

## TURISMO SUSTENTÁVEL NA CIDADE DE SÃO PAULO: AÇÕES DO SETOR EMPRESARIAL

GABRIEL DE CARVALHO MARTINS NEVES

FERNANDO JORGE MOREIRA DA SILVA

MARCUS HYONAI NAKAGAWA

### Introdução

Considerando a importância e o crescimento da pauta sustentabilidade e a forte contribuição econômica e social do turismo, a pesquisa buscou identificar a aplicação, em suas diferentes formas, de medidas sustentáveis nas organizações do setor turístico. Para isso, foi utilizado o método qualitativo por meio dos estudos de casos realizados a partir de quatro entrevistas semi-estruturadas, com organizações do setor do turismo atuantes em São Paulo, atrelado a um referencial teórico, fundamental para uma compreensão mais ampla sobre a sustentabilidade dentro dos modelos de negócios.

### Problema de Pesquisa e Objetivo

Com isso, o objetivo geral da pesquisa é identificar a aplicação da sustentabilidade nas organizações do setor turístico, tanto na divulgação de conteúdo em suas redes sociais quanto na aplicação em seus modelos de negócio com métodos de mensuração de resultados, e a relação das atividades com os ODS da ONU. Encontrar uma definição mais específica do significado de sustentabilidade, também entra no desenvolvimento do artigo, sendo necessária para inseri-la corretamente ao turismo paulistano.

### Fundamentação Teórica

O turismo no Brasil, movimenta uma cadeia produtiva de mais de 50 segmentos, emprega sete milhões de pessoas e corresponde a 8,1% do PIB nacional (WTTC, 2020), favorecendo a economia e o desenvolvimento social. Assim, o turismo sustentável, materializado em três aspectos - econômico, social e ambiental - é influenciado pelos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, formulados pela Organização das Nações Unidas que atuam na criação e propagação de um turismo eficiente e sustentável. Todavia, os ODS não são explorados por organizações do setor turístico como impulsionadores de seu negócio.

### Metodologia

Foi utilizado o método qualitativo por meio dos estudos de casos realizados a partir de quatro entrevistas semi-estruturadas, com organizações do setor do turismo atuantes em São Paulo, atrelado a um referencial teórico, fundamental para uma compreensão mais ampla sobre a sustentabilidade dentro dos modelos de negócios.

### Análise dos Resultados

Com a pesquisa realizada, pode-se notar a existência de planos para futuras ações visando práticas mais sustentáveis no mundo corporativo, entretanto, essas metas ainda não tiveram suas execuções iniciadas, permanecendo, por enquanto, como objetivos para um momento futuro. Em relação aos ODS, pode-se notar uma presença maior dos números 8, 12, 14 e 15, sendo que os 14 e 15 atuavam indiretamente nos casos analisados. Além disso, pode-se notar uma falta de consenso em relação à definição de sustentabilidade, seja no geral ou voltada para o mundo corporativo.

### Conclusão

Entende-se que o referencial teórico utilizado oferece um grande escopo no que diz respeito à aplicação da sustentabilidade pelas organizações do setor do turismo, desde o funcionamento do modelo de negócios até a mensuração do turismo sustentável. Ainda, a pesquisa demonstra e direciona o grande potencial de aplicação da sustentabilidade dentro do setor, visto que há a forte possibilidade de expansão das ações empresariais que, hoje, já baseiam-se, em sua maioria, no tripé da sustentabilidade: desenvolvimento econômico, ambiental e social.

### Referências Bibliográficas

ALARCON, Tatiana. A importância das agências de viagem para o turismo brasileiro. Ministério do Turismo. Governo do Brasil. Brasil, 24 set. 2015. Disponível em: . Acesso em: 27 maio 2022. EVANS, Steve et. al. Business Model Innovation for Sustainability: Towards a Unified Perspective for Creation of Sustainable Business Models. Business Strategy and the Environment, Wiley Online Library, v. 26, n. 5 p. 597-608, abr., 2017.

### Palavras Chave

turismo sustentável, turismo, sustentabilidade empresarial

# **TURISMO SUSTENTÁVEL NA CIDADE DE SÃO PAULO: AÇÕES DO SETOR EMPRESARIAL**

## **1. INTRODUÇÃO**

O setor do turismo no Brasil, hoje, movimentava uma cadeia produtiva de mais de 50 segmentos, emprega mais de sete milhões de pessoas e corresponde a 8,1% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional (WTTC, 2020). Dessa forma, gerando postos de trabalho, a ação turística amplia e favorece a atividade econômica brasileira. Esse impacto também se evidencia mundialmente, uma vez que o turismo representa mais de 10% do PIB mundial e gera 1 em cada 10 postos de trabalho (ALARCON, 2015). Assim, além do impacto econômico, é notório o impacto social da atividade, uma vez que o turismo é um dos meios mais utilizados para o conhecimento e acesso a novas culturas e a diversidade em geral.

Com esta representatividade, o turismo sustentável ganha, progressivamente, mais destaque, nos âmbitos econômico, social e ambiental. Por isso, o turismo sustentável é influenciado pelos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030, formulados pela Organização das Nações Unidas (ONU, 2015), sendo firmemente posicionado como metas nos Objetivos 8, 12 e 14: crescimento econômico inclusivo e sustentável, consumo e produção sustentáveis e uso sustentável de oceanos e recursos marinhos, respectivamente.

Assim, vale enfatizar que os ODS são importantes ao longo do processo de desenvolvimento do setor em questão, pois possibilitam a criação e propagação de uma atividade turística eficiente e, também, sustentável. Todavia, os ODS não são explorados por clientes e empresas do setor turístico como impulsionadores de seu negócio.

O Grupo de Pesquisa Social, projeto do Centro ESPM de Desenvolvimento Socioambiental formado por estudantes de vários cursos e semestres da ESPM organizou uma pesquisa de iniciação científica com a finalidade de investigar como o conceito de turismo sustentável é entendido e aplicado pelas empresas do setor, compreender o impacto dos ODS nas atividades ligadas ao turismo e contribuir para o aumento da visibilidade desse setor. Dessa forma, a pergunta de pesquisa é: “O planejamento e as ações das empresas voltadas para o turismo, na cidade de São Paulo, estão baseados nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Organização das Nações Unidas, quando promovem a sustentabilidade no setor?”.

Nessa pesquisa utilizamos os métodos de estudos de caso e da análise de discursos por meio de entrevistas com empreendedores da área, para compreender a influência atual dos ODS no desenvolvimento de objetivos econômicos, ambientais e sociais de empreendimentos do setor. Ainda, a pesquisa, ao tentar entender de que maneira as empresas e organizações do setor turístico executam ações voltadas à implementação dos ODS no turismo da cidade de São Paulo, traz a questão do crescimento econômico do setor relacionado a preocupações do impacto social e ambiental que ele pode causar. Portanto, o entendimento sobre as organizações que atuam no turismo é importante para avaliar a concretização de um turismo realmente sustentável.

Com isso, o objetivo geral da pesquisa é identificar a aplicação da sustentabilidade nas organizações do setor turístico, tanto na aplicação em seus modelos de negócio, com métodos de mensuração de resultados, quanto na relação das atividades com os ODS da ONU. A contribuição desta pesquisa é dar maior visibilidade à relação do setor de turismo com a sustentabilidade e os ODS, motivando a implementação de metodologias, ferramentas e ações empresariais que objetivam a maior adesão da atividade turística ao contexto da sustentabilidade dentro de seus três âmbitos: social, ambiental e econômico.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A Organização das Nações Unidas (ONU), em 2015, estabeleceu os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) que consistem em um pacto global, assinado durante a Cúpula das Nações Unidas pelos 193 países membros, baseado em 17 objetivos interconectados e desdobrados em 169 metas, que possuem como objetivo superar os principais desafios de desenvolvimento enfrentados por pessoas no Brasil e no mundo, promovendo o crescimento sustentável global até 2030.

O conceito de sustentabilidade começou a ser delineado na Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano (United Nations Conference on the Human Environment - UNCHE), realizada na Suécia, na cidade de Estocolmo, de 5 a 16 de junho de 1972. Esta foi a primeira conferência da Organização das Nações Unidas sobre o meio ambiente e a primeira grande reunião internacional para discutir as atividades humanas em relação ao meio ambiente.

A Declaração de Estocolmo (UNEP), que se traduziu em um Plano de Ação, define princípios de preservação e melhoria do ambiente natural, destacando a necessidade de apoio financeiro e assistência técnica a comunidades e países mais pobres. Embora a expressão "desenvolvimento sustentável" ainda não fosse usada, a declaração, no seu item 5, já abordava a necessidade imperiosa de "defender e melhorar o ambiente humano para as atuais e futuras gerações" - um objetivo a ser alcançado juntamente com a paz e o desenvolvimento econômico e social.

A ECO-92 - oficialmente, Conferência sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento -, realizada em 1992, no Rio de Janeiro, consolidou o conceito de desenvolvimento sustentável. O conceito de desenvolvimento sustentável - entendido como o desenvolvimento que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade das futuras gerações de atenderem às suas próprias necessidades - foi concebido de modo a conciliar as reivindicações dos defensores do desenvolvimento econômico com as preocupações de setores interessados na conservação dos ecossistemas e da biodiversidade.

Portanto, a sustentabilidade abrange a preservação dos ecossistemas com todos os elementos físicos, químicos e ecológicos que possibilitam a existência e a reprodução da vida, o atendimento das necessidades da presente e das futuras gerações, e a continuidade, a expansão e a realização das potencialidades da civilização humana em suas várias expressões.

O conceito de turismo sustentável é definido pela OMT (Organização Mundial de Turismo) como aquele que atende às necessidades dos turistas e das regiões que os recebem, "ao mesmo tempo em que protege e amplia as oportunidades [da atividade] para o futuro". O segmento busca, além de satisfazer os visitantes, promover o desenvolvimento econômico e social local, enquanto conserva os recursos naturais e mantém a integridade cultural da população, garantindo a manutenção do ambiente no longo prazo e distribuindo os benefícios do turismo para todos (VICK, 2022).

É possível perceber que o conceito de turismo sustentável leva em consideração os três pilares da sustentabilidade - ambiental, social e econômico - como forma de promover iniciativas e ações dentro da cultura organizacional que tenham essa questão como viés principal (MONTIEL & DELGADO-CEBALLOS, 2014).

### 3. METODOLOGIA

A metodologia adotada para a pesquisa foi o método qualitativo, através de um estudo de caso realizado por meio de entrevistas semi-estruturadas, buscando entender a visão das organizações do setor de turismo sustentável e a influência dos ODS nessa esfera, com informações detalhadas e aprofundadas. Como descrito por Higgs, & Cherry (2009, p.5), a pesquisa qualitativa consiste de uma gama de estratégias de pesquisa com uma característica: eles se baseiam em julgamentos qualitativos, para que possa capturar nossa imaginação e nos motivar a explorar novas opções e buscar novas ações, em novos lugares, com pessoas diferentes. Além disso, a pesquisa qualitativa é cada vez mais considerada como uma ferramenta capaz de revelar e compreender o mundo humano.

Assim, para desenvolver a pesquisa utilizando o método do estudo de caso, que como apontado por Yin (2011, p.17) tem por objetivo estudar um fenômeno em seu contexto no mundo real, foi dividido em cinco etapas: delineamento da pesquisa; desenho da pesquisa; preparação e coleta dos dados; análise do caso; e elaboração dos relatórios. A pesquisa tem como objetivo conhecer profundamente o tema, ainda pouco explorado, identificando os fatores que determinam ou contribuem para a ocorrência dos fenômenos e descrevendo suas características. Assim, a metodologia da presente pesquisa tem como base o estudo de caso instrumental que, como definido por Robert Stake (apud YIN, 2011, p. 18), tem por objetivo não apresentar apenas uma situação particular, mas sim destinar-se a informar outras situações ou casos.

A partir desse ponto, foram elaborados quatro roteiros de entrevistas semi-estruturadas, cada um destinado a uma das quatro organizações participantes. Eles variavam de 11 a 16 questões organizadas em 4 seções, sendo elas: 1. “Contexto das práticas socioambientais”; 2. “Movimentos de expansão gerados pelo turismo sustentável”; 3. O papel da organização dentro do Turismo Sustentável”; 4. As dificuldades de implantação do Turismo Sustentável”.

Para realizar as entrevistas, estavam presentes três membros da equipe e o coordenador discente, com exceção da entrevista com a FecomercioSP, em que estavam presentes apenas dois membros da equipe, além de, novamente, o coordenador discente. A divisão de tarefas se dava da seguinte maneira: o gestor era responsável pela apresentação da equipe e o encerramento da entrevista enquanto os membros tinham a incumbência de fazer as perguntas, sendo que cada um era responsável por um bloco ou dois de perguntas. No período em que os demais membros não estavam fazendo perguntas, eles se atentavam às respostas dadas pelo entrevistado e faziam anotações em um documento caso mais que uma pergunta fosse contemplada, visando a que a entrevista não ficasse repetitiva.

Após finalizar uma entrevista, a análise foi feita da seguinte maneira: primeiramente era compartilhado em uma conversa com a equipe inteira presente o que havia acontecido no encontro, quais foram os pontos altos e baixos, para que todos ficassem a par sobre o que havia sido acrescentado de conteúdo, além de também já fazer comparações com os conhecimentos que já havíamos acumulado. Depois disso, um membro da equipe que estava presente na entrevista ficava responsável por transcrever tudo o que havia sido dito a partir da gravação. Quando essa tarefa era concluída, um membro que não estava presente revisava a transcrição. Em seguida, cada membro ficava encarregado de relacionar o conteúdo do que fora transcrito com o texto lido do referencial teórico.

### **3.1 As Unidades de Análise**

#### **ABETA**

A Associação Brasileira das Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura (ABETA) foi fundada em 2004 com o objetivo de representar e promover o Ecoturismo e o Turismo de Aventura, tornando-se referência nacional. A organização possui associados espalhados pelo Brasil, tendo uma rede de profissionais e empresas que dominam as regras de segurança, tendo sempre em vista a atividade sustentável, diversão, matéria-prima e toda atividade turística ao ar livre. A ABETA é pioneira na qualificação e certificação em turismo de aventura, representando reconhecimento mundial a seus associados, conquista ligada à gestão de segurança desenvolvida pela associação e parceria na criação das normas técnicas desenvolvidas pela ABNT.

#### **BRAZTOA**

A Braztoa é a Associação Brasileira das Operadoras de Turismo, fundada em 1989, que reúne diversas empresas de operação, agenciamento de viagens e representação de serviços turísticos. É uma associação privada, sem fins lucrativos, que valoriza a atuação dos associados em regime de mercado organizado, liberdade de iniciativa e lealdade de concorrência. A associação também desenvolve ações institucionais de fomento ao desenvolvimento do setor de turismo e de promoção e apoio à comercialização. Em suma, a Braztoa atua como um HUB que conecta seus associados a instituições governamentais, redes de fornecimento e de distribuição, entidades representativas, academia, imprensa e consumidor final.

#### **FECOMERCIOSP**

A Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP) é uma empresa, criada em 1938, que admite como principal compromisso o desenvolvimento responsável, entendendo que a construção de uma sociedade mais justa e de uma economia sustentável e próspera não é apenas tarefa do setor público. Assim, clama que todos os setores assumam responsabilidades ambientais e sociais. Nasceu com a missão de representar o interesse, por parte das empresas, no relacionamento com o poder público e com os outros setores sociais, criar mecanismos de facilitação das atividades, atuar pela melhoria do ambiente de negócios e orientá-las no sentido da eficácia competitiva e produtividade.

#### **FOGE DE SP**

A Foge de SP nasceu em 25 de agosto de 2019. Um ano e meio depois dessa data, o fundador Pietro Falsetta assumiu a página como seu trabalho em tempo integral. Seu público-alvo são pessoas da cidade de São Paulo, mantendo a premissa de tratar os clientes como se fossem amigos, de um modo informal. Além disso, focam em viagens curtas, de até 4 horas de São Paulo, apesar de estarem abertos a fazerem viagens mais longas, caso seja de interesse do cliente. O empreendimento possui uma chácara, na qual há a implementação de práticas sustentáveis.

## 4. ANÁLISE DAS ENTREVISTAS

### ABETA

Em entrevista com Luiz Del Vigna, CEO da Nômade Brasil e associado e pertencente a ABETA, abordou-se tópicos importantes em relação ao turismo presente no país, trazendo uma visão crítica sobre o assunto. A Associação aplica um modelo clássico de sustentabilidade como conceituaram Montiel & Delgado-Ceballos (2014).

Segundo Luiz: “Um modelo de negócio sustentável, que todos nós sabemos, é o que me garante a viabilidade do presente, preserva os recursos para uso no futuro” (DEL VIGNA, 2022).

Além disso, em concordância com Pulido-Fernández & Rivero (2009), Luiz afirma que o parâmetro de progresso sustentável não é suficiente pois a manutenção do meio ambiente já não se apresenta como uma solução. Assim, a Associação entende-se como uma entidade sustentável até na sua maneira de promover sua manutenção financeira, em que as empresas associadas fazem um esforço para desenvolver um modelo de negócios que seja exemplo para o mundo.

Segundo Luiz: “[...] Então veja, esse é um problema que ele está totalmente ligado a essa expansão sem fim. Então, a gente precisa, nesse movimento, retornar o ponto que a gente, já falou, é restauração ecossistêmica. Então a década da renovação ecossistêmica está posta e a gente precisa trabalhar [...]. A gente faz um esforço bem grande para ser o mais sustentável possível, mas os empresários que nós representamos, esses sim, [estão] trabalhando num alto nível [servindo] de exemplo para o mundo.” (DEL VIGNA, 2022).

Como explicado por Pulido-Fernández & Rivero (2009), ainda não há um indicador específico de sustentabilidade para turismo e o que é utilizado na área. Por isso, no relato de Del Vigna, percebe-se que a associação está passando por um momento de mudança devido a essa incerteza, necessário para a implementação de planos e execução de projetos de turismo por agências públicas e firmas de turismo.

Segundo Luiz: “Há uma reorganização, há uma reconfiguração. A entidade, hoje, está tentando trabalhar, tentando entender o presente... [...] entender o que seria um turismo brasileiro de qualidade, que fosse seguro, que fosse sustentável, regenerativo, é o desafio que a entidade tem hoje e tem um monte de ações que a gente precisa fazer [...]” (DEL VIGNA, 2022).

Em concordância com Pulido-Fernández & Rivero (2009), Del Vigna afirma que há um déficit entre o potencial real e a influência do desenvolvimento sustentável, o entrevistado citou que, ao comparar as economias turísticas estrangeira e brasileira, o desempenho desta é relativamente pior. Assim, se enfatiza a necessidade de criação de empregos no setor fomentando o discurso relacionado a ODS 8, Trabalho Decente e Crescimento Econômico.

Segundo Luiz: “E o turismo, de certo modo, especialmente esse turismo de natureza que a gente trata, em particular no Brasil, ampliando um pouco mais na América do Sul e outros lugares mundo...[...] tem uma oportunidade muito grande e realmente criar novas oportunidades econômicas para o desenvolvimento de receita, de renda, de emprego, oportunidades empresariais.” (DEL VIGNA, 2022).

Por fim, o discurso da organização se alinha com ações sustentáveis como definido por Montiel & Delgado-Ceballos (2014). Assim, se enfatiza a importância do desenvolvimento ambientalmente sustentável, tentando minimizar o uso de recursos naturais ao buscar a eficiência máxima de seu uso.

Segundo Luiz: “Esse modelo que a gente vive hoje, ele está contado. A gente não vai conseguir manter a sociedade do jeito que ela opera hoje e a preservação ambiental, o pagamento por serviços ambientais, tudo isso está dentro de um que a gente chama de uma necessidade de uma revolução verde [...] o turismo de natureza oferece uma oportunidade de desenvolvimento econômico, social e ambiental a partir de um lugar da economia verde .” (DEL VIGNA, 2022).

## **BRAZTOA**

Mônica Elisa Sâmia, diretora executiva da Associação Brasileira das Operadoras de Turismo (Braztoa), foi a representante da Braztoa na entrevista. Em relação os ODS mais profundamente analisados nesse artigo, sendo eles 8, 12, 14 e 15, Sâmia afirma que:

“[...] Até pouco tempo atrás, se discutia que o impacto do turismo era maior em 3,4 ODS. E o que a gente sabe, na prática, é que isto não é uma realidade. As empresas... o turismo é muito transversal, e ele acaba impactando em todos os ODS ou pode impactar positiva ou negativamente. [...]” (SÂMIA, 2022).

Tendo isso em vista, a associação põe em prática o ODS 8 ao trabalhar em conjunto com entidades, além de fazerem parcerias com universidades e cursos técnicos para viabilizar a empregabilidade dos recém formados, oportunizando uma experiência no mercado de trabalho. Em relação ao ODS 12, a entrevistada afirmou que a Braztoa é uma representante de operadoras, exercendo um papel de distribuição, assim a função da organização é trazer mais produtos e serviços responsáveis, ajudando no entendimento e sensibilização, seja das agências ou do consumidor: “[...] a gente garante que a mensagem da importância da atuação responsável chegue naqueles que fornecem insumos para eles realizarem as viagens que eles oferecem [...]” (SÂMIA, 2022). Já os ODS 14 e 15, a Braztoa os contempla indiretamente, ao estar realizando o prêmio de sustentabilidade, como descrito no site da associação, o que acaba impulsionando a preservação do meio ambiente.

Com relação ao que foi dito pela entrevistada em comparação com os artigos utilizados para o referencial teórico, a representante da Braztoa afirmou que, para a organização, a sustentabilidade está baseada em “questões ambientais, as questões socioculturais e as questões econômicas”. Para a gente ser sustentável, precisa estar olhando para essas 3 coisas”. Além disso, entendem como modelo de negócios sustentável aquele que, independente do setor e segmento, estimula

experiências com os propósitos que regem a própria empresa e que devem, dentro do contexto da sustentabilidade, ter um viés responsável nos âmbitos ambiental, sociocultural e econômico.

Diante disso, pode-se relacionar o posicionamento com a afirmação que “nem sempre o que é ecologicamente possível é moralmente desejável”, como afirma Clóvis Cavalcanti (2012). Isso é confirmado pela entrevistada em:

“As pessoas, são impactadas [...] por esse tema da sustentabilidade, mas quando é uma escolha financeira, elas não optam pela sustentabilidade, elas não estão dispostas a pagar mais caro [...] é realmente muito contraditório, porque ao mesmo tempo que as pessoas falam que apoiam, na hora de colocar em prática esse apoio, não existe.” (SAMIA, 2022)

Também foi possível associar o discurso de Mônica à “Teoria Institucional”, descrita por Montiel & Delgado-Ceballos (2014), em que há processos de institucionalização em torno do surgimento de indústrias sustentáveis