em impulsionarem a implementação das ecoinovações sob a maior influência do desenvolvimento econômico, concedendo menor relevância à necessidade de preservação do meio ambiente e às questões sociais, em que estas últimas, por sua vez, encontram pouco espaço na maioria das decisões empresariais.

Cabe destacar, que existe uma expressiva quantidade de estudos voltados à sustentabilidade na hotelaria (MALTA; MARIANI, 2013; MARTINS, et al., 2013; MENEZES; CUNHA; CUNHA, 2013; MENEZES; CUNHA, 2014), todavia estes estudos não relacionam a sustentabilidade nos empreendimentos hoteleiros vinculada à questão da inovação. É evidente a tendência ao foco apenas nas questões ambientais, que por sua vez, legitima a necessidade de uma maior intensificação destes estudos ocorrerem de forma interligada à temática das ecoinovações, sob o ponto de vista das três dimensões da sustentabilidade: ambiental, social e econômica.

A sustentabilidade tornou-se tão imprescindível na hotelaria atual que, no Brasil, o Ministério do Turismo (Mtur), por meio da Portaria nº 100, de 16 de junho de 2011, no Brasil, criou o Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem (SBClass), no

qual os requisitos definidos para as categorias de cada tipo de estabelecimento abrangem três aspectos: serviços, infraestrutura e sustentabilidade (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010).

Deste modo, a fim de reduzir os impactos ambientais que os produtos e serviços oferecidos geram ao planeta, os gestores dos meios de hospedagem precisam buscar alternativas sustentáveis somadas ao estabelecimento de programas e políticas mais eficientes.

Neste caminho, as empresas hoteleiras devem aderir ao conceito de sustentabilidade, no intuito de se adaptarem às ações socioambientais, de modo a diminuir custos, criar diferencial, focalizar público e, principalmente, se autopromover, transformando em renda o patrimônio ambiental e natural (MALTA; MARIANI, 2013).

Estudos desenvolvidos por Malta e Mariani (2013) junto a gestores de hotéis em Campo Grande – MS revelaram que estes correlacionam a sustentabilidade apenas à dimensão ambiental, requerendo destes também dirigirem-se às demais dimensões presentes nela.

Menezes e Cunha (2014; 2016) apontam, com base em pesquisas acerca da visão dos representantes dos hotéis investigados, que há mais barreiras que incentivos para o desenvolvimento de ecoinovações e que este desenvolvimento é motivado, em grande parte, como forma de adquirir vantagem competitiva.

Neste contexto, a sustentabilidade do ambiente no qual o meio de hospedagem encontra-se inserido, constitui-se de essencial importância ao segmento hoteleiro, devendo fazer parte das decisões estratégicas e operacionais da administração do hotel. Todavia, afim de que os objetivos ambientais esperados pelos hotéis sejam alcançados, faz-se necessário não somente investimentos em sensibilização e capacitação interna, como também a prática da educação ambiental entre os hóspedes e a população, supondo-se que uma quantidade significativa de hóspedes, ao chegarem a um hotel, utilizam mais recursos como água e energia, por exemplo, do que se estivessem em suas casas. Acredita-se que tal fato ocorre devido, sobretudo, à percepção do pagamento, em que persiste o discurso de que se está pagando, portanto pode-se gastar sem limites.

A hospitalidade e a sustentabilidade no segmento hoteleiro devem se desenvolver em conjunto, compreendendo o indivíduo enquanto ser necessitado de anseios, ao invés de incentivar a cultura do chamado “cliente-rei”, que por sua vez, pode interferir negativamente em uma cultura organizacional guiada pela sustentabilidade. Deste modo, deve-se sensibilizar o usuário dos serviços à cultura da sustentabilidade, com vistas à harmonização entre o lucro, responsabilidade social e respeito ao meio ambiente, em que a sustentabilidade assuma o papel de balizadora do limite máximo suportável pelo ecossistema, o qual quando

ultrapassado, resulte na inospitalidade do empreendimento hoteleiro em relação ao meio natural que lhe cerca.

Neste sentido, Rodrigues et al. (2017) chamam a atenção para a importância da indústria hoteleira quanto ao cumprimento de um papel fundamental, que é o de sensibilizar os hóspedes a fazerem uso racional de produtos, meios energéticos e eletroeletrônicos, de modo a estimulá-los à redução do impacto ambiental também fora de suas paredes.

Para Kirk (1996), os meios de hospedagem abrangem um setor que gera impactos ambientais significativos, comprovados pela emissão de dióxido de carbono, emissão de clorofluorcarbono (CFC), alto consumo de energia, água, alimentos e elevado grau de desperdício. Neste contexto, possuem, efetivamente, um potencial poluidor devido a sua capacidade de gerar resíduos de diversas fontes, demandando ações práticas e efetivas voltadas à gestão de ecoinovações.

Rodrigues et al. (2017) em seus estudos junto ao setor hoteleiro, destacam, como um de seus principais resultados, a economia no consumo de energia neste segmento, por se tratar de uma prática mais comumente realizada pelos hotéis. Para estes autores, tal prática constitui-se relevante, tendo em vista que a eletricidade é gerada por um recurso natural imprescindível para a promoção do desenvolvimento sustentável, qual seja, a água. A este respeito, Martins et al. (2013) complementam, que a hotelaria exerce impacto ao meio ambiente, devido ao modo de utilização da água, energia, produtos químicos e eliminação de lixo e resíduos.

O segmento hoteleiro encontra-se diretamente vinculado ao impacto ambiental, tendo em vista, que uma quantidade significativa de hotéis está localizada em áreas de beleza natural, em cidades históricas e em regiões de delicado equilíbrio ambiental e, além das influências dos impactos ambientais, este setor encontra-se diretamente relacionado aos impactos socioculturais, com a hotelaria funcionando enquanto receptora e disseminadora de cultura, tendo em vista que o turista traz e leva informações culturais. Desta forma, o segmento hoteleiro não pode deixar de influenciar e ser influenciado pelo meio ambiente no qual está inserido (GONÇALVES, 2004).

Por sua vez, Sloan, Legrand e Chen (2013) acrescentam que os meios de hospedagem atuais vêm proporcionando uma cadeia de novos serviços, tais como restaurantes, bares, *spas*; e, portanto, o impacto ambiental destes empreendimentos, nos últimos anos, tem aumentado mais ainda.

No âmbito internacional, a atividade hoteleira, nos últimos anos, também vem se deparando com diversas barreiras para a implementação de ecoinovações, quais sejam: (1)

Ausência de recursos financeiros para investir em seus empreendimentos; (2) Pouca rentabilidade dos investimentos em sustentabilidade; (3) Complexidade da implementação das ecoinovações vistas como empecilhos ao seu desenvolvimento; (4) Ausência de direcionadores; (5) Falta de pessoal especializado para a implantação; (6) Falta de relevância local e (7) Falta de conscientização sustentável. (LEGRAND et al., 2012; BOHDANOWICZ e MARTINAC, 2003). Para Sloan, Legrand e Chen (2013), de modo geral, seja a nível internacional, nacional ou local o alto custo inicial; as dúvidas quanto ao retorno do investimento; falta de tempo; exigência de maior gerenciamento; interesse limitado pela falta de conhecimento na temática e controle e comunicação interna das políticas ambientais das redes hoteleiras, ainda apresentam-se como as principais razões que impedem a implementação de ecoinovações em muitos empreendimentos de hospedagem e merecem ser discutidos e problematizados, a fim de gerar avanços a toda a sociedade.

Neste sentido, ao situar o caso brasileiro da hotelaria, a congruência com esta realidade não é diferente, uma vez que persistem os seguintes obstáculos: (1) Dificuldades para obter algumas das tecnologias disponíveis no mercado; (2) Lacuna de incentivadores; (3) Ausência de regulação clara e apropriada, (4) Insuficiência de interesse geral de fornecedores e compradores; (5) Dificuldade para mostrar o retorno do investimento aos investidores; (6) Deficiência de recursos financeiros; (7) Carência de investimentos; (8) Falta de pressão dos hóspedes por melhorias; (9) Tamanho da empresa e (10) Falta de controle de todas as decisões, por trabalhar majoritariamente com franquias. Contudo, ainda é possível identificar alguns estímulos voltados ao desenvolvimento de ecoinovações aos meios de hospedagem no Brasil: (1) Legislação local; (2) Fundos para as inovações ambientais; (3) Parcerias com outras organizações; (4) Prêmios do mercado hoteleiro e (5) Engajamento com o futuro do planeta e das gerações futuras (MENEZES; CUNHA, 2016).

Frente a este contexto, esta pesquisa buscou identificar as ecoinovações existentes nos hotéis e pousadas de João Pessoa – PB, tomando por base a metodologia de identificação das tipologias de ecoinovação desenvolvida por **Könnölä, Carrillo-Hermosilla e Gonzalez (2008,2009)**. Estes estudiosos afirmam, que a introdução de inovações para a prática ambiental pode diminuir os impactos gerados pelos empreendimentos, aumentando seu desempenho organizacional e, como consequência, sua competitividade no mercado. Nesta perspectiva, a aplicação da referida metodologia, prospecta identificar as contribuições decorrentes da aplicação das inovações sustentáveis junto à realidade do segmento hoteleiro da região estudada. A tipologia de Könnölä, Carrillo-Hermosilla e Gonzalez (2009) é considerada mais completa, por seu caráter detalhista em suas dimensões e devido ao

destaque concedido à importância dos usuários no processo de desenvolvimento e difusão de ecoinovações (FARIAS, 2014), sendo considerada a tipologia mais apropriada para a qualificação de ecoinovações na análise do segmento hoteleiro localizado no município de João Pessoa - PB. Tal abordagem será mais bem elucidada, juntamente com outras metodologias propostas por demais estudiosos renomados neste assunto, no decorrer deste trabalho.

Tomando por base os estudos dos diversos autores em torno na temática ecoinovações, esta pesquisa elaborou uma síntese dos diversos conceitos apresentados por diversos autores, qual seja: a ecoinovação contempla a geração de um novo produto ou processo, por meio da produção, aplicação ou exploração destes, respaldados pela criação de novos e competitivos esforços inseridos em um processo de mudança sistêmica de cunho tecnológico e/ou social, que por sua vez, resultam na atração de rendas verdes ao mercado e redução do impacto ambiental (JAMES, 1997; RENNIGS, 1998; KEMP; FOXON. 2007; ARUNDEL; KEMP, 2009; ANDERSEN, 2008; FOXON; ANDERSEN, 2009; KÖNNÖLLA; CARRILLO-HERMOSILLA; GONZALEZ, 2008, 2009; REID; MIEDZINSKI, 2008; OECD, 2009 a).

O entusiasmo quanto ao desenvolvimento desta pesquisa, está na sensibilização para a incorporação de ecoinovações em todas as sociedades, seja a nível local, nacional e/ou internacional, sobretudo, nas atividades das empresas do setor hoteleiro, em função dos benefícios sociais, ambientais e econômicos que poderão ser gerados para os principais envolvidos (empresas produtoras, comunidade local, compradores, governo, etc.).

Nesta perspectiva, como loco de pesquisa foram selecionados os hotéis e pousadas localizados no município de João Pessoa – PB, por estes possuírem efetiva vocação e potencial de crescimento dada uma série de características específicas do setor.

Um fator importante nos estudos junto aos hotéis e pousadas, está em considerar a diversidade em termos de perfil destes empreendimentos, tais como porte, quantidade de funcionários, se é considerada empresa familiar ou não, público-alvo específico, dentre outras características diversas, as quais podem variar de acordo com a localidade e objetivos próprios de cada empresa. Ademais, deve-se levar em consideração o fato de que, quanto maior for a empresa, maior será sua capacidade financeira e, conseqüentemente, maior responsabilidade esta terá na realização de seus investimentos em ecoinovações.

Para tanto, foram formuladas as seguintes premissas desta pesquisa:

- **Premissa 1:** O maior porte da empresa influencia na maior preocupação com a busca e prática de ecoinovações e maior contribuição ao setor hoteleiro.

- **Premissa 2:** O tipo de organização (familiar ou não-familiar) da empresa influencia na maior preocupação com a busca e prática de ecoinovações e a maior contribuição ao setor hoteleiro.
- **Premissa 3:** A maior formação do gestor influencia na maior preocupação com a busca e prática de ecoinovações e maior contribuição ao setor hoteleiro.

Estas premissas pressupõem que, a atividade hoteleira nos empreendimentos, com tais características (porte, tipo e qualificação profissional), inserida em um ambiente intensamente exposto a pressões competitivas externas e internas e, causadoras de impacto ambiental significativo, será favorecida a partir da sensibilização para a incorporação de ecoinovações em suas atividades, em função dos benefícios ambientais, econômicos e/ou sociais que serão gerados para os principais envolvidos (empresas, comunidade local, compradores, fornecedores, governo, etc.). Deste modo, espera-se contribuir com novas perspectivas ao campo de pesquisa em hotelaria, bem como à atuação dos empreendimentos deste setor.

Neste contexto, estas premissas também visam contribuir para melhor responder à questão problema desta pesquisa, apresentada logo a seguir:

Quais os tipos de ecoinovações adotadas pelas empresas do setor hoteleiro do município de João Pessoa – PB, considerando características específicas (porte, tipo e qualificação profissional) das empresas do setor?

Para responder a este problema são propostos os objetivos a seguir.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo Geral

Analisar os tipos de ecoinovações no setor hoteleiro no município de João Pessoa – PB e suas contribuições para esta atividade econômica na região, a partir de características específicas do setor econômico.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Identificar se há influência das características (porte, tipo e qualificação profissional) das empresas com a adoção de ecoinovações;

- Adaptar a tipologia de ecoinovações proposta por Carrillo-Hermosilla, Gonzalez e Könnolä (2008, 2009) à realidade dos empreendimentos pesquisados;
- Tipificar as principais ecoinovações adotadas nas atividades dos hotéis e pousadas atuantes na região estudada;
- Verificar as possíveis contribuições de características do perfil dos gestores para as iniciativas de práticas de ecoinovações.

1.3 Justificativa

Os desafios postos ao desenvolvimento sustentável no contexto corporativo, considerando o potencial de transformação e a contribuição das empresas frente às pressões socioambientais, justificam a importância dos estudos voltados à ecoinovação.

Mendonça et al. (2012), em seus estudos de revisão sistemática da literatura voltados às ecoinovações revelam a inexistência de um consenso na literatura, no que diz respeito a sua definição e divisão tipológica. Por sua vez, a revisão de literatura, no tema, realizada por Pinsk et al. (2015) mostrou que a produção acadêmica sobre ecoinovações no Brasil permanece limitada, enquanto que no âmbito internacional, analisando a produção por país, a Holanda tem se destacado, uma vez que os periódicos holandeses *Ecological Economics* e *Research Policy*, foram os que mais publicaram artigos relacionados à temática, representando 23,9 % da produção científica. Outro dado importante revelou, que importantes pesquisadores, os quais publicam artigos na temática de ecoinovações, são de países europeus (HORBACH, 2008; KAMMERER, 2009; HORBACH; RAMMER; RENNINGS, 2012; TRIGUERO; MORENO-MONDEJAR; DAVIA, 2013; CUERVA; TRIGUERO-CANO; CÓRCOLES, 2014), o que evidencia a necessidade de mais pesquisas no âmbito brasileiro.

De acordo com os estudos bibliométricos realizados por Pinsk et al. (2015), verificou-se que o primeiro artigo brasileiro a respeito da temática sobre inovações sustentáveis foi publicado em 2008, com a primeira citação ocorrendo somente no ano de 2010 em um artigo publicado no mesmo ano, sendo que o artigo mais relevante, com 10 citações foi o de Barbieri (2010), estudioso que tem contribuído significativamente com as discussões iniciais e também atuais na área. Ao todo, estes três artigos mencionados receberam apenas 17 citações até o ano de 2015, quando foi desenvolvido o estudo bibliométrico (PINSK et al., 2015). Os dados elencados acima reafirmam que a produção acadêmica sobre inovação sustentável no Brasil ainda é incipiente e recente, ao passo que

também vem aumentando gradualmente ao longo dos anos (PINSK et al., 2015; FERIGOTTI e CUNHA, 2015).

Por sua vez, a nível internacional, as pesquisas desenvolvidas por Alois, Nodari e Dorion (2016) revelaram o destaque aos estudos com base em dados coletados, junto a empresas britânicas (KESIDOU; DEMIREL, 2012), voltados à importância dos fatores da demanda como influenciadores cruciais nas decisões das firmas quanto a investirem emecoinovações, alinhados às práticas de negócio com expectativas sociais e às exigências dos consumidores; às capacidades organizacionais relacionadas à existência de um sistema de gestão ambiental, seguidas do rigor das regulações ambientais e, também se destacaram as importantes contribuições da pesquisa quantitativa realizada na Alemanha, a fim de identificar os determinantes das ecoinovações, por tipo de impacto ambiental (HORBACH RAMMER; RENNINGS, 2012), como também a pesquisa desenvolvida com empresas europeias (TRIGUERO; MORENO-MONDEJAR; DAVIA, 2013) relacionada aos diferentes tipos de ecoinovação em pequenas e médias empresas (TRIGUERO; MORENO-MONDEJAR; DAVIA, 2013).

Para Barbieri et al. (2010), o crescimento econômico se constitui em algo sempre buscado por empresários e políticos, expresso na significativa adesão dada por estes ao movimento da sustentabilidade; enquanto os autores internacionais citados reconhecem que a literatura apresenta uma série complexa de diversos fatores determinantes das ecoinovações, tais como: relacionados à oferta, demanda ou fatores específicos da firma (ALOISE; NODARI; DORION, 2016).

PINSK et al. (2015) criticam a priorização das dimensões econômica e ambiental em detrimento do desinteresse na dimensão social, no que diz respeito às iniciativas de ecoinovação. Esta tendência das empresas a desenvolverem a sustentabilidade corporativa com foco no desenvolvimento econômico, sem muito entusiasmo com as questões voltadas à preservação e ao desenvolvimento do meio ambiente e sem nenhum interesse social, vem se tornando pauta de muitas agendas de discussão, seja na academia, no mundo dos negócios ou na sociedade, tendo em vista, que a omissão e negligência de toda uma sociedade pode gerar consequências irreversíveis. Desse modo, faz-se importante ficar atento a estas questões em todos os âmbitos da sociedade. Nesta perspectiva, este estudo buscará identificar se tal tendência também vem se sobressaindo nos hotéis e pousadas do município de João Pessoa - PB, em detrimento das práticas de sustentabilidade nas empresas.

Bronzeri et al. (2015) chamam a atenção, ao mencionar que as sociedades modernas vêm enfrentando um conjunto de problemas socioambientais de larga escala, os

quais se constituem em uma ameaça não somente à sobrevivência humana, mas também à qualidade de vida no planeta. Por sua vez, os estudos de Menezes; Cunha e Cunha (2013) apontam que há poucas pesquisas no Brasil, seja de cunho teórico ou empírico, que contemplam a inovação voltada à proteção ambiental com aplicação no setor de serviços direcionado à hotelaria.

Em termos de contribuição à literatura na área, este trabalho diferencia-se enquanto agregador de informações relevantes relacionadas à ocorrência de ecoinovações no município de João Pessoa – PB apoiando-se nas tipologias de ecoinovações propostas por Könnolä, Carrillo-Hermosilla e Gonzalez (2008, 2009) considerada a tipologia mais completa por seu caráter detalhista em suas dimensões e por destacarem a dimensão usuário no processo de desenvolvimento e difusão de ecoinovações (FARIAS, 2014), de modo a suscitar novas discussões e interesses de pesquisa, que propiciem a evolução do conhecimento e da investigação científica/acadêmica em ecoinovações a nível nacional e/ou internacional, sobretudo para o âmbito hoteleiro. Ademais, têm-se a expectativa da produção de resultados úteis enquanto referencial para estudiosos do tema, através da disponibilização da análise dos dados empíricos primários e secundários.

A contribuição esperada para os gestores, especialmente da rede hoteleira, seja a nível nacional ou internacional, está em disponibilizar a realidade percebida em um dado espaço de tempo e lugar, permitindo o acesso destes a dados recentes do setor, de modo a respaldar novas ações empresariais de cunho ecoinovador, bem como de permitir melhores intervenções e novas configurações dos gestores em suas ações junto aos seus clientes e, consequentemente, despertar e/ou reforçar a prática contínua da ecoinovação.

Os resultados práticos com suas respectivas análises poderão constituir-se em um conjunto geral de referências úteis para as organizações, gestores e interessados em atuar na área, como também para uma melhor compreensão e embasamento conceitual a respeito do assunto; permitindo o acesso ao percurso metodológico adotado para a aplicação e validação científica do trabalho e o conhecimento dos resultados, respaldados pela análise dos dados encontrados, com a descrição do levantamento empírico e suas respectivas interpretações e considerações finais, contando com as recomendações deste estudo, como ponto de partida e/ou de continuidade ao desenvolvimento de novas investigações científicas.

Frente a este contexto somado às premissas, pressupostos, problemas e os objetivos próprios dos estudos e pesquisas voltados às contribuições do processo de adoção de ecoinovações no segmento hoteleiro, além da existência de lacunas tanto na base teórica, quanto prática neste setor em suas relações com o desenvolvimento sustentável e,

considerando o fato das tipologias de ecoinovações permitirem sua aplicabilidade em qualquer atividade econômica, é que se confirma a importância de novas pesquisas e discussões em torno das ecoinovações e suas interações com o setor hoteleiro.

Destarte, acredita-se que as empresas cumprem uma função chave na busca pela sustentabilidade e por processos inovadores. E, partindo deste pressuposto, um significativo número de empresas tem recorrido às inovações voltadas aos requisitos do desenvolvimento sustentável, considerando aspectos sociais e ambientais (PICH et al., 2013).

Ademais, considera-se relevante aos meios de hospedagem estabelecerem programas e políticas, com vistas a evitar e/ou minimizar os impactos ocasionados pelos produtos e serviços ofertados, que por sua vez, podem gerar, a curto ou a longo prazo, significativos prejuízos a toda uma sociedade.

Kirk (1996) um dos primeiros autores a abordar a temática da sustentabilidade na hospitalidade (MENEZES e CUNHA, 2014), aponta que os meios de hospedagem podem estabelecer ações ambientalmente sustentáveis que favoreçam em quatro aspectos, quais sejam: (1) Gerenciamento da água; (2) Gerenciamento da energia; (3) Gerenciamento do ambiente interno do empreendimento, a exemplo da qualidade do ar, barulho, luz, entre outros e (4) Gerenciamento dos resíduos e materiais, tratando assuntos, tais como poluição e reciclagem.

Para tanto, faz-se oportuno o desenvolvimento desta pesquisa a fim de proporcionar novas contribuições e debates, bem como a adesão de estudiosos, profissionais e indivíduos interessados em somar esforços na busca por construir novas realidades frente a estas inquietações, as quais requerem ser discutidas sob diversos aspectos.

Ademais, estudar as possíveis contribuições geradas pela ecoinovação no setor de serviços hoteleiros constitui-se de uma relevância significativa para toda a sociedade, pelo fato de envolver temáticas que requerem uma discussão, cada vez mais crítica e enriquecida de debates, que precisam sair da teoria e adentrar os diversos espaços, carentes de iniciativas ecoinovadoras, seja no âmbito público ou privado.

Deste modo, a ampliação das ecoinovações no contexto atual compara-se à formação de um “quebra-cabeças da ecoinovação” composto de “peças” fundamentais (tipologias, dimensões e conceitos), que vem sendo construído de forma gradativa. Nesta expectativa, a incorporação das ecoinovações na estratégia de negócios das empresas apresenta-se como fator fundamental para alcançar a sustentabilidade dos processos produtivos dentro dos nichos (BRONZERI et al., 2015), desde que se considere o equilíbrio necessário entre os interesses econômicos, ambientais e sociais.

Portanto, a relevância da temática de ecoinovações no contexto acadêmico, bem como para a representatividade do setor hoteleiro brasileiro, justificam a realização deste estudo, em que o interesse consiste em evidenciar as principais contribuições decorrentes da aplicabilidade de ecoinovações no setor com base na tipologia de Könnölä, Carrillo-Hermosilla e Gonzalez (2008,2009).

1.4 Estrutura do trabalho

O presente trabalho está dividido em cinco capítulos. No **primeiro capítulo** foram apresentados a contextualização do tema, o problema de pesquisa, o objetivo geral e os específicos, bem como a justificativa da pesquisa.

Na sequência, o **segundo capítulo** contemplará o referencial teórico, que abordará as temáticas: Sustentabilidade; Desenvolvimento Sustentável; Inovação; Ecoinovação e as tipologias de ecoinovações com seus respectivos subtópicos: Tipologias de ecoinovações de Rennings; Tipologias de ecoinovações de Andersen; Tipologias de ecoinovações de Kemp e Foxon e Tipologias de ecoinovações de Könnölä, Carrillo-Hermosilla e Gonzalez; Setor hoteleiro; na sequência contemplará o setor hoteleiro, as ecoinovações no setor hoteleiro, bem como as pesquisas sobre ecoinovações no setor e por fim a síntese do capítulo.

Em seguida, o **terceiro capítulo** descreverá os procedimentos metodológicos, através dos seguintes tópicos: **Qualificação da pesquisa** (classificação da pesquisa, etapas de desenvolvimento da pesquisa e caracterização da área de estudo e modelo de análise); **Delimitações da pesquisa** (caracterização da atividade hoteleira no município de João Pessoa – PB; definição das variáveis da pesquisa; definição do universo e amostra – pesquisa; universo da pesquisa; definição da amostra da pesquisa); **Procedimentos para coleta de dados** (instrumento de coleta de dados) e **Procedimentos para a análise dos resultados da pesquisa** (técnicas de análise dos dados e análise).

Por sua vez, o **quarto capítulo**, apresentará a análise dos resultados da pesquisa por meio dos seguintes tópicos: Informações sobre o perfil dos respondentes; características das empresas; aspectos relacionados à ocorrência e grau de importância das ecoinovações pesquisadas e análise das premissas pesquisadas.

Por fim, o quinto capítulo evidenciará as considerações finais do trabalho, expondo as limitações encontradas e as recomendações e questionamentos, na perspectiva de gerar novos estudos e novas alternativas ao setor.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo serão apresentados os conceitos básicos relativos às ecoinovações e sua relação junto à perspectiva do desenvolvimento sustentável, como também as tipologias de ecoinovações desenvolvidas por diversos estudiosos do tema. Por conseguinte, será abordada a contextualização do setor hoteleiro, considerando seus principais desafios e perspectivas.

2.1 Sustentabilidade

O desafio da sustentabilidade como pauta prioritária das empresas persiste frente as consequências nefastas ao meio ambiente, resultantes de práticas prejudiciais a este em diversas esferas da sociedade e, conseqüentemente a todo o planeta, requerendo um olhar mais atento da classe empresarial, comunidade científica, governo e sociedade civil, de modo a provocar uma nova realidade que tenha como prioridade a defesa do meio ambiente.

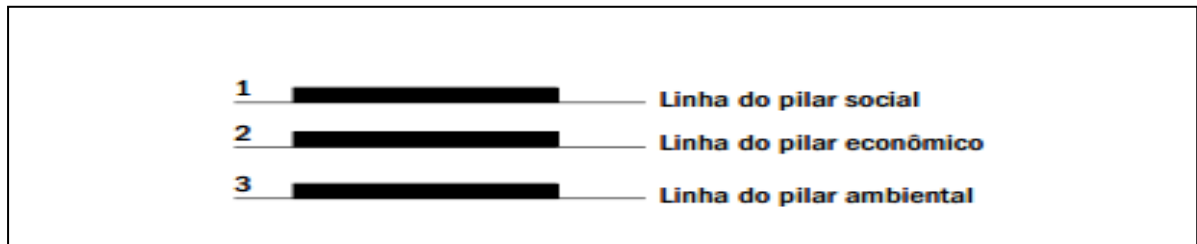
O conceito de **sustentabilidade** pode ser caracterizado por meio de diferentes perspectivas, uma vez que, enquanto no campo dos negócios esta possui significado tradicional; no tocante às questões ambientais, esta é aceita como uma medida que substitui processos produtivos poluidores, perdulários, insalubres e perigosos por outros mais limpos e poupadores de recursos (BARBIERI, 2007).

As palavras sustentável e sustentabilidade começaram a ser empregadas associadas à palavra desenvolvimento em meados da década de 1980, tendo como pano de fundo a crise ambiental e social que desde o início dos anos de 1960 já começava a ser percebida como uma crise de dimensão planetária (Idem, 2007, p.92).

Na visão de Elkington (2001) a definição de sustentabilidade mais difundida está fundamentada no equilíbrio e nos fatores de medição de desempenho das dimensões econômica, ambiental e social, representados pelo “**Modelo Triple Bottom Line**” - TBL (**Figura 1**) desenvolvido pelo próprio John Elkington.

Tal modelo tem como foco a necessidade de empreender uma gestão para a obtenção de resultados econômicos, sociais e ambientais positivos, denominadas por John Elkington, de linhas dos pilares sociais, econômicos e ambientais (BARBIERI et al., 2010).

Figura 1 – Representação do Modelo *Triple bottom line*



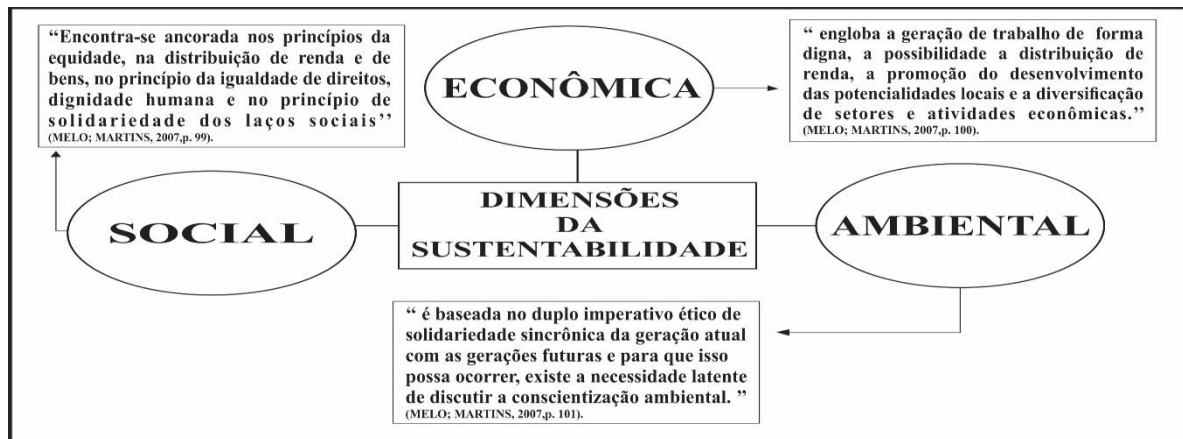
Fonte: Extraída de Elkington (2001)

O modelo apresentado na **Figura 1** reflete uma maior preocupação com as três esferas da sociedade (social, econômica e ambiental), ao destacar a necessidade de inovações ecoeficientes, que não somente reduzam a quantidade de materiais e energia por unidade produzida, eliminando substâncias tóxicas e aumentando a vida útil dos produtos por exemplo, mas que, ao mesmo tempo, evitem o desemprego, a desestruturação de competências, sem prejudicar as comunidades ou segmentos da sociedade, com vistas a gerar uma inovação sustentável (BARBIERI et al., 2010).

Segundo Rodrigues et al. (2017) a integração entre as três dimensões da sustentabilidade (social, econômica e ambiental) também é conhecida como **Responsabilidade Social Corporativa (RSC)** ou **Sustentabilidade Empresarial**. Tais conceitos convergem para uma mesma finalidade, qual seja, a de integrar os aspectos econômicos, sociais e ambientais aos negócios, sob a expectativa de que, simultaneamente, a empresa proporcione valor aos seus acionistas, somado à promoção de educação, cultura, lazer e justiça social à comunidade, sem prejudicar a diversidade e vida dos ecossistemas (VELLANI e REBEIRO, 2009).

O modelo contemporâneo de crescimento econômico gerou desequilíbrios globais, em que a abundante riqueza no mundo contrasta com a miséria, degradação ambiental e poluição crescentes. Neste sentido, a integração dos aspectos sociais, ambientais e econômicos da sustentabilidade com as políticas emergentes são cruciais para o século XXI (ELKINGTON, 2001). Esta discussão, que ganhou destaque a partir da década de 1990, tem se expandido no meio acadêmico face à relevância do tema para o mundo contemporâneo, como também pelo desafio que se impõe às empresas, governo e sociedade. Nesta perspectiva, a inovação deve estar alinhada às três dimensões da sustentabilidade (**Figura 2**), que tem como base o chamado “**Tripé da Sustentabilidade**”.

Figura 2 - Dimensões da Sustentabilidade



Fonte: Brito (2017) elaborado com base em Melo e Martins (2007).

Brasil et al. (2015) acrescentam, que para assegurar o desenvolvimento sustentável, faz-se necessário não somente conceder atenção aos fatores econômicos, mas também possuir uma visão socioambiental mais ampla. A este respeito, Walchhutter et al. (2016) chamam a atenção para a forte tendência das empresas em priorizar, por ordem de importância, as dimensões econômicas, em seguida, devido às regulamentações, estas investem nas dimensões ambientais e, por último e, minimamente, fazem concessões à intersecção com a dimensão social. Corroborando com tais autores, Pich et al. (2013) complementam, que inovar com foco apenas em uma das dimensões do desenvolvimento sustentável não é o bastante para que a empresa seja considerada uma organização inovadora sustentável.

Frente a este contexto de forte tendência das empresas, no que se refere aos seus investimentos de cunho econômico, em prejuízo das esferas ambiental e social, ponderando que esta última tende a ser menor considerada quando relacionada às demais; é que se torna urgente estimular a reconfiguração das formas de atuar das organizações neste sentido. Uma possibilidade está em sensibilizá-las à compreensão da importância da sustentabilidade implementada em sua totalidade (dimensões: econômicas, ambientais e sociais).

A sustentabilidade social de uma organização refere-se à responsabilidade por seus atos e compromissos firmados com as partes interessadas (*stakeholders*) e a sociedade em geral quanto à promoção de aspectos sociais; por sua vez, as dimensão ecológica ou ambiental abrange aspectos tais como uso de energia renovável, redução no consumo de energia e de água, reciclagem e reutilização, diminuição do uso de materiais que prejudicam a natureza, a exemplo dos plásticos, papelões, entre outros e; com relação à dimensão

econômica da sustentabilidade, considerando sua sintonia com as demais dimensões, esta envolve inovação, tecnologia e processos produtivos (BRASIL et al., 2015, 2016).

Neste contexto, torna-se oportuno destacar o caráter harmonioso promovido pela integração entre a proteção ambiental e o desenvolvimento social e econômico que a sustentabilidade propõe. Não obstante, o equilíbrio de todas as vertentes que compõem a sustentabilidade e a inovação se apresenta desafiador. (MALTA; MARIANI, 2013).

De fato, ainda não se constitui regra a inovação compreendida com base nas três dimensões da sustentabilidade, já que a inserção das dimensões sociais e ambientais necessita de novos instrumentos e modelos de gestão, que a tão pouco tempo vêm sendo desenvolvidos de forma mais intensa. Para tanto, o envolvimento das instituições de ensino e pesquisa, bem como dos órgãos governamentais, das instituições de normalização e das organizações da sociedade civil, se apresentam como fatores fundamentais neste processo evolutivo (BARBIERI et al., 2010). Desse modo, a expectativa é a de que sejam aprofundadas as reflexões relacionadas à importância da inovação alinhada à perspectiva da sustentabilidade, de modo a abranger todos os espaços organizacionais.

Neste aspecto, Berkhout e Green (2002) ressaltam que a interação entre inovação e sustentabilidade deve ser observada não apenas com foco na firma, visto que esta apresenta-se bastante estreita e sim, enfocando a gestão dos relacionamentos de toda a cadeia produtiva, no intuito de definir, informar e valorizar a inovação e sua interação com o ambiente. Destarte, o atendimento das dimensões para além da dimensão econômica, diferencia uma inovação sustentável de uma inovação comum, apresentando-se de acordo com os princípios da sustentabilidade. Neste processo, ao buscar atingir a sustentabilidade de sua atividade produtiva, uma empresa deve necessariamente incorporar inovações que, no mínimo, reduzam os impactos ambientais adversos.

Kaneipp et al. (2016) acrescentam, que a postura orientada para a ecoinovação irá guiar as ações empresariais através do desenvolvimento de novos produtos, serviços, tecnologias e processos, os quais integrem elementos econômicos, sociais e ambientais.

Deste modo, o grande desafio das empresas está em inovar tomando por base a perspectiva do desenvolvimento sustentável, adicionando valor aos produtos e processos e cooperando para a minimização dos impactos socioambientais decorrentes das atividades próprias destas organizações. Neste sentido, a sessão a seguir apresentará as discussões em torno do desenvolvimento sustentável.

2.2 Desenvolvimento sustentável

A integração entre desenvolvimento sustentável e ecoinovação possui relação direta com as perspectivas de desenvolvimento para as empresas, bem como para a sociedade como um todo, uma vez, que suas propostas se apresentam alinhadas aos ganhos de cunho não somente econômico, mas também de ordem socioambiental. Esta interação revela-se, ao mesmo tempo, complexa e ampla, por ambicionar realidades dinâmicas de crescimento e transformação sob diversos enfoques de análise.

Nesta perspectiva, o incentivo ao desenvolvimento sustentável e à ecoinovação constitui-se em um dos movimentos mais importantes do século XXI, uma vez que são várias as iniciativas relacionadas a esta área, apoiadas por empresas de setores específicos, tais como: hotéis, bancos, seguradoras e indústrias químicas, das quais fazem parte os grupos empresariais mais relevantes destes setores (BARBIERI et al., 2010).

Foi por volta do final do século XIX que ocorreram os primeiros sinais de preocupação com o planeta. Desta forma, com o advento da Revolução Industrial, a escala produtiva elevou sua quantidade de resíduos gerados (COOPER et al., 2007). Tal contexto induziu à constatação de que os recursos naturais eram esgotáveis, bem como fez surgir a necessidade de ponderar, na produção de bens e serviços, o meio ambiente e a sociedade; resultando na busca por soluções que contemplassem o desenvolvimento através do equilíbrio entre os fatores econômico, social e ambiental, conhecido, mais tarde, como Desenvolvimento Sustentável (MALTA; MARIANI, 2013).

Merece destaque o período marcado pela década de 1960, a qual ressaltou o sucesso na produção e nos serviços e, conseqüentemente, em termos de crescimento econômico, representando o início dos expressivos movimentos direcionados às preocupações com o planeta, em resposta ao período de rápido desenvolvimento do pós-guerra, com ênfase para a publicação do livro de Rachel Carlson, intitulado “A primavera silenciosa” (*Silent spring*), publicado em 1962 (COOPER et al., 2007). Em consequência de tais ganhos, houve um significativo esgotamento no fornecimento de materiais, resultante da poluição ocasionada pela industrialização em massa, dentre outros prejuízos ambientais, sob o risco de acarretar em uma diminuição do consumo. Esta problemática forçou a diminuição do número e do tamanho dos componentes dos produtos, que ocasionou na redução dos rejeitos e resíduos desfavoráveis ao meio ambiente. Por conseguinte, a década de 1970 contemplou a primeira conferência das Nações Unidas sobre o meio ambiente (Idem). Nesta perspectiva, estes

acontecimentos buscaram alertar a humanidade quanto aos efeitos nocivos ocasionados pelos agrotóxicos ao ambiente natural.

Neste cenário, como resultante de todas estas manifestações, destacou-se o movimento social que, por sinal, reuniu o maior número de chefes de Estado, marcando os eventos de 1992 ocorridos no Rio de Janeiro e em 2007 em Johannesburg. Historicamente, recorda-se, como marco inicial da ênfase maior ao desenvolvimento sustentável, a sua adesão por amplos setores do empresariado, no século passado, mais especificamente, em 1987, a partir da publicação do **“Relatório da Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento”** (CMMAD), conhecida como **“Comissão de Brundtland”**. Já o chamado **“Movimento pela Qualidade”**, demorou um tempo maior para o seu lançamento, tendo iniciado no período do pós-guerra, todavia, sua expansão apenas ocorreu nos anos de 1980, por razões externas ao âmbito empresarial, devido a pressões para se adequarem a um novo modelo de competição, o qual já estava ocorrendo em larga proporção (BARBIERI et. al, 2010). Nesta perspectiva, a sustentabilidade vai obtendo destaque a partir dos diversos acontecimentos, os quais marcaram significativamente as discussões a respeito do futuro do planeta e do provimento das necessidades da população no longo prazo (MENDONÇA et al, 2012).

Diferente do que aconteceu no “Movimento da Qualidade”, a aceitação das empresas ao desenvolvimento sustentável surgiu, em sua fase inicial, a partir de estímulos externos, isto é, de fora para dentro, em resposta às críticas e objeções das diversas entidades governamentais e da sociedade civil organizada, as quais responsabilizaram as empresas pelos processos de degradação social e ambiental com a geração de prejuízos em larga escala para todo o planeta. Dessa forma, a partir de então, a adesão das empresas às ações em prol do desenvolvimento sustentável, passou a significar uma fonte de diferenciação e qualificação para a competitividade e permanência dessas no mercado (BARBIERI et al., 2010).

De acordo com Pich et al. (2013) o conceito de desenvolvimento sustentável envolve três dimensões relevantes para a sociedade, quais sejam, ambiental, econômica e social. No entanto, apesar deste modelo de desenvolvimento sustentável abranger a todos, constituindo-se responsabilidade dos governos municipais, estaduais e federais, pode-se declarar que os empresários assumem papel fundamental neste processo, tendo em vista, que não se pode isolar os impactos oriundos das atividades nos mais variados setores da economia. Por conseguinte, para diversos estudiosos, o desenvolvimento é determinado pelas inovações empregadas e, neste caso, ao relacioná-las com o desenvolvimento sustentável, considera-se a inovação integrada às três dimensões do desenvolvimento sustentável.

O desenvolvimento sustentável gira em torno de cinco princípios fundamentais: (1) Qualidade de vida (2) Justiça e equidade; (3) Participação e parceria; (4) Cuidado com o meio ambiente e (5) Respeito pelas restrições ecológicas (SANTOS; DIAS; CÂMARA, 2011). No entanto, o desenvolvimento sustentável não é algo estável, fixo e harmonioso, considerando que a exploração dos recursos, a direção dos investimentos, a orientação do desenvolvimento tecnológico e a mudança institucional se modificam constantemente em busca da superação do desafio da sociedade atual: satisfação da sociedade no presente sem comprometer as gerações futuras; como também a sustentabilidade só acontece efetivamente - de forma sistêmica e holística - se houver engajamento dos diversos atores sociais (governo, empresas e sociedade civil) (Idem).

As preocupações com o desenvolvimento sustentável têm gerado muitos questionamentos em torno da manutenção do crescimento econômico e o alcance da condição de sustentabilidade para as gerações presente e futura. Nesta perspectiva, o debate em torno da sustentabilidade tem sido ampliado à medida que várias áreas do conhecimento fornecem contribuições teóricas e a partir de grupos de direitos humanos e ambientais que pressionam os governos para que estes assegurem as condições de sobrevivência do planeta para as gerações presente e futura.

Um fator preocupante suscitado por Tidd e Bessant (2008) diz respeito à abordagem convencional aplicada à inovação e à sustentabilidade, a qual ocorre por meio de instrumentos de comando e controle, regulação e punição, devido a um determinado não cumprimento, fator este que torna a mudança lenta e incremental no cotidiano das empresas.

Por outro lado, estes autores (Idem) apoiam e sugerem uma abordagem mais efetiva focada na compreensão de que a tecnologia, somada aos mercados e à sociedade, é capaz de possibilitar, de forma construtiva, inovações que gerem novas soluções à problemática ambiental, tais como: produção limpa, isto é, redução do impacto ambiental no ciclo de vida dos produtos, bem como processos mais eficientes, por meio da redução de resíduos; uso de tecnologias alternativas com a redução de emissões e a utilização de novos serviços, a exemplo da substituição ou redução do consumo de produtos e, a inovação em sistemas através das práticas de mensuração e monitoramento.

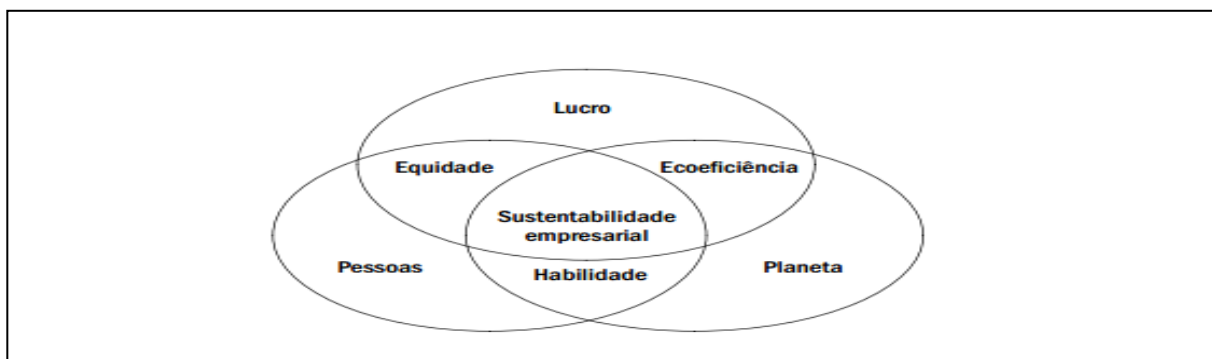
Uma crítica suscitada por Maçaneiro e Cunha (2010) diz respeito à problemática das dificuldades encontradas pela área ambiental quanto à incorporação dos processos de tecnologia, ao passo que quanto às preocupações de ordem econômica, a exemplo da competitividade, pressões da demanda e investimento; a inovação tem se mantido estreitamente vinculada.

Deste modo, ainda persiste uma forte tendência à implementação das inovações sustentáveis suscitadas, sobretudo, por incentivos econômicos, tais como os incentivos fiscais, sanções, regulamentações e, pela busca da lucratividade em detrimento das ações voltadas à junção da diminuição dos riscos ao meio ambiente em parceria com melhores ganhos financeiros, ao invés de priorizar apenas um interesse. Freeman (1996) adverte que somente com o aumento da concentração sobre o “efeito estufa”, maior atenção tem sido dada à mudança institucional, tais como incentivos econômicos e sanções e, em contrapartida, pequena atenção tem sido dispensada à mudança técnica, a exemplo das inovações técnicas com fontes renováveis de energia.

Nesta perspectiva, no intuito de aliar a inovação às preocupações com o meio ambiente, vêm crescendo as discussões em torno das inovações sustentáveis (CARRILLO-HERMOSILLA, GONZÁLEZ e KONNOLA, 2008, 2009; ANDERSEN, 2009; OCDE, 2009, ANDERSEN, 2008, KEMP; FOXON, 2007). Para tanto, a inovação como propulsora da sustentabilidade demanda mudanças no contexto empresarial, necessitando estar relacionada a um modelo de negócios, que por sua vez, considere estrategicamente o êxito econômico, o bem-estar social e a preservação ambiental (KANEIPP et al., 2016).

Complementando, Barbieri (2007) destaca que o processo de inserção das inovações sustentáveis deve avaliar as consequências socioambientais, impedindo o foco apenas na avaliação econômica (**Figura 3**), como forma de prevenir que as empresas caiam no preciosismo do interesse desenfreado pela geração de lucros e crescimento econômico em prejuízo dos fatores socioambientais (BARBIERI, 2007).

Figura 3 – Modelo focado na dimensão econômica



Fonte: Barbieri et al. (2010).

Pesquisas desenvolvidas por Maçaneiro e Cunha (2010) apontam uma quantidade significativa de estudos nas áreas de gestão da inovação tecnológica e seus processos, como também na área da sustentabilidade econômica e social. Todavia, estes mesmos estudos

indicam pouca ocorrência de pesquisas e ações que examinem a interação entre inovação e sustentabilidade.

Assim, ao analisar os conceitos e pressupostos inerentes ao processo de inovações sustentáveis, tem-se a seguinte reflexão: **O que é uma organização inovadora sustentável?**

É certo que uma organização que foca na inovação insere novidades de qualquer formato em bases sistemáticas e obtém os resultados esperados (BARBIEIRI, 2007) e, que uma organização orientada para a sustentabilidade, busca ser eficiente em termos econômicos, respeitando a capacidade de apoio do meio ambiente, sendo ferramenta de justiça e inclusão social (BARBIERI et al., 2010). Por sua vez, uma Organização Inovadora Sustentável (OIS) não é aquela que introduz novidades de qualquer tipo e sim, pode ser considerada aquela que insere novidades que atendam às múltiplas dimensões da sustentabilidade em bases sistemáticas, colhendo resultados positivos para si, para a sociedade e o meio ambiente.

2.3 Inovação

Primeiramente, faz-se importante caracterizar o conceito de **inovação**, que foi inicialmente destacado a partir dos estudos de Schumpeter (1982), entendida como a introdução de um novo produto, método de produção, abertura de mercado, aquisição de fonte de matérias-primas, tratando-se, portanto, de uma novidade para a organização e para o ambiente de sua inserção.

De acordo com o Manual de Oslo:

Inovações de produto envolvem mudanças significativas nas potencialidades de produtos e serviços. Incluem-se bens e serviços totalmente novos e aperfeiçoamentos importantes para produtos existentes. Inovações de processo representam mudanças significativas nos métodos de produção e de distribuição (OCDE, 2005, p. 23).

Para Tidd e Bessant (2008), o termo inovação é definido como impulsionado pela capacidade de detectar conexões, visando identificar oportunidades de melhoria em produtos, serviços e processos, transformando ideias em realidade e aproveitando-as, não somente através de novos mercados, mas também por meio de novas ofertas a mercados que já existem.

Segundo Barbieri et al. (2010) é necessário que as organizações sejam inovadoras, considerando que suas estruturas, atores e campos devem estar abertos à criatividade, operando de maneira mais livre e mais sustentável, nas quais o modelo de organização

inovadora sustentável apresente-se como uma resposta às pressões institucionais, sendo estas organizações capazes de inovar com eficiência em termos econômicos, sociais e ambientais.

Tendo em vista, que a inovação possui potencialidade para envolver praticamente todos os aspectos da atividade humana, torna-se de grande relevância compreender o que estimula a inovação e como se pode tirar dela o máximo de benefício (EL-KAFAFI; LIDDLE, 2010). Deste modo, a inovação se apresenta como fator fundamental para que as organizações estabeleçam padrões de sustentabilidade, contemplando dimensões sistemáticas, de forma equitativa com o apoio de recursos naturais, como também, introduzindo novidades em intersecção com a sustentabilidade (BARBIERI, 2007).

Na visão de Ferreira et al. (2016) a inovação destaca-se como um dos principais instrumentos de contribuição à sustentabilidade das empresas, por meio de alterações tecnológicas, de produtos e gestão, os quais podem possibilitar uma dinâmica distinta à atuação das organizações, com vistas à redução dos impactos sociais e ambientais.

Farias, Medeiros e Cândido (2016) ressaltam, que além de responderem às exigências legais, muitas empresas despertam para a importância de incorporar preocupações socioambientais em suas estratégias competitivas, na expectativa de obter oportunidades de ganhos no futuro, sendo estas empresas responsáveis pelas implicações de suas ações, abrangendo os impactos diretos, a exemplo das externalidades que comprometem terceiros, as ações que abarcam toda a cadeia produtiva e o ciclo de vida dos seus produtos e serviços.

Nesta perspectiva, a transformação na maneira de intervir das empresas pode ser estimulada por meio de uma melhor compreensão acerca da dimensão dos riscos ocasionados pelos impactos globais, somada às contribuições de instituições sociais que, por sua vez, revelam-se mecanismos importantes ao aprofundamento do processo de sensibilização ecológica e de transformação dos valores socioculturais da empresa (Idem).

Ao aproximar o conceito de inovação à questão ambiental, os autores Carrillo-Hermosilla, González e Könölla (2008, 2009) ressaltam que a inovação para a proteção ambiental melhora o desempenho ambiental, possibilitando benefícios às organizações que a exploram, com melhorias na operação e na redução dos custos gerados pela gestão ineficaz de recursos; diminui a poluição, o desperdício e os custos de gestão; cumpre com os regulamentos ambientais vigentes; gera inovação no *marketing*, através da introdução de novos mercados ou segmentos específicos e melhora a imagem e as relações com clientes, fornecedores, autoridades e colaboradores. Ademais, outros benefícios sociais podem ser identificados, tais como o crescimento e a prosperidade da sociedade; a geração de uma

economia mais inovadora, criativa, que por sua vez, acabe por resultar em maior competitividade, na criação de novos mercados, indústrias e empregos.

Complementando, Maçaneiro e Cunha (2010) incentivam a formação de políticas orientadas para a ecologização da inovação, a qual considera os vários elementos presentes no ambiente, quais sejam, as instituições; organizações públicas e privadas; mercado; educação; infraestrutura, dentre outros, os quais se relacionam e se desenvolvem em movimentos sistêmicos, no intuito de superar a abordagem de equilíbrio defendida pela teoria evolucionista da inovação que, de forma limitada, focaliza o ambiente como um dos elementos mais importantes de todo o sistema. Além disso, o desenvolvimento voltado à gestão ambiental pode evoluir através de vários instrumentos: políticas públicas; quadros regulatórios; mecanismos financeiros; sensibilização pública; participação de envolvidos e partes interessadas e escolha da tecnologia.

Na atualidade, vêm crescendo as discussões voltadas às inovações para a sustentabilidade, isto é, as chamadas ecoinovações, as quais são entendidas como inovações com foco no desenvolvimento sustentável, ocasionando durante todo o seu ciclo de vida, na redução de riscos ambientais, poluição e outros impactos insatisfatórios decorrentes da utilização dos recursos, em comparação com as alternativas que já existem (RENNINGS, 1998; ARUNDEL; KEMP, 2009). É neste cenário, que a ecoinovação está inserida e onde sua escolha, envolve diversos fatores considerando-se as especificidades do ambiente.

2.4 Ecoinovação

A ecoinovação vem ganhando espaço nos diversos âmbitos da sociedade, tendo em vista as diversas necessidades em termos de ideias a serem implementadas, sobretudo nas empresas, que sejam, ao mesmo tempo, inovadoras e sustentáveis, a fim de atender às necessidades cada vez mais latentes com o passar dos tempos.

Maçaneiro e Cunha (2010), autores brasileiros interessados nos estudos em torno do tema, destacam que o termo “**ecoinovação**” foi utilizado pela primeira vez por Fussler e a partir da publicação em 1996 do livro intitulado “*Driving Eco-innovation*”, sendo o conceito de ecoinovação relativamente novo, surgido a partir do resultado de discussões e preocupações recentes com os impactos ambientais nos diversos setores da sociedade. Acrescentam ainda, que a ecoinovação se difere do conceito clássico de inovação por estar diretamente relacionado às transformações e melhorias na performance ambiental voltada à promoção de um contexto de ecologização de produtos, processos, estratégias de negócios,

mercados, tecnologias e sistemas de inovação, com significativa atuação na contribuição direta em termos de redução dos impactos ambientais de produtos e processos; em que a ecoinovação pode ser caracterizada como a ecologização do ciclo da inovação.

A ecoinovação é definida como uma inovação que tem o atributo de reduzir encargos ambientais relativos de, pelo menos, um tipo de recurso natural e afirma que a inovação para a sustentabilidade pode ser desenvolvida por empresas ou por organizações sem fins lucrativos e sua natureza pode ser tecnológica, organizacional, institucional ou social. Além da natureza variada da ecoinovação, representada pelas dimensões supracitadas, Rennings (2000) apresenta um conjunto de fatores determinantes para o desenvolvimento ou adoção de uma ecoinovação nas empresas, são elas: desenvolvimento tecnológico; regulamentação e mercado consumidor (Rennings, 1998, 2000).

A partir de uma abordagem da dinâmica industrial, fundamentada em contribuições da Teoria Econômica Evolucionária² e da Visão Baseada em Recursos³, Andersen (2006, 2008) apresenta sua definição de ecoinovação, como a inovação que possibilita atrair rendas “verdes” para o mercado. Neste caso, a firma é considerada o centro de análise e deve ser primeiramente vista como um potencial (eco) inovador, ao invés de um poluidor. O foco da pesquisa em ecoinovações deve ser o grau em que as questões ambientais estão sendo integradas no processo econômico, analisando tendência e dinâmica do “verde” nos negócios; estratégias; mercados; tecnologias e sistema de inovação. As categorias de ecoinovação propostas pelo autor são as seguintes: *add-on*⁴; integradas; de produtos alternativos; macroorganizacionais e de propósitos gerais (Idem).

² A **Teoria econômica evolucionária** trata da introdução de elementos evolucionários, na tentativa de deslocar a crítica ao suposto comportamento maximizador de lucros da firma neoclássica do nível individualmente observável, para níveis agregados. O marco principal na incorporação efetiva de argumentos evolucionários ao campo da teoria econômica foi o trabalho de Nelson & Winter (1982), que deu início a um novo terreno fértil à expansão do escopo e das ferramentas para uma análise da dinâmica evolutiva em economia. Uma característica central desta contribuição está na articulação entre elementos extraídos, em princípio por analogia, da biologia evolucionária e uma forte presença de ingredientes de teoria econômica que os autores denominam não-ortodoxos (não-neoclássicos) (POSSAS, 2008).

³ A **VBR (Visão Baseada em Recursos)** defende que as empresas com estruturas organizacionais e sistemas de coordenação de atividades superiores são lucrativas não por terem uma posição produto-mercado melhor, ou por estarem em um setor mais favorável, mas sim por estas se apropriarem de rendimentos extraordinários, isto é, rendas oriundas da escassez no mercado de recursos específicos da firma. Deste modo, ao buscar compreender por que estratégias bem sucedidas não são rapidamente copiadas, defende que recursos singulares constituem-se na essência da vantagem competitiva sustentável (BURLAMAQUE e PROENÇA, 2003).

⁴ Para Andersen (2008) as chamadas **ecoinovações add-on** tratam-se de produtos (bens e serviços), que melhoram a performance ambiental do consumidor. Hoff; Avellar e Andrade (2016) as definem como ecoinovações aditivas (*add-on*) relacionadas às tecnologias e serviços de manuseio de poluição e de recursos. Por sua vez, Bertin; Ofek e Ariely (2008) as descrevem enquanto tecnologias de benefícios complementares, isto é, variedade dos produtos e serviços, tais atributos de maior personalização e heterogeneidade. (BERTIN, OFEK, ARIELY, 2008).

De acordo com Kemp e Foxon (2007), ecoinovação diz respeito à produção, aplicação ou exploração de um bem, serviço, processo de produção, estrutura organizacional, ou gerenciamento ou método de negócio que é novo para a firma ou usuário e que resulta, durante seu ciclo de vida, numa redução de risco ambiental, poluição e impactos negativos dos recursos utilizados, abrangendo o uso de energia, comparado com alternativas correspondentes. A referida definição traz três elementos fundamentais, quais sejam, a novidade pode consistir em uma novidade de uso; a inovação não precisa ter um objetivo ambiental, uma vez que o foco está nos resultados dela, devendo ser comparada a alternativas correspondentes. Para tanto, o que diferencia a ecoinovação são os resultados ambientais que ela possibilita e não fundamentalmente uma motivação ambiental a sua ampliação ou adoção.

Carrillo-Hermosilla, González e Könölla (2008, 2009) definem ecoinovação como uma inovação que melhora o desempenho ambiental, correspondendo a um processo de mudança sistêmica que incorpora as análises de diferentes atores e fatores, os quais influenciam o sucesso ou o fracasso da inovação. Para tanto, é crucial o gerenciamento de ecoinovações no amplo entendimento do contexto em que a inovação se desenvolve.

Nesta perspectiva, esta investigação privilegia em especial, um conceito específico de ecoinovação, qual seja, o elaborado por Könnölä, Carrillo-Hermosilla; Gonzalez (2008, 2009) (**Quadro 1**), por ser considerada a metodologia mais contributiva e apropriada, quando aplicada à realidade objeto desta investigação. Ademais, prospecta-se contribuir para a análise de como ocorrem as formas de interação em termos de ecoinovação das empresas com seus *stakeholders*, na intenção de que os hotéis e pousadas pesquisados sejam verificados através da análise da **dimensão usuário** (empresas ou consumidores) evidenciada por esta tipologia de ecoinovações.

Carrillo-Hermosilla, González e Könölla (2008, 2009) ao associarem a inovação à questão ambiental, conceituam a ecoinovação como aquela que melhora o desempenho ambiental. Conforme estes autores, a ecoinovação traz benefícios para as organizações que a exploram, dentre os quais destacam-se: melhorias na operação e redução dos custos gerados pela gestão ineficaz de recursos; redução da poluição, do desperdício, dos custos de gestão, além de cumprir com os regulamentos ambientais vigentes; geração de inovação para o *marketing*, introduzindo novos mercados ou segmentos específicos; e melhoria na imagem e nas relações com clientes, fornecedores, autoridades e colaboradores. Além disso, é possível a identificação de benefícios sociais tais como: o crescimento e prosperidade da sociedade; a geração de uma economia mais inovadora, criativa e competitiva; e a criação de novos

mercados, indústrias e empregos (CARRILLO-HERMOSILLA; GONZÁLEZ; KÖNNÖLLÄ, 2008, 2009).

Maçaneiro e Cunha (2010) elaboraram um quadro resumo (**Quadro 1**) com a síntese dos principais conceitos de ecoinovação encontrados. A propósito, tais autores são referenciados reiteradas vezes no decorrer deste trabalho, por apresentarem significativa relevância teórico-prática em sua trajetória de pesquisas acerca da temática em questão.

Quadro 1 – Conceitos de Ecoinovação

AUTORES	CONCEITUAÇÃO
James (1997)	A ecoinovação é considerada como novo produto ou processo que agrega valor ao negócio e ao cliente, diminuindo significativamente os impactos ambientais.
Rennings (1998), Kemp e Foxon (2007) e Arundel e Kemp (2009)	É a produção, aplicação ou exploração de um bem, serviço, processo de produção, estrutura organizacional ou de gestão ou método de negócio que é novo para a empresa ou usuário. Os resultados, durante o seu ciclo de vida, são para uma redução de riscos ambientais, poluição e os impactos negativos da utilização dos recursos, se comparado com as alternativas correspondentes.
Andersen (2008), Foxon e Andersen (2009)	É definida como inovação que é capaz de atrair rendas verdes no mercado, reduzindo os impactos ambientais líquidos, enquanto cria valor para as organizações.
Könnölä, Carrillo-Hermosilla; Gonzalez (2008,2009)	É um processo de mudança sistêmica tecnológica e/ou social que consiste na invenção de uma ideia e sua aplicação na prática da melhoria do desempenho ambiental.
Reid e Miedzinski (2008)	É a criação de novos e competitivos esforços de produtos, processos, sistemas, serviços e procedimentos concebidos para satisfazer as necessidades humanas e proporcionar melhor qualidade de vida para todos, com utilização mínima do ciclo de vida de recursos naturais e liberação mínima de substâncias tóxicas.
OECD (2009 a)	Representa uma inovação que resulta em uma redução do impacto ambiental, não importa se esse efeito é intencional ou não. O âmbito da ecoinovação pode ir além dos limites convencionais das empresas em inovar e envolver um regime social mais amplo, que provoca alterações das normas sócio-culturais e estruturas institucionais.

Fonte: Maçaneiro e Cunha (2010).

O **Quadro 1** permite a elaboração de uma síntese dos diversos conceitos apresentados, qual seja: a ecoinovação contempla a geração de um novo produto ou processo, por meio da produção, aplicação ou exploração destes, respaldados pela criação de novos e competitivos esforços inseridos em um processo de mudança sistêmica de cunho tecnológico e/ou social, que por sua vez, resultam na atração de rendas verdes ao mercado e redução do impacto ambiental (JAMES, 1997; RENNIGS, 1998; KEMP; FOXON. 2007; ARUNDEL; KEMP, 2009; ANDERSEN, 2008; FOXON; ANDERSEN, 2009; KÖNNÖLLÄ; CARRILLO-HERMOSILLA; GONZALEZ, 2008, 2009; REID; MIEDZINSKI, 2008; OECD, 2009 a).

Corroborando com as definições de ecoinovações elencadas através do **Quadro 1**, Mendonça et al. (2012) em seus estudos sobre o assunto, destacam a significativa diversidade de definições e classificações em ecoinovações e confirmam a necessidade de um quadro resumo contendo as abordagens, bem como os principais autores presentes na literatura sobre o tema.

Könnölä, Carrillo-Hermosilla e Gonzalez (2010) ressaltam que há duas distinções básicas entre outros tipos de inovações e as ecoinovações, quais sejam, em primeiro lugar, a ecoinovação diminui os impactos ambientais e, em segundo, seu propósito pode ir além das fronteiras organizacionais convencionais e abranger vastos arranjos sociais, os quais desencadeiam ajustes nas normas e estruturas institucionais.

A definição proposta pela Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) apresenta a seguinte sugestão acerca da compreensão quanto ao termo ecoinovação:

[...] é a criação ou implementação de novos produtos (bens e serviços), processos, métodos de *marketing*, estruturas organizacionais e arranjos institucionais, significativamente melhorados, pelos quais, com ou sem a intenção, proporcionam melhorias ambientais em comparação com as alternativas atuais (OCDE, 2009, p. 40)

Neste aspecto, a ecoinovação é incentivada pela busca constante de melhorias e inovações em produtos, serviços e processos que, por sua vez, objetivam oferecer maior valor aos produtos e, conseqüentemente, aos clientes com vistas a, de modo simultâneo, provocar a redução dos impactos ambientais (CAI; ZHOU, 2014).

Os atributos internos das empresas, tais como suas capacidades tecnológicas, físicas e organizacionais, constituem determinantes fundamentais à introdução de ecoinovações, bem como à manutenção da vantagem competitiva das empresas. Neste sentido, cabe tanto à empresa inovadora quanto ao meio institucional introduzir e sustentar a mudança na oferta de bens e serviços, influenciar o hábito de consumo sustentável e levar o consumidor a compartilhar a necessidade da preservação ambiental, postura esta, que pode funcionar como mecanismo de abertura de novos mercados, contribuindo para a criação e/ou elevação da competitividade de uma empresa em segmentos orgânicos, o que ainda corresponde a nichos de mercado muito específicos (Idem).

As implicações do desenvolvimento e/ou adoção de ecoinovações podem corresponder a diferentes maneiras de combinar materiais e força de trabalho, ao emprego de diferentes meios produtivos ou a combinações de novos fatores de produção; podem ser traduzidas em novos produtos, em nova qualidade de um produto já existente, em um novo

método produtivo, na abertura de um novo mercado, na descoberta de novas fontes de matérias-primas, em mudanças na composição de um produto, entre outras possibilidades (BARBIERI et al., 2010).

Neste sentido, Pinsky et al. (2015) apresentam um resumo das principais diferenças de definição no campo da inovação sustentável resultante de uma revisão de literatura realizada na área, conforme o evidenciado no **Quadro 2** a seguir.

Quadro 2 – Principais diferenças conceituais

CONCEITO	ABORDAGEM	AUTORES
Inovação sustentável	Abordagem de nichos tecnológicos; considera mudanças tecnológicas e sociais concomitantemente.	Sartorius (2006).
Inovação Ambiental	Orientada predominantemente por regulação ambiental; visa à redução de custo; não aprofunda na análise do ciclo de vida.	Weber e Hemmeskamp (2010)
Eco inovação	Considera o impacto e avaliação do ciclo de vida; inovação tecnológica, social e institucional; prioriza o desempenho ambiental em detrimento à meta ambiental.	Carrilo-Hermosilla; Gonzalez; Konolla (2009); Andersen (2010).
Inovação verde	O desempenho da inovação considera o posicionamento da empresa e imagem verde; não aprofunda na análise do ciclo de vida.	Bernauer et al., (2006); OMT (2012); Midttun; Koefoed (2010).

Fonte: Pinsky et al. (2015) e Menezes e Cunha (2014).

Estes estudiosos observaram que a preocupação com a redução do impacto negativo ao meio ambiente, incluindo a redução de emissões de resíduos e a utilização de recursos naturais, se apresentam como premissas comuns a todas as abordagens conceituais elencadas no **Quadro 2**.

Os estudos de Sanches; Gomes e Melo (2016), de cunho descritivo e quantitativo, por meio de *survey*, cujo objetivo foi o de analisar a influência da eco inovação no desempenho organizacional em empresas da indústria têxtil, revelou que este segmento desenvolve produtos, os quais buscam reduzir o impacto ambiental em todo o ciclo de vida, fato este que inclui o *design*, produção, uso e descarte; já as inovações ecoorganizacionais apresentaram influência sobre a eco inovação, com ações introduzidas por políticas empresariais, esforços administrativos relacionados à renovação organizacional de rotinas e procedimentos que influenciaram de forma positiva a ocorrência de eco inovações. O estudo mostrou ainda que, quanto maior o porte da empresa, mais forte é a relação entre a eco inovação e o desempenho, como também a formação de equipes de trabalho, na realidade das organizações têxteis, é útil ao estímulo à inovação e à eco inovação, influenciando no desempenho organizacional.

Os estudos de Bocken et al (2014) voltados à ecoinovação em 42 pequenas e médias empresas da Holanda, revelaram que, aproximadamente, 50% dos empreendimentos pesquisados desenvolviam atividades de ecoinovação há menos de três anos; por sua vez, cerca de 17% desenvolviam entre 3 a 10 anos e, 33% há mais de 10 anos, evidenciando o quão recente é a ocorrência de tais práticas. Esta investigação apresentou resultados positivos em ecoinovações, devido à multidisciplinaridade das equipes, bem como da criatividade, conhecimento ambiental e experiência.

Destarte, algumas falhas identificadas no âmbito do mercado, tais como a poluição e outros problemas ambientais, se apresentam como barreiras de resistência à absorção de medidas de ecoinovação. Neste sentido, a ocorrência de ações políticas se constitui numa alternativa importante, com vistas a assegurar que tais barreiras sejam removidas (CARRILLO-HERMOSILLA, GONZALES e KÖNNÖLÄ, 2009).

Para Renings (1998), faz-se necessário uma política específica para a ecoinovação somada a uma teoria correspondente, que dê ênfase à identificação de suas especificidades e diferenciação de outras inovações.

Outro aspecto importante é destacado por Maçaneiro e Cunha (2010), em que estes ressaltam a importância do conhecimento acerca das tipologias de ecoinovação, bem como de sua mensuração para, a partir de então, se pensar em políticas específicas voltadas à ecoinovação ante a problemática das políticas de inovação e as ambientais, que por diversas vezes, são tratadas em separado, isto é, sem uma interligação maior que possibilite uma consonância em seus parâmetros.

Arundel e Kemp (2009) corroboram com tal afirmativa, ao destacarem a importância da mensuração da ecoinovação, considerando que esta possibilita o reconhecimento mais significativo dos benefícios ambientais, uma vez que, a competitividade das empresas, países e até regiões vêm, cada vez mais, ligando-se a sua capacidade de ecoinovação. Estes benefícios estão voltados ao auxílio nas decisões políticas para o entendimento e a análise de tendências da atividade de ecoinovação; na identificação dos condutores e dos obstáculos; na sensibilização dos stakeholders e incentivos às empresas no que diz respeito ao aumento dos esforços de ecoinovação, tomando-se por fundamento a análise dos benefícios; por apoiar a sociedade no que tange à dissociação da ideia de crescimento econômico atrelado à degradação ambiental, como também, por sensibilizar os consumidores quanto às diferenças nas consequências ambientais de produtos e estilos de vida.

O processo de implementação de ecoinovações tem como pauta a importância concedida a todas as dimensões de uma organização (econômica, ambiental e social), aliadas a uma forte intenção de gerar melhorias significativas inovadoras e de menor ou nenhum impacto ambiental à sociedade como um todo, uma vez que, no dizer de Walchhutter et al (2016), as inovações não podem ser apenas motivadas por situações puramente mercadológicas ou por decisões gerenciais únicas ou ainda, apenas por suas estruturas internas organizacionais, em que estes alertam quanto à tendência à predominância das dimensões econômicas e ambientais em detrimento da incipiente atuação voltada ao fomento da dimensão social, que por diversas vezes é negligenciada.

Para tanto, a implementação das ações de ecoinovação fundamenta-se em quatro eixos: (1) desenvolvimento de tecnologias alternativas em aplicações existentes; (2) evolução de novos sistemas sociais e técnicos; (3) melhoria incremental no desempenho e na qualidade de produtos e serviços existentes e (4) criação de produtos e serviços de nicho (Iddem). Considera-se tal proposta relevante, por gerar reflexões e novas intervenções na área.

Notadamente, a ecoinovação melhora o desempenho ambiental, correspondendo a um processo de mudança sistêmica, que insere as análises de diferentes atores e fatores, os quais influenciam o sucesso e o fracasso de uma determinada ecoinovação. Nesta perspectiva, se faz oportuno trazer uma discussão mais aprofundada, com as principais propostas de análise e suas tipologias de ecoinovações desenvolvidas e sugeridas por autores seminais e influentes, na expectativa de melhor identificar as contribuições destas tipologias para o desenvolvimento de ecoinovações nas organizações e na sociedade.

Ademais, no dizer de Farias, Medeiros e Cândido (2016) a adoção de ecoinovações pode auxiliar as empresas no alcance do equilíbrio entre os objetivos ambientais, econômicos e sociais. Nesta perspectiva, o desenvolvimento de ecoinovações com seu processo de implementação nas empresas direcionado por ferramentas de gestão ambiental empresarial, apresenta-se como forte aliado à contribuição da sustentabilidade de uma atividade produtiva.

Para estes fins, os modelos teóricos que tratam das tipologias de ecoinovações objetivam orientar e gerenciar o desenvolvimento e a aplicação de processos sustentáveis, como também, auxiliar na criação de metodologias e métricas de avaliação de seus benefícios, incluindo a indicação de diretrizes com vistas à elaboração de políticas de ecoinovação nas diversas atividades produtivas (Ibdem).

Para tanto, uma vez discutidos os fatores relacionados às perspectivas do desenvolvimento sustentável e sua relação com as ecoinovações, a próxima etapa consiste em tipificar e

caracterizar mais especificamente as ecoinovações, apresentando as quatro tipologias de análise de ecoinovações com base nos respectivos modelos propostos pelos principais estudiosos no assunto: **(1) Tipologia de ecoinovações de Rennings (2000); (2) Tipologia de ecoinovações de Andersen (2008); (3) Tipologia de ecoinovações de Kemp e Foxon (2007) e (4) Tipologia de ecoinovações de Carrillo-Hermosilla, González e Könölla (2008, 2009).** Cabe destacar, neste trabalho, a elaboração de uma síntese dos diversos conceitos apresentados por diversos autores, qual seja: a ecoinovação contempla a geração de um novo produto ou processo, por meio da produção, aplicação ou exploração destes, respaldados pela criação de novos e competitivos esforços inseridos em um processo de mudança sistêmica de cunho tecnológico e/ou social, que por sua vez, resultam na atração de rendas verdes ao mercado e redução do impacto ambiental (JAMES, 1997; RENNIGS, 1998; KEMP; FOXON, 2007; ARUNDEL; KEMP, 2009; ANDERSEN, 2008; FOXON; ANDERSEN, 2009; KÖNNÖLLA; CARRILLO-HERMOSILLA; GONZALEZ, 2008, 2009; REID; MIEDZINSKI, 2008; OECD, 2009 a)

Neste contexto, faz-se indispensável esclarecer, que esta última tipologia trata-se do modelo escolhido para nortear a pesquisa ora desenvolvida, uma vez que a tipologia elencada aponta para maiores perspectivas de contribuição no que se refere as suas dimensões de análise junto às ecoinovações do setor investigado, de modo a permitir que as ecoinovações identificadas sejam melhor relacionadas e balizadas, providenciando maior correspondência e abrangência com a realidade escolhida para o desenvolvimento deste trabalho.

2.4.1 Tipologias de Ecoinovação

Os estudos em torno das ecoinovações, ao passo que têm avançado, simultaneamente, têm gerado diferentes pontos de vistas, os quais vêm se respaldando em propostas de análises de tipologias de ecoinovações, como forma de melhor esclarecer a importância das ecoinovações enquanto aliadas fundamentais no processo de evolução das empresas. Devido aos estudos recentes sobre ecoinovações, há muitas indefinições e questionamentos no que diz respeito a fatores de tipologias, mensurações e de políticas voltadas a sua evolução (MAÇANEIRO; CUNHA, 2010).

Desse modo, a partir de alguns autores que realizaram publicações na área, quais sejam: Rennings (1998, 2000); Andersen (2006, 2008); Kemp e Foxon (2007), Könnölä, Carrillo-Hermosilla e Gonzalez (2008, 2009), Arundel e Kemp (2009), Foxon e Andersen

(2009) e a OECD (2009a e 2009b) serão apresentadas as possíveis dimensões de estudos no campo da ecoinovação no que tange as suas tipologias, estudos estes fundamentais no sentido de melhor caracterizar e fundamentar as investigações sobre a ecoinovação.

Tomando-se por base os conceitos de ecoinovação existentes, é possível ressaltar diversos autores, que por sua vez, propõem modelos de inovação sustentável. Neste contexto, cabe aqui uma breve explanação dos principais estudos realizados acerca das tipologias de ecoinovação.

A **tipologia de ecoinovações de Rennings**, através do artigo intitulado “*Towards a Theory and Policy of Eco-Innovation – Neoclassical and (Co) Evolucionaty Perspectives*”, trata do processo de inovação para o desenvolvimento sustentável publicado em 2000. Rennings (2000) apresenta um conjunto de fatores determinantes para o desenvolvimento ou adoção de uma ecoinovação nas empresas, são elas: desenvolvimento tecnológico; regulamentação e mercado consumidor.

Outro modelo de inovação sustentável é a **tipologia de ecoinovações de Andersen**, exposta através da publicação do artigo “*Eco Innovation – Towards a Taxonomy and a Theory*”, em 2008, de autoria do próprio Maj Munch Andersen, cujo objetivo é auxiliar a construção de uma teoria de ecoinovação. As categorias de ecoinovações propostas pelo autor são as seguintes: *add-on*; integradas; de produtos alternativos; macroorganizacionais e de propósitos gerais.

O modelo de ecoinovação proposto pela **tipologia de ecoinovações de Kemp e Foxon** se iniciou por meio da publicação, em 2007, do artigo intitulado “*Typology of Eco-Innovation*”, cujo objetivo era, a partir do estabelecimento de uma tipologia, discutir possíveis indicadores para a avaliação de ecoinovações. Com base nestas análises, são propostas as seguintes tipologias de ecoinovações: tecnologias ambientais; inovações organizacionais para o ambiente; inovações em produto e serviço com oferta de benefícios ambientais; sistema de inovações verdes e tecnologias de propósitos gerais.

Por sua vez, o modelo proposto pela **tipologia de ecoinovações de Carrillo-Hermosilla, González e Könnölla**, através da publicação do artigo “*Dashboard of Eco-innovation*”, em 2008, contribuiu quanto ao oferecimento de uma análise de ecoeficiência, ao ressaltar que aumentos em eficiência ambiental não correspondem, necessariamente, aos objetivos da sustentabilidade, uma vez que tais objetivos podem ser extintos devido ao processo de crescimento. Nesta perspectiva, apresentam-se as tipologias de ecoinovações sugeridas por estes autores: *design*; usuário; produtos e serviços e governança.

Como forma de melhor abordar cada tipologia, até aqui apresentada, respaldadas por suas principais dimensões, destacam-se, através do **Quadro 3**, as quatro perspectivas de análise de ecoinovação.

Quadro 03 - Perspectivas de análise de tipologias de ecoinovação

	AUTORES			
	Rennings (1998, 2000)	Andersen (2006, 2008)	Kemp e Foxon (2007)	Könnölä, Carrillo-Hermosilla e Gonzalez (20008, 2009)
DIMENSÕES DE ANÁLISE	1. Tecnológica	1. Ecoinovação <i>add-on</i>	1. Tecnologias ambientais	1. <i>Design</i>
	2. Organizacional	2. Ecoinovações integradas	2. Inovações organizacionais para o ambiente	2. Usuário
	3. Institucional	3. Ecoinovações de produto alternativo	3. Inovações em produto e serviço com oferta de benefícios ambientais	3. Produtos e serviços
	4. Social	4. Ecoinovações macro organizacionais	4. Tecnologias de propósito geral	4. Governança
		5. Ecoinovações de propósito geral		

Fonte: Elaboração própria com base nos estudos de Farias (2014).

Através do **Quadro 3**, Farias (2014) evidencia os principais estudos desenvolvidos em ecoinovações realizados nos últimos anos, levando em consideração os diversos modelos para a avaliação de ecoinovações com base em uma série de dimensões de análise, o que representa uma significativa contribuição ao estudo de ecoinovações.

A seguir, serão esclarecidas cada uma das tipologias citadas até o presente momento, bem como seus respectivos idealizadores, contribuições e peculiaridades, já que estes têm favorecido o desenvolvimento das discussões em torno das tipologias de ecoinovações.

2.4.1.1 Tipologia de ecoinovações de Rennings

De acordo com Rennings (1998), as ecoinovações podem ser desenvolvidas através de empresas ou organizações sem fins lucrativos, podendo ser transacionadas em mercados ou não, ao passo que sua natureza poderá ser tecnológica, organizacional, social ou institucional. Ademais, são definidas como o processo de ampliar novas ideias, comportamentos, produtos e processos que cooperam para uma redução na área ambiental, ou metas de sustentabilidade ecologicamente especificadas.

Rennings (1998) chama a atenção para o fato de que as distinções entre os diversos tipos de ecoinovações não podem ser muito significativas, além disso, ressalta que os variados tipos de ecoinovações evoluem de forma simultânea.

Há um conjunto de autores que apresentam pesquisas relacionadas com os direcionamentos das tipologias propostas por Rennings (1998, 2000), quais sejam: Frondel; Horbach; Rennings (2004); Beise; Rennings (2005); Bernauer et al. (2006); Pujari (2006); Horbach; Rennings (2007); Ekins (2010); De Marchi (2012); Farias (2012); De Marchi (2012); Horbach; Rammer; Rennings (2012), entre outros.

2.4.1.2 Tipologia de ecoinovações de Andersen

No que diz respeito às tipologias operacionais, Andersen (2006, 2008) aponta a existência de poucas, as quais são mais baseadas na história da política ambiental do que na dinâmica da inovação. Neste aspecto, este autor sugere uma taxonomia operacional, que por sua vez compõe os principais tipos de ecoinovações, ao passo que também reflete as suas diferentes funções em um mercado ecologizado.

Este estudioso põe em destaque, que a maneira como a ecoinovação é compreendida influencia o caráter, bem como a direção dos estudos empíricos, como também nas políticas e estratégias de avaliações e o desenvolvimento de soluções para problemas ambientais. Neste sentido, as principais contribuições do modelo de Andersen (2006, 2008) convergem para a abordagem de ecoinovações como resposta à ecologização dos mercados, isto é, à mudança de padrão e da natureza da competitividade no mercado, somada diretamente à percepção da importância relativa das questões ambientais na dinâmica industrial do processo econômico global. Este contexto faz surgir a evidência do papel das empresas como ecoinovadoras antes de serem consideradas poluidoras (FARIAS, 2014). Não obstante, esta tipologia chama a atenção para a economia verde, isto é, recomenda o foco em soluções ambientais que envolvem limpeza, controle da emissão, reciclagem, entre outras, relacionadas ao uso sustentável dos recursos.

Existe um conjunto de autores que apresentam pesquisas relacionadas com os direcionamentos das tipologias propostas por Andersen (2006, 2008), quais sejam: Bernauer et al. (2006); Foxon; Andersen (2009); UNEP (2010, 2011); Lustosa (2011); Almeida (2012); Galliano e Nadel (2012), entre outros.

2.4.1.3 Tipologia de ecoinovações de Kemp e Foxon

Kemp e Foxon (2007) publicaram em 2007 o artigo intitulado *Typology of Eco-Innovation* como resultado de suas participações no desenvolvimento de um projeto de pesquisa sobre ecoinovação, cujo objetivo era, a partir do estabelecimento de uma tipologia, discutir possíveis indicadores para avaliação de ecoinovações. Inicialmente, o artigo apresenta várias definições de ecoinovação, as quais são analisadas pelos autores e geram a seguinte reflexão: o termo ecoinovação é usado de forma limitada, quando considera apenas inovações com o objetivo de reduzir prejuízos ambientais, o que exclui aquelas inovações que são ambientalmente amigáveis, mas que não foram especialmente concebidas para reduzir poluição e resíduos.

Os autores propõem que se faça uma distinção entre ecoinovações de acordo com sua finalidade. Assim, podem ser verificadas inovações ambientalmente motivadas - as inovações concebidas para atender a um propósito ambiental especial e as inovações normais ambientalmente benéficas – as inovações que produzem ganhos ambientais por consequência de sua utilização, mas que não foram concebidas com este propósito. Com base nestas análises, os autores propõem a seguinte tipologia de ecoinovações: tecnologias ambientais; inovações organizacionais para o ambiente; inovações em produto e serviço com oferta de benefícios ambientais; sistema de inovações verdes e tecnologias de propósitos gerais.

Uma contribuição proporcionada por esta tipologia diz respeito ao reconhecimento de que as ecoinovações podem ocorrer em toda a economia. Nessa perspectiva, qualquer empresa que adote um bem, serviço, gerenciamento de processo de produção ou método de negócio com benefício ambiental configura-se como ecoinovadora. O destaque é realizado a fim de se evitar o entendimento equivocado de que uma ecoinovação estaria presente somente em ecoindústrias, isto é, em atividades que produzem bens e serviços com vistas a medir; prevenir; limitar; minimizar e corrigir perigos ambientais para água, ar, solo, bem como problemas relacionados a resíduos, ruídos e ecossistemas, os quais formam as indústrias de bens e serviços ambientais. Além do mais, tomando por base esta consideração, quase todas as firmas serão consideradas ecoinovadoras. Para estes autores, o problema não está no fato de que todas as firmas sejam consideradas ecoinovadoras, pois a maioria deve ser, mas sim em como os dados devem ser utilizados para perceber as diversas direções pelas quais as firmas inovam (FARIAS, 2014). Ademais, esta tipologia destaca-se por preconizar a implementação de práticas de gerenciamento de perdas pelas firmas de modo a reduzir os prejuízos ambientais.

É possível citar um conjunto de autores que apresentam pesquisas relacionadas com os direcionamentos das tipologias propostas por Andersen (2006, 2008), quais sejam: Kemp; Soete (1990); Gells (2006, 2011); Baumgarten (2008); Kemp; Pearson (2008); Kemp; Rotmans (2008); Arundel, Kemp (2009); Sonesson (2009); Mendonça (2014), entre outros.

2.4.1.4 Tipologia de ecoinovações de Könnölä, Carrillo-Hermosilla e Gonzalez

A partir desta tipologia é possível identificar múltiplas dimensões no processo de inovação, conforme o apresentado no **Quadro 4** a seguir, de modo a identificar as principais características de ecoinovações deste tipo.

Quadro 4 – Dimensões e Componentes da tipologia de Könnölä, Carrillo-Hermosilla e Gonzalez (2008,2009)

DIMENSÕES	COMPONENTES
1.Design	Adição de componentes; Mudança no sistema; Mudança nos subsistemas.
2.Usuário	Desenvolvimento pelo usuário; Aceitação pelo usuário.
3.Produto e Serviço	Mudanças na prestação de serviços/distribuição de produtos; Mudanças de redes de valor e de processos.
4.Organizacional	Governança; soluções para conflitos ambientais de forma institucionalizada com participação de atores sociais de instâncias públicas e privadas.

Fonte: Könnölä, Carrillo-Hermosilla e Gonzalez (2008, 2009) e Farias (2014).

Como forma de melhor elucidar as dimensões suscitadas até aqui, o **Quadro 5**, caracterizado por um conjunto conceitual das dimensões, explana, de maneira ainda mais detalhada, as dimensões e seus desdobramentos em oito arquétipos, que por sua vez, contemplam, de forma conjunta, diversos fatores a serem considerados na análise de ecoinovações no campo empresarial.

(Continua...)

Quadro 5– Framework para caracterização da ecoinovação

DIMENSÕES DE ECOINOVAÇÃO	CARACTERÍSTICAS
Dimensão Design	
1. Adição de componente	Desenvolvimento de componentes adicionais para melhorar a qualidade ambiental, por exemplo, tecnologias <i>end-of-pipe</i> .
2. Mudança de subsistemas	Melhoria de subsistema para reduzir impactos negativos ao meio ambiente como, por exemplo, soluções ecoeficiente Continuação.
3. Mudança de sistemas	Re-design de sistemas compatíveis com ecossistemas como, por exemplo, soluções ecoeficazes.
Dimensão Usuário	
4. Desenvolvimento	A inovação é iniciada ou desenvolvida pelos usuários.
5. Aceitação	As mudanças no comportamento do usuário, práticas e processos para a aplicação da inovação.
Dimensão de Produtos e Serviços	
6. Mudança em produto e serviço entregue	Mudança no produto-serviço entregue e mudança na percepção da relação com o cliente.
7. Mudança na cadeia	Mudança no processo da cadeia de valor e nas relações que possibilitam

(...continuação)

produtiva e relações	a entrega de produto e serviço.
Dimensão Governança	
8. Governança	Governança, na inovação ambiental, refere-se a todas as novas soluções e aplicações institucionais e organizacionais para a resolução de conflitos sobre recursos ambientais, tanto nos setores públicos quanto nos privados.

Fonte: Carrillo-Hermosilla, Gonzáles e Könnölä (2009, p. 23).

De acordo com Carrillo-Hermosilla, González e Könnölä (2009) a tipologia exposta não deve ser considerada exaustiva, todavia se mostra abrangente por contemplar, ao mesmo tempo, diversas dimensões voltadas à análise das ecoinovações, inclusive permite uma compreensão integrada, em que todas as dimensões se complementam entre si por estarem interrelacionadas, o que torna a análise mais robusta.

Nesta perspectiva, chamou especial atenção a dimensão “usuário”, por possibilitar uma análise das contribuições deste *stakeholder* no processo de desenvolvimento e adoção de ecoinovações, considerando o seu grau de aceitação e experiência de uso dos produtos e/ou serviços, a fim de serem analisados junto a uma perspectiva empresarial.

Uma explicação prática, que melhor exemplifica a importância da intervenção dos *stakeholders* no processo de implementação de ecoinovações pode ser observada no estudo desenvolvido por Menezes, Cunha e Cunha (2013), voltado à inovação para a proteção ambiental em cadeias hoteleiras. Este estudo revelou que grande parte das ações para a proteção ambiental, nos hotéis da cadeia, foi motivada pela gerência ou pelos fornecedores, os quais apresentaram tecnologias ambientalmente sustentáveis. Para tanto, os autores fazem um paralelo da realidade identificada com a argumentação suscitada nos estudos de Carrillo-Hermosilla, González e Könnölä (2009), qual seja, a de que os fornecedores são colaboradores importantes no processo de indução e adaptação da tecnologia ao processo de produção, como também cooperam com a oferta de um produto mais atento às exigências do mercado.

Ademais, a pesquisa ora desenvolvida assemelha-se com os estudos de Menezes, Cunha e Cunha (2013), já que estes últimos também investigaram o setor hoteleiro (rede hoteleira) e sob o olhar da tipologia de Carrillo-Hermosilla, González e Könnölä (2008, 2009); ao passo que diferencia-se por investigar não somente as questões ambientais, como também as de cunho inovador, isto é, a dinâmica da ecoinovação e sua ocorrência no setor hoteleiro com foco em hotéis e pousadas, considerando ainda, a realidade local e contexto diferentes.

A seguir, serão apresentadas, detalhadamente, as quatro dimensões do modelo de tipologias de ecoinovações proposto por Carrillo-Hermosilla, González e Könnölä (2008, 2009), contemplando suas respectivas categorias, dispostas conforme a seguinte sequência: **Dimensão Design** (Adição de Componentes, Mudança no subsistema e Mudança no sistema);

Dimensão Usuário (Desenvolvimento pelo usuário, Aceitação pelo usuário); **Dimensão Produtos e Serviços** (Mudanças na prestação de serviços/distribuição de produtos, Mudanças de redes de valor e de processos) e **Dimensão Governança** (Governança).

2.4.1.4.1 Dimensão *Design* de Ecoinovação

A dimensão *Design* contempla componentes teóricos básicos, que auxiliam na interpretação dos movimentos da empresa voltados à ecoinovação. Neste aspecto, cabe chamar a atenção para o fato de que um dos pontos fundamentais para o alcance das vendas e das margens de ganhos responsáveis pela sobrevivência de uma determinada empresa está na fase de construção do *design* de um produto (BRONZERI et al., 2015).

Esta dimensão proposta por Könnölä, Carrillo-Hermosilla e Gonzalez (2008, 2009) é considerada a fase na qual ocorre a concepção do desenvolvimento de um produto ou processo, sendo sua análise de fundamental importância por possibilitar a determinação de custos e da rentabilidade do processo, como também, por se apresentar como uma boa oportunidade com vistas à determinação de objetivos favoráveis ao meio ambiente (BRITO, 2017). Desse modo, a integração do *design* com o meio ambiente é denominada *eco design* e objetiva a minimização dos impactos negativos gerados no meio ambiente (KÖNNÖLÄ; CARRILLO-HERMOSILLA; GONZALEZ, 2008).

Ao longo das últimas décadas, o *eco design* emergiu como uma abordagem promissora para integrar desenvolvimento de produtos e processos relacionados. Nesta perspectiva, o *eco design* objetiva minimizar impactos ambientais durante todo o ciclo de vida do produto, sem comprometer outros critérios, tais como desempenho e custo. No entanto, apesar dos potenciais benefícios do *eco design* e da existência de várias ferramentas e técnicas para a concepção do produto, a aplicação real do *eco design* não tem atingido as empresas em todo o mundo, cuja razão principal está nas dificuldades de implementação e gestão do *design* ecológico (PIGOSSO et al., 2013).

Estes autores (Idem) em seus estudos apresentam o modelo de maturidade de concepção ecológica, por meio de um quadro destinado a apoiar o processo de *eco design*. Para tanto, propõem um arquétipo formado por seis etapas contínuas do *eco design*, quais sejam: (1) Diagnóstico do perfil de maturidade atual do *eco design*; (2) Proposta de melhorias; (3) Gestão de carteira de melhorias; (4) Planejamento das melhorias; (5) Implementação das melhorias e (6) Avaliação das melhorias. O modelo destina-se a apoiar os

gestores para uma concepção ecológica de suas estratégias e táticas quanto à implementação do *design* ecológico em suas empresas. Estes evidenciaram a necessidade de orientações junto às empresas no que diz respeito a como aplicar os esforços empresariais para o alcance de metas ambientais e de como manter a melhoria contínua do desempenho ambiental em seus produtos e processos.

Neste aspecto, as organizações que almejem oportunizar objetivos ambientais integrados a uma visão econômica e social, devem desenvolver seu *design* direcionado e integrado ao ambiente, somado ao compartilhamento de princípios favoráveis ao ciclo de vida de toda a cadeia produtiva, que sejam compatíveis com o objetivo de minimizar os impactos ambientais negativos e gerenciar a ecoeficiência (Idem).

Ademais, Carrillo-Hermosilla, González e Könölla (2009) ressaltam que o *design* pode ser visto por duas perspectivas: **(1) Considera as ações humanas incompatíveis com o ambiente natural** - Requer das ações humanas a minimização dos impactos ao ambiente ou **(2) Considera incompatíveis ações humanas como falhas no *design*** - Passa a focar no re-*design* dos sistemas realizados pelo homem, de modo a alcançar impactos positivos ao meio ambiente e à sociedade.

2.4.1.4.2 Dimensão Usuário de Eco inovação

De acordo com Carrillo-Hermosilla, González e Könölla (2008, 2009) a dimensão usuário refere-se a como a comunidade usuária aceita a inovação e do quanto esta se dispõe a aprender a forma de participação no desenvolvimento dos produtos ou serviços. Para estes autores, tais condições apresentam-se como cruciais para o sucesso ou fracasso do processo de inovação de um modo geral.

Desta forma, esta dimensão está relacionada à inserção dos consumidores, ou usuários das tecnologias, produtos ou serviços ecoinovadores, tanto no processo de criação, que se beneficia da criatividade desses usuários, quanto no processo de aceitação desses produtos e serviços no mercado. Nesse aspecto, os utilizadores das ecoinovações desempenham um papel fundamental tanto na aplicação quanto na identificação de inovações, vale ressaltar que se entende por usuários aqueles que vão consumir os produtos ou serviços desenvolvidos, podendo ser consumidores finais ou até mesmo organizações (BRITO, 2017).

A orientação às empresas é a de que estas devem buscar se beneficiar da participação de seus usuários no processo de desenvolvimento das ecoinovações, tendo em

vista que o conhecimento adquirido e transmitido com base na utilização dos produtos apresenta maiores chances de possibilitar uma significativa experiência e criatividade à empresa, contando com uma maior expectativa de garantia e aceite de novos produtos por seus usuários. Além do mais, estes potenciais usuários podem identificar e sugerir melhorias, bem como desenvolver inovações, uma vez que são eles próprios que possuem a melhor perspectiva acerca de suas próprias necessidades. A perspectiva é a de que, neste processo, os usuários guiem inovações numa direção ecológica.

Malta e Mariani (2013) destacam que a sustentabilidade de uma organização também pode ser mensurada por meio das impressões provocadas por suas ações aos seus consumidores. Neste sentido, as atitudes positivas por parte dos clientes frente às práticas sustentáveis podem ser intuídas pelos gestores e transformadas em vantagens para a organização e a sociedade.

Para Bronzeri et al. (2015), a dimensão usuário apresenta duas vertentes práticas: **(1) Desenvolvimento pelo usuário** - Esta prática é muito recorrente em indústrias nas quais os usuários possuem uma colocação importante no desenvolvimento ou modificação dos produtos. A exigência à empresa é de que esta apresente competência bastante específica objetivando identificar usuários capazes de prestarem sua opinião de forma produtiva para as inovações, a fim de, a partir de então, inseri-los nos processos voltados à inovação, e **(2) Aceitação pelo usuário** - Está relacionada à análise do comportamento do consumidor quanto à implementação de uma ecoinovação. Estes autores chamam a atenção para o fato de que o ritmo por meio do qual a inovação é adotada é que determina o sucesso ou fracasso de sua implementação, em que as práticas dos usufruidores se apresentam como fundamentais para a disseminação da inovação, tendo em vista que sinalizam as mudanças comportamentais sobretudo nos usuários tidos como potenciais inovadores.

Farias (2014) aponta que muitos usuários têm cumprido um papel importante na contribuição para o desenvolvimento de inovações, sobretudo, nas que se referem ao desenvolvimento ou modificações de produtos existentes. Ressalta ainda, que por várias razões, esta participação dos usuários é bem menor nas etapas que envolvem a criação de novos produtos.

2.4.1.4.3 Dimensão Produto-serviço de Ecoinovação

A dimensão proposta está relacionada à relevância que os produtos, serviços e processos assumem na consecução da inovação, se constituindo em elementos que podem

melhorar a sustentabilidade, ao passo que também aprimoram a competitividade das empresas (BRITO, 2017).

Essa dimensão apresenta certa complexidade, vista como Sistema Produto-Serviço (PSS)⁵, apresentando-se como um sistema integrado de bens e serviços, que visa oferecer soluções completas e integradas a consumidores de bens de base tecnológica. O conceito de PSS, originado no norte da Europa desde os anos de 1990, em seu início, contou com uma abordagem focada na ecologia industrial, centrada no conceito de “vender performance” em vez de vender “bens” (BRONZERI et al., 2015).

Carrillo-Hermosilla, González e Könölla (2009) destacam dois aspectos importantes na dimensão produto-serviço, quais sejam: 1) A modificação de entrega de produto-serviço, as quais envolvam interações no serviço e no produto entregue, bem como a alteração na percepção do consumidor; 2) A alteração nos processos de rede de valor, voltados às transformações nas redes de valores e processos, que por sua vez, possibilitem a entrega do produto e do serviço. Para Bronzeri et al. (2015) tal destaque revela que a dimensão produto-serviço abrange certa complexidade, expressa como Sistema Produto-Serviço (PSS).

Nesta perspectiva, uma inovação bem sucedida deve proporcionar um valor superior ou reduzir os custos e, em último caso, aumentar as receitas dos clientes existentes ou aproximar novos clientes. Nesse processo, a forma como as empresas geram determinado valor acrescentado, pode desempenhar um papel essencial no processo de inovação e seus impactos ao meio ambiente (CARRILLO-HERMOSILLA; GONZÁLEZ; KÖNÖLLA, 2009).

2.4.1.4.4 Dimensão Governança de Eco inovação

A governança corporativa direcionada à eco inovação trata-se de uma dimensão fundamental para o alcance de melhorias no uso dos recursos e habilidades disponíveis favoráveis ao desenvolvimento e à implementação de eco inovações e, relaciona-se a todas as

⁵ Tukker (2004) classifica o **PSS** (Sistema Produto Serviço) a partir da distinção entre três categorias importantes, quais sejam: **a)** serviços orientados para o produto. **b)** serviços voltados ao uso e **c)** serviços orientados para o resultado. Os **serviços orientados para os produtos** envolvem conceitos que recaem sobre a venda de produtos, como também de apoio aos serviços necessários durante a etapa de uso do produto, incluindo aconselhamento e consultoria. Por sua vez, os **serviços orientados para o uso** contemplam abordagens que se focam na locação do produto, sendo que o que promovem mantém a propriedade de um produto sendo também responsável por sua manutenção e reparação. Já no que se refere aos **serviços orientados para os resultados**, o cliente paga por unidade de serviço, adquirindo um produto somente em acordo com o nível de utilização ou resultado funcional, considerando que provedor e consumidor podem combinar um resultado final, sem detalhar como o resultado será entregue (CARRILLO-HERMOSILLA; GONZÁLEZ; KÖNÖLLA, 2009).

soluções institucionais e organizacionais novas, como também às aplicadas na resolução de conflitos, que envolvem recursos ambientais. Estas soluções podem lidar com uma ou combinadas funções de governança ambiental, tais como: (1) Exclusão de usuários não autorizados; (2) Regulação do uso de recursos autorizados; (3) Distribuição dos respectivos benefícios (4) Provisionamento e recuperação de custos; (5) Monitoramento; (6) Execução; (7) Resolução de conflitos (8) Escolha coletiva (CARRILLO-HERMOSILLA, GONZÁLEZ E KÖNÖLLA, 2009).

Assim, a quarta dimensão governança, está orientada à administração e gestão inovadora voltada à tomada de decisões, tanto na esfera pública quanto na privada, no intuito de possibilitar as mudanças ocasionadas pelas ecoinovações e evitar a criação de uma barreira ao desenvolvimento da inovação, sobretudo quando forem exigidas intensas e complexas mudanças (BRITO, 2017).

Para tanto, a organização deve apoiar a captação de questões ambientais na administração de processos internos e externos juntamente com seus *stakeholders*. Ademais, ressalta-se que os sistemas de administração ambiental apresentam significativa relevância para dar início à integração de questões ambientais operacionais ((CARRILLO-HERMOSILLA, GONZÁLEZ E KÖNÖLLA, 2008).

A partir do momento em que a inovação passa a ser social e economicamente difundida ou, à medida que se evidenciam outras explicações que justificam a sua manutenção, a exemplo da segurança nacional, o Estado pode interferir e estimular a expansão do sistema, por meio de diversos mecanismos, tais como subsídios, incentivos ou propriedade direta (BRONZERI et al., 2015). Por outro lado, o governo também pode intensificar os obstáculos à ocorrência de ecoinovações (Idem). Desse modo, a superação e aquisição dos benefícios pode requerer bastante esforço em inovação de governança nos setores públicos e privados (CARRILLO-HERMOSILLA, GONZÁLEZ E KÖNÖLLA, 2009).

Na perspectiva da empresa, a dimensão governança tem como desafio, o desenvolvimento de novas relações com outras partes interessadas, particularmente com o Estado, para o qual os gestores devem adquirir conhecimento da real função das empresas na sociedade, considerando que a governança pode se apresentar tanto como indutora, quanto como bloqueadora para que o desenvolvimento de uma ecoinovação (CARRILLO-HERMOSILLA, GONZÁLEZ E KÖNÖLLA, 2009).

De acordo com de Menezes, Cunha e Cunha (2013) e Menezes e Cunha (2014, 2016), apesar das ecoinovações apresentarem significativo potencial para aumentar a

competitividade das organizações, estas tem vivenciado um crescimento de principiante. A este respeito, Carrillo-Hermosilla, González e Könölla (2009) indicam que tal realidade se deve à sua difícil e lenta difusão na economia, devido às barreiras que atuam em dois níveis: **(1) Nível Externo** – em razão dos obstáculos comerciais e da ausência de indutores e **(2) Nível Interno** – através da ausência de pressão dos atores, da incipiência de investimentos financeiros, de recursos tecnológicos ou mesmo de interesse, como também, pela falta de compatibilidade destas inovações com o processo de produção em vigor na organização.

Com relação às **barreiras externas**, os autores afirmam que fatores como os obstáculos comerciais e a ausência de indutores são apenas algumas das circunstâncias que contribuem para esta situação. Há ainda uma tendência em utilizar soluções já conhecidas e consolidadas, ocasionando o aprisionamento em tecnologias antigas (*lock-in*). Portanto, o desenvolvimento de ecoinovações exige todo um sistema, em um ambiente que favoreça a tal iniciativa (CARRILLO-HERMOSILLA; GONZÁLEZ; KÖNÖLLA, 2009).

Por sua vez, no que se refere às **barreiras internas**, podem estar agrupadas em três categorias: (1) Ausência de pressão de alguns importantes atores sociais, como consumidores, políticos, entre outros; (2) Fatores internos, como a falta de investimentos financeiros, de recursos tecnológicos ou mesmo de interesse e (3) Falta de compatibilidade destas inovações com o processo de produção vigente da empresa. Ressalte-se, contudo, que estas diferentes barreiras não agem de forma isolada. Elas estão inter-relacionadas, interagindo e reforçando umas as outras (CARILLO HERMOSILLA; GONZÁLEZ; KÖNNOLÄ, 2009).

Menezes, Cunha e Cunha (2013) e Menezes e Cunha (2014, 2016) complementam ainda, que estas diferentes barreiras não atuam de forma isolada, mas sim inter-relacionadas, através da interação e reforço mútuos. Para tanto, estes autores desenvolveram um quadro descritivo (**Quadro 6**), a fim de evidenciar quem são os atores presentes no processo de ecoinovação, tomando por base os estudos de Carrillo-Hermosilla, González e Könölla (2009).

Quadro 6 – Atores envolvidos no processo de inovação para proteção ambiental (continua...)

ATORES	PAPEL
1. Políticas Públicas	Podem ser indutores ou bloqueadores deste tipo de inovação. Estão relacionados à políticas ambientais.
2. Fornecedores	Podem ser indutores ou bloqueadores da inovação para a proteção ambiental. Colaboram na adaptação da tecnologia no processo de produção.
3. Consumidor Final	Sua falta pode gerar uma barreira para este tipo de inovação, mas há uma demanda crescente que impulsiona este novo segmento.
4. Competidores	Podem ser indutores ou bloqueadores deste tipo de inovação.
5. Associações	Podem ser uma das principais fontes de informações sobre alternativas de

(...continuação)

Industriais	inovações para sustentabilidade ambiental.
6. ONGs Ambientais	São indutores, pois exercem pressão para a adoção deste tipo de inovação.
7. Sociedade Civil	Podem ser um dos indutores do processo.
8. Centros de Pesquisa	Podem contribuir para o desenvolvimento e a difusão destas inovações.
9. Instituições Financeiras	Podem ser indutores ou bloqueadores deste processo. Irão investir na prática deste tipo de inovação.

Fonte: Menezes, Cunha, S. K. e Cunha, J. C. (2013) adaptado de Carrillo-Hermosilla, González e Könölla (2009).

A inovação voltada à proteção ambiental somente alcançará êxito no mercado, se as barreiras forem controladas e, se existirem incentivos adequados a esta iniciativa. É nesta fase que se destaca o papel do Estado, instituindo medidas políticas para esta finalidade. Todavia, o Estado não se trata do único ator responsável por instituir políticas ambientais, pois as empresas privadas e outras instituições também devem contribuir com estas iniciativas (MENEZES; CUNHA; CUNHA, 2013; MENEZES; CUNHA, 2014, 2016).

Tais políticas podem proporcionar condições mais adequadas para o desenvolvimento de ecoinovações e devem ser adotadas através de uma combinação interativa entre os diversos tipos de instrumentos neste processo. Além do mais, independentemente de quais atores as institui, as políticas ambientais necessitam possuir as seguintes características: (1) Ser esboçadas de modo a atingir objetivos de longo prazo; (2) Combinar diferentes instrumentos para uma mesma ação; (3) incentivar a cooperação entre os atores; (4) estimular a flexibilidade regulatória e (5) ser flexíveis e se adequar às características do segmento no qual se encontram inseridas (CARRILLO-HERMOSILLA; GONZÁLEZ; KÖNÖLLA, 2009).

De acordo com os estudos de Farias (2014) acerca das dimensões supracitadas, quando estas são abordadas juntamente, compõem uma estrutura compreensiva, mas não exaustiva para a análise de ecoinovações. Nesse sentido, considera-se a importância concedida pelos estudiosos Könnölä, Carrillo-Hermosilla e Gonzalez (2008, 2009), acerca das ecoinovações, com vistas ao alcance da sustentabilidade, bem como o fato de considerarem essencial o inter-relacionamento entre os diversos *stakeholders* para o sucesso no desenvolvimento e difusão das ecoinovações (FARIAS, 2014).

Uma das principais contribuições deste modelo diz respeito à recomendação das dimensões “usuário” e “governança”, sendo a justificativa da inclusão destas duas dimensões fundamentada na importância das relações dos *stakeholders* no processo de desenvolvimento e adoção de econovações ao longo da cadeia produtiva (FARIAS, 2014). A propósito, a interação entre os vários atores na dinâmica de implementação das ecoinovações é fator preponderante para o êxito na implementação de ecoinovações.

Cabe evidenciar um conjunto de autores que apresentam pesquisas relacionadas com os direcionamentos das tipologias propostas por Carrillo-Hermosilla, González e Könölla (2009), quais sejam: Porter e Van der Linde (1995,1999); Mont (2002); Tukker (2004); Pigosso et al. (2010); Pigosso, Rozenfeld e McAloone (2013); Gremyr et al. (2014), entre outros.

Neste contexto, faz-se importante ressaltar, que apesar das tipologias de ecoinovações até aqui apresentadas possuírem algumas particularidades, estas não se mostram contraditórias nem divergentes, pelo contrário, é possível identificar uma complementariedade entre as mesmas, que por sua vez, tendem a enriquecer o conceito de ecoinovação.

Somado a este contexto, a evolução e dinamicidade do segmento hoteleiro têm se mostrado, por muitas vezes, impactante ao meio ambiente, despertando inquietações e interpretações por parte de diversos interessados na temática, na busca por alavancar a implementação de ecoinovações na hotelaria.

Para tanto, considerando que as ecoinovações podem ser desenvolvidas em qualquer tipo de empreendimento hoteleiro (MENEZES; CUNHA, e CUNHA, 2013), torna-se relevante ponderar as especificidades de cada empreendimento, apesar de estarem inseridos no mesmo setor.

Nesta perspectiva, a seção a seguir, abordará o setor hoteleiro relacionado à temática de ecoinovações à luz dos diversos autores interessados no assunto, bem como contextualiza a realidade deste segmento no processo de adoção de ecoinovações em termos de estudos e formas de atuação, desenvolvidos no campo organizacional.

2.5 Setor hoteleiro

A hotelaria constitui-se em uma vertente do turismo, que se insere na “parte tangível”, ou seja, na materialização do turismo, expressa através dos lugares, momentos de troca de conhecimentos, observações de costumes e culturas entre os turistas e a comunidade local; a partir do instante em que, um determinado lugar que antes foi admirado à distância, apenas por meio de fotografias, passa a ser observado pessoalmente, em um ângulo de 360°. Neste contexto, destaca-se a definição da Organização Mundial do Turismo (OMT) para os Meios de Hospedagem (MH):

Os empreendimentos ou estabelecimentos, independentemente de sua forma de constituição, destinados a prestar serviços de alojamento temporário, ofertados em unidades de frequência individual e de uso exclusivo do hóspede, bem como outros serviços necessários aos usuários, denominados de serviços de hospedagem, mediante adoção de instrumento contratual, tácito ou expresso, e cobrança de diária - Artigo 23 da Lei nº 11.771/2008 (MINISTERIO DO TURISMO, 2010, p. 5).

Ademais, os MH são classificados, de acordo com a OMT, em 8 categorias, sendo elas as seguintes: (1) Hotel; (2) Resort; (3) Hotel Fazenda; (4) Cama & Café; (5) Hotel Histórico; (6) Pousada; (7) Flat; (8) Apart Hotel. No entanto, este estudo se aterá a duas categorias (Hotel e Pousada), por considerar que estes últimos são os mais comumente utilizados.

Para tanto, a OMT classifica **hotel** enquanto um “meio de hospedagem com serviço de recepção e de alimentação” (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010, p. 7), enquanto **pousada** representa:

Meio de hospedagem de característica arquitetônica predominantemente horizontal, com até três pavimentos, 30 unidades habitacionais e 90 leitos, com serviços de recepção e alimentação. Nota: a pousada pode ser em um prédio único ou com chalés ou bangalôs (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010, p. 7).

Cabe destacar, que o novo Sistema Brasileiro de Classificação dos MHs encontra-se fundamentado em uma série de requisitos a que os MHs devem atender, quais sejam: (1) Infraestrutura – vinculados à instalação e aos equipamentos; (2) Serviços – vinculados à oferta de serviços e (3) Sustentabilidade - vinculados às ações de sustentabilidade, isto é, ao uso dos recursos, de maneira ambientalmente responsável, socialmente justa e economicamente viável, de modo que o atendimento das necessidades atuais não comprometa a possibilidade de uso pelas futuras gerações (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010).

Com base nestes requisitos é possível verificar a forte relevância da sustentabilidade compreendida como condicionante essencial à sobrevivência e ao êxito dos MHs, bem como do reconhecimento da sustentabilidade enquanto fator preponderante inserido nas pautas de fomento ao desenvolvimento do meio ambiente como um todo.

Uma empresa hoteleira trata-se de uma organização que, por meio do pagamento de diárias, oferece alojamento à clientela indiscriminada, cuja finalidade é explorar e/ou administrar um determinado meio de hospedagem, que tem em seus objetivos sociais o exercício de atividade hoteleira (CASTELLI, 2000).

Nesta perspectiva, o setor hoteleiro apresenta-se como fundamental à infraestrutura da atividade turística, mostrando-se como um dos suportes principais à fixação e ao desenvolvimento desse mercado.

Este setor no Brasil vem demandando maior investimento em sofisticação e competitividade, levando o segmento a adotar inovações tecnológicas, investir em estrutura e na qualificação de pessoal, com vistas ao aumento da competitividade. Para tanto, os meios de hospedagem que têm interesse em manter-se no mercado precisam estabelecer iniciativas, com vistas à diminuição dos custos, foco na fidelização dos clientes e aumento da rentabilidade (MENEZES; CUNHA; CUNHA, 2013).

Destarte, Abreu et al. (2014) apontam, que a hotelaria é reconhecida como um dos mais relevantes setores da economia brasileira, por seu potencial em gerar empregos e riquezas. Paralelamente, Bodanowicz e Martinac (2015) destacam que, devido ao seu tamanho e presença global o setor hoteleiro, ao mesmo tempo possui um potencial substancial para promover e apoiar a responsabilidade corporativa. Este potencial deve ser sabiamente utilizado, já que o futuro da indústria de viagens e turismo depende muito da disponibilidade contínua de ambientes atraentes e comercializáveis. É, portanto, encorajador que a maioria predominante dos hoteleiros expressem uma grande preocupação pelo meio ambiente.

Para tanto, faz-se importante relacionar o setor hoteleiro à implementação de ecoinovações, tendo em vista as diversas possibilidades e desafios impulsionados pelas diversas demandas geradas pela necessidade de sustentabilidade na hotelaria, em um mundo marcado pela dinâmica da globalização, que por sua vez, requer uma nova configuração dos meios de hospedagem no mundo, fator este que merece ser discutido constantemente.

2.6 Ecoinovações no setor hoteleiro

A importância da ocorrência de ecoinovações junto ao setor hoteleiro vem ganhando, cada vez mais, notoriedade ao longo do tempo, frente às possibilidades de avanços ao setor no que se refere à perspectiva de ações mais sustentáveis e inovadoras.

A existência da qualidade e da produtividade nas empresas requer investimentos em inovações, que estejam vinculados à promoção de uma política de proteção ambiental, através da ocorrência de ecoinovações, fator este que representa um forte potencial de desenvolvimento ao setor hoteleiro (MENEZES; CUNHA; CUNHA, 2013).

O setor do turismo, em geral e, a hotelaria, em particular, têm a responsabilidade de implementar práticas de inovação sustentável, uma vez que o sucesso dos negócios depende, em grande parte, da “saúde” do meio ambiente (GONÇALVES, 2004).

Neste sentido, a sustentabilidade apresenta-se como um conceito consideravelmente recorrente nas discussões contemporâneas direcionadas ao desenvolvimento do turismo sendo que, contraditoriamente e, de forma simultânea, esta se revela como um dos conceitos menos compreendidos, requerendo que muitos esforços sejam empregados com vistas a um consenso coeso acerca de sua definição (MALTA; MARIANI, 2013).

Tal como a definição geral de sustentabilidade, a definição de turismo sustentável também não obteve maior êxito, uma vez que existem diversas variações a respeito da definição de turismo sustentável. Contudo, todas elas demandam considerações adaptadas ao bem estar econômico, ambiental, sociocultural e político no longo prazo (Ibidem).

De acordo com Cooper et al. (2007), o turismo, no qual está inserido o segmento hoteleiro, trata-se de um setor que pode produzir um impacto negativo expressivo junto aos ambientes culturais e naturais das localidades anfitriãs. Esses autores destacam o turismo sustentável como responsável por buscar atender às necessidades atuais dos turistas, bem como das regiões acolhedoras, ao passo que também busca garantir oportunidades para o futuro, gerindo todos os recursos, de tal forma, que as necessidades econômicas, sociais e estéticas possam ser satisfeitas e, mantendo, simultaneamente, a integridade cultural, os processos ecológicos essenciais, a diversidade biológica e os sistemas de apoio à vida.

Malta e Mariani (2013) acrescentam que o desenvolvimento do turismo sustentável envolve a gestão dos recursos naturais e humanos, com vistas a proporcionar prazer ao visitante e, ao mesmo tempo, beneficiar a localidade, tornando mínimos, simultaneamente, os impactos negativos à região e à população local. Para tanto, a fim de promover a sustentabilidade, o turismo conta com um dos seus produtos: **a hotelaria** (COOPER et al., 2007).

Por sua vez, a hotelaria constitui-se em um segmento de mercado em expansão, que depende diretamente da atratividade exercida pelo meio ambiente saudável, o que gera a necessidade desta agregar, em sua atuação, ações de inovações sustentáveis correspondentes aos fatores ambientais, sociais e econômicos (MALTA; MARIANI, 2013).

Para Gonçalves (2004), a questão sustentável se torna, a cada dia, mais evidente no segmento da hospitalidade, tendo em vista as pressões dos consumidores, dos órgãos de

regulamentação e das organizações não governamentais. A propósito, embora a responsabilidade ambiental e a sustentabilidade sejam conceitos que apenas recentemente assumiram explicitamente o desenvolvimento do turismo, a aplicação desses valores é essencial para a atratividade contínua e a comercialização de qualquer local. Deste modo, os efeitos cumulativos e no longo prazo de um grande número de poluidores podem ser tão prejudiciais para o meio ambiente tanto quanto os causados por menores números de poluidores mais facilmente identificados (BODANOWICZ; MARTINAC, 2015).

Pesquisa qualitativa realizada por Bodanowicz e Martinac (2015) em quatro cadeias hoteleiras instaladas na Europa (Accor; Best Western; Radisson SAS e Scandic Hotels AB), desenvolvida a partir de um questionário de pesquisa (com base em uma revisão abrangente da literatura), constando de vinte e duas perguntas de múltipla escolha, ocasionalmente complementadas por comentários de acompanhamento incluídos para esclarecimentos, cujo instrumento de pesquisa foi o questionário enviado para representantes dos hotéis via e-mail, destacou o setor de hospedagem como o mais prejudicial ao meio ambiente da indústria do turismo, devido à sua alta intensidade de recursos. A pesquisa mostrou a estimativa de que 75% dos impactos ambientais da indústria hoteleira podem ser atribuídos ao excessivo consumo de bens não duráveis locais/importados, energia e água, seguido de emissões liberadas para o ar, água e solo (BODANOWICZ; MARTINAC, 2015).

Deste modo, faz-se importante voltar-se o foco à implementação da dinâmica da ecoinovação no contexto da hospitalidade, tendo em vista as diversas possibilidades que este tema oferece ao setor, como também se faz necessário atentar-se para os desafios das mudanças necessárias, sobretudo, no que se refere à rotina habitual das empresas, na perspectiva da substituição de práticas prejudiciais ao meio ambiente por ações ecoinovadoras.

2.6.1 Pesquisas sobre ecoinovações no setor hoteleiro

No âmbito da academia é possível encontrar um significativo número de estudos tanto brasileiros quanto internacionais, os quais relacionam a sustentabilidade às redes hoteleiras. Todavia, os estudos de Menezes e Cunha (2016) revelam que poucos deles dão destaque às ecoinovações neste setor, o que torna relevante a necessidade de uma nova discussão para esta temática.

Legrand et al. (2012) realizaram uma investigação de caráter qualitativa e quantitativa nos meios de hospedagem da Alemanha. Os resultados da pesquisa evidenciaram que 71% dos respondentes enxergam a ausência de recursos financeiros como a principal barreira para investir em seus empreendimentos; 60% representaram a pouca rentabilidade dos investimentos em sustentabilidade; 45% assinalaram a complexidade da implementação destas inovações, vistas como barreiras ao seu desenvolvimento; outros fatores, a exemplo da ausência de direcionadores representaram 33%; falta de pessoal especializado para a implantação chegaram a 29%, falta de relevância local com 13% e falta de conscientização sustentável igual a 7%.

Os dados apresentados no parágrafo anterior serviram de base para comprovar efetivamente as afirmações de Sloan, Legrand e Chen (2013), quais sejam: o alto custo inicial; as dúvidas quanto ao retorno do investimento; a falta de tempo; a exigência de maior gerenciamento; o interesse limitado pela falta de conhecimento na temática e o controle e comunicação interna das políticas ambientais das redes hoteleiras são as principais razões que impedem a implementação dessa prática em muitos empreendimentos de hospedagem. Estes autores afirmam ainda, que dentre as razões que impulsionam os meios de hospedagem a investir em ecoinovações, destacam-se: melhoria da imagem e aumento do *market share* (participação no mercado); obtenção de vantagem competitiva; motivação própria e ampliação da motivação dos colaboradores. Ademais, a pesquisa revelou também, que os gestores reconhecem o grande consumo de recursos gerados por este setor, bem como da necessidade da introdução de tecnologias que diminuam os custos. Nesta perspectiva, a ocorrência de ecoinovações na hotelaria pode diminuir os impactos ao meio ambiente, ocasionados por estes empreendimentos, aumentando seu desempenho organizacional e, conseqüentemente, sua competitividade no mercado.

Este contexto remete à já citada pesquisa, de cunho qualitativo, realizada por Bodanowicz e Martinac (2015) em quatro cadeias hoteleiras instaladas na Europa (Accor, Best Western, Radisson SAS e Scandic Hotels AB), a qual revelou ainda, duas motivações por parte dos hotéis para o investimento em ecoinovações: 1) as solicitações dos hóspedes e 2) o conselho suscitado por outros profissionais do mercado. Esta investigação também revelou, que embora as quatro cadeias hoteleiras incluídas na pesquisa possuam políticas ambientais e programas a nível corporativo, apenas três delas expõem tais informações claramente em suas páginas na *web*, ou publicam regularmente informações ambientais em seus relatórios empresariais.

A respeito do perfil das empresas investigadas (Ibidem), um dado importante refere-se ao perfil dos clientes destes hotéis, uma vez, que de acordo com a OMT, o lazer e a recreação são propósitos dominantes para a viagem. No entanto, um número substancial de hotéis hoje em dia recebe convidados de negócios e conferências como clientes básicos e principais, a menos que o destino seja predestinado para fins de lazer. Na pesquisa, mais de dois terços dos investigados de cada cadeia indicou que os empresários representam mais de metade dos convidados em suas instalações. Apenas alguns entrevistados alegaram que os turistas são sua principal clientela. Ademais, a pesquisa também mostrou que o perfil do cliente define os padrões de ocupação e operação em uma instalação, e tipicamente afeta as atitudes dos clientes em relação à proteção ambiental. Isso claramente também influencia as características particulares de uma instalação. Já a localização da instalação e a diversidade/qualidade dos serviços oferecidos apresentaram-se como os recursos hoteleiros mais comercializados (82,2% a 92,7 para a localização e 82,2% a 96,8% para a qualidade de serviços). Deste modo, os hoteleiros pesquisados tipicamente acreditam que estes são os dois fatores mais importantes que afetam a escolha do cliente. Por outro lado, curiosamente, o custo dos serviços oferecidos ocupou o terceiro lugar na posição, enquanto a propaganda foi apresentada como exercendo pouca influência significativa sobre a escolha do cliente, apesar dos hoteleiros terem a classificado como o número um em sua lista de prioridades para investimento.

Um entrevistado destacou a necessidade da promoção adequada de estabelecimentos com certificação ambiental, preconizando que as informações sobre os certificados ecológicos de propriedade do hotel devem ser exibidos em catálogos/diretórios dos hotéis, guias da cidade, bem como agências de reservas e viagens. Essa informação é especialmente valiosa, tendo em vista que apenas 1% das instalações de alojamento europeias atualmente são eco rotuladas. Apesar dessas limitações, a maioria dos hoteleiros declarou estar envolvida em alguns tipo de atividades orientadas para o meio ambiente (68% e 85,4% para Cadeias 3 e 4 e 100% para Cadeias 1 e 2) (Idem).

Estudos recentes realizados por Menezes e Cunha (2016), de natureza qualitativa e caráter descritivo, através do estudo de casos múltiplos com diferentes redes hoteleiras, cujo objetivo foi o de verificar a realidade das ecoinovações desenvolvidas pelas redes hoteleiras globais, evidenciam que o segmento vem desenvolvendo um significativo número de ecoinovações em seus empreendimentos, sendo a maior parte delas de caráter *end-of-pipe*

(fim de tubo)⁶. A tendência quanto à incorporação de inovações sustentáveis nas empresas é a de implementá-las, na maioria das vezes, com vistas a atender à demanda ambiental em decorrência de regulamentação; enquanto no que diz respeito à sustentabilidade de uma atividade produtiva, inicialmente, a finalidade é tratar os resíduos industriais para facilitar sua absorção pela natureza. Deste modo, esta tendência ficou conhecida como desenvolvimento de soluções *end-of-pipe*, uma vez que estas se caracterizam por ser aplicadas apenas no fim do processo produtivo, assumindo um caráter corretivo.

Para Bodanowicz e Martinac (2015) as associações de hotéis e turismo, incluindo as corporações hoteleiras, possuem um papel significativo na conscientização ambiental, bem como na promoção de práticas mais sustentáveis entre os representantes da indústria da hospitalidade. Na Europa, algumas dessas organizações desenvolvem políticas e planos de ação ambiental individual. Elas são ainda capazes de aconselhar e ajudar os hoteleiros a tomar as decisões certas. Estas corporações, geralmente oferecem aos seus membros, treinamentos e serviços de consultoria, bem como a publicação de diferentes tipos de diretrizes e estudos de caso de melhores práticas (Ibidem).

A pesquisa empírica levantada por Menezes e Cunha (2016) em redes hoteleiras, verificou ainda, que estas desenvolvem um grande número de ecoinovações em seus empreendimentos, sendo a maior parte de caráter *end-of-pipe*. Já no que se refere às barreiras encontradas, este estudo mostra, os seguintes pontos destacados pelas empresas: dificuldade para obter algumas das tecnologias disponíveis no mercado; ausência de incentivadores; carência de regulação clara e apropriada, falta de interesse geral de fornecedores e compradores; dificuldade para mostrar o retorno do investimento aos investidores; falta de recursos financeiros; falta de investimento; ausência de pressão dos hóspedes; tamanho da empresa e falta de controle de todas as decisões por trabalhar majoritariamente com franquias.

Por sua vez, quanto aos estímulos encontrados pelas empresas investigadas por Menezes e Cunha (2016) foram identificadas as seguintes: legislação local; fundos para as inovações ambientais; parcerias com outras organizações; prêmios do mercado hoteleiro e engajamento com o futuro do planeta e das gerações futuras. O estudo concluiu que, no ponto

⁶ Segundo Rohrich e Cunha (2004), no Brasil prevalecem as tecnologias chamadas *end-of-pipe* ou fim de tubo, cuja definição refere-se àquelas que tratam os resíduos e efluentes somente no final do processo produtivo, sendo consideradas tecnologias de controle. Para Geffen (1995) trata-se de uma "tecnologia de tratamento ou de remediação". De acordo com Geffen, as tecnologias do tipo *end-of-pipe*, por estarem orientadas especificamente ao atendimento das regulamentações existentes, nem sempre fornecem o nível de proteção solicitado quando essas regulamentações se alteram. Acrescenta que, no longo prazo, elas se tomam desproporcionalmente mais dispendiosas para a empresa do que as tecnologias de prevenção da poluição.

de vista dos entrevistados, ainda há mais barreiras do que incentivos para o desenvolvimento de inovações com foco ambiental e que grande parte delas está vinculada à questão financeira e à falta de interesse. No que se refere às motivações para investir em ecoinovações, todos os entrevistados reconheceram que o investimento neste tipo de inovação era motivado, entre outras razões, pela possibilidade de obter uma maior vantagem competitiva.

Frente aos resultados das pesquisas apresentadas até aqui, acredita-se que o número de clientes para os chamados “hoteis verdes” aumentarão nos próximos anos, bem como a tendência à intensificação, pelos hoteleiros, no que se refere aos investimentos em ecoinovações.

A presente pesquisa nos hotéis do município de João Pessoa - PB foi adaptada com ecoinovações originárias de pesquisas de diversos trabalhos na área, no entanto possui influência direta dos estudos de Brito (2017), o qual destacou em seu trabalho um conjunto de variáveis de ecoinovações no setor hoteleiro, através de um **Check List de Ecoinovações**:

1. O *Check List* de ecoinovações aplicadas ao setor hoteleiro, adaptado de Brito (2017), em seu formato original, foi elaborado a partir de um *brainstorming* (tempestade de ideias) realizado por pesquisadores da UFCG e UFPB diretamente envolvidos com a temática, vinculados à área de inovações sustentáveis e sustentabilidade no turismo e, que tiveram acesso a leituras sobre ecoeficiência e sustentabilidade na atividade turística;
2. As ecoinovações listadas no *Check List* foram somadas a outras ecoinovações que, por sua vez, foram inseridas a partir de pesquisas cujas fontes tiveram origem nos diversos artigos referenciados na fundamentação teórica deste trabalho.

Por sua vez, os estudos de Brito, tomaram como referência o estudo de Menezes, Cunha e Cunha (2013), que através de um estudo realizado em uma rede de hotéis, desenvolveram uma classificação para elencar as ecoinovações identificadas nos estabelecimentos pesquisados. Estes autores (Idem) classificaram as ecoinovações, que podem ser adotadas por hotéis em quatro categorias (1-Lixo; 2-Produtos e Serviços Ambientalmente Responsáveis; 3- Energia e 4- Água), o que facilitou a identificação da presença destas ecoinovações no ambiente estudado, conforme o descrito no **Quadro 7** a seguir.

Quadro 7 – Classificação para ecoinovações aplicadas a hotéis

CATEGORIA	INOVAÇÃO
LIXO	- separação e venda de lixo reciclável; - recolhimento e depósito do lixo orgânico.
PRODUTOS E SERVIÇOS AMBIENTALMENTE RESPONSÁVEIS	- <i>amenities</i> biodegradáveis; - <i>tablet</i> na recepção.
ENERGIA	- sensores de presença; - troca de lâmpadas por tecnologia LED; - troca dos equipamentos eletroeletrônicos; - economizadores de energia.
ÁGUA	- caixa acoplada; - lavanderia.

Fonte: Menezes; Cunha e Cunha, (2013).

Neste contexto, partindo desta ideia, o estudo realizado por Brito (2017) também propôs uma classificação para as ecoinovações, que por sua vez, podem ser adotadas pelos hotéis e pousadas da região pesquisada, facilitando a visualização da existência ou não de ecoinovações utilizadas no segmento. Uma seleção inicial foi realizada através da pesquisa, antes desenvolvida por Brito (2017), acerca das dimensões e variáveis relacionadas no modelo deste autor, o qual as segmentou a partir das possíveis categorias de ecoinovações a serem encontradas em sua pesquisa (Ibidem) são explicitadas no **Quadro 8** a seguir.

Quadro 8 – Classificação de ecoinovações

(continua...)

CATEGORIAS	ECOINOVAÇÕES
ENERGIA	1. Economia de energia por meio do uso de dispositivos de presença que permitem acender ou apagar luzes.
	2. Uso de economizadores de energia nas unidades habitacionais (sistema do cartão ou chave elétrica).
	3. Troca das lâmpadas por tecnologia LED.
	4. Acompanhamento e avaliação mensal do consumo energético.
	5. Adoção de "telhados verdes" com a intuito de ajudar na redução da temperatura ambiente e economia de energia evitando ar condicionados.
	6. Aproveitamento da luz natural do sol para iluminação diurna.
	7. Aproveitamento de luz solar para aquecimento da água ou geração de energia.
	8. Geração de energia elétrica por fonte eólica.
	9. Oferecimento de serviços de recarga de celular (Baterias de recarga) com eletricidade gerada de forma renovável.
	10. Otimização dos fluxos de ar e dos sistemas de ventilação naturais em detrimento aos sistemas convencionais elétricos de climatização dos ambientes.
	11. Troca de computadores Desktop por modelos Laptop.
	12. Troca de aparelhos de TV por modelos com tecnologias que consomem menos energia.
	13. Troca de aparelhos de ar condicionados por modelos mais novos que utilizam a tecnologia <i>inverter</i> .
	14. Substituição de frigobares, geladeiras, micro-ondas, forno elétrico com mais de 10 anos por modelos novos e econômicos.
	15. Uso de Sistema que permita modificar a intensidade da luz no ambiente (<i>dimmer</i>).
	Fonte de Uso
	16. Lavagem do enxoval em lavanderias industriais

(...continuação)

RECURSOS HÍDRICOS	17. Uso de redutores de vazão da água nas torneiras e duchas.
	18. Uso de torneiras automáticas.
	19. Instalação de cisternas para captação e armazenamento de água da chuva.
	20. O estabelecimento conscientiza os hóspedes a solicitaram uma lavagem de enxoval que não seja diária.
	21. Uso de lavagem a seco.
	22. Substituição de válvulas <i>Hydra</i> por caixas acopladas em banheiros economizando água.
	<u>Destinação</u>
	23. Uso de uma rede de tratamento de efluentes, diminuindo seu poder de poluição.
RESÍDUOS	24. Reaproveitamento de águas de limpeza e de maquinários para fins diversos.
	<u>Resíduos Sólidos</u>
	25. A empresa realiza a coleta seletiva de lixo dando uma destinação específica aos resíduos.
	26. Reciclagem das sobras de sabonete.
	27. Instalação de um ponto de coleta de pilhas e baterias.
	<u>Resíduos orgânicos</u>
TRANSPORTES	28. Redução do desperdício de alimentos através da cobrança de taxa por desperdício
	29. Reaproveitamento do lixo orgânico para compostagem, produção de combustível ou outra aplicação.
	30. Uso de aplicativos que mostrem meios de transporte sustentáveis com sistema de recompensas para o cliente.
	31. Ônibus movidos a combustíveis menos poluentes (biogás, hidrogênio, eletricidade).
	32. Planejamento de itinerários para redução de uso de transportes e deslocamentos pouco eficientes.
CONSTRUÇÃO	33. Plano de manutenção e substituição da frota por unidades mais novas e mais econômicas.
	34. Substituição de combustíveis fósseis por misturas com biocombustíveis.
	35. Construção ou reforma do prédio com a preocupação ambiental, facilitando captação e aproveitamento de água da chuva, melhor ventilação, iluminação.
	36. Instalação de piso frio no ambiente, mantendo a habitação mais fresca.
	37. Há preocupação constante com a manutenção das instalações do negócio evitando desperdícios de recursos por mal funcionamento da estrutura física.
MARKETING	38. Uso de tijolos de jornal e gesso nas construções ou outro material ecológico.
	39. Instalação de paredes verdes
	40. A empresa fornece manuais e campanhas para ajudar parceiros a melhorar seu desempenho ambiental divulgando suas iniciativas.
CONSCIENTIZAÇÃO DOS COLABORADORES	41. Preferência de consumo de insumos locais
	42. A empresa promove divulgação de suas atividades sustentáveis para seus clientes.
	43. Conscientização dos colaboradores a partir de campanhas de conscientização, treinamentos e outros cursos de capacitação em gestão ambiental.
PRODUTOS E SERVIÇOS	44. Parcerias com instituições educacionais para realização de cursos ou palestras sobre gestão ambiental e ecológica
	45. Uso de alimentos de produção própria nos cardápios de restaurantes.
	46. Uso de aplicativo para smartphone para a comunicação e execução de procedimentos de compra.
	47. Site institucional com opções de compra e reserva, check-in e <i>check-out</i> .
	48. Tablet na recepção para comunicar a fatura e uso de nota fiscal eletrônica.
	49. Disponibilização de <i>amenities</i> biodegradáveis.
	50. Instalação de <i>dispensers</i> para shampoo e sabonete nos ambientes.
	51. Uso de garrafas retornáveis e embalagens retornáveis.
	52. Utensílios fabricados com reaproveitamento de materiais que seriam descartados (porta retrato, porta objetos, bolsas, etc)
	53. Novas modalidades de hospedagem baseadas no tempo de uso das dependências ou serviços do hotel.

(... continuação)

PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS	54. Almoce e plante, estimular a plantação de mudas e sementes aos clientes de restaurantes.
	55. Implantação do lápis semente
	56. Uso de detergentes e sabões biodegradáveis ou reciclados.
	57. Decoração com obras de artistas locais.
	58. Participação em programas ambientais de reflorestamento envolvendo clientes.
	59. A empresa possui parcerias com fornecedores para práticas sustentáveis.
	60. Exigência de normatizações e de selos de standardização que comprovem condutas sustentáveis dos terceirizados e parceiros das empresas.

Fonte: Dados da Pesquisa de Brito (2017).

A partir do **Quadro 8** é possível identificar a presença de um conjunto de **60 ecoinovações**, resultantes do *brainstorming* mencionado anteriormente neste trabalho.

2.7 Síntese do capítulo

A integração entre as três dimensões da sustentabilidade (social, ambiental e econômica) permite uma aplicação mais efetiva das ecoinovações, no sentido de gerar inovações ecoeficientes nas três esferas da sociedade com vistas ao alcance de soluções ecoinovadoras essenciais e integrais. Portanto, a sustentabilidade somente acontece em sua integralidade, isto é, com o alcance de uma abrangência sistêmica e holística, considerando ainda, o envolvimento de todos os atores sociais (governo, empresas e sociedade civil) (SANTOS; DIAS; CÂMARA, 2011).

Neste contexto, a inovação destaca-se por permitir o estabelecimento de conexões entre as ações sustentáveis e as iniciativas de criatividade das empresas, que devem estar sempre abertas à ecoinovação.

Destarte, o desenvolvimento e/ou adoção de ecoinovações visa gerar diversas possibilidades por meio de sua utilização, por exemplo, a utilização de novos fatores de produção, a mudança na composição de um produto, entre outros (BARBIERI, et al., 2010).

Para tanto, cabe lembrar, que há uma diversidade de abordagens conceituais e de tipologias de ecoinovações resultantes de estudos pioneiros no tema, que podem contribuir significativamente para a consolidação dos estudos na área e, conseqüentemente, ao avanço desta temática nos diversos espaços da sociedade.

A análise de ecoinovações junto ao setor hoteleiro, sobretudo, a partir da metodologia de tipologias de ecoinovações sugerida por Carrillo-Hermosilla, Konolla e Gonzalez (2008, 2009) apresenta uma perspectiva de significativa contribuição ao setor hoteleiro, favorecido a partir da sensibilização para a incorporação de ecoinovações em suas

atividades, por meio dos benefícios ambientais, econômicos e/ou sociais que serão gerados aos principais envolvidos (empresas produtoras, comunidade local, compradores, governo, etc.).

Nesta perspectiva, o próximo capítulo apresentará os procedimentos metodológicos adotados, com vistas à consecução da pesquisa.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este capítulo apresentará os procedimentos metodológicos utilizados para se obter os resultados e conclusões da pesquisa, sendo eles: **Qualificação da pesquisa** (classificação da pesquisa, etapas de desenvolvimento da pesquisa e caracterização da área de estudo e modelo de análise); **Delimitações da pesquisa** (caracterização da atividade hoteleira no município de João Pessoa – PB; definição das variáveis da pesquisa; definição do universo e amostra – pesquisa; universo da pesquisa; definição da amostra da pesquisa); **Procedimentos para coleta de dados** (instrumento de coleta de dados) e **Procedimentos para a análise dos resultados da pesquisa** (técnicas de análise dos dados e análise).

3.1 Qualificação da pesquisa

3.1.1 Classificação da pesquisa

Para Gil (1999), a pesquisa deve fundamentar-se em um processo sistemático do método científico, tendo, como objetivo essencial, a busca e a identificação de indicativos e respostas para os problemas de pesquisa suscitados.

Nessa direção, Marconi e Lakatos (2002) afirmam que, no campo das ciências sociais, a pesquisa confirmar-se como um instrumento fundamental para a resolução de problemas coletivos.

De modo a contribuir para a resolução do problema proposto e confirmação das premissas sugeridas, entende-se que a abordagem que melhor se adequa às necessidades deste trabalho é a **quantitativa**.

A pesquisa quantitativa, segundo Richardson (1999), caracteriza-se pela utilização de técnicas quantificáveis, seja na coleta de informações ou no tratamento dos dados, por meio da estatística, na qual os resultados são quantificados, registrados e sistematizados.

Definição similar adotam Martins e Theóphilo (2009), ao advertirem que, na pesquisa quantitativa, os dados coletados e as evidências obtidas podem ser devidamente quantificados e mensurados. Para tanto, os dados, após a coleta, devem ser discriminados, organizados e tabulados, de modo a serem preparados para serem submetidos a técnicas e procedimentos estatísticos.

Conforme Silva e Menezes (2001), a pesquisa quantitativa é essencial para traduzir as informações obtidas, percepções e opiniões coletadas em números. Desse modo,

busca-se decodificá-las de modo a serem devidamente classificadas e analisadas. Este método possibilita encontrar respostas às questões apresentadas, bem como obter informações fidedignas para o encaminhamento de sugestões de caminhos possíveis a novos estudos (ZICA, 2016).

Vários critérios podem ser utilizados para qualificar uma pesquisa. Vergara (2008) adota o critério de qualificar pesquisas de acordo com seus fins e com seus meios.

Para tanto, seguindo este critério e, com vistas a proporcionar maior familiaridade com o problema proposto, a presente pesquisa se classifica, **quanto aos fins**, como **exploratória**, tendo em vista que busca tratar de um tema que ainda não foi estudado no município de João Pessoa, sendo pouco disseminado dentre as pesquisas já realizadas e por ser recente e pouco explorado em relação as outras áreas (GIL, 2002). Ademais, a pesquisa exploratória é adequada para ser realizada em área na qual há pouco conhecimento acumulado e sistematizado, como é o caso dos estudos relativos ao desenvolvimento de ecoinovações, conforme observado por Maçaneiro e Cunha (2010). Considera-se ainda, o fato da escassez de pesquisas voltadas às ecoinovações com aplicação no setor hoteleiro, em especial, no Nordeste brasileiro; e **descritiva** por buscar descrever a característica de uma população, fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis.

Quanto aos meios, busca melhor esclarecer a respeito das contribuições em ecoinovações por parte dos hotéis localizados no município de João Pessoa – PB, sendo considerada uma área detentora de significativo potencial turístico e econômico no Estado, razão pela qual esta região corresponde à delimitação espacial desta pesquisa.

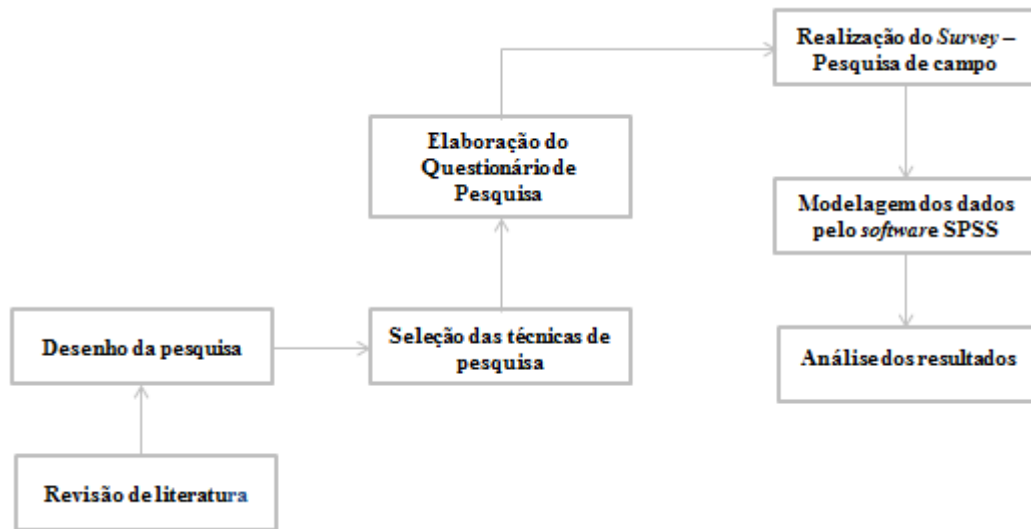
O percurso da pesquisa será demonstrado na seção seguinte.

3.1.2 Etapas de desenvolvimento da pesquisa

Conforme destaca Yin (2001) em seus estudos, dificilmente um resultado investigativo seria aceito pela comunidade científica, caso não estivesse baseado em um conjunto de procedimentos específicos e claramente determinados para o alcance de um conhecimento, sem o qual seria reduzida sua possibilidade de validação.

Para a construção da presente pesquisa, as etapas foram estruturadas conforme o disposto na **Figura 4**.

Figura 4 – Desenho das etapas da pesquisa



Fonte: Elaborado pela autora.

Conforme a **Figura 4** foram identificadas oito etapas como relevantes, em alguma medida, para a elaboração da pesquisa. Nos próximos tópicos, explanar-se-á mais detidamente a respeito.

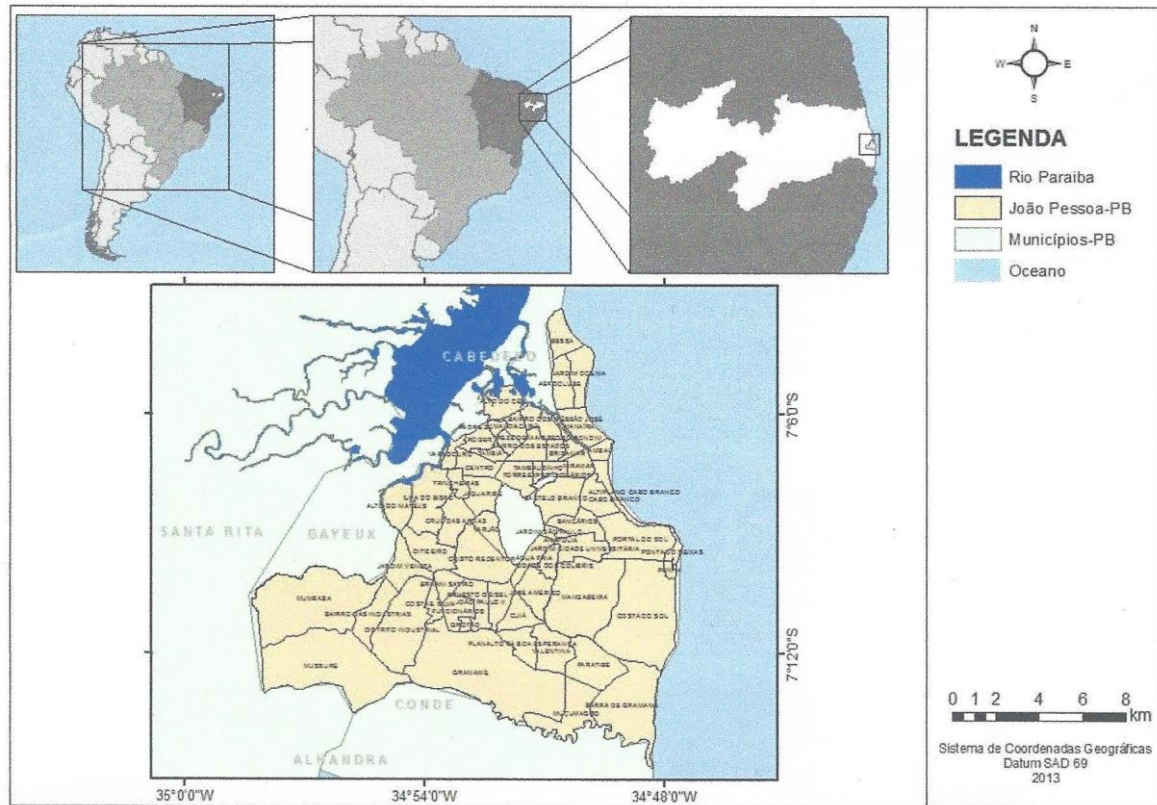
3.1.3 Caracterização da área de estudo

Reconhecida como o terceiro município mais antigo do país, João Pessoa - PB já nasceu com status de cidade no dia 5 de agosto de 1585, somando atualmente 432 anos (PBTur, 2017). Localizada no litoral, a capital do Paraíba, João Pessoa, constitui-se no principal centro financeiro e econômico do Estado, contando com uma população estimada em 723.515 habitantes; densidade populacional de 3.421,28 hab/km² e PIB percapita de R\$ 22.366, 71.

Um marco na história da capital voltada à sua importância e contribuição ao desenvolvimento sustentável, remete ao final do século XX, durante a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento, quando João Pessoa foi reconhecida sob o título de "segunda cidade mais verde do mundo", através do cálculo obtido da relação de número de habitantes por área verde, ficando atrás apenas da capital francesa, Paris (PBTur, 2017).

A **Figura 5**, a seguir, destaca o mapa do Estado da Paraíba, bem como a localização da cidade de João Pessoa.

Figura 5 – Localização Geográfica do município de João Pessoa – PB



Fonte: Maior (2014).

Após a caracterização da área a ser pesquisada, faz-se oportuno situar o objeto de investigação, de modo a esclarecer as delimitações da pesquisa ora proposta. Para tanto, estas serão descritas no subtópico a seguir.

3.2 Delimitações da pesquisa

3.2.1 Caracterização da atividade hoteleira do município de João Pessoa – PB

Em João Pessoa – PB destacam-se algumas ações no setor hoteleiro: (1) Ênfase na capacitação aos estabelecimentos turísticos através da Associação Brasileira de Indústrias Hoteleiras do Estado da Paraíba (ABIH-PB); (2) Prioridade na divulgação dos serviços do setor hoteleiro; (3) Distribuição de materiais institucionais da rede hoteleira; (4) Divulgação dos destinos turísticos da região, como forma de atrair o maior número possível de clientes;

(5) Busca por capacitações e participação em congressos nacionais, com (6) Formalização de parcerias para fortalecimento com ênfase na divulgação do setor (ABHI-PB, 2017).

A hotelaria no Estado da Paraíba vem acompanhando o crescimento do segmento de hospedagem a nível nacional, demonstrando um significativo aumento no número de hotéis, especialmente, na capital João Pessoa – PB (AMAZONAS, 2014).

Neste contexto, devido ao fato dos empreendimentos hoteleiros da capital serem constituídos de empresas relativamente recentes, algumas delas possuem algumas medidas socioambientais em seus projetos, tais como: coleta seletiva de lixo; captação de água da chuva; uso de aquecimento de água por meio de placas solares; elevadores inteligentes; apoio a programas socioambientais, entre outros (AMAZONAS, 2014).

Um fator preocupante diz respeito ao fato de haver mais barreiras do que incentivos para o desenvolvimento de ecoinovações na hotelaria, sendo grande parte destas barreiras vinculadas à questão financeira e à falta de interesse (MENEZES; CUNHA, 2016). Outro fator crítico do setor está no fato de que as motivações para investir em ecoinovações, apoiam-se na ênfase ao investimento determinado, entre outras razões, pela possibilidade de obter uma maior vantagem competitiva. (Idem).

Os estudos de Amazonas (2014) acrescentam ainda, a necessidade de inserir nos sites e demais sistemas de avaliação dos hotéis de João Pessoa, métodos de avaliação constante para além dos itens relacionados ao conforto, qualidade no atendimento, limpeza, entre outros, isto é, acrescentando o quesito socioambiental. Neste sentido, acrescenta-se a importância da inserção de quesitos também voltados às práticas de ecoinovação.

Após a caracterização da atividade hoteleira da região pesquisada, faz-se oportuno ressaltar as variáveis norteadoras desta pesquisa.

3.2.2 Definição das variáveis

Para alcançar os objetivos traçados na pesquisa se levantou os dados necessários, os quais foram investigados considerando as variáveis da pesquisa.

As variáveis da pesquisa resultaram dos estudos de Brito (2017) que destacou em seu trabalho um conjunto de variáveis de ecoinovações no setor hoteleiro, através de um *Check List* de Ecoinovações.

As variáveis da pesquisa foram construídas a partir da identificação e tipificação das ecoinovações, que por sua vez, foram classificadas em **9 categorias (Quadro 9)** propostas por Brito (2017).

Quadro 9 – Variáveis da pesquisa

Nº	VARIÁVEIS	DEFINIÇÃO
1	Energia	Diz respeito às ecoinovações de cunho energético.
2	Recursos Hídricos	Contempla as ecoinovações relacionadas ao melhor consumo de água quanto as suas fontes de uso e destinação.
3	Resíduos	Relacionados às ecoinovações voltadas ao aproveitamento de resíduos sólidos e orgânicos.
4	Transportes	ecoinovações direcionadas ao melhor uso de transportes menos prejudiciais ao meio ambiente.
5	Construção	relacionadas às ecoinovações que comportam ecoinovações em termos de estruturas/instalações físicas menos prejudiciais ao meio ambiente.
6	Marketing	Voltado às ecoinovações com vistas à promoção de campanhas e certificações
7	Conscientização dos Colaboradores	relacionados às políticas de sensibilização dos colaboradores e clientes para a dinâmica das ecoinovações.
8	Produtos e Serviços	voltados à promoção das ecoinovações.
9	Práticas Sustentáveis	Direcionadas para ações ecoinovadoras neste sentido.

Fonte: Elaborado com base em Brito (2017).

Nesta perspectiva, a fim de identificar se existe ou não existe a utilização das ecoinovações elencadas no novo modelo de *Check List* para registro das respostas dos representantes das empresas e, conseqüentemente, descobrir se a sua ocorrência é baixa ou alta, adotou-se as alternativas “SIM” ou “NÃO”, bem como a utilização da Escala de Likert (1 a 5), através da qual os próprios respondentes atribuíram a pontuação.

Mediante a adaptação do *Check List* de Brito (2017), foram considerados 30 itens ao invés de 60 como na pesquisa de Brito (2017) (Ver cálculo a seguir), considerando a escala numérica e suas respectivas variáveis, que foram distribuídas, tomando por base a classificação (**Quadro 10**), de modo a identificar o nível de ocorrência das ecoinovações.

Quadro 10 – Escala numérica da pesquisa e suas respectivas variáveis

ESCALA NÚMERICA	VARIÁVEIS
De 0 a 6	Não é importante
7 a 12	Pouco importante
13 a 18	Importante
19 a 24	Muito importante
Acima de 24	Muitíssimo importante

Fonte: Adaptada de Farias (2014) e Brito (2017).

Para a definição destas escalas foi realizada a divisão da nova quantidade de ecoinovações listadas (30 ecoinovações) pela quantidade de escalas (5 escalas) conforme o cálculo seguir:

$$X = \frac{n}{N} \quad (1)$$

Onde:

X = Resultado do grupo de escalas definidas;

n = quantidade de ecoinovações

N = quantidade de escala

Logo, temos:

$$X = \frac{30}{5}$$

$$X = 6$$

Para a identificação **do grau de importância** das ecoinovações listadas, com base na Escala de Likert (1 a 5), foram definidas cinco variáveis (**Quadro 11**) de modo a obter o **nível de utilização** das ecoinovações listadas.

Quadro 11 – Escala numérica do grau de importância das ecoinovações pesquisadas

ESCALA NÚMERICA	VARIÁVEIS
1	Muito Baixa
2	Baixa
3	Mediana
4	Alta
5	Muito Alta

Fonte: Adaptada de Farias (2014) e Brito (2017).

Além das variáveis citadas, destacam-se as Dimensões de ecoinovações sugeridas pelo Modelo proposto por Carrillo-Hermosilla, Konolla e Gonzalez (2008, 2009) com as adaptações sugeridas por Farias (2014) e Brito (2017), autores estes que utilizaram as tipologias de ecoinovações em seus estudos, a fim de desenvolverem investigações convergentes com a temática das ecoinovações, bem como sugerir novas possibilidades, ao inserirem a **Dimensão Organizacional** ao modelo apresentado no **Quadro 12** a seguir.

Quadro 12 – Dimensões e Indicadores de ecoinovações para a Hotelaria

(continua...)

DIMENSÕES DE ECOINOVAÇÃO	INDICADORES
1. Design (Tecnologias corretivas)	Utilização de tecnologias de controle de poluição; Utilização de tecnologias de controle de ruídos e vibrações; Utilização de tecnologias de equipamentos de gerenciamento de resíduos; Utilização de ferramenta de monitoramento ambiental; Utilização de tecnologias de produção limpa; Aumento de eficiência (eco eficiência); Redução do volume de resíduos gerados; Redesenho do processo produtivo; Utilização de materiais secundários; Utilização de fontes de energia alternativas; Utilização de tecnologias verdes; Incorporação de

	princípios presentes no ecossistema natural; Utilização de resíduos como inputs para novos processos.
2. Usuário (Desenvolvimento pelo Usuário)	Desenvolvimento de novos produtos/serviços; Modificação de produto/serviço existente; Mecanismos de identificação de usuários (ou grupos de usuários) líderes; Identificação de mudanças requeridas no comportamento (...continuação) Introdução da ecoinovação no mercado consumidor.
3. Produto e Serviço (Mudanças na prestação de serviços/distribuição de produtos)	Mudanças na forma de entrega de produtos e serviços aos clientes; Mudança na percepção da relação do consumidor; Mudanças na cadeia de valor; Mudanças em processos de prestação de produtos/serviços.
4. Governança Ambiental	Criação de nova solução institucional para resolver conflitos sobre recursos ambientais; Regulamentação de usos de recursos autorizados; Mecanismos de monitoramento de uso de recursos naturais; Forma de relacionamento entre organizações e governo; Forma de relacionamentos entre a organização e outros <i>stakeholders</i> .
5. Organizacional (inovações organizacionais ambientais)	Desenvolvimento de eco auditorias; Desenvolvimento de novos serviços que melhorem o desempenho ambiental das empresas; Certificação ambiental de produtos/serviços.

Fonte: Farias (2014) e Brito (2017), adaptado de Könnölä, Carrillo-Hermosilla Gonzalez (2008,2009).

Nesta perspectiva, a tipologia de Konolla, Carrillo-Hermosilla e Gonzalez (2008, 2009) com os ajustes mencionados, serviram de base para a qualificação das ecoinovações identificadas e dos tipos de benefícios gerados ao setor hoteleiro do município de João Pessoa-PB.

3.2.3 Definição do universo e amostra da pesquisa

3.2.3.1 Universo da pesquisa

O **universo** da pesquisa é composto por **102 Meios de Hospedagem (MHs)** (ANEXO III) distribuídos entre **hotéis e pousadas** localizados no município de João Pessoa – PB. A propósito, 52 hotéis e 50 pousadas, que constam nos relatórios fornecidos pela PBTur e a Secretaria de Turismo do Estado da Paraíba a respeito do segmento hoteleiro da região, conforme o descrito na **Tabela 1** a seguir.

No entanto, em função de 14 empresas não apresentarem informações a respeito da quantidade de leitos, considerou-se o universo de **102 empresas**.

Tabela 1 – Informações Gerais sobre os Meios de Hospedagem localizados no município de João Pessoa-PB

MEIOS DE HOSPEDAGEM	QUANT.	QUANT. DE UHs	QUANT. DE LEITOS
Hotéis de João Pessoa	52	3.462	8.391
Pousadas de João Pessoa	50	778	2.024
TOTAL GERAL	102	4.240	10.415

Fonte: Dados fornecidos pela PBTur e a Secretária de Turismo da Paraíba. (2017)

Para a obtenção do universo da pesquisa, inicialmente, buscou-se a listagem, disponibilizada nos Relatórios da PBTur e da Secretaria de Turismo do Estado da Paraíba, do setor hoteleiro na região, distribuídos entre os mais diversos tipos de MHS (*Hotel; Pousada; Resort; Flat; Apart Hotel; Albergue; Chácara; Hostel* e *Acampamento*), que por sua vez, somaram **239 MHs, 6.228 UHs e 16.311 leitos**. No entanto, este estudo optou por ater-se a duas categorias (**Hotel e Pousada**), por considerar que estes últimos são os mais comumente utilizados.

Cabe ressaltar, que o novo Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagens, de acordo com o MT – Ministério do Turismo classifica os MHs em 8 categorias, quais sejam: (1) Hotel; (2) *Resort*; (3) Hotel Fazenda; (4) Cama & Café; (5) Hotel Histórico; (6) Pousada; (7) *Flat*; (8) *Apart Hotel* (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010).

3.2.3.2 Definição da amostra da pesquisa

No tocante à amostra, e em consonância com Marconi e Lakatos (2002), sua coleta apresenta-se como necessária quando se pretende obter informações sobre a população em estudo, podendo ser probabilística ou não probabilística. Cooper (2016) complementa, que dentre as razões para se escolher a amostragem não probabilística destacam-se os custos e o tempo. Nesta perspectiva, para esta pesquisa, a amostra foi **não probabilística, por conveniência**.

A escolha da amostragem não probabilística se deu em virtude de aspectos operacionais (tamanho do universo de empresas, inviabilizando a amostragem probabilística) e por questões de custo de pesquisa. A amostra foi por conveniência, tendo em vista a possibilidade de alcançar os indivíduos disponíveis da população para a realização da pesquisa.

Deste modo, tomando por base as empresas listadas nos relatórios disponibilizados pela PBTur e Secretária de Turismo do Estado da Paraíba, bem como a

disponibilidade destas a participarem da pesquisa, foram pesquisados **45 hotéis e pousadas** do município de João Pessoa – PB, os quais compõem a amostra da pesquisa.

Os sujeitos da pesquisa foram compostos pelos representantes (proprietários ou gestores) das empresas. Neste aspecto, um fator fundamental que orientou a escolha dos estabelecimentos para o estudo, tratou-se da autorização dos seus representantes para prestar as informações necessárias. Para tal, foi empregada uma abordagem objetiva, a partir da qual se especificou os propósitos da pesquisa no intuito de que os sujeitos se interessassem em colaborar (BOGDAN; BIKLEN, 1994). Para tanto, esta abordagem teve como instrumento, uma **Carta de apresentação da pesquisa** (ANEXO I), a qual foi apresentada na visita.

3.3 Procedimentos para coleta de dados

3.3.1 Técnica de coleta de dados

Os **dados secundários** foram obtidos, inicialmente, através de contato via telefone com funcionários do SEBRAE – JP, os quais em seguida, possibilitaram o contato junto aos representantes da PB-Tur por telefone e da Secretaria de Turismo do Estado da Paraíba por e-mail, que por sua vez, forneceram via e-mail os Relatórios dos Dados das empresas mapeadas por estas instituições, possibilitando o acesso a informações relevantes acerca do segmento hoteleiro da região. As informações fornecidas permitiram identificar **102 MHs (hotéis e pousadas)** localizados no município de João Pessoa – PB com registro nestas instituições.

Para a coleta dos **dados primários** foi utilizado o questionário fechado (aplicação de *Check list* adaptado deecoinovações) – (Ver ANEXO II, parte III), a partir de visitas de campo nos hotéis e pousadas escolhidos.

A escolha das empresas pesquisadas se deu em razão da proximidade e acesso da pesquisadora e pela disponibilidade e possibilidade de contribuição das empresas.

O tempo de resposta do questionário também se mostrou adequado, tendo em vista o seu tamanho (30 questões) e sua profundidade técnica, variando entre 30 e 40 minutos.

O método utilizado para a Coleta de Dados foi o **Survey**, frente a necessidade de produzir descrições quantitativas sobre um determinado grupo de empresas. A pesquisa

*survey*⁷ tem como principal característica o interesse em produzir descrições quantitativas de uma determinada população, fazendo uso de um instrumento pré-definido (FINK, 1995). Por sua vez, Babbie (1999) complementa, que a pesquisa *survey* destina-se a pesquisas em grande escala e visa apresentar as opiniões das pessoas, geralmente por meio de questionários.

A pesquisa *survey* pode ser entendida como a identificação, a obtenção e o registro de dados ou informações sobre opiniões, declarações e características de determinado grupo de pessoas que representa uma população-alvo (BABBIE, 1999; FREITAS et al. 2000).

3.3.2 Instrumento de coleta de dados

Segundo Malhotra (2012), o questionário refere-se a uma ordenação de questões a serem feitas aos respondentes, através das quais se conhece aspectos como percepções, atitudes e motivações, comportamentos e ações, além de um conjunto de características demográficas predefinidas.

Para alcançar os objetivos traçados na pesquisa, o instrumento de coleta de dados utilizado foi o **Questionário**, através do qual se levantaram os dados necessários, os quais foram investigados a partir do instrumento de pesquisa (Questionário fechado e *Check List* deecoinovações – **APÊNDICE I**). A elaboração do questionário desta pesquisa considerou a literatura consultada e as premissas norteadoras a serem testadas

O questionário foi construído em três partes: (I) Perfil dos respondentes; (II) Características das empresas; (III) *Check List* de Identificação de Ecoinovações e Escala de Importância, estruturado da seguinte maneira:

A parte I relacionada ao perfil dos respondentes, que contou com três questões fechadas e cinco questões abertas, tendo como objetivo classificar e conhecer o perfil dos respondentes e de sua respectiva empresa.

Por sua vez, a parte II relacionada às características das empresas contou com cinco questões fechadas e duas questões abertas, tendo como objetivo classificar e conhecer o perfil das empresas.

A terceira e última parte está relacionada ao *Check List* de Identificação de Ecoinovações e Escala de Importância e contou com 30 questões fechadas e seus respectivos

⁷ A pesquisa *survey* pode ser compreendida como a aquisição de informações ou dados sobre características, opiniões ou ações de um determinado grupo de pessoas, recomendado como representante de uma população-alvo, através de um instrumento de pesquisa, geralmente um questionário (TANUR, 1982 apud PINSONNEAULT; KRAEMER, 1993).

pontos (1 a 5) de graus de importância de ecoinovações distribuídos em uma escala do tipo Likert. Os respondentes puderam assinalar a resposta que melhor representou sua percepção, conforme a seguinte escala: 1, para Não é importante; 2, para Pouco importante; 3, para Importante; 4, para Muito importante e 5 para MUITÍSSIMO importante.

Seguindo essa metodologia, foi aplicado o questionário impresso em um grupo de empresas (hotéis e pousadas), no período de novembro a dezembro de 2017, entregues diretamente aos respondentes – proprietários ou gestores das empresas. Foram consideradas válidas as respostas dos quarenta e cinco respondentes (**APÊNDICE I**).

O **Check List de ecoinovações** aplicado ao setor hoteleiro, iniciado nos estudos de Brito (2017), contou com adaptações nos itens, sob o respaldo dos estudos dos diversos autores nacionais e internacionais citados no referencial teórico deste trabalho. Nesta perspectiva, o *Check List* adaptado com a nova listagem de ecoinovações dispõe de um total de **30 ecoinovações** e suas respectivas classificações (**APÊNDICE I – Parte III**). Para efeito da aplicação com adaptações ao setor hoteleiro, foram realizadas **visitas in loco** onde se teve a oportunidade de verificar a existência e as formas de aplicação das ecoinovações constantes no *Check List*.

As visitas ao campo ocorreram de acordo com a disponibilidade dos envolvidos, onde se buscou identificar quais ecoinovações estavam sendo adotadas no empreendimento sob pesquisa.

3.4 Procedimentos para a análise dos resultados da pesquisa

3.4.1 Técnicas de análise dos dados

Com o intuito de atender ao objetivo principal desta pesquisa, para a identificação das ecoinovações adotadas pelos hotéis e/ou pousadas localizados no município de João Pessoa - PB, componente fundamental deste estudo, foram utilizados dados primários e dados secundários, para assinalar a análise empírica quanto à adoção de ecoinovações junto ao setor hoteleiro da região.

As variáveis relacionadas à identificação e tipificação das ecoinovações receberam tratamento quantitativo no tocante à presença das ecoinovações relacionadas às 5 Dimensões sugeridas (1-Design; 2-Usuário; 3-Produtos e serviços; 4-Governança e 5-Organizacional) pela tipologia de ecoinovações de Karrillo-Hermosila, Konnola e González (2008, 2009), acompanhadas das 9 categorias propostas (1-Energia; 2-Recursos Hídricos; 3-

Resíduos; 4-Transportes; 5-Construção; 6-Marketing; 7-Conscientização dos colaboradores; 8-Produtos e serviços e 9-Práticas sustentáveis) por Brito (2017) mencionadas anteriormente, considerando a obtenção do somatório referente à avaliação da intensidade e grau de importância na utilização de ecoinovações no setor hoteleiro.

3.42. Análise

A análise das respostas de confirmação ou negação relacionadas à utilização das ecoinovações listadas (SIM ou NÃO) considerou:

- A relação proporcional entre a **quantidade de sujeitos respondentes** e a **quantidade de suas respostas positivas ou negativas**, ponderando que, para cada respondente foi calculada a soma de todas as pontuações concedidas pelos sujeitos para as 30 ecoinovações listadas; que por sua vez geraram uma pontuação para cada respondente, o que permitiu verificar a tendência para **SIM** ou para **NÃO**.

A análise dos dados seguiu com base no **modelo de tipologia de Könöllä, Carrillo-Hermosilla e Gonzalez (2008, 2009)**, o qual serviu de referência para nortear a qualificação das ecoinovações identificadas e dos tipos de benefícios para as formas de atuação da atividade hoteleira do município de João Pessoa - PB.

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

Neste capítulo serão apresentados os resultados da pesquisa, que se dividem em duas seções. A primeira seção apresenta a análise descritiva dos resultados do questionário, e a segunda seção, a análise dos resultados do *Check List* de ecoinovações.

A análise tomou por base os resultados evidenciados na pesquisa à luz da tipologia de ecoinovação desenvolvida por Carrillo, Hermosilla-Gonzaléz e Könnölla (2008, 2009), com vistas a responder se, de fato, as empresas pesquisadas têm contribuído com a promoção da ecoinovação em seu cotidiano. Para tanto, foi considerada na análise a realidade própria do setor hoteleiro situado no contexto do município de João Pessoa – PB, tendo em vista a importância do pesquisador analisar cada contexto considerando suas especificidades.

Para tanto, esta apreciação investigativa buscou evidenciar os achados significativos em termos de ocorrência de ecoinovações no setor hoteleiro, relacionando-os às pesquisas mais relevantes na área, sobretudo as suscitadas no capítulo do referencial teórico deste trabalho, a fim de possibilitar um confronto entre realidades distintas ou, até mesmo, uma identificação com realidades semelhantes entre as principais pesquisas e esta investigação, que por sua vez, merecem ser problematizadas e trazidas à tona, no intuito de identificar possíveis vinculações, lacunas e oportunidades sob as bases de uma maior perspectiva para a consecução de novos estudos e iniciativas voltadas à busca por melhorias na área.

A análise das respostas obtidas com a aplicação do questionário da pesquisa será apresentada neste capítulo evidenciando os principais resultados obtidos no *check list* de ecoinovações sob quatro aspectos:

1. Apresentar o perfil dos respondentes, buscando verificar as possíveis contribuições das características do perfil dos gestores ou proprietários das empresas às iniciativas de práticas de ecoinovações;
2. Caracterizar as empresas pesquisadas;
3. Identificar os tipos de ecoinovações no setor hoteleiro no município de João Pessoa – PB e suas contribuições para esta atividade econômica na região, a partir de características específicas do setor econômico; buscando adaptar a tipologia de

ecoinovações proposta por Carrillo-Hermosilla, Gonzalez e Könnolä (2008, 2009) à realidade dos empreendimentos pesquisados;

4. Identificar se há influência das características (porte, tipo e qualificação profissional) das empresas com a adoção de ecoinovações.

4.1 Informações sobre o perfil dos respondentes

Ao se avaliar a função dos respondentes da pesquisa dentro da empresa, se obteve o resultado, que consta na **Tabela 2**.

Tabela 2 - Função dos respondentes na empresa

FUNÇÃO	FREQUÊNCIA	%
Gerente	24	53,3
Proprietário	21	46,7
TOTAL	45	100,0

Fonte: Pesquisa de campo (2017).

Neste caso, a maioria dos respondentes da pesquisa ocupa a função de gerente, ou seja, **24%** dos respondentes, enquanto **21%** são proprietários dos meios de hospedagem pesquisados, o que expressa um equilíbrio entre o número de gerentes e de proprietários entre as empresas pesquisadas. Por sua vez, observou-se, que no conjunto das empresas pesquisadas, **53,3%** correspondem a profissionais do sexo **feminino** que responderam a pesquisa, evidenciando que grande parte destas empresas são gerenciadas por mulheres, conforme consta na **Tabela 3**.

Tabela 3 - Sexo dos respondentes

SEXO	FREQUÊNCIA	%
Masculino	21	46,7
Feminino	24	53,3
TOTAL	45	100,0

Fonte: Pesquisa de campo (2017).

Os resultados obtidos ao se investigar a faixa etária dos respondentes, são apresentados na **Tabela 4**.

Tabela 4 - Idade dos respondentes

FAIXAS	FREQUÊNCIA	%
Entre 18 e 25	2	4,4
Entre 26 e 33	18	40,0
Entre 34 e 41	13	28,9
Entre 41 e 48	5	11,1
Entre 49 e 56	3	6,7
Mais de 56	4	8,9
TOTAL	45	100,0

Fonte: Pesquisa de campo (2017).

Pode-se afirmar que os gestores do setor hoteleiro do município de João Pessoa-PB apresentam uma faixa etária predominante entre **26 e 33 anos**, o que demonstra uma faixa etária jovem, que ingressou no setor hoteleiro recentemente, o que pode representar uma maior expectativa do setor em relação à práticas mais inovadoras.

Com relação ao local de origem dos respondentes, evidenciou-se o resultado a seguir, a partir da **Tabela 5**.

Tabela 5 - Local de origem dos respondentes

LOCAL DE ORIGEM	FREQUÊNCIA	%
Campina Grande – PB	5	11,1
João Pessoa – PB	29	64,4
Aracajú – SE	1	2,2
São Luiz – MA	1	2,2
Londrina – PR	1	2,2
Maringá – PR	1	2,2
Castro – PR	1	2,2
São Gabriel – RS	1	2,2
Pinambí – RS	1	2,2
Rio Verde – GO	1	2,2
Araras – SP	1	2,2
Rosário – Argentina	1	2,2
Porto – Portugal	1	2,2
TOTAL	45	100,0

Fonte: Pesquisa de campo (2017).

Foi possível identificar, que **64,4%** dos respondentes possuem origem no município de João Pessoa - PB, seguidos de **11,1%** com naturalidade em Campina Grande – PB. Ademais, foram identificados respondentes originários de 6 Estados brasileiros: (SE; MA; GO; SP; PR e RS) (**13,2%**) e de 2 nacionalidades, quais sejam: Argentina (**2,2%**) e Portugal (**2,2%**). Este dado reflete o significativo número de respondentes do próprio Estado com maior valorização de profissionais locais.

No que diz respeito à formação, isto é, ao nível de escolaridade, a pesquisa obteve o seguinte resultado, conforme consta na **Tabela 6**.

Tabela 6 - Grau de escolaridade dos respondentes

FAIXAS	FREQUÊNCIA	%
Nível fundamental	1	2,2
Nível Médio	11	24,4
Nível superior	29	64,4
Nível superior incompleto	3	6,7
Especialização	1	2,2
Mestrado	-	-
Doutorado	-	-
TOTAL	45	100,0

Fonte: Pesquisa de campo (2017).

Observou-se que **64,4%** dos respondentes possuem formação de nível superior. Dentro das áreas estudadas por esses profissionais, destacam-se os cursos de **Administração**, **Turismo** e **Hotelaria** conforme consta na **Tabela 7**, por serem estas as que mais se destacaram, correspondendo respectivamente a **20%**, **15,6%** e **8,9%** dos investigados. Faz-se importante chamar a atenção para o fato de nenhum dos respondentes possuírem formação em nível de mestrado ou doutorado por exemplo.

Tabela 7 - Cursos dos respondentes

CURSOS	FREQUÊNCIA	%
Administração	9	20,0
Turismo	7	15,6
Hotelaria	4	8,9
Economia	2	4,4
Gestão de Pessoas	2	4,4
Pedagogia	1	2,2
Direito	3	6,7
Engenharia Mecânica	1	2,2
Artes Visuais	1	2,2
Agronomia	1	2,2
Enfermagem	1	2,2
Curso Técnico em Engenharia Agrícola	1	2,2
Turismo e Administração	1	2,2
Ciências Militares e Direito	1	2,2
Curso Técnico em Libras e Reabilitação de Dependentes Químicos	1	2,2
Não possui formação superior ou curso técnico	9	20,0
TOTAL	45	100,0

Fonte: Pesquisa de campo (2017).

Estes dados fornecem uma contribuição relevante para a confirmação ou não de uma das premissas desta pesquisa: “Quanto maior for o porte das empresas, sendo estas do tipo não familiar e **cujo perfil do (a) gestor (a) seja de maior formação**, maior será a sua

preocupação com a busca e prática de ecoinovações, bem como mais significativa será sua contribuição ao setor hoteleiro.”

Quanto ao tempo de experiência dos respondentes, foram questionadas duas situações: o tempo de experiência na atual função e no setor de meios de hospedagem. O resultado pode ser visualizado na **Tabela 8**.

Tabela 8 - Tempo de experiência profissional dos respondentes

TEMPO DE ATUAÇÃO NO SETOR HOTELEIRO	EXPERIÊNCIA NA FUNÇÃO	EXPERIÊNCIA NO SETOR
Menos de 1 ano	15,6%	4,4%
A partir de 1 ano e até 5 anos	55,6%	37,8%
Acima de 5 anos e até 10 anos	17,6%	35,6%
Acima de 10 anos e até 15 anos	4,4%	6,7%
Acima de 15 anos e até 20 anos	4,4%	11,1
Acima de 20 anos e até 25 anos	-	-
Acima de 25 anos e até 30 anos	2,2%	2,2%
Acima de 30 anos e até 35 anos	-	2,2%
TOTAL	100%	100%

Fonte: Pesquisa de campo (2017).

Ao se analisar os tempos de experiência relacionados à função e ao setor dos sujeitos pesquisados, os dados da **Tabela 8** revelaram que é predominante, entre os respondentes, uma maior experiência tanto na função quanto no setor no período que compreende de 1 a 5 anos, o que corresponde a **55,6%** e **37,8%** respectivamente.

A pesquisa também revelou, que o respondente menos experiente possui 5 meses no setor e exerce a atual função também há apenas 5 meses, enquanto o profissional mais experiente já atua no setor há 33 anos e exerce a atual função há apenas 1 mês. Ademais, é possível perceber, que o tempo de experiência entre o setor e a função dos respondentes apresenta diferenças significativas, já que o tempo na função apresentou-se muito inferior ao tempo de experiência dos funcionários no setor, expressando uma tendência a uma alta rotatividade no segmento, o que leva a inferir que muitas modificações de funções são realizadas.

Além disso, os dados refletem a baixa experiência da maioria dos respondentes tanto na atual função, quanto no setor hoteleiro, o que poderá influenciar como fator inibidor para por em prática as diversas contribuições possíveis das ecoinovações ao setor hoteleiro.

4.2 Características das empresas

Considerando os objetivos propostos, assim como os aspectos metodológicos definidos para a análise desta pesquisa, foram analisadas 45 hotéis e pousadas do setor hoteleiro do município de João Pessoa-PB, cadastrados na PBTur e Secretaria de Turismo do Estado. Essas empresas apresentam características diversas, por isso este tópico é dedicado à apresentação de algumas características destes empreendimentos.

A amostra analisada evidenciou que a maioria das empresas pesquisadas ainda possui pequeno tempo de atuação no mercado, isto é, **40%** delas apresenta tempo de existência no mercado no período correspondente entre 1 e 5 anos (**Tabela 9**).

Cabe destacar ainda, que a empresa mais nova possui 3 meses de tempo de atuação e a mais velha quarenta e seis anos, evidenciando a menor quantidade de empresas com maior tradição no município e a maior inserção de novos empreendimentos no setor, conforme pode ser melhor visualizado na **Tabela 9** a seguir.

Tabela 9 - Tempo de atuação das empresas no mercado

TEMPO DE ATUAÇÃO	FREQUÊNCIA	%
Menos de 1 ano	2	4,4
A partir de 1 ano e até 5 anos	18	40,0
A partir de 5 anos e até 10 anos	16	35,6
A partir de 10 anos e até 15 anos	3	6,7
A partir de 15 anos e até 20 anos	3	6,7
A partir de 20 anos e até 25 anos	-	-
A partir de 25 anos e até 30 anos	1	2,2
A partir de 30 anos e até 35 anos	-	-
A partir de 35 anos e até 40 anos	-	-
A partir de 40 anos e até 45 anos	-	-
A partir de 45 anos e até 50 anos	1	2,2
Não respondeu	1	2,2
TOTAL	45	100,0

Fonte: Pesquisa de campo (2017).

Para classificar as empresas quanto ao porte, foi utilizado o critério do IBGE, que considera o número de funcionários.

Pelo critério do IBGE com base no número de empregados, Microempresa possui até 9 funcionários; Pequena empresa (10 a 49 funcionários); Média empresa (50 a 99 funcionários) e Grande empresa possui acima de 100 funcionários (SEBRAE, 2017).

Assim, de acordo com a **Tabela 10** a seguir, observa-se que, das empresas participantes desta pesquisa, as de maior parte correspondem às micro e pequenas empresas (**46,7%**) e (**44,4%**) respectivamente, seguidas das empresas de Médio porte (**6,7%**) e Grande porte (**2,2%**).

Tabela 10 - Classificação do porte da empresa de acordo com o IBGE

FAIXAS DE CLASSIFICAÇÃO	FREQUÊNCIA	%
Micro empresa (até 9 funcionários)	21	46,7
Pequena empresa (de 10 a 49 funcionários)	20	44,4
Média empresa (de 50 a 99 funcionários)	3	6,7
Grande empresa (mais de 100 funcionários)	1	2,2
TOTAL	45	100,0

Fonte: Pesquisa de campo (2017).

Este resultado proporciona uma contribuição relevante para a confirmação ou não de uma das premissas norteadoras desta pesquisa: “**Quanto maior for o porte das empresas**, sendo estas do tipo não familiar e cujo perfil do (a) gestor (a) seja de maior formação, maior será a sua preocupação com a busca e prática deecoinovações, bem como mais significativa será sua contribuição ao setor hoteleiro.”

No que se refere à origem do capital, dentre as empresas pesquisadas, a maioria constitui-se como empresa única com **80%** do total das observações, em seguida com **11,1%** aparecem as de Nacional Privado, que são participantes de um grupo de empresas, conforme a **Tabela 11**.

Tabela 11 - Origem do capital das empresas

ORIGEM	FREQUÊNCIA	%
Nacional Estatal	2	4,4
Nacional Privado, empresa única	36	80,0
Nacional Privado, participante de grupo de empresas	5	11,1
Multinacional	2	4,4
TOTAL	45	100,0

Fonte: Pesquisa de campo (2017).

Os serviços oferecidos pelas empresas pesquisadas estão destinados, em sua totalidade, ao mercado do próprio Estado, de outros Estados e do exterior (**100%**), como pode ser visto na **Tabela 12**. Este resultado expressa o significativo potencial turístico do setor hoteleiro de João Pessoa, sendo reconhecida como ponto turístico com alcance a nível internacional.

Tabela 12 – Usuários dos serviços das empresas

MERCADO	FREQUÊNCIA	%
1 - Apenas clientes do próprio Estado	-	-
2 - Apenas clientes de outros Estados	-	-
3 - Para clientes do próprio Estado e de outros Estados	-	-
4 - Para clientes do próprio Estado, de outros Estados e do exterior	45	100
TOTAL	45	100

Fonte: Pesquisa de campo (2017).

A **Tabela 13**, por sua vez, apresenta a classificação das empresas no que se refere aos seus principais tomadores de decisão. Observou-se que, dentre as empresas pesquisadas, os profissionais contratados no mercado representam **40%** e os profissionais com algum grau de parentesco com o proprietário correspondem a **60%**, ou seja, as empresas pesquisadas apresentam uma predominância enquanto empresas do tipo familiar.

Este resultado evidencia a tendência aos empreendimentos gerenciados e mantidos por famílias do município, bem como gera uma expectativa quanto ao fornecimento de informações relevantes para a confirmação ou não de uma das afirmativas das premissas desta pesquisa: “Quanto maior for o porte das empresas, **sendo estas do tipo não familiar** e cujo perfil do (a) gestor (a) seja de maior formação, maior será a sua preocupação com a busca e prática deecoinovações, bem como mais significativa será sua contribuição ao setor hoteleiro”

Tabela 13 - Principais tomadores de decisão

PROFISSIONAIS	FREQUÊNCIA	%
Profissionais contratados no mercado	18	40,0
Profissionais com grau de parentesco com o proprietário	27	60,0
TOTAL	45	100,0

Fonte: Pesquisa de campo (2017).

A sessão a seguir apresentará os resultados relacionados à ocorrência e grau de importância das ecoinovações nas empresas participantes da pesquisa.

4.3. Aspectos relacionados à ocorrência e grau de importância das ecoinovações pesquisadas

Os itens abordados neste tópico têm como objetivo identificar alguns pontos relacionados às ecoinovações utilizadas nas empresas pesquisadas. Os pontos investigados no *check list* de ecoinovações tiveram por objetivo verificar se as empresas utilizam ou não algum tipo de ecoinovação e, se por ventura utilizarem, verificar o grau de importância concedido as mesmas pelos respondentes.

Antes de iniciar a análise de fato, cabe ressaltar que tendo sido considerada mais robusta para tipificar as ecoinovações de uma atividade produtiva, por Farias (2014), este trabalho considerou algumas alterações na tipologia de Könnölä, Carrillo-Hermosilla Gonzalez (2008, 2009), com vistas a possibilitar uma melhor adaptação ao setor hoteleiro, com base nas propostas de alterações oferecidas por Farias (2014), qual seja: o acréscimo da dimensão “**organizacional**” (proposta na tipologia de Kemp e Foxon, 2007), objetivando contemplar a variável “inovação organizacional ambiental”, no intuito de verificar se as empresas do setor hoteleiro têm adotado ecoinovações gerenciais, contemplando os mercados atuais e/ou favorecendo sua entrada em novos mercados (FARIAS, 2014; BRITO, 2017).

Neste contexto, os resultados a seguir apresentarão os achados respaldados pelas dimensões (**Design; Usuário; Produtos e Serviços; Governança**) da tipologia de ecoinovações de Könnölä, Carrillo-Hermosilla Gonzalez (2008, 2009), considerando a adaptação (Dimensão **Organizacional**) de Farias (2014) e Brito (2017).

A **Tabela 14** a seguir apresenta a frequência de utilização de ecoinovações nas empresas investigadas, no que se refere à **categoria Energia**.

A **categoria energia** e suas ecoinovações podem ser tipificadas, segundo a tipologia de ecoinovações de Könnölä, Carrillo-Hermosilla Gonzalez (2008, 2009), na **dimensão Design**, tendo em vista que convergem para o desenvolvimento de componentes adicionais, a fim de melhorar a qualidade ambiental e promover a melhoria dos subsistemas para reduzir impactos negativos ao meio ambiente, como por exemplo, soluções ecoeficientes e otimização de subsistemas, além de permitir o re-*design* de sistemas compatíveis com ecossistemas, a exemplo das soluções eficazes (KÖNNÖLÄ, CARRILLO-HERMOSILLA GONZALEZ, 2008, 2009).

A dimensão *Design* relaciona-se com ecoinovações de caráter tecnológico, que podem ser implantadas à estrutura do produto ou ao processo produtivo (BRITO, 2017). Deste modo, a dimensão *Design* contempla componentes teóricos básicos, que ajudam na interpretação dos movimentos da empresa relacionados à ecoinovação. Destarte, um dos pontos fundamentais para o alcance das vendas e das margens de ganhos responsáveis pela

sobrevivência de uma determinada empresa, está na fase de construção do *design* de um produto (BRONZERI et al., 2015).

Para esta dimensão, dentre as empresas analisadas, é predominante a presença de ações voltadas à economia de energia, tais como: uso de sensores de movimento nas áreas sociais, cartões magnéticos, elevadores inteligentes, lâmpadas LED, ar-condicionados e eletrodomésticos com menor consumo de energia, disponibilização da fatura da conta por e-mail automático e uso de fontes renováveis, como por exemplo: energia solar, correspondendo a **97,8%** das empresas e **64,4%** relacionadas ao monitoramento mensal do consumo energético. Todavia, no que se refere produção de energia a partir de resíduos **93,3%** não realizam (**Tabela 14**).

Tabela 14– Utilização de ecoinovações na categoria Energia

CATEGORIA Energia	UTILIZA		NÃO UTILIZA	
	Frequência	%	Frequência	%
1 - Economia de Energia	44	97,8	1	2,2
2 - Monitoramento Mensal do consumo energético	29	64,4	16	35,6
3 - Produção de energia a partir de resíduos	3	6,7	42	93,3

Fonte: Pesquisa de campo (2017).

Corroboram com estes resultados, os estudos de Brito (2017), que aponta dentre outros incentivos às ecoinovações nesta categoria, o uso de sistema de cartões que funcionam como chave elétrica e permitem o desligamento da energia do ambiente toda vez que o usuário precisar sair, economizando assim energia, bem como gerando um benefício ambiental e econômico (BRITO, 2017).

Estes achados indicam uma maior preocupação da grande maioria das empresas com ecoinovações na dimensão **Design**. Estas empresas demonstram aliar o menor consumo de energia a menores custos e menores danos ao meio ambiente, apesar de ser baixa a produção de energia a partir de resíduos, que por sua vez, pode indicar uma certa preocupação destas empresas com os altos custos gerados com a implementação de tal ecoinovação.

Quanto ao grau de importância (**Tabela 15**), no que tange à **categoria Energia**, verificou-se que a maioria dos respondentes considera de **muitíssima importância** as ações de ecoinovações voltadas aos cuidados com a energia, o que correspondeu a **73,3%** em relação à economia de energia; **55,6%** referente ao monitoramento mensal do consumo energético e **31,1%** relacionado à produção de energia a partir de resíduos. Estes resultados são compatíveis com a alta utilização de ecoinovações expressa anteriormente na **Tabela 14**,

fator que reforça mais ainda a grande importância concedida pelos respondentes em conformidade com as práticas de ecoinovações na referida categoria.

Tabela 15 - Grau de importância na categoria Energia

CATEGORIA A	GRAU DE IMPORTÂNCIA									
	1 - Não é importante		2 - Pouco importante		3 - Importante		4 - Muito importante		5 - MUITÍSSIMO importante	
	Frequência	%	Frequência	%	Frequência	%	Frequência	%	Frequência	%
1 - Economia de Energia	-	-	-	-	1	2,2	11	24,4	33	73,3
2 - Monitoramento Mensal do consumo energético	1	2,2	-	-	8	17,8	11	24,4	25	55,6
3 - Produção de energia a partir de resíduos	3	6,7	3	6,7	13	28,9	12	26,7	14	31,1

Fonte: Pesquisa de campo (2017).

Os resultados voltados à categoria Energia convergem com os achados da pesquisa de Rodrigues et al. (2017) em seus estudos junto ao setor hoteleiro, os quais revelam como um de seus principais resultados, a economia no consumo de energia neste segmento, por se tratar de uma prática mais comum realizada pelos hotéis. Para estes autores, tal prática constitui-se relevante, tendo em vista que a eletricidade é gerada por um recurso natural imprescindível para a promoção do desenvolvimento sustentável, quais sejam os recursos hídricos, isto é, a água.

A **categoria Recursos Hídricos** e suas ecoinovações também podem ser tipificadas, segundo a tipologia de ecoinovações de Könnölä, Carrillo-Hermosilla Gonzalez (2008, 2009), na **dimensão Design**, tendo em vista que suas ações buscam também contribuir com ações convergentes com os objetivos desta dimensão (KÖNNÖLÄ, CARRILLO-HERMOSILLA GONZALEZ, 2008, 2009).

Sobre esta categoria Brito (2017) destaca a importância da utilização de tecnologias adequadas para o tratamento de esgotos, que por sua vez, saem de

estabelecimentos como hotéis e pousadas e pode contribuir significativamente para o meio ambiente e a sustentabilidade do setor, ao reduzir o poder de poluição desses resíduos.

Ao se questionar as empresas investigadas se elas utilizam ecoinovações na categoria **Recursos Hídricos** no que se refere às **fontes de uso**, verificou-se (**Tabela 16**), que é predominante entre as empresas o uso de equipamentos mais econômicos de uso da água (Ex.: lavagem a seco, torneiras/chuveiros, caixas de descarga eficientes automáticas/sensores, lavagem do enxoval em lavanderias industriais), ou seja, **71,1%**, enquanto apenas **80%** não possuem cisternas para captação e armazenamento de água da chuva. Neste caso, os dados voltados à ocorrência de ecoinovações do tipo **Design** indicam que, se por um lado a maioria das empresas investigadas preocupa-se com equipamentos mais econômicos, por outro lado, ainda há uma despreocupação com ações ecoinovadoras que consideram o aproveitamento de água limpa.

Tabela 16 – Utilização de ecoinovações na categoria Recursos Hídricos (Fontes de uso)

CATEGORIA Recursos Hídricos (Fontes de uso)	UTILIZA		NÃO UTILIZA	
	Frequência	%	Frequência	%
1 - Água - Uso de equipamentos mais econômicos	32	71,1	13	28,9
2 - Cisternas p/captação e armazenamento de água da chuva	9	20,0	36	80,0

Fonte: Pesquisa de campo (2017).

No que se refere ao grau de importância concedido pelos respondentes quanto ao uso da água (fontes de uso) foi reconhecido como **muitíssimo importante** em sua maioria, representando **57,8%** das respostas e **37,8%** considerados como **muito importantes** no que se refere ao uso de cisternas para captação de água. Estes dados refletem um alto grau de importância concedido pelo setor à utilização das fontes de uso da água, conforme o exposto na **Tabela 17**.

Tabela 17 - Grau de importância na categoria Recursos Hídricos (fontes de uso)

CATEGORIA Recursos Hídricos	GRAU DE IMPORTÂNCIA									
	1 - Não é importante		2 - Pouco importante		3 – Importante		4 - Muito importante		5 - Muitíssimo importante	
	Frequência	%	Frequência	%	Frequência	%	Frequência	%	Frequência	%
1 - Água - Uso de equipamentos mais econômicos	1	2,2	1	2,2	4	8,9	13	28,9	26	57,8

2 - Cisternas p/captação e armazenamento de água da chuva	0	0	3	6,7	14	31,1	17	37,8	11	24,4
---	---	---	---	-----	----	------	----	-------------	----	------

Fonte: Pesquisa de campo (2017).

Por sua vez, a **Tabela 18** expõe a presença de ecoinovações da dimensão **Design** pertencentes à categoria **Recursos Hídricos**, com relação a sua **destinação** entre as empresas pesquisadas. Nas empresas analisadas se constatou que a maioria não possui rede de tratamento de efluentes e estação de tratamento de esgoto, ou seja, **95,6%** e, **57,8%** das empresas também não realizam ações ecoinovadoras de reaproveitamento da água, como por exemplo: reaproveitamento de águas de limpeza para descarga do banheiro e/ou de água da chuva para lavanderia, entre outros, e de água tratada para resfriamento dos ambientes, irrigação, limpeza de vasos sanitários e água da lavanderia e da piscina para irrigação dos jardins e banheiro pessoal.

Tabela 18 - Utilização de Ecoinovações na categoria Recursos Hídricos – Destinação

CATEGORIA Recursos Hídricos – Destinação	UTILIZA		NÃO UTILIZA	
	Frequência	%	Frequência	%
1 - Uso de rede de tratamento de efluentes e estação de tratamento de esgoto	2	4,4	43	95,6
2 - Reaproveitamento de água	19	42,2	26	57,8

Fonte: Pesquisa de campo (2017).

No que se refere ao grau de importância concedido pelos respondentes à categoria **Recursos Hídricos** relacionada as suas fontes de uso, apesar da baixa utilização, os respondentes, em sua maioria, consideraram tais ações com grau de “**Muitíssimo importante**” com **37,8%** relacionados ao uso de rede de tratamento de efluentes e estação de tratamento de esgoto e **44,4%** voltados ao Reaproveitamento da água, conforme o apresentado na **Tabela 19**.

Tabela 19 - Grau de importância na categoria Recursos Hídricos – Destinação

CATEGORIA	GRAU DE IMPORTÂNCIA									
	1 - Não é importante		2 - Pouco importante		3 – Importante		4 - Muito importante		5 - MUITÍSSIMO importante	
	Frequência	%	Frequência	%	Frequência	%	Frequência	%	Frequência	%
1 - Uso de rede de tratamento de efluentes e estação de tratamento de esgoto	1	2,2	3	6,7	8	17,8	16	35,6	17	37,8
2 - Reaproveitamento da água	1	2,2	1	2,2	6	13,3	17	37,8	20	44,4

Fonte: Pesquisa de campo (2017).

A este respeito, vale ressaltar o complementado por Martins et al. (2013), ao destacarem que a hotelaria exerce impacto ao meio ambiente, devido ao modo de utilização da água, energia, produtos químicos e eliminação de lixo e resíduos.

A **Tabela 20** mostra o resultado para o questionamento feito quanto à realização de ecoinovações voltadas à categoria **Resíduos Sólidos** na organização. Verificou-se que **68,9%** realiza a separação do lixo, fator este que reflete a importância concedida pela maioria dos gestores a respeito da importância da separação dos resíduos como forma de contribuir para a sustentabilidade do meio ambiente. Em contrapartida, a maioria dos gestores não realiza reciclagem em suas empresas, uma vez que **51,1%** afirmou não realizar nenhum tipo de ecoinovação neste sentido, tais como: Reciclagem de sabonete, papel, *toner*, plástico, papelão, alumínio, vidro e lâmpadas fluorescentes, etc.

Tabela 20 - Utilização de Ecoinovações na categoria Resíduos – Sólidos

CATEGORIA	UTILIZA		NÃO UTILIZA	
	Frequência	%	Frequência	%
1 – Separação do lixo	31	68,9	14	31,1
2 – Reciclagem	22	48,9	23	51,1

Fonte: Pesquisa de campo (2017).

A **categoria Resíduos** e suas ecoinovações podem ser tipificadas, segundo a tipologia de ecoinovações de Könnölä, Carrillo-Hermosilla Gonzalez (2008, 2009), na **dimensão Usuário**, tendo em vista que as práticas desenvolvidas nesta categoria contribuem para o desenvolvimento de ecoinovações iniciadas ou desenvolvidas pelos usuários, como

também convergem para mudanças no comportamento destes, bem como nas práticas e processos voltados à aplicação de ecoinovações (KÖNNÖLÄ, CARRILLO-HERMOSILLA GONZALEZ, 2008, 2009).

A dimensão **Usuário** refere-se às ecoinovações que são formuladas a partir das relações estabelecidas com os consumidores e na tentativa de desenvolver melhorias para os produtos ou serviços ofertados. Nesse sentido, esta dimensão adquire importância para somar na contribuição do desenvolvimento de ecoinovações de produtos ou serviços (FARIAS, 2014). Para Carrillo-Hermosilla, González e Könölla (2008, 2009) a dimensão usuário refere-se a como a comunidade usuária aceita a inovação e do quanto esta se dispõe a aprender a forma de participação no desenvolvimento dos produtos ou serviços. Para estes autores, tais condições apresentam-se como cruciais para o sucesso ou fracasso do processo de inovação de um modo geral.

No caso das empresas do setor, desenvolver serviços e produtos que atendam às necessidades e demandas dos clientes torna-se um fator essencial para o desenvolvimento do setor na região, pois quando o cliente se encontra satisfeito, irá retornar ao destino e influenciará a visita de novas pessoas.

Carrillo-Hermosilla, González e Könölla (2009), acrescentam ainda, que os fornecedores são colaboradores importantes no processo de indução e adaptação da tecnologia ao processo de produção, como também cooperam com a oferta de um produto mais atento às exigências do mercado. A este respeito, a pesquisa mostrou que há uma preocupação em estabelecer um cotidiano empresarial voltado à prática da reciclagem, através do incentivo aos colaboradores e usuários para a prática da reciclagem e do reaproveitamento dos resíduos junto aos meios de hospedagem.

No que se refere ao grau de importância na categoria **Resíduos Sólidos**, a partir da **Tabela 21** é possível verificar um grau máximo de importância, uma vez que estas ações (Separação do lixo e Reciclagem) foram reconhecidas como “Muitíssimo importantes” pela maioria dos respondentes, isto é, **57,8%** e **42,2%** respectivamente. Cabe ressaltar também que, apesar de, no que se refere a sua utilização, a reciclagem ter apresentado menor percentual em termos de sua utilização, esta foi considerada como muitíssimo importante pelos gestores que não a executam, o que expressa a necessidade de implementação de tais ecoinovações, tendo em vista que já existe um reconhecimento significativo acerca da importância da mesma por parte da grande maioria das empresas.

Tabela 21 - Grau de importância na categoria Resíduos – Sólidos

CATEGORIA	GRAU DE IMPORTÂNCIA									
Resíduos Sólidos	1 - Não é importante		2 - Pouco importante		3 – Importante		4 - Muito importante		5 - MUITÍSSIMO importante	
	<i>Freq uênci a</i>	%	<i>Frequên cia</i>	%	<i>Frequência</i>	%	<i>Frequência</i>	%	<i>Frequênci a</i>	%
1 - Separação do lixo	1	2,2	0	0	6	13,3	12	26,7	26	57,8
2 – Reciclagem	5	11,1	1	2,2	10	22,2	10	22,2	19	42,2

Fonte: Pesquisa de campo (2017).

Ao se questionar a respeito da utilização de ecoinovações na categoria **Resíduos orgânicos**, verificou-se uma predominância na baixa utilização de ações voltadas à redução de desperdício de alimentos, tendo em vista que **97,8%** dos respondentes alegaram não as utilizarem, sob a justificativa de que esta ação não se apresenta tão necessária à realidade do setor e, por preferirem não agir de forma punitiva em relação aos seus clientes. Neste contexto, apesar das respostas refletirem a ausência de ações voltadas ao menor desperdício de resíduos orgânicos, esta última justificativa dos respondentes expressa, ao menos, um novo pensamento do setor em relação ao estabelecimento de uma relação mais educativa do que punitiva no que se refere à sensibilização para a prática da ecoinovações de um modo geral. No que se refere ao reaproveitamento de resíduos orgânicos a grande maioria das empresas, isto é, **68,9%**, também afirmaram não as utilizar, o que expressa uma menor prioridade de ações neste sentido, por parte das empresas em relação às ecoinovações nesta categoria, conforme o exposto na **Tabela 22**.

Tabela 22 - Utilização de Ecoinovações na categoria Resíduos - Orgnânicos

CATEGORIA	UTILIZA		NÃO UTILIZA	
	Frequência	%	Frequência	%
Resíduos – Orgânicos				
1 – Redução do desperdício de alimentos – taxa de cobrança por desperdício	1	2,2	44	97,8
2 – Reaproveitamento de Resíduos Orgânicos	14	31,1	31	68,9

Fonte: Pesquisa de campo (2017).

No que tange ao grau de importância concedido pelos respondentes na categoria **Resíduos orgânicos**, verificou-se que **33,3%** dos respondentes consideram como **“Importantes”** as ecoinovações voltadas à redução do desperdício de alimentos (**42,2%**) e as direcionadas ao reaproveitamento de resíduos orgânicos (**40%**). Estes resultados não

convergem com a utilização das ecoinovações expressas **na Tabela 22**, apesar da importância concedida pelos respondentes acerca destas ações, o que requerer destes, iniciativas neste sentido junto ao setor, como pode ser observado na **Tabela 23**.

Tabela 23 - Grau de importância na categoria Resíduos – Orgânicos

CATEGORIA	GRAU DE IMPORTÂNCIA									
	1 - Não é importante		2 - Pouco importante		3 – Importante		4 - Muito importante		5 - MUITÍSSIMO importante	
Resíduos Orgânicos	Frequência	%	Frequência	%	Frequência	%	Frequência	%	Frequência	%
1 – Redução do desperdício de alimentos – taxa de cobrança por desperdício	6	13,3	5	11,1	15	33,3	6	13,3	13	28,9
2 – Reaproveitamento de Resíduos Orgânicos	2	4,4	3	6,7	18	40	10	22,2	12	26,7

Fonte: Pesquisa de campo (2017).

No que se refere às três categorias destacadas até aqui (**energia, recursos hídricos e resíduos**), corrobora-se com o evidenciado por Kirk (1996), um dos primeiros autores a abordar a temática da sustentabilidade na hospitalidade (MENEZES e CUNHA, 2014), o qual ressalta que os meios de hospedagem podem estabelecer ações ambientalmente sustentáveis que beneficiem em quatro aspectos, quais sejam: (1) Gerenciamento da água; (2) Gerenciamento da energia; (3) Gerenciamento do ambiente interno do empreendimento, a exemplo da qualidade do ar, barulho, luz, entre outros e (4) Gerenciamento dos resíduos e materiais, abordando assuntos, tais como poluição e reciclagem.

Por sua vez, a **categoria Transporte** e suas ecoinovações podem ser tipificadas, segundo a tipologia de ecoinovações de Könnölä, Carrillo-Hermosilla Gonzalez (2008, 2009), na **dimensão Design**, tendo em vista que contribuem para o desenvolvimento de componentes adicionais, a fim de melhorar a qualidade ambiental (KÖNNÖLÄ, CARRILLO-HERMOSILLA GONZALEZ, 2008, 2009). A dimensão *Design* relaciona-se com ecoinovações de natureza tecnológica, que podem ser inseridas à estrutura do produto ou ao processo produtivo (BRITO, 2017).

Quanto à utilização de ecoinovações voltadas à categoria **Transportes**, a pesquisa revelou que em sua totalidade, isto é, **100%** não utilizam transportes movidos a combustíveis menos poluentes, tais como: transportes movidos a combustíveis menos poluentes (biogás,

hidrogênio, eletricidade) e que **100%** destas empresas também não possuem estação de abastecimento de carro elétrico, conforme pode ser observado na **Tabela 24**. A ausência expressiva destas ações de ecoinovação podem ocorrer devido ao alto custo para a implementação de tais ações frente a realidade econômica do setor.

Tabela 24 - Utilização de Ecoinovações na categoria Transportes

CATEGORIA	UTILIZA		NÃO UTILIZA	
	Frequência	%	Frequência	%
Transportes				
1 – Transportes movidos a combustíveis menos poluentes	-	-	45	100
2 – Estação de abastecimento de carro elétrico	-	-	45	100

Fonte: Pesquisa de campo (2017).

No que se refere ao grau de importância concedido pelos gestores às ecoinovações voltadas à categoria **Transportes**, observou-se que apesar de não utilizarem tais ecoinovações, os respondentes, em sua maioria, isto é, **40%** e **35,6%** respectivamente consideraram como “**Importantes**” tanto o uso de transportes movidos a combustíveis menos poluentes quanto o uso de estação de abastecimento de carro elétrico, conforme pode ser verificado na **Tabela 25**.

Tabela 25 - Grau de importância na categoria Transportes

CATEGORIA	GRAU DE IMPORTÂNCIA									
	1 - Não é importante		2 - Pouco importante		3 – Importante		4 - Muito importante		5 - MUITÍSSIMO importante	
	Frequência	%	Frequência	%	Frequência	%	Frequência	%	Frequência	%
1 - Transportes movidos a combustíveis menos poluentes	8	17,8	7	15,6	18	40	10	22,2	2	4,4
2 - Estação de abastecimento de carro elétrico	6	13,3	9	20	16	35,6	11	24,4	3	6,7

Fonte: Pesquisa de campo (2017).

No que concerne à **categoria Construção** e suas ecoinovações, podem ser tipificadas segundo a tipologia de ecoinovações de Könnölä, Carrillo-Hermosilla Gonzalez (2008, 2009), na **dimensão Produtos e Serviços**, tendo em vista que contribuem para mudanças no produto-serviço entregues aos clientes e para as mudanças na percepção das relações com os clientes, como também convergem para mudanças no processo da cadeia de

valor e nas relações que possibilitam a entrega de produtos e serviços (KÖNNÖLÄ, CARRILLO-HERMOSILLA GONZALEZ, 2008, 2009).

A dimensão **Produtos e Serviços** relaciona-se com ecoinovações de caráter operacional e mercadológico, as quais podem gerar mudanças nos produtos e/ou serviços fornecidos pelas empresas, afetando a cadeia de valor e o modo de negociação com os clientes (FARIAS, 2014). Esta variável está relacionada à incorporação de princípios ambientais na logística de distribuição de produtos ou na prestação de serviços (BRITO, 2017).

Ao se verificar a utilização de ecoinovações, na categoria **Construção**, pelas empresas investigadas, se obteve o seguinte resultado: a maioria das empresas, isto é, **55,6%** não possuem instalações ecológicas, tais como: instalação de piso frio, azulejos ou pisos reciclados, paredes ecológicas, paredes envidraçadas, ambientes abertos e bem ventilados, telhas refletivas, tijolos ecológicos, entre outros. A maioria destas empresas também não faz uso de instalação de recipientes fixos para xampu, condicionador e sabonete, o equivalente a **77,8%** (**Tabela 26**). Estes dados refletem ainda, as limitações, em termos de investimentos, na estrutura física das empresas.

Tabela 26 - Utilização de Ecoinovações na categoria Construção

CATEGORIA	UTILIZA		NÃO UTILIZA	
	Frequência	%	Frequência	%
1 – Instalações ecológicas	20	44,4	25	55,6
2 – Instalação de recipientes fixos para xampu, condicionador e sabonete	10	22,2	35	77,8

Fonte: Pesquisa de campo (2017).

No que concerne ao grau de importância concedido pelos respondentes na categoria **Construção**, obteve-se o seguinte resultado: **40%** dos respondentes consideram como “**Muitíssimo importantes**” o uso de instalações ecológicas, apesar da maioria das empresas não executarem tais ecoinovações. Quanto à instalação de recipientes fixos, houve uma equiparação entre os respondentes que concederam grau de importância como “Importante” (**31,1%**) e “Muito importante” (**31,1%**), apesar da maioria destes também não implementá-las em suas empresas (**Tabela 27**).

Tabela 27 - Grau de importância na categoria Construção

(Continua...)

CATEGORIA	GRAU DE IMPORTÂNCIA									
	1 - Não é importante		2 - Pouco importante		3 – Importante		4 - Muito importante		5 - Muito importante	
Construção	Frequência	%	Frequência	%	Frequência	%	Frequência	%	Frequência	%
1 - Instalações ecológicas	2	4,4	1	2,2	13	28,9	11	24,4	18	40

(...continuação)

2 - Instalação de recipientes fixos para xampu, condicionador e sabonete	2	4,4	2	4,4	14	31,1	14	13	28,9
									31,1

Fonte: Pesquisa de campo (2017).

No que concerne à **categoria “Marketing”** e suas ecoinovações, podem ser tipificadas segundo a tipologia de ecoinovações de Könnölä, Carrillo-Hermosilla Gonzalez (2008, 2009), na **dimensão Governança**, por gerarem a promoção de novas soluções e aplicações institucionais e organizacionais para a resolução de conflitos a respeito dos recursos ambientais, tanto nos setores públicos quanto nos privados (KÖNNÖLÄ, CARRILLO-HERMOSILLA GONZALEZ, 2008, 2009).

A dimensão **Governança** compreende ecoinovações de caráter gerencial e mercadológico, podendo ser inserida no setor hoteleiro de João Pessoa - PB, em função das interações que as empresas podem estabelecer entre si e entre seus clientes.

Na **Tabela 28** é possível observar que a grande maioria das respostas na categoria **Marketing** correspondeu a **não utilização** das ecoinovações, apresentando o seguinte resultado: **82,2%** das empresas não utilizam manuais nem promovem campanhas inovadoras sustentáveis para divulgar suas iniciativas e **93,3%** destas também não possuem certificação de edifícios ambientalmente mais inovadores e sustentáveis. Já com relação à utilização de objetos de decoração do ambiente, feitos com material reciclado e/ou madeira de origem certificada de reflorestamento, entre outros, as respostas apresentaram uma aproximação entre a “utilização” e a “não utilização”, correspondendo respectivamente a **51,1%** e **48,9%**, o que expressa uma tendência ao equilíbrio na utilização destas ecoinovações

Tabela 28- Utilização de Ecoinovações na categoria *Marketing*

CATEGORIA	UTILIZA		NÃO UTILIZA	
<i>Marketing</i>	<i>Frequência</i>	<i>%</i>	<i>Frequência</i>	<i>%</i>
1 – Manuais e promove campanhas inovadoras sustentáveis para divulgar suas iniciativas	8	17,8	37	82,2
2 – Certificação de edifícios ambientalmente mais inovadores e sustentáveis	3	6,7	42	93,3
3 - Objetos de decoração do ambiente, feitos com material reciclado, madeira de origem certificada de reflorestamento, etc	23	51,1	22	48,9

Fonte: Pesquisa de campo (2017).

A respeito do *marketing*, os estudos de Sloan, Legrand e Chen (2013) afirmam que, dentre as razões que impulsionam os meios de hospedagem a investir em ecoinovações,

destacam-se a melhoria da imagem e aumento do *market share* (participação no mercado), com vistas à obtenção de vantagem competitiva.

Quanto ao grau de importância concedido pelos respondentes às três ecoinovações evidenciadas na categoria **Marketing (Tabela 29)**, sobressaíram-se as seguintes respostas: **46,7%**, **48,9%** e **46,7%** dos respondentes, respectivamente, as consideraram como “**Importantes**” apesar de, em sua expressiva maioria, com exceção da ecoinovação voltada à decoração ecológica, estas empresas não utilizarem as ecoinovações evidenciadas na **Tabela 29**.

Tabela 29 - Grau de importância na categoria *Marketing*

CATEGORIA	GRAU DE IMPORTÂNCIA									
	1 - Não é importante		2 - Pouco importante		3 – Importante		4 - Muito importante		5 - MUITÍSSIMO importante	
	Frequência	%	Frequência	%	Frequência	%	Frequência	%	Frequência	%
1 - Manuais e promove campanhas inovadoras sustentáveis para divulgar suas iniciativas	1	2,2	2	4,4	21	46,7	8	17,8	13	28,9
2 - Certificação de edifícios ambientalmente mais inovadores e sustentáveis	1	2,2	1	2,2	22	48,9	9	20	12	26,7
3 - Objetos de decoração do ambiente, feitos com material reciclado, madeira de origem certificada de reflorestamento, etc	1	2,2	1	2,2	21	46,7	10	22,2	12	26,7

Fonte: Pesquisa de campo (2017).

No que concerne à categoria “Consciência dos colaboradores” e suas ecoinovações, podem ser tipificadas, segundo a tipologia de ecoinovações de Könnölä, Carrillo-Hermosilla Gonzalez (2008, 2009) em duas dimensões, quais sejam: “Usuários” e “Produtos e Serviços”. Na dimensão “Usuário” por envolver as ecoinovações que são formuladas a partir das relações estabelecidas com os consumidores, na tentativa de desenvolver melhorias para os produtos ou serviços ofertados e, na dimensão “Produtos e Serviços” por envolver as ecoinovações de natureza operacional e mercadológica, as quais

podem acarretar alterações nos produtos e/ou serviços fornecidos pelas empresas, influenciando na cadeia de valor e no modo de negociação com os clientes (FARIAS, 2014).

Ademais, a **Tabela 30** aponta que, na categoria “**Consciência dos colaboradores**”, no que se refere às três ecoinovações destacadas, mais da metade das empresas pesquisadas, ou seja, **60%**, **86,7%** e **86,7%**, respectivamente, não utilizam nenhuma destas ecoinovações. Estes resultados indicam a ausência de investimentos em termos de ecoinovações nas relações das empresas com seus colaboradores.

Tabela 30 - Utilização de Ecoinovações na categoria Consciência dos colaboradores

CATEGORIA	UTILIZA		NÃO UTILIZA	
	Frequência	%	Frequência	%
Consciência dos colaboradores				
1 – Política de sensibilização dos colaboradores e clientes para a prática de inovações sustentáveis	18	40	27	60
2 – Desenvolve parcerias com instituições educacionais para realização de cursos ou palestras sobre inovações sustentáveis, etc.;	6	13,3	39	86,7
3 - Dispõe de uniformes, enxovais, persianas, recipientes plásticos, sacolas e embalagens confeccionados a partir de produtos ecológicos, reciclagem	6	13,3	39	86,7

Fonte: Pesquisa de campo (2017)

Deste modo, verificou-se a fragilidade quanto ao protagonismo dos sujeitos no processo de ecoinovações no setor. Neste contexto, os stakeholders, constituídos pelos colaboradores, usuários e fornecedores dos meios de hospedagem, não apresentaram participação ativa e predominante nas ações convergentes para a prática de ecoinovações. Vale lembrar, que estes stakeholders apresentam-se como peças importantes na construção do chamado “quebra-cabeças” da ecoinovação, com vistas a contribuir para melhores ofertas de produtos e serviços de caráter ecoinovador.

No que se refere ao grau de importância concedido pelos respondentes às ecoinovações da categoria “**Consciência dos colaboradores**” (Política de sensibilização dos colaboradores e clientes para a prática de inovações sustentáveis; desenvolvimento de parcerias com instituições educacionais para realização de cursos ou palestras sobre inovações sustentáveis, entre outros; e disponibilidade de uniformes, enxovais, persianas, recipientes plásticos, sacolas e embalagens confeccionados a partir de produtos ecológicos, reciclagem), ficou evidenciado que a maioria dos respondentes considerou estas ecoinovações como “**Importantes**” correspondendo a **40%**, **48,9%** e **51,1%** respectivamente (**Tabela 31**), o que

indica um reconhecimento da importância do uso destas ecoinovações, apesar destes respondentes, em sua grande maioria, não as utilizarem.

Tabela 31 - Grau de importância na categoria Consciência dos Colaboradores (Continua...)

CATEGORIA	GRAU DE IMPORTÂNCIA									
	1 - Não é importante		2 - Pouco importante		3 – Importante		4 - Muito importante		5 - MUITÍSSIMO importante	
	Frequência	%	Frequência	%	Frequência	%	Frequência	%	Frequência	%
Política de sensibilização dos colaboradores e clientes para a prática de inovações sustentáveis	1	2,2	3	6,7	18	40	9	20	14	31,1
2 – Parcerias com instituições educacionais para realização de cursos ou palestras sobre inovações sustentáveis, etc.	-	-	4	8,9	22	48,9	8	17,8	11	24,4
3 - Dispõe de uniformes, enxovais, persianas, recipientes plásticos, sacolas e embalagens confeccionados a partir de produtos ecológicos, reciclagem	-	-	4	8,9	23	51,1	10	22,2	8	17,8

Fonte: Pesquisa de campo (2017).

No que concerne à categoria “Produtos e Serviços” e suas ecoinovações, podem ser tipificadas segundo a tipologia de ecoinovações de Könnölä, Carrillo-Hermosilla Gonzalez (2008, 2009), na dimensão “Produtos e Serviços”, por estarem relacionadas à ecoinovações de natureza operacional e mercadológica e à incorporação de princípios ambientais na logística de distribuição de produtos ou na prestação de serviços (BRITO, 2017; FARIAS, 2014).

O resultado apresentado na **Tabela 32** revela que uma expressiva maioria das empresas **não utiliza** nenhuma das ecoinovações listadas na categoria “**Produtos e Serviços**”

com destaque, respectivamente, para os seguintes percentuais: **82,2%**, **71,1%**, **86,7%**, **55,6%** e **77,8%**. Estes dados revelam a carência de ecoinovações voltadas à melhoria dos produtos e serviços nestas empresas.

Tabela 32 - Utilização de Ecoinovações na categoria Produtos e Serviços

CATEGORIA Produtos e Serviços	UTILIZA		NÃO UTILIZA	
	Frequência	%	Frequência	%
1 – Possui política para atrair clientes com interesses turísticos e ecológicos	8	17,8	37	82,2
2 – Usa aplicativo próprio para android / <i>smartphone</i> direcionado à comunicação em procedimentos de compra	13	28,9	32	71,1
3 - Disponibiliza embalagens de <i>amenintes</i> (minitaturas) fabricadas de material reciclável ou biodegradável	6	13,3	39	86,7
4 - Uso de detergentes e sabões biodegradáveis ou reciclados	20	44,4	25	55,6
5 - Uso de garrafas e embalagens retornáveis	10	22,2	35	77,8

Fonte: Pesquisa de campo (2017).

Quando perguntados a respeito do grau de importância concedido às ecoinovações relacionadas à categoria “**Produtos e Serviços**” verificou-se que a maioria dos respondentes consideraram como “**Importantes**” todas as ecoinovações da referida categoria, gerando os seguintes resultados: **44,4%** à política para atrair clientes com interesses turísticos e ecológicos; **55,6%** para uso de aplicativo próprio, para android/*smartphone* direcionados à comunicação em procedimentos de compra; **51,1%** para disponibilização de embalagens de *amenintes* (minitaturas) fabricadas de material reciclável ou biodegradável; **42,2%** para o uso de detergentes e sabões biodegradáveis ou reciclados e **44,4%** para o uso de garrafas e embalagens retornáveis. Estes dados revelam, que apesar da baixa utilização de tais ecoinovações, os respondentes consideram relevantes tais práticas (Tabela 33).

Tabela 33 - Grau de importância na categoria Produtos e Serviços (Continua...)

CATEGORIA Produtos e Serviços	GRAU DE IMPORTÂNCIA									
	1 - Não é importante		2 - Pouco importante		3 – Importante		4 - Muito importante		5 - MUITÍSSIMO importante	
	Frequência	%	Frequência	%	Frequência	%	Frequência	%	Frequência	%
1 – Possui política para atrair clientes com interesses turísticos e ecológicos	3	6,7	1	2,2	20	44,4	7	15,6	14	31,1
2 – Usa aplicativo, próprio para android / <i>smartphone</i> direcionado à	3	6,7	5	11,1	25	55,6	5	11,1	7	15,6

(...continuação)

comunicação em procedimentos de compra										
3 - Disponibiliza embalagens de <i>amenintes</i> (minitaturas) fabricadas de material reciclável ou biodegradável	2	4,4	1	2,2	23	51,1	15	33,3	4	8,9
4 - Uso de detergentes e sabões biodegradáveis ou reciclados	2	4,4	1	2,2	19	42,2	11	24,4	12	26,7
5 - Uso de garrafas e embalagens retornáveis	2	4,4	6	13,3	20	44,4	8	17,8	9	20

Fonte: Pesquisa de campo (2017).

No que concerne à categoria “Práticas Sustentáveis” e suas ecoinovações, podem ser tipificadas, segundo a tipologia de ecoinovações de Könnölä, Carrillo-Hermosilla Gonzalez (2008, 2009), na dimensão Organizacional, pelas ecoinovações desta categoria convergirem para a prática de ecoinovações gerenciais, contemplando os mercados atuais e/ou favorecendo seu ingresso em novos mercados (KÖNNÖLÄ, CARRILLO-HERMOSILLA GONZALEZ, 2008, 2009).

A Dimensão **Organizacional** considera inovações organizacionais ambientais que podem ser desenvolvidas internamente pelas empresas do setor hoteleiro do município de João Pessoa - PB, ou em conjunto com outras empresas especializadas em práticas ecoinovadoras.

O resultado apresentado na **Tabela 34** revela que **77,8%** das empresas não realizam parcerias com fornecedores para práticas inovadoras e sustentáveis; **91,1%** não exigem normatizações e selos de padronização que comprovem condutas inovadoras sustentáveis aos terceirizados e parceiros; **95,6%** não utilizam ferramentas de monitoramento das metas de redução de danos ambientais e **75,6%** não possuem parcerias com cooperativas de catadores de produtos recicláveis, ONGs, Projetos, entre outros. Estes resultados revelam a carência de ações nesta categoria na maioria das empresas do setor hoteleiro de João Pessoa - PB.

Tabela 34 - Utilização de Eco inovações na categoria Práticas Sustentáveis

CATEGORIA Produtos e Serviços	UTILIZA		NÃO UTILIZA	
	Frequência	%	Frequência	%
1 – Parcerias com fornecedores para práticas inovadoras e sustentáveis	10	22,2	35	77,8
2 – Exige normatizações e selos de padronização comprovando condutas inovadoras sustentáveis aos terceirizados e parceiros	4	8,9	41	91,1
3 - Utiliza ferramentas de monitoramento das metas de redução de danos ambientais	2	4,4	43	95,6
4 - Possui parcerias com cooperativas de catadores de produtos recicláveis, ONGs, Projetos, etc	11	24,4	34	75,6

Fonte: Pesquisa de campo (2017).

Quanto ao grau de importância concedido pelos respondentes na categoria “**Práticas Sustentáveis**” foi possível observar, que a maioria dos respondentes consideram como “**Importantes**” as eco inovações voltadas às parcerias com fornecedores para práticas inovadoras e sustentáveis (44,4%) e também voltadas à exigência de normatizações e selos de padronização comprovando condutas inovadoras sustentáveis aos terceirizados e parceiros (44,4%); como “**Muito importantes**” a utilização de ferramentas de monitoramento das metas de redução de danos ambientais (37,8%) e como “**Muitíssimo importantes**” as eco inovações direcionadas ao estabelecimento de parcerias com cooperativas de catadores de produtos recicláveis, ONGs, Projetos, etc (44,4%). Estes resultados indicam a relevância concedida a tais eco inovações, apesar da maioria destas empresas não as incluírem em suas rotinas (Tabela 35).

Tabela 35 - Grau de importância na categoria Produtos e Serviços

CATEGORIA Produtos e Serviços	GRAU DE IMPORTÂNCIA									
	1 - Não é importante		2 - Pouco importante		3 – Importante		4 - Muito importante		5 - Muito importante	
	Frequência	%	Frequência	%	Frequência	%	Frequência	%	Frequência	%
1 – Parcerias com fornecedores para práticas inovadoras e sustentáveis	1	2,2	2	4,4	20	44,4	13	28,9	9	20
2 – Exige normatizações e selos de padronização comprovando condutas inovadoras sustentáveis aos terceirizados e parceiros	-	-	4	8,9	20	44,4	15	33,3	6	13,3

3 - Utiliza ferramentas de monitoramento das metas de redução de danos ambientais	1	2,2	1	2,2	14	31,1	17	37,8	12	26,7
4 - Possui parcerias com cooperativas de catadores de produtos recicláveis, ONGs, Projetos, etc	-	-	3	6,7	13	28,9	9	20	20	44,4

Fonte: Pesquisa de campo (2017).

O resultado apresentado na **Tabela 36** revela a tendência geral quanto à utilização ou não de ecoinovações pelas empresas pesquisadas. Neste sentido, no que se refere à frequência de **utilização** destas ecoinovações, apenas 4 das 9 categorias pesquisadas apresentaram resultado maior que a metade das respostas, foram elas: “**energia**” (Economia de Energia – **97,8%** e Monitoramento Mensal do consumo energético – **64,4%**) com respostas quanto ao grau de importância variando entre 3 (importante) e 5 (Muitíssimo importante) e 1 (Menos importante) e 5 (Muitíssimo importante), respectivamente, conforme a escala de importância considerada na pesquisa; **Recursos Hídricos** (Água - Uso de equipamentos mais econômicos **71,1%**) com respostas quanto ao grau de importância variando entre 1 (Menos importante) e 5 (Muitíssimo importante); **Resíduos Sólidos** (Separação do lixo – **68,9%**) com respostas quanto ao grau de importância variando entre 1 (Menos importante) e 5 (Muitíssimo importante); e **Marketing** (Objetos de decoração do ambiente, feitos com material reciclado, madeira de origem certificada de reflorestamento, etc. – **51,1%**) com respostas quanto ao grau de importância variando entre 1 (Menos importante) e 5 (Muitíssimo importante). Por outro lado, foi expressiva a frequência quanto à maioria das respostas de **não utilização** destas ecoinovações, estando presente em todas as 9 categorias elencadas.

Ao tipificar as quatro categorias favoráveis à ocorrência de ecoinovações no setor hoteleiro de João Pessoa, foi identificadas a predominância das seguintes dimensões de ecoinovações: **Design**; **Usuário** e **Governança**, enquanto as demais dimensões apresentaram uma menor quantidade de ecoinovações nas empresas estudadas. A este respeito, Brito (2017) complementa que as ecoinovações menos adotadas indicam a existência de poucas ações de

implantação de ecoinovações, o que demanda maiores conhecimentos específicos e investimento por parte dos empreendimentos para a prática das ecoinovações.

Esses resultados indicam ainda, a prioridade na adoção de ecoinovações pelas empresas da amostra do setor hoteleiro do município de João Pessoa – PB, quanto à redução de custos e/ou o aumento da qualidade dos serviços oferecidos. Fator justificado pela maior presença de ecoinovações da dimensão **Design** em relação às demais dimensões, devido à eficiência no uso dos recursos produtivos que essas ecoinovações possibilitam, reduzindo os custos na oferta dos produtos e serviços e elevando a produtividade da empresa, além da sua competitividade no mercado (BRITO, 2017). Ademais o destaque evidenciando também na dimensão **Usuário**, indica a preocupação dos respondentes por uma maior interação das empresas com seus *stakeholders*; enquanto o destaque da dimensão **Governança** reflete a necessidade de consolidar a política das empresas junto aos colaboradores e usuários.

Tabela 36 – Maior utilização de Ecoinovações em todas as categorias investigadas (continua...)

CATEGORIA	UTILIZA		NÃO UTILIZA		IMPORTÂNCIA DOS ELEMENTOS		
Energia	Frequência	%	Frequência	%	Média de importância	Mínimo	Máximo
1 – Economia de energia	44	97,8	1	2,2	4,71	3	5
2 - Monitoramento Mensal do consumo energético	29	64,4	16	35,6	4,31	1	5
3 - Produção de energia a partir de resíduos	3	6,7	42	93,3	3,69	1	5
Recursos Hídricos							
4 - Água - Uso de equipamentos mais econômicos	32	71,1	13	28,9	4,38	1	5
5 - Cisternas p/captação e armazenamento de água da chuva	9	20,0	36	80,0	3,80	2	5
Recursos Hídricos – Destinação							
6 - Uso de rede de tratamento de efluentes e estação de tratamento de esgoto	2	4,4	43	95,6	4,00	1	5
7 - Reaproveitamento de água	19	42,2	26	57,8	4,20	1	5
Resíduos – Sólidos							
8 – Separação do lixo	31	68,9	14	31,1	4,38	1	5
9 – Reciclagem	22	48,9	23	51,1	3,82	1	5
Resíduos – Orgânicos							
10 – Redução do desperdício de alimentos – taxa de cobrança por desperdício	1	2,2	44	97,8	3,33	1	5
11 – Reaproveitamento de Resíduos Orgânicos	14	31,1	31	68,9	3,60	1	5
Transportes							
12 – Transportes movidos a combustíveis menos poluentes	0	0	45	100	2,80	1	5

13 – Estação de abastecimento de carro elétrico	0	0	45	100	2,91	1	5
Construção							
14 – Instalações ecológicas	20	44,4	25	55,6	3,93	1	5
15 – Instalação de recipientes fixos para xampu, condicionador e sabonete	10	22,2	35	77,8	3,76	1	5
Marketing							
16 – Manuais e promove campanhas inovadoras sustentáveis para divulgar suas iniciativas	8	17,8	37	82,2	3,67	1	5
17 – Certificação de edifícios ambientalmente mais inovadores e sustentáveis	3	6,7	42	93,3	3,67	1	5
18 - Objetos de decoração do ambiente, feitos com material reciclado, madeira de origem certificada de reflorestamento, etc.	23	51,1	22	48,9	3,69	1	5
Consciência dos colaboradores							
19 – Política de sensibilização dos colaboradores e clientes para a prática de inovações sustentáveis	18	40	27	60	3,71	1	5
20 – Desenvolve parcerias com instituições educacionais para realização de cursos ou palestras sobre inovações sustentáveis, etc.;	6	13,3	39	86,7	3,58	2	5
21 - Dispõe de uniformes, enxovais, persianas, recipientes plásticos, sacolas e embalagens confeccionados a partir de produtos ecológicos, reciclagem	6	13,3	39	86,7	3,49	2	5
Produtos e Serviços							
22 – Possui política para atrair clientes com interesses turísticos e ecológicos	8	17,8	37	82,2	3,62	1	5
23 – Usa aplicativo próprio para android /smartphone direcionado à comunicação em procedimentos de compra	13	28,9	32	71,1	3,18	1	5
24 – Disponibiliza embalagens de amenities (miniaturas) fabricadas de material reciclável ou biodegradável	6	13,3	39	86,7	3,40	1	5
25 - Uso de detergentes e sabões biodegradáveis ou reciclados	20	44,4	25	55,6	3,67	1	5

26 - Uso de garrafas e embalagens retornáveis	10	22,2	35	77,8	3,36	1	5
Práticas Sustentáveis							
27 - Parcerias com fornecedores para práticas inovadoras e sustentáveis	10	22,2	35	77,8	3,60	1	5
28 - Exige normatizações e selos de padronização comprovando condutas inovadoras sustentáveis aos terceirizados e parceiros	4	8,9	41	91,1	3,51	2	5
29 - Utiliza ferramentas de monitoramento das metas de redução de danos ambientais	2	4,4	43	95,6	3,84	1	5
30 - Possui parcerias com cooperativas de catadores de produtos recicláveis, ONGs, Projetos, etc	11	24,4	34	75,6	4,02	2	5

Fonte: Pesquisa de campo (2017).

A Tabela 37 evidencia que, em sua grande maioria, o setor hoteleiro de João Pessoa – PB apresenta um baixo nível quanto à utilização de ecoinovações, isto é, 57,8%, requerendo maiores investimentos voltados à prática da ecoinovações em seu cotidiano, a exemplo da sensibilização destas empresas para a ecoinovação.

Mediante a adaptação do Check List de Bristo (2017), foi considerada a escala numérica e suas respectivas variáveis, adaptada de Farias (2014) e Brito (2017), que foram distribuídas, tomando por base a classificação da seguinte forma: De 0 a 6 – Muito Baixa; 7 a 12 – Baixa; 13 a 18 – Mediana; 19 a 24 – Alta; Acima de 24 – Muito Alta, conforme pode ser observado na primeira coluna da Tabela 37, de modo a identificar o nível de ocorrência das ecoinovações.

Tabela 37 – Nível de ocorrência de ecoinovações

FAIXAS	NÍVEL	
	Frequência	%
1 - Muito baixa (0 a 6)	13	28,9
2 – Baixa (7 a 12)	26	57,8
3 – Mediana (13 a 18)	6	13,3
4 – Alta (acima de 24)	0	0
TOTAL	45	100

Fonte: Pesquisa de campo (2017).

A sessão a seguir buscará relacionar as premissas suscitadas na pesquisa aos achados da pesquisa.

4.4 Análise das premissas da pesquisa

A partir dos dados obtidos do perfil dos respondentes e da caracterização das empresas pesquisadas, foi possível analisar as premissas desta pesquisa:

- **Premissa 1:** O maior porte da empresa influencia na maior preocupação com a busca e prática de ecoinovações e maior contribuição ao setor hoteleiro.
- **Premissa 2:** O tipo de organização (familiar ou não-familiar) da empresa influencia na maior preocupação com a busca e prática de ecoinovações e a maior contribuição ao setor hoteleiro.
- **Premissa 3:** A maior formação do gestor influencia na maior preocupação com a busca e prática de ecoinovações e maior contribuição ao setor hoteleiro.

Nesta perspectiva, a pesquisa revelou que a maioria das respostas com relação ao **porte** das empresas participantes da pesquisa concentraram-se nas **Micro empresas (46,7%)** e **Pequenas empresas (44,4%)**, enquanto a **formação profissional** dos respondentes apresentou maior número de respostas no que diz respeito à formação de **nível superior**, mais especificamente em cursos de graduação (**64,4%**). Por sua vez, o tipo de empresa com maior destaque nas respostas tratou-se das do **tipo familiar (60%)**, uma vez que a maioria das respostas evidenciou, que os principais tomadores de decisão nestas empresas possuem grau de parentesco com os gestores pesquisados.

Os resultados desta pesquisa podem ser confrontados com as três premissas desta pesquisa (1-Maior porte das empresas, 2-Tipo não familiar e 3-Perfil do (a) gestor (a) de maior formação).

Neste sentido, relacionando os resultados obtidos com a **primeira premissa**, pode-se conjecturar que, de fato, o **maior porte** das empresas influencia diretamente no sentido de contribuir significativamente para que estas tenham maior preocupação com a busca e prática de ecoinovações, tendo em vista que o setor hoteleiro de João Pessoa – PB é contemplado por um número maior de empresas de micro (**46.7%**) e pequeno porte (**44,4%**), em que estas não apresentaram perfil ecoinovador significativo, pelo fato de muitas das ecoinovações listadas no *Check list* desta investigação, não terem sido contempladas nas empresas pesquisadas (**Tabela 38**).

Tabela 38 – Relação entre o porte e o nível de ocorrência deecoinovações

			Nível de ocorrência de ecoinovações			Total
			Muito baixa (0 a 6)	Baixa (7 a 12)	Mediana (13 a 18)	
PORTE	Micro empresa	Contagem	8	11	2	21
		% do Total	17,80%	24,40%	4,40%	46,70%
	Pequena empresa	Contagem	2	15	3	20
		% do Total	4,40%	33,30%	6,70%	44,40%
	Média empresa	Contagem	3	-	-	3
		% do Total	6,70%	0,00%	0,00%	6,70%
	Grande empresa	Contagem	-	-	1	1
		% do Total	0,00%	0,00%	2,20%	2,20%
TOTAL		Contagem	13	26	6	45
		% do Total	28,90%	57,80%	13,30%	100,00%

Fonte: Dados da pesquisa.

Corroborando com tais achados, os estudos de Sanches; Gomes e Melo (2016), de cunho descritivo e quantitativo, por meio de *survey*, cujo objetivo foi o de analisar a influência da ecoinovação no desempenho organizacional em empresas da indústria têxtil, mostrou que quanto maior o porte da empresa, mais forte é a relação entre a ecoinovação e o desempenho, providenciando maior estímulo à ecoinovação e, conseqüentemente, influenciando no desempenho organizacional.

A **segunda** premissa da pesquisa diz respeito à **tomada de decisão nas empresas**, considerando as **empresas do tipo familiar**, a qual tornou possível evidenciar que o fato da maioria (**60%**) das empresas ser do tipo familiar, não vêm influenciando como fator gerador de mais ecoinovações nas organizações do setor, levando a presumir que empresas cujos tomadores de decisão são contratados pelo mercado sem grau algum de parentesco com os responsáveis pela empresa, poderá contribuir mais significativamente para a geração de mais ecoinovações nas empresas do setor hoteleiro da região pesquisada (**Tabela 39**)

Tabela 39 – Relação entre os principais tomadores de decisão e o nível de ocorrência de ecoinovações

			Nível de ocorrência de ecoinovações			Total
			Muito baixa (0 a 6)	Baixa (7 a 12)	Mediana (13 a 18)	
PRINCIPAIS TOMADORES DE DECISÃO	Profissionais contratados no mercado	Contagem	5	10	3	18
		% do Total	11,1%	22,2%	6,7%	40,0%
	Profissionais com grau de parentesco com o proprietário	Contagem	8	16	3	27
		% do Total	17,8%	35,6%	6,7%	60,0%
TOTAL		Contagem	13	26	6	45
		% do Total	28,9%	57,8%	13,3%	100,0%

Fonte: Dados da pesquisa.

No que diz respeito à **terceira premissa** relacionada à **maior qualificação profissional dos (as) gestores (as)**, verificou-se que esta influencia significativamente na implementação de ecoinovações nas empresas, uma vez, que apenas um gestor apresentou possuir especialização e nenhum deles apresentou formação a nível de mestrado ou doutorado, por exemplo.

Tabela 40 – Relação entre o grau de escolaridade e o nível de ocorrência de ecoinovações

			Nível de ocorrência de ecoinovações			Total
			Muito baixa (0 a 6)	Baixa (7 a 12)	Mediana (13 a 18)	
GRAU DE ESCOLARIDADE	Nível fundamental	Contagem	1	-	-	1
		% do Total	2,20%	0,00%	0,00%	2,20%
	Nível médio	Contagem	3	7	1	11
		% do Total	6,70%	15,60%	2,20%	24,40%
	Nível superior	Contagem	7	17	5	29
		% do Total	15,60%	37,80%	11,10%	64,40%
	Nível superior incompleto	Contagem	2	1	-	3
		% do Total	4,40%	2,20%	0,00%	6,70%
	Especialização	Contagem	0	1	0	1
		% do Total	0,00%	2,20%	0,00%	2,20%
TOTAL		Contagem	13	26	6	45
		% do Total	28,90%	57,80%	13,30%	100,00%

Fonte: Dados da pesquisa

Após a evidenciação dos achados da pesquisa, o próximo capítulo explanará as considerações finais acerca dos achados mais relevantes desta investigação, bem como as novas perspectivas e desafios suscitados na temática das ecoinovações, sobretudo os relacionados aos meios de hospedagem.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve como objetivo identificar os tipos de ecoinovações no setor hoteleiro no município de João Pessoa – PB e suas contribuições para esta atividade econômica na região, a partir de características específicas do setor econômico. Para alcançar esse objetivo, foi realizada uma pesquisa empírica através da aplicação de um questionário nas empresas do setor. A pesquisa decorreu da percepção sobre a inexistência de estudos voltados à ocorrência de ecoinovações do setor hoteleiro de João Pessoa - PB.

Ficou evidenciado que as empresas investigadas, em sua maioria, não utilizam grande parte das ecoinovações sugeridas nesta pesquisa. Neste contexto, cabe destacar, nessas empresas, as seguintes características:

- Significativa presença de empresas de micro e pequeno porte, de acordo com os critérios do IBGE;
- Empresas que destinam seus serviços para o mercado estadual, nacional e do exterior;
- Presença de um maior número de gestores com grau de parentesco.
- Gestores com formação profissional de nível superior (graduação).

Ademais, a pesquisa identificou a predominância das seguintes dimensões de ecoinovações: **Design** (favorece a eficiência no uso dos recursos produtivos que essas ecoinovações possibilitam, reduzindo os custos na oferta dos produtos e serviços e elevando a produtividade da empresa, além da sua competitividade no mercado); **Usuário** (permite uma maior interação das empresas com seus *stakeholders*) e **Governança** (necessidade de consolidar a política das empresas junto aos colaboradores e usuários), enquanto as demais dimensões apresentaram uma menor quantidade de ecoinovações. Os resultados indicam a prioridade na adoção de ecoinovações, pelas empresas pesquisadas, voltada às três dimensões.

Esta investigação permitiu identificar um conjunto de ecoinovações que estão sendo adotadas pelos hotéis e pousadas do município de João Pessoa – PB, como também mensurar de forma quantitativa o nível de adoção dessas ecoinovações, que se apresentou como baixo na região, apesar do grau de importância concedido pelos respondentes ter se apresentado alto.

Portanto, em sua grande maioria, o setor hoteleiro de João Pessoa – PB apresentou um **baixo nível** quanto à utilização de ecoinovações, isto é, **57,8%**, requerendo maiores investimentos voltados à prática da ecoinovações em seu cotidiano, a exemplo da sensibilização destas empresas para a ecoinovação.

Concluiu-se ainda, que o fato do nível de adoção de ecoinovações por parte das empresas do setor hoteleiro de João Pessoa - PB, se apresentar baixo, não contribui de forma sustentável para esta atividade econômica na região, confirmando as premissas desse estudo: “Quanto maior for o porte das empresas, sendo estas do tipo não familiar e cujo perfil do (a) gestor (a) seja de maior formação, maior será a sua preocupação com a busca e prática de ecoinovações, bem como mais significativa será sua contribuição ao setor hoteleiro.” A respeito desta premissa ficou evidente, que o maior porte influencia a utilização de ecoinovações, e que o fato dos tomadores de decisão não possuírem grau de parentesco entre si, influencia na maior adoção de ecoinovações. No entanto, a presença de maior qualificação profissional pode ser identificado como fator influenciador para utilização de mais ecoinovações nas empresas, tendo em vista que apenas um respondente possui especialização e nenhum deles possui mestrado, doutorado ou pós-doutorado, conforme as variáveis relacionadas a partir das premissas formuladas na pesquisa.

Diante dessas informações concluiu-se que o nível de adoção de ecoinovações por parte dos hotéis e pousadas de João Pessoa - PB se apresentou baixo, não convergindo para um maior nível de contribuição dessa atividade no município.

Ademais, verificou-se que mesmo não utilizando todas as ecoinovações, os respondentes da pesquisa consideram em sua maioria, como “Importantes”; “Muito importantes” e “Muitíssimo importantes” as ecoinovações elencadas na pesquisa.

5.1 Limitações e recomendações da pesquisa

É importante levar em consideração, no que tange às conclusões deste estudo, que a amostra da pesquisa trata-se dos hotéis e pousadas investigados no município de João Pessoa - PB, não possibilitando inferências além da amostra pesquisada. Assim, os resultados validados nesta pesquisa não podem ser considerados para outros setores de atividades, nem empresas localizadas em outras regiões geográficas, uma vez que empresas de outros setores e outras localizações podem ter características diferentes dos resultados obtidos nesta pesquisa.

Quanto ao desenvolvimento do trabalho destacam-se as limitações em identificar efetivamente as ecoinovações utilizadas pelas organizações pesquisadas, uma vez que a amostra proposta para a análise possui características diversas, fazendo-se necessária uma análise cuidadosa da existência ou não de ecoinovações e seu grau de importância.

Outra limitação diz respeito à dificuldade de classificação das ecoinovações listadas em relação à tipologia de Carrillo-Hermosilla; González e Könöllä (2008, 2009), uma vez que as dimensões desta tipologia se apresentam de forma ampla, podendo ser aplicadas a várias atividades produtivas.

Outras limitações da pesquisa são:

- O número de empresas pesquisadas, levando em consideração a importância do setor para a economia;
- A não inclusão de outras ecoinovações, além daqueles considerados em pesquisas já realizadas no setor.

Nenhum trabalho de pesquisa da natureza do presente, pode ser considerado completo. Implica que a partir desse trabalho outros podem e devem surgir. Partindo desse pressuposto, ficam como sugestões para pesquisas seguintes ou outros futuros trabalhos:

- Aumentar o tamanho da amostra para além de hotéis e pousadas, incluindo outras modalidades de meios de hospedagem a exemplo de flats, resorts, etc., para que se tenha um panorama mais representativo das informações a respeito das ecoinovações nas empresas de município hoteleiro do município de João Pessoa - PB, assim como do Estado da Paraíba, ou até mesmo em outros estados e até no país. Pois, as informações a respeito de ecoinovações no caso específico do setor hoteleiro ainda são poucas;
- Realizar trabalho que possibilite a geração de outros tipos de ecoinovações para o setor hoteleiro, mediante a necessidade do segmento;
- Realizar trabalhos que auxiliem as empresas a implantarem ecoinovações em suas empresas;

- Identificar a presença de ecoinovações e o perfil das empresas do setor hoteleiro em diferentes regiões, com empresas de diferentes portes;
- Comparar as ecoinovações identificadas nas empresas nacionais com as ecoinovações estabelecidas em outros países, a partir de novas pesquisas;
- Comparar as ecoinovações com suas categorias e as dimensões da tipologia de Carrillo-Hermosilla, Gonzáles e Könnollä (2008, 2009) com outras ecoinovações relacionadas às dimensões de outras tipologias, a fim de verificar as possíveis influências existentes nas empresas a partir de diferentes tipologias;
- Novas pesquisas sobre o tema, com a proposição de uma tipologia de ecoinovações específica para a atividade hoteleira, permitindo assim uma análise mais robusta sobre os benefícios e impactos gerados pela adoção de ecoinovações nessa atividade;

Por fim, espera-se que as contribuições deste estudo influenciem no desenvolvimento de ecoinovações no setor hoteleiro do município de João Pessoa – PB, como também contribua para novas pesquisas, seja a nível nacional e /ou internacional e, para o desenvolvimento dessa atividade econômica em outros setores.

REFERÊNCIAS

- ABIH. Associação Brasileira da Indústria de Hotéis do Estado da Paraíba. Disponível em: <<http://www.abih-pb.com.br/2017/?r=site/index>> Acesso em: 8 mai. 2017.
- ABREU, N. R. de; BALDANZA, R. F.; ATAIDE, J. A. R.; SERQUEIRA, I. F. G. E-recruitment no setor hoteleiro: cenário atual e potencialidades em Salvador e Maceió. **Revista Perspectivas Contemporâneas**. v.9, n.2, p.50-74, ju./dez. 2014.
- ALOISE, P. G.; NODARI, C. H.; DORION, E. C. H. Ecoinovações: um ensaio teórico sobre conceituação, determinantes e achados na literatura. **Interações**. Campo Grande – MG, v. 7, n. 2, p. 287-289, abr./jun. 2016.
- AMAZONAS, I. T. **Gestão ambiental na hotelaria: tecnologias e práticas sustentáveis aplicadas nos hotéis de João Pessoa – PB**. 124f. Monografia – Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa - PB, 2014.
- ANDERSEN, M. M. **Eco-Innovation Indicators**. European Environment Agency. Copenhagen, February 2006. Disponível em: http://www.risoe.dk/rispubl/art/2007_115_report.pdf Acesso em: set. 2016.
- ANDERSEN, M. M. Eco-innovation – towards a taxonomy and a theory. In: **DRUID Conference - Entrepreneurship and Innovation – Organizations, Institutions, Systems and Regions**, 2008, Copenhagen. Disponível em: <http://www2.druid.dk/conferences/viewpaper.php?id=3150&cf=29> acesso em: set. 2016.
- ALMEIDA, L. T. de. Economia verde: a reiteração de ideias à espera de ações. **Estudos Avançados**. v. 26, 2012, p. 93-103.
- ANVISA. Disponível em:<<http://portal.anvisa.gov.br/porte-de-empresa>>Acesso em: 20 jun. 2017.
- ARUNDEL A.; KEMP, R. **Measuring eco-innovation**. UNU-MERIT Working Paper Series, 2009. Disponível em: < <http://www.merit.unu.edu/publications/wppdf/2009/wp2009-017.pdf> >. Acesso em: out. 2016.
- BABBIE, E. **Métodos de pesquisa de survey**. Belo Horizonte: Edições UFMG, 1999.
- BARBIERI, J. C; VASCONCELOS, I. F. G; ANDREASSI, T; VASCONCELOS, F. C. Inovação e Sustentabilidade: novos modelos e proposições. **RAE**, São Paulo, v. 50, n. 2, Abr/Jun, 2010. (p. 146-154).
- _____. Organizações Inovadoras Sustentáveis . In: BARBIERI, J. C.; SIMATOB, M. **Organizações inovadoras sustentáveis: uma reflexão sobre o futuro das organizações**. São Paulo, Atlas, 2007.
- BAUMGARTEN, M. Ciência, tecnologia e desenvolvimento – redes e inovação social. **Parcerias Estratégicas**, Brasília, n. 26, p. 102-123, jun. 2008.

BEISE, M. Rennings, K. Lead markets and regulation: a framework for analyzing the international diffusion of environmental innovations. **Ecological Economics**. v. 52, 2005, p. 5-17.

BERKHOUT, F; GREEN, K. Managing Innovation for Sustainability: the challenge of integration and scale. **International Journal of Innovation Management**. v. 6, n. 3, September, 2002. Pp. 227-232.

BERNAUER, T.; ENGEL, S.; KAMMERER, D. SEJAS NOGAREDA, J. Explaining green innovation: ten years after porter's win-win proposition: how to study the effects of regulation on corporate environmental innovation? **Politische Vierteljahresschrift**. v.39, 2006, jun.

BOGDAN, R. BILKEN, S. **Investigação qualitativa em educação: uma introdução à teoria e aos métodos**. Tradução de Maria João Alvarez, Sara Bahia dos Santos, Telmo Mourinho Baptista. Porto: Porto Editora, 1994.

BOCKEN, N.M.P.; FARRACHO, M.; BOSWORTH, R.; KEMP, R. The front-end of eco-innovation small and medium sized companies. **Journal of Engineering and Technology Management**. n. 31, p. 43-57, 2014.

BOHDANOWICZ, P.; MARTINAC, I. **Attitudes towards sustainability in chain hotels: results of a European survey**. 2003. Disponível em: <http://storage.gloabalcitizen.net/data/topic/knowledge/uploads/2012022312648705.pdf>. Acesso em: 17 abr. 2017.

BRASIL, M.V.O.; FILHO, J.C.L.S.; LEOCADIO, A.L.; ABREU, M.C.S. Eco inovações e o desempenho industrial em empresas têxteis no Brasil. In: CONGRESSO LATINOIBEROAMERICANO DE GESTÃO DE TECNOLOGIA, 2015, Porto Alegre - RS. **Anais...** Porto Alegre: ALTEC, 2015.

BRASIL, M.V.O.; ABREU, M.C.S.; SILVA FILHO, J.C.L.; LEOCÁDIO A.L. Relationship between eco-innovations and the impact on business performance: an empirical survey research on the Brazilian textile industry. **Revista de Administração**. N. 51, p. 276-287, 2016.

BRONZERI, M. S.; LOBO, R.C.G.; ABREU, M.E.; SAVAGNAGO, M.; MALMKJAER, R.L.; CUNHA, J.C.; CUNHA, S.K. A eco inovação em uma indústria têxtil. In: CONGRESSO LATINOIBEROAMERICANO DE GESTÃO DE TECNOLOGIA, 2015, Porto Alegre-RG. **Anais...** Porto Alegre: ALTEC, 2015.

BRITO, P. V. de. **Contribuições de eco-inovações para a sustentabilidade da atividade turística no município de areia – PB**. 90f. Monografia – Universidade Federal de Campina Grande, Campina Grande - PB, 2017.

BURLAMAQUI, L.; PROENÇA, A. Inovação, Recursos e Comprometimento: em direção a uma teoria estratégica da firma. **Revista Brasileira de Inovação**. v. 2, n.1, jan-jun/2013.

BURRELL, G.; MORGAN, G. **Sociological Paradigms and Organizational Analysis**. London: Heinemann, 1979.

CAI, W.; ZHOU, X. On the drivers of eco-innovation: empirical evidence from China. **Journal of Cleaner Production**, n. 2, p. 1-10, 2014.

CARRILO-HERMOSILLA, J.; RÍO, P. Del; KÖNNÖLÄ, T. Diversity of eco-innovations: Reflections from selected case studies. **Journal of Cleaner Production**, n. 18, p. 1073-1083, 2010.

CASTELLI, G. Administração Hoteleira. 7 ed. Caxias do sul: Educs, 2000.

COELHO, M.A. Eco inovação em uma pequena empresa de reciclagens da cidade de Manaus. **Revista de Administração e Inovação**. v. 12, n. 1, jan/mar. 2015, 121-147.

CORRAR, Luiz J.; THEÓPHILO, Carlos Renato (coordenadores). **Pesquisa operacional para decisão em contabilidade e administração**: controbilometria. São Paulo: Atlas, 2004.

COOPER, C.; FLETCHER, J.; FYALL, A.; GILBERT, D.; WANHILL, S. **Turismo Princípios e Práticas**. 3. ed., Porto Alegre: Bookman, 2007.

COOPER, D. R. Métodos de pesquisa em administração. Porto Alegre: AMGH, 2016.

CRESWELL, J. W. **Projeto de Pesquisa: Métodos qualitativo, quantitativo e misto**. Tradução Magda Lopes; 3 ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.

CUERVA, M.C.; TRIGUEIRO-CANO, A.; CÓRCOLES, D. Drivers of green and non-green innovation: empirical evidence in Low-Tec SMEs. **Journal of Cleaner Production**, Gotemburgo, v.68, p.104-113, 2014.

DESTINO PARAÍBA. Disponível em:<<http://www.destinoparaiba.pb.gov.br>> Acesso em: 10 mai. 2017.

DE MARCHI, V. Environmental innovation and R&D cooperation: empirical evidence from Spanish manufacturing firms. **Research Policy**. n.41, 2012, p.614-623.

EKINS, P. Eco-innovation for environmental sustainability: concepts, progress and policies. **Int.Econ.Econ.Policy**, n. 7, 2010, p. 267-290.

EL-KAFAFI, S.; LIDEDLE, S. Innovative sustainable practices: are they commercially viable? **World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development**, v. 6, n. 1, p. 19-28, 2010.

ELKINGTON, J. **Canibais com Garfo e Faca**. São Paulo: Makron Books, 2001.

FARIAS, A.S. et al. Utilização de eco-inovação no processo de manufatura de cerâmica vermelha. **Revista de Administração de Inovação**. São Paulo, v.9,, n.3, jul/set., 2012, p. 154-174.

FARIAS, A. S. D. de. **Contribuições de eco-inovações para a sustentabilidade da fruticultura de manga da Região Submédio São Francisco**. 2014. 168 f. Tese (Doutorado em recursos naturais) – Curso de Pós-graduação em Recursos Naturais, Universidade Federal de Campina Grande, Campina Grande - PB.

FARIAS, A.S.D. de; MEDEIROS, H.R.D.; CÂNDIDO, G.A. Contribuições de eco-inovações para a gestão ambiental de atividades produtivas em um empreendimento da construção civil. **Revista Administração**. UFSM, Santa Maria, v. 9, n. 1, mar. 2016, p. 102-120.

FOXON, T.; ANDERSEN, M. M. The greening of innovation systems for eco-innovation – towards an evolutionary climate mitigation policy. In: **DRUID Summer Conference - Innovation, Strategy and Knowledge**, jun. 2009, Copenhagen.

FRONDEL, M.; HORBACH, J.; RENNINGS, K., **End-of-Pipe or Cleaner Production?** Na Empirical Comparison of Environmental Innovation Decisions Across OECD Countries, ZEW Discussion Papers, 2004, n. 04-82.

FERIGOTTI, C.M.S.; CUNHA, S.K.; Barreiras e potencialidades à inovação sustentável: o caso da Grazi. In: CONGRESSO LATINOIBEROAMERICANO DE GESTÃO DE TECNOLOGIA, Porto Alegre-RS. **Anais...** Porto: ALTEC, 2015.

FERREIRA, B.S.; SANTOS, D.F.L.; THOMAZ, A.G.B.; REBELATO, M.G. Eco inovação em uma agroindústria sucroenergética: um estudo de caso do projeto de águas residuais zero. In: XIX Seminários em Administração, São Paulo, 2016. **Anais...**, São Paulo: SEMEAD, 2016.

FINK, A. **The Survey handbook**. Thousand Oaks, Sage. v.1, 1995.

FOXON, T.; ANDERSEN, M. M. The greening of innovation systems for eco-innovation – towards an evolutionary climate mitigation policy. In: **DRUID Summer Conference - Innovation, Strategy and Knowledge**, jun. 2009, Copenhagen.

FREEMAN, C. The greening of technology and models of innovation. **Technological forecasting and social change**, v. 53, n. 1, p. 27-39, September, 1996.

FREITAS, H.; OLIVEIRA, M.; SACCOL, A. Z.; MOSCAROLA, J. O método de pesquisa *Survey*. **Revista de Administração da USP - RAUSP**, São Paulo, v. 35, n. 3, p. 105-112, 2000.

GALLIANO, D.; NADEL, S. The determinants of ecoinnovative performance according to firms' strategic profiles: the case of French Industrial Firms. *Druid Academy*. Cambridge. **Anais of Druid Academy**. 2012.

GEELS, F. W. Co-evolutionary and multi-level dynamics in transitions: the transformation of aviation systems and the shift from propeller to turbojet (1930-1970). **Technovation**, v. 26, 2006, p. 999-1016.

_____. The multi-level perspective on sustainability transitions: responses to seven criticisms. **Environmental Innovation and Societal Transitions**, v. 1, 2011, p. 24-40.

GEFFEN, C. A. Radical innovation in environmental technologies: the influence of federal policy. **Science Policy**. n. 22, v. 5, p. 313-231, oct. 1995.

GONÇALVES, L. C. **Gestão Ambiental em Meios de Hospedagem**. São Paulo: Aleph, 2004.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atals, 2002.

GREMYR, I.; HILDENBRAND, J.; SARASINI, S.; REHARJO, H. A framework for developing and assessing eco-innovations. In: AZEVEDO, S. G.; BRANDENBURG, M.; CARVALHO, H.; CRUZ-MACHADO, V. (Eds.). **Eco-innovation and the development of business models: lessons from the experience and new frontiers in theory and practice**. Switzerland; Springer International Publishing. 2014.

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.

HARDY, A.; BEETON, R.J.S.; PEARSON, L. Sustainable tourism: an overview of the concept and its position in relation to conceptualizations of tourism. **Journal of sustainable tourism**, Clevedon, v.10, n.6, p.475-496, 2002.

HORBACH, J.; RENNINGS, K. **Survey Analysis of Eco-Innovation: Possibilities and Propositions: Deliverable 4 & 5 of the MEI** (Measuring Eco-innovation Project), UM-MERIT Maastricht. 2007.

HORBACH, J. Determinants of environmental innovation – new evidence from German panel data sources. **Research Policy**, v.37, p.163-173, 2008.

HORBACH, J.; RAMMER, C.; RENNINGS, K. Determinants of eco-innovation by type of environmental impact – the role of regulatory push/pull, technology push and Market pull. **Ecological Economics**, v. 78, p.112-122, 2012.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. 2010. Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br/painel/folder.php?lang=&codmun=250750&search=paraibaljoao-pessoa|carta-aos-eleitores-e-folder-informativo>> Acesso em: 19 mai 2017.

IBGE Cidades. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/v4/brasil/pb/joaopessoa/pesquisa/34/29948?detalhes=true>> Acesso em: 19 mai 2017.

KAMMERER, D. The effects of customer benefit and regulation on environmental product innovation. Empirical evidence from appliance manufacturers in Germany. **Ecological Economics**. v. 68, p. 2285-2295, 2009.

KNEIPP, J.M; GOMES, C.M.; FRIZZO, K. Gestão estratégica da inovação sustentável e sua relação com o modelo de negócios e o desempenho empresarial. In: XIX Seminários em Administração, São Paulo, 2016. **Anais...**, São Paulo: SEMEAD, 2016.

KEMP, R.; FOXON, T. J. Typology of Eco-Innovation. In: **MEI project: measuring Eco-Innovation**. European Commission, ago. 2007. Disponível em: <http://www.merit.unu.edu/MEI/deliverables/MEI%20D2%20Typology%20of%20ecoinnovation.pdf> >. Acesso em: out. 2016.

KEMP, R.; PEARSON, P. **Measuring eco-innovation**. Maastricht: United Nations University, 2008.

KEMP, R.; ROTMANS, J. Transitioning policy: Co-production of a new strategic framework for energy innovation policy in the Netherlands. **Policy Sciences** (2 round for review), 2008.

KEMP, R.; SOETE, L. Inside the “green box”: on the economics of technological change and the environment. In: FREEMAN, C.; SOETE, L. (eds.). **New exploration in the economics or technological change**. London, UK: Pinter Publishers, 1990.

KIRK, D. **Environmental management for hotels: a student's handbook**. Oxford, UK: Butterworth-Heinemann, 1996.

KLEINRICHT, D; ERGUL, M.; JOHNSON, C.; UYDACI, M. Boutique hotels: technology, social media and green practices. **Journal of Hospitality and Tourism Technology**, n. 3, v. 3, p. 211-225, 2012.

KÖNNÖLÄ, T.; CARRILLO-HERMOSILLA, J.; GONZALEZ, P. del R. Dashboard of ecoinnovation. In: **DIME International Conference** – Innovation, sustainability and policy, sep.2008, University Montesquieu Bordeaux IV, France. Disponível em: <http://www.dime-eu.org/files/active/0/KonnolaetalDashboardofEco-innovation.pdf>. Acesso em: set. 2016.

KÖNNÖLÄ, T.; CARRILLO-HERMOSILLA, J.; GONZALEZ, P. del R. **Eco-Innovation: When Sustainability and Competitiveness Shake Hands**. Palgrave Macmillan: New York, 2009.

LEGRAND, W.; KIRSCH, C.; SLOAN, P.; SIMONS-KAUFMANN, C. Making 20 2020 happen: is the hospitality industry mitigating its environmental impacts? The barriers and motivators that German hoteliers have to invest in sustainable management strategies and technologies and their perceptions of online self-help toolkits. In: PINEDA, F.D.; BREBBIA, C.A. **The sustainable tourism V**. SouthHampton: WIT Press: Ashurst, 2012. p. 115-126, 2012.

LEGRAND, W.; CHEN, J.S.; SLOAN, P. Environmental performance analysis of German hotels. **Tourism Review International**, n. 9, p. 1, p. 61-68, 2005.

LEVIN, Jack. **Estatística Aplicada a Ciências Humanas**. 2. ed. São Paulo: Editora Harbra, 1987.

LUSTOSA, M.C.J. Inovação e tecnologia para uma economia verde: questões fundamentais. **Política Ambiental**. v.8, 2011, p. 111-122.

MAÇANEIRO, M. B.; CUNHA, S. K. ecoinovação: um quadro de referência para pesquisas futuras. In: XXVI Simpósio de Gestão da Inovação tecnológica, Vitória. 2010. **Anais**, Vitoria: Simpósio de Gestão da Inovação, 2010.

MAIOR, M. M. S. **Vulnerabilidade socioambiental e expansão urbana: uma proposta metodológica para análise da cidade de João Pessoa – PB. 2014**. 329 f. Tese (Doutorado em recursos naturais) – Curso de Pós-graduação em Recursos Naturais, Universidade Federal de Campina Grande, Campina Grande - PB.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing**: uma orientação aplicada. Tradução de Lene Belon Ribeiro e Mônica Stefani. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

MALTA, M. C. M.; MARIANI, M. A. P. Estudo de caso da sustentabilidade aplicada na gestão de hotéis de Campo Grande, MS. **Turismo - Visão e Ação**, Itajaí, n. 15, v. 1, 2013.

MAPA DO TURISMO, 2016. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/6457-para%C3%ADba-tem-novo-mapa-tur%C3%ADstico.html>> Acesso em: 19 mai 2017.

MARCONI, M. A., & LAKATOS, E.M. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados**. 2. ed., Atlas: São Paulo: 1991.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MARTINS, P.L.; SANTOS NETA, M.C.; MARTINS, C.M.F. ALMEIDA, R.L.; TORRES, K.A. Hotelaria e Turismo Sustentável: estudo de caso em uma pousada na cidade de Tiradentes/MG. **X SEGET**. Resende-RJ, out. 2013.

MARTINS, G. A.; THEÓPHILO, C. R. **Metodologia da investigação científica para Ciências Sociais Aplicadas**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MENDONÇA, A.T.B.B.; CHEROBIM, A.P.M.S.; CUNHA, S.K. Sistemas setoriais de inovações sustentáveis: categorias de análise, tipologias e medidas de mensuração. In: **Anais do XXVII Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica**. Salvador - BA, Setembro 2012.

MENDONÇA, A.T.B; O processo de transição sociotecnica para eco-inovação a partir da relação multinível: o caso de Itaipu Brasil. Curitiba, Paraná, Brasil. Universidade Federal do Paraná. **Programa de Pós-graduação em Administração**, 2014.

MELO, C. K. de.; MARTINS, J. R. Dimensões da sustentabilidade. **Revista Amazônia Legal de Estudos Sócio-Jurídico-Ambientais**, v. 2, n. 3, p. 93-103, jan./jun. 2007. Disponível em: <http://200.129.241.80/ppgda/arquivos/img-conteudo/files/Revista3.pdf#page=93>>. Acesso em: Mar. 2017.

MENEZES, V.; CUNHA, S. K.; CUNHA, J. C. Inovações para a proteção ambiental em cadeias hoteleiras: um estudo de caso da Slaviero Hotéis, 2013. In: CONGRESSO LATINOIBEROAMERICANO DE GESTÃO DE TECNOLOGIA, 2013, Porto (PT). **Anais...** Porto: ALTEC, 2013. Disponível em: http://www.altec2013.org/docs/PROCEEDINGS_ALTEC2013_v3.pdf>. Acesso em: nov. 2016.

MENEZES, V.O.; CUNHA, S. K.; Inovação para a sustentabilidade ambiental na hotelaria: um estudo introdutório. **Revista Turismo e Desenvolvimento**. Ano 1, n. 1, jan./jun., 2014.
MENEZES, V.O. CUNHA, S.K. Ecoinovação em Redes Hoteleiras Globais: Designs, Barreiras, Estímulos e Motivações. **Brazilian Business Review**. Vitória-ES, n.13, n.5, set/out 2016.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem**. Cartilha de Orientação Básica – Hotel. Cadastur. Ministério do Turismo (Mtur). Brasília-DF, 2010. Disponível em: <<http://www.classificacao.turismo.gov.br/MTUR-classificacao/mtur-site/downloadCartilha.action?tipo=1>>. Acesso em: 05 mai. 2017.

_____. **Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem**. Cartilha de Orientação Básica – Pousada. Cadastur. Ministério do Turismo (Mtur). Brasília-DF, 2010. Disponível em: <<http://www.classificacao.turismo.gov.br/MTUR-classificacao/mtur-site/downloadCartilha.action?tipo=6>>. Acesso em: 05 mai. 2017.

MORGAN, R. E.; BERTHON, P. Market Orientation, Generative Learning, Innovation Strategy and Business Performance Inter-Relationships in Bioscience Firms. **Journal of Management Studies**, v.45, n.8, Dec. 2008.

MONT, O. K. Clarifying the concept of product-service system. **Journal of Cleaner Production**, v.10, n.3, 2002, p. 237-245.

OCDE; FINEP. **Manual de Oslo**: diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação. 3 ed., 2005. Disponível em: <http://www.finep.gov.br/dcom/brasil_inovador/arquivos/manual_de_oslo/prefacio.html>. Acesso em: 04 set. 2016.

OECD – ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT. **Manual de Oslo**: diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação. 3. ed. Trad. FINEP. Rio de Janeiro: OECD; Eurostat; FINEP, 2005. Disponível em: Acesso em: 04 mar. 2017.

_____. **Sustainable manufacturing and eco-innovation: framework, practices and measurement**. Paris, 2009. Disponível em: <www.oecd.org/sti/innovation/sustainablemanufacturing>. Acesso em: 04 mar. 2017.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Barômetro Mundial do Turismo**, Vol. 8 Número 1. OMT, 2010.

PBTUR. Empresa Paraibana de Turismo. Disponível em: <<https://pbtur.com.br>> Acesso em: 10 mai. 2017.

PORTER, M.; VAN DER LINDE, C. Verde e Competitivo: acabando com o impasse. In: Porter, M. **Competição: Estratégias Competitivas Essenciais**. Rio de Janeiro: Editora Campus. 1999.

PIGOSSO, D.C.A.; ZANETTE, E. T.; GUELERE FILHO, A.; OMETTO, A. R.; ROZENFELD, H. Ecodesign methods focused on remanufacturing. **Journal of Cleaner Production**, v.18, n.1, 2010, p.21-31.

PIGOSSO, D.C.A.; ROZENFELD, H.; MCALOONE, T.C. Eco Design maturity model: a management framework to support ecodesign implementation into manufacturing companies. **Journal of Cleaner Production**, v. 59, 2013, p. 160-173.

PINSK, V.C.; MORETTI, S.L.A.; KRUGLIANSKAS, I., PLONSKI, G.A. Inovação Sustentável: uma perspectiva comparada da literature internacional e nacional. **Revista de Administração e Inovação**. v.12, n. 3, jul/set 2015, p. 226-250.

PICH, K. E.; BOURSCHEIDT, D.M.; MAIA, C.M. Economia da inovação e gestão ambiental: percepções acerca do papel das empresas no tocante ao desenvolvimento sustentável. **X Encontro da Sociedade Brasileira de Economia Ecológica**. Vitória-ES, set. 2013.

POSSAS, M.L. Economia evolucionária neo-schumpeteriana: elementos para uma integração micro-macrodinâmica. **Estudos Avançados**. v.22, n.63, 2008.

PUJARI, D. Eco-innovation and new product development: understanding the influences on market performance. **Technovation**. N.26, p. 76-85.

RENNINGS, K. **Towards a Theory and Policy of Eco-Innovation – Neoclassical and (Co-) Evolutionary Perspectives**. Discussion Paper nº 98-24. Mannheim, Centre for European Economic Research (ZEW), 1998. Disponível em: <ftp://ftp.zew.de/pub/zewdocs/dp/dp2498.pdf> Acesso em: out.2016.

RENNINGS, K. Redefining Innovation – eco-innovation research and the contribution from ecological economics. **Ecological Economics**, V. 32, 2000, p. (319-332).

_____. **Towards a Theory and Policy of Eco-Innovation – Neoclassical and (Co-) Evolutionary Perspectives**. Discussion Paper nº 98-24. Mannheim, Centre for European Economic Research (ZEW), 1998. Disponível em: Acesso em: 12 nov. 2016.

RODRIGUES, C.; CARNEIRO, A.F.; SILVA, J.M.; MAGRO, E.F.D. Gestão e Responsabilidade socioambiental: estudo multicaso no setor hoteleiro da cidade portal da Amazônia. **Revista Estudo e Debate**. Lajedo, v.24,n.1,p.42-66, 2017.

ROHRICH, S. S.; CUNHA, J. C. da. A proposição de uma taxonomia para análise da gestão ambiental no Brasil. **Revista Administração Contemporânea**, v. 8, n. 4, out./dez. 2004, p. 81-97.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa Social: Métodos e Técnicas**. São Paulo: Atlas, 1999.

SACCOL, A. Z. Um retorno ao básico: compreendendo os paradigmas de pesquisa e sua aplicação na pesquisa em administração. **Rev. Adm. UFSMN**, v. 2, n. 2, p. 250-269, 2009.

SANCHES, D. C. M.; GOMES, G.; MELO, P. L. de. Ecoinovação e desempenho organizacional: estudo em empresas da indústria têxtil. In: XIX Seminários em Administração, São Paulo, 2016. **Anais...**, São Paulo: SEMEAD, 2016.

SANTOS, L. M; DIAS, L. R. S.; CÂMARA, M. R. G. Ecoinovações e o Desenvolvimento de Sistema de Inovação em Meio Ambiente no Brasil. In: XIV Seminários em Administração, São Paulo, 2011. **Anais...**, São Paulo: SEMEAD, 2011.

SEBRAE/Dieese. Anuário do trabalho na micro e pequena empresa. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas; Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos 6. ed. Brasília, DF; SEBRAE (Org.).Dieese, 2013.Disponível em:<www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Anuario%20do%20Trabalho%20Na%20Micro%20e%20Pequena%20Empresa_2013.pdf>Acesso em: 20 jun. 2017.

SEBRAE. Disponível em:<<http://www.sebrae-sc.com.br/leis/default.asp?vcdtexto=4154>>Acesso em: 20 jun. 2017.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico**: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juros e o ciclo econômico. São Paulo: Abril Cultural, 1982. Col. Os Economistas.

SONESSON, M. Innovation with inspirations from social-technical perspective: A research of AB Electrolux intranet “E-gate” and their product development process. Smaland. Sweden Linneaus University. **Institutionen för teknik. Program: Master of IS**, 2009.

SILVA, S. S. F. da. **Modelo de Construção de Cenários para planejamento energético de empresas geradoras de energia eólica: a incorporação de uma lógica socioambiental corporativa**. 2016. 276 f. Tese (Doutorado em recursos naturais) – Curso de Pós-graduação em Recursos Naturais, Universidade Federal de Campina Grande, Campina Grande – PB.

ZICA, R. M. F. **Formação da estratégia a partir das abordagens organizacional, econômica e ambidestria para o alcance do desempenho: um estudo com pequenas empresas**. 2016.175 f. Tese (Doutorado Administração) – Curso de Pós-graduação em Administração, Universidade Fundação Mineira de Educação e Cultura, Belo Horizonte – MG.

SILVA, E. L.; MENEZES, E. M. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Laboratório de Ensino a Distância. 3. ed. rev. e atual. Florianópolis: UFSC, 2001.

SILVEIRA, A.D.M.; YOSHINAGA, C.E.; BORBA, P.R.F. Crítica à teoria dos *Stakeholders* como função-objetivo corporativa. **Caderno de Pesquisas em Administração**. São Paulo, v.12, n.1, p.33-42. Jan-mar 2005.

SLOAN, P.; LEGRAND, W.; CHEN, J. **Sustainability in the hospitality industry: principles of sustainable operations**. 2. ed. New York: Routledge, 2013.

TIDD, J; BESSANT. T. **Gestão da Inovação**. 3 ed., Bookman: Porto Alegre - RS, 2008.

_____. **Gestão da Inovação**. 5 ed., Bookman: Porto Alegre - RS, 2015.

TOMAZZONI, E. L.; ZANETTE, F. C.; LAIDENS, M. C. Gestão em hotelaria e sustentabilidade ambiental: análise da experiência do Programa Bem Receber na região das hortênsias (serra gaúcha). **Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo**, São Paulo, v. 4, n. 3, p. 1-14, 2009.

TRIGUEIRO, A.; MORENO-MONDEJAR, L.; DAVIA, M. A. Drivers of different types of eco-innovation in European SMEs. **Ecological Economics**. v. 69, n. 7, p. 1553-1560, maio, 2010.

TUKKER, A. Eight types of product-service system: eight ways to sustainability? Experiences from SusProNet. **Business Strategy and the Environmental**. n.13, 2004, p.246-260.

UNEP. **Green Economy: developing countries stories**. Geneva: UNEP, 2010.

_____. **Towards a green economy: pathways to sustainable development and poverty eradication**. UNEP, 2011.

VELLANI, C.L.; REBEIRO, M.S. Sistema contábil para a gestão da ecoeficiência empresarial. *Revista Contabilidade & Finanças*. USP, São Paulo, v.20,n.49,p.25-43, jan./abr.2009.

VERGARA, S. C. **Métodos de Pesquisa em Administração**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

VIERA, E. V. **Desperdício em hotelaria**: soluções para evitar. Caxias do Sul: EDUCS, 2004.

VIERA, E. V.; HOFFMANN, V. E. Práticas de sustentabilidade ambiental para empreendimentos turísticos hoteleiros: aplicação de um modelo. In: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL (SeminTUR), 4., 2006, Caxias do Sul (RS). **Anais...** Caxias do Sul, 2006. Disponível em: <http://www.ucs.br/ucs/tplSemMenus/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_4/gt12> Acesso em: nov. 2016.

YIN, R. K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. Tradução de Daniel Grassi. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

WALCHHUTTER, S.; ROMANI-DIAS, M.; SANTANA, L.T.C. Green Innovation: uma perspectiva sobre a literatura nacional e internacional. In: XIV Seminários em Administração, São Paulo, 2016. **Anais...**, São Paulo: SEMEAD, 2016.

ANEXO I - Carta de apresentação da pesquisa

	UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA – UFPB CENTRO. DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – CCSA PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO	
---	---	---

João Pessoa – PB, novembro de 2017.

Prezado (a) Senhor (a),

Apresentamos a pesquisadora **FABIANA FAUSTINO DA CRUZ**, do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal da Paraíba, a qual se encontra em processo de visita às empresas para realização de pesquisa acadêmica.

A Dissertação tem como tema “**Contribuições de ecoinovações para a sustentabilidade no setor hoteleiro no município de João Pessoa- PB**” e como objetivo principal identificar os tipos de ecoinovações no setor hoteleiro no município de João Pessoa – PB e suas contribuições para esta atividade econômica na região.

Por se tratar de um trabalho acadêmico, fica garantido o sigilo das suas respostas e nenhuma empresa será identificada nos resultados da pesquisa.

O **responsável pela administração da empresa** é o mais indicado para responder o questionário. Caso queira receber o resultado desta pesquisa, favor colocar o e-mail para envio ou informar endereço que deseja receber no final do questionário.

Acreditamos ser esta uma excelente oportunidade para aprofundarmos, de forma integrada, o conhecimento acadêmico sobre a temática e contribuirmos através de nossa pesquisa para o desenvolvimento da empresa, sobretudo no que se refere ao incentivo às práticas de ecoinovações.

Os resultados desta pesquisa poderão evidenciar melhorias ainda não identificadas nos processos empresariais, como também gerar melhor oferta dos seus serviços à sociedade.

Na qualidade de coordenador do Programa de Pós-graduação em Administração da UFPB, peço a especial gentileza de atendê-la. Agradeço antecipadamente a participação da sua empresa.

Prof. Dr. Nelsio Abreu

Coordenador do Programa de Pós Graduação em Administração – PPGA/UFPB

E-mail: nelsio@gmail.com

Contato: 316.7454

APÊNDICE I - Questionário da pesquisa

	UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA – UFPB CENTRO. DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – CCSA PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO	
---	--	---

PESQUISA DE CAMPO

Mestranda: Fabiana Faustino da Cruz
Orientador: Prof. Dr. Gesinaldo Ataíde Cândido

O presente Questionário constitui-se parte de uma pesquisa para fins acadêmicos, que tem como objetivo “**Analisar as formas de aplicações de ecoinovações no setor hoteleiro na região metropolitana de João Pessoa – PB e as suas contribuições para a atividade econômica na região**”.

Data da aplicação: ____/____/2017
PARTE I – PERFIL DO ENTREVISTADO
1. Sexo: 1. Masculino ☐ 2. Feminino ☐
2. Idade: 1. Entre 18 e 25 ☐ 2. Entre 26 e 33 ☐ 3. Entre 34 e 41 ☐ 4. Entre 41 e 48 ☐ 5. Entre 49 e 56 ☐ 6. Mais de 56 ☐
3. Local de origem (naturalidade): Função: _____
4. Grau de escolaridade/formação técnica e/ou acadêmica: 1. Nível fundamental ☐ 2. Nível fundamental incompleto ☐ 3. Nível Médio ☐ 4. Nível médio incompleto ☐ 5. Nível superior ☐ 6. Nível superior incompleto ☐ 7. Especialização ☐ 8. Mestrado ☐ 9. Doutorado ☐ 10. Pós-doutorado ☐ Se possui formação técnica ou superior, qual o curso? _____
5. Há quanto tempo está: 1. Na atual função: _____ 2. Neste setor: _____
PARTE II – CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA
6. Tempo de atuação no mercado:
7. Número de funcionários:
8. Qual a origem do capital da empresa? 1. Nacional Estatal ☐ 2. Nacional Privado, empresa única ☐ 3. Nacional Privado, participante de grupo de empresas ☐ 4. Multinacional ☐

9.Receita Bruta Anual aproximadamente em 2016

- ☐ 1. Até R\$ 60 mil (sessenta mil reais);
- ☐ 2. Superior a R\$ 60 mil (sessenta mil reais) e inferior ou igual a R\$ 360 mil (trezentos e sessenta mil reais);
- ☐ 3.Superior a R\$ 360 mil (trezentos e sessenta mil reais) e inferior ou igual a R\$ 3.600.000 milhões (três milhões e 600 mil reais);
- ☐ 4.Superior a R\$ 3.600.000 milhões (três milhões e 600 mil reais);
- ☐ 5.Superior a R\$ 6.000.000,00 milhões (seis milhões de reais) e inferior ou igual a R\$ 20.000.000,00 (vinte milhões de reais);
- ☐ 6.Superior a R\$ 20.000.000,00 milhões (vinte milhões de reais) e inferior ou igual a R\$ 50.000.000,00 (cinquenta milhões de reais);
- ☐ 7.Superior a R\$ 50.000.000,00 milhões (seis milhões de reais).

10. Os serviços da sua empresa são utilizados:

- ☐ 1.Apenas por clientes do próprio Estado;
- ☐ 2.Apenas clientes de outros Estados;
- ☐ 3.Para clientes do próprio Estado e de outros Estados;
- ☐ 4. Para clientes do próprio Estado, de outros Estados e d o exterior.

11. Os principais tomadores de decisão dentro da empresa são:

- ☐ 1.Profissionais contratados no mercado;
- ☐ 2.Profissionais com grau de parentesco com o proprietário.

12.Dentre as alternativas abaixo, qual, em sua opinião conceitua o termo ecoinovação?

- ☐ 1.Processo de mudança voltado a medidas corretivas e de manutenção da rotina da empresa, através de investimentos;
- ☐ 2.Processo de mudança sistêmica tecnológica e/ou social, que consiste na invenção de uma ideia e sua aplicação na prática da melhoria do desempenho ambiental;
- ☐ 3.Investimentos em alguns setores da empresas, apenas para mantê-la com as mesmas práticas e clientes.

(... continua)

PARTE III- IDENTIFICAÇÃO DE ECOINOVAÇÕES NO SEGMENTO HOTELEIRO DA REGIÃO METROPOLITANA DE JOÃO PESSOA – PB												
Orientações Gerais												
- Indique quais ecoinovações, apresentadas abaixo, a sua empresa utiliza; - Indique também qual a importância destas ecoinovações para sua empresa (através da Escala de Grau de Importância de 1 a 5 apresentada abaixo), mesmo que não as utilize atualmente.												
Escala de Grau de Importância de 1 a 5												
01 -	Não é importante	02 -	Pouco importante	03 -	Importante	04 -	Muito importante	05 -	Muitíssimo importante			
Check List de Ecoinovações												
Dimensões as ecoinovações	Nº	Ecoinovações por categorias				Utilização		Grau de Importância				
						SIM	NÃO	01	02	03	04	05
• DESIGN • USUÁRIO • PRODUTOS E SERVIÇOS • GOVERNANÇA • ORGANIZACIONAL	ENERGIA											
	1	Economia de Energia - sensores de movimento nas áreas sociais, sistema que permite modificar a intensidade da luz no ambiente (<i>dimmer</i>), cartões magnéticos, elevadores inteligentes, lâmpadas LED, troca de computadores <i>Desktop</i> por modelos <i>Laptop</i> , ar-condicionados e eletrodomésticos com menor consumo de energia, disponibilização da fatura da conta pela TV da UH e/ou por e-mail automático, uso de fontes renováveis, como por exemplo: energia solar e eólica, troca do aquecimento comum pelo aquecimento a gás);						01	02	03	04	05
	2	Monitoramento mensal do consumo energético;						01	02	03	04	05
	3	Produção de energia a partir dos resíduos;						01	02	03	04	05
	RECURSOS HÍDRICOS											
	Fontes de Uso											
	4	Uso de equipamentos mais econômicos de uso de água (Ex.: lavadora de louças, lavagem a seco, torneiras/chuveiros, caixas de descarga eficientes automáticas/sensores, lavagem do enxoval em lavanderias industriais);						01	02	03	04	05
	5	Cisternas para captação e armazenamento de água da chuva;						01	02	03	04	05
	Destinação											
6	Uso de rede de tratamento de efluentes e estação de tratamento de esgoto;						01	02	03	04	05	
7	Reaproveitamento de águas de limpeza para descarga do banheiro e/ou de água da chuva para lavanderia etc. e de água tratada para resfriamento dos ambientes, irrigação e vasos sanitários e água da lavanderia e da piscina para irrigação dos jardins e banheiro pessoal.						01	02	03	04	05	
RESÍDUOS												
Resíduos Sólidos												
8	Separação do lixo						01	02	03	04	05	
9	Reciclagem das sobras de sabonete em barra, papel, <i>toner</i> , plástico, papelão, alumínio, vidro e lâmpadas fluorescentes;						01	02	03	04	05	
Resíduos Orgânicos												

(... continuação)

10	Redução do desperdício de alimentos através da cobrança de taxa por desperdício;			01	02	03	04	05
11	Reaproveitamento de resíduos orgânicos;							
TRANSPORTES								
12	Transportes movidos a combustíveis menos poluentes (biogás, hidrogênio, eletricidade);			01	02	03	04	05
13	Estação de abastecimento do carro elétrico;			01	02	03	04	05
CONSTRUÇÃO								
14	Instalação de piso frio, azulejos ou pisos reciclados, paredes ecológicas, paredes envidraçadas, ambientes abertos e bem ventilados, telhas refletivas, tijolos ecológicos, etc.;			01	02	03	04	05
15	Instalação de recipientes fixos para xampu, condicionador e sabonete;			01	02	03	04	05
MARKETING								
16	Oferece manuais e promove campanhas inovadoras sustentáveis para divulgar suas iniciativas;			01	02	03	04	05
17	Possui certificação de edifícios ambientalmente mais inovadores e sustentáveis;			01	02	03	04	05
18	Possui objetos de decoração do ambiente, feitos com material reciclado, madeira de origem certificada de reflorestamento, etc.;			01	02	03	04	05
CONSCIÊNCIA DOS COLABORADORES								
19	Política de sensibilização dos colaboradores e clientes para a prática de inovações sustentáveis (Exs.: campanhas de sensibilização, treinamentos, etc.).			01	02	03	04	05
20	Desenvolve parcerias com instituições educacionais para realização de cursos ou palestras sobre inovações sustentáveis, etc.;			01	02	03	04	05
21	Dispõe de uniformes, enxovais, persianas, recipientes plásticos, sacolas e embalagens confeccionados a partir de produtos ecológicos, reciclagem;			01	02	03	04	05
PRODUTOS E SERVIÇOS								
22	Possui política para atrair clientes com interesses turísticos e ecológicos (Ex.: festivais gastronômicos inovadores e sustentáveis);			01	02	03	04	05
23	Usa aplicativo próprio, para <i>androide /smartphone</i> direcionado à comunicação em procedimentos de compra;			01	02	03	04	05
24	Disponibiliza embalagens de <i>amenintes</i> (minitaturas) fabricadas de material reciclável ou biodegradável, embalagens reutilizáveis embalagens com refil, ao invés de sachês nos banheiros, etc.;			01	02	03	04	05
25	Uso de detergentes e sabões biodegradáveis ou reciclados;			01	02	03	04	05
26	Uso de garrafas e embalagens retornáveis;			01	02	03	04	05
PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS								
27	Parcerias com fornecedores para práticas inovadoras e sustentáveis;			01	02	03	04	05
28	Exige normatizações e selos de padronização comprovando condutas inovadoras sustentáveis aos terceirizados e parceiros;			01	02	03	04	05
29	Utiliza ferramentas de monitoramento das metas de redução de danos ambientais;			01	02	03	04	05
30	Possui parcerias com cooperativas de catadores de produtos recicláveis, ONGs, Projetos, etc.;			01	02	03	04	05
TOTAL DE ECOINOVAÇÕES		30						

OBSERVAÇÃO – ADICIONE OUTRAS ECOINOVAÇÕES UTILIZADAS NA EMPRESA QUE NÃO CONSTAM NO CHECK LIST. (Se necessário use o verso)													
Orientações Gerais													
- Caso existam outras ecoinovações utilizadas pela empresa, que não foram mencionadas no <i>Check List</i> acima adicione-as abaixo; - Indique também qual a importância destas ecoinovações para sua empresa (através da Escala de Grau de Importância de 1 a 5 apresentada abaixo).													
Escala de Grau de Importância de 1 a 5													
01 -	Não é importante	02 -	Pouco importante	03 -	Importante	04 -	Muito importante	05 -	Muitíssimo importante				
Inserção de Ecoinovações													
Dimensões de ecoinovações		Nº	Ecoinovações por categorias					Grau de Importância					
• DESIGN • USUÁRIO • PRODUTOS E SERVIÇOS • GOVERNANÇA • ORGANIZACIONAL	ENERGIA												
									01	02	03	04	05
									01	02	03	04	05
	RECURSOS HÍDRICOS												
									01	02	03	04	05
									01	02	03	04	05
	RESÍDUOS												
									01	02	03	04	05
									01	02	03	04	05
	TRANSPORTES												
									01	02	03	04	05
									01	02	03	04	05
	CONSTRUÇÃO												
									01	02	03	04	05
									01	02	03	04	05
	MARKETING												
									01	02	03	04	05
									01	02	03	04	05
	CONSCIENCIA DOS COLABORADORES												
									01	02	03	04	05
									01	02	03	04	05
	PRODUTOS E SERVIÇOS												
									01	02	03	04	05
									01	02	03	04	05
	PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS												
									01	02	03	04	05
	TOTAL DE ECOINOVAÇÕES =												

ANEXO II - Universo da Pesquisa

- 1 Akropolis Mar Hotel
- 2 Annamar Hotel
- 3 Atlântico Praia Othon Travel
- 4 Bessa Beach Hotel
- 5 Bristol Flexy Portal do Sol
- 6 Dom Felipe Praia Hotel
- 7 Escuna Praia Hotel
- 8 ECCO Hotel
- 9 Franklin Hotel
- 10 Guarany Hotel
- 11 Hardman Praia Hotel
- 12 Hotel Cabo Branco Atlantico
- 13 Hotel Caiçara
- 14 Hotel Casa Branca (unidade II)
- 15 Hotel Corais de Tambaú
- 16 Hotel Felipéia
- 17 Hotel Green Sun Set
- 18 Hotel HIT(Village Confort))
- 19 Hotel IBIS - João Pessoa
- 20 Hotel InterCyti
- 21 Hotel Littoral Express
- 22 Hotel Ouro Preto
- 23 Hotel Princesa Isabel
- 24 Hotel Solmar (Faraó)
- 25 Hotel Tamarsol
- 26 Hotel Village
- 27 Igatu Praia Hotel
- 28 Imperial Hotel
- 29 JR Hotel
- 30 Lagoa Park Hotel

- 31 Laguna Praia Hotel
- 32 Littoral Hotel
- 33 Hotel Class Marinas
- 34 Netuanah Praia Hotel
- 35 Nobile inn Royal João Pessoa
- 36 Nord Imperial Suites
- 37 Nord Ondas do Atlântico
- 38 Norde Blue SunSet
- 39 Ouro Branco Praia Hotel
- 40 Sapucaia Mar Hotel
- 41 SESC Cabo Branco
- 42 Skyler Mar Hotel
- 43 Smart Hotel
- 44 Tropical Tambaú Beach Vacation
- 45 Val Atlantic Hotel
- 46 Verde Green Hotel
- 47 Villa Rica Hotel
- 48 Xênus Hotel
- 49 Anjos Praia Hotel
- 50 Toca Urbana
- 51 Hotel Manaíra
- 52 Oriental Praia Hotel
- 53 Açaí Café - Beach Point
- 54 Acampamento Água Viva
- 55 Alohai Pousada Lounge
- 56 Cajú Cabo Branco
- 57 Hotel Pousada Teiu
- 58 Hotel Pousada Costa do Atlântico
- 59 Hotel Pousada Solar da Praia
- 60 Hotel Pousada Tamandaré
- 61 Maré Alta Turismo
- 62 Pousada do Alemão
- 63 Pousada Aloha

- 64 Pousada Atlântica
- 65 Pousada Bela Praia
- 66 Pousada JP Bessa
- 67 Pousada Bessa Vita
- 68 Pousada Cabo Branco
- 69 Pousada Café com Charme
- 70 Pousada Casa Branca (unidade III)
- 71 Pousada Casa Branca (unidade I)
- 72 Pousada Casa Branca (unidade IV)
- 73 Pousada do Caju (Pousada Praia Mar)
- 74 Pousada do Golfinho II
- 75 Pousada do Golfinho II
- 76 Pousada do Mar
- 77 Pousada dos Girassóis I
- 78 Pousada dos Girassóis II
- 79 Pousada Favo de Mel
- 80 Pousada Jasmine
- 81 Pousada Lobo do Mar
- 82 Pousada Lua Cheia
- 83 Pousada Maria Mar
- 84 Pousada N.Senhora das Neves
- 85 Pousada Négo
- 86 Pousada Onda Azul
- 87 Pousada Oneill
- 88 Pousada Recanto Rosalu
- 89 Pousada Sol Mar
- 90 Pousada Tambau Mar
- 91 Pousada Tambaú Praia Hotel
- 92 Pousada Treze de Maio
- 93 Rhema Hotel Pousada
- 94 Vento Norte
- 95 Verde Mar Pousada
- 96 Xamã Tour Pousada

- 97 Suisse Residence
- 98 Pousada Beira Litoral
- 99 Pousada dos Anjos
- 100 Pousada e Restaurante Sol Nascente
- 101 Pousada Imperial Beira Mar Praia
- 102 Pousada Portal do Sol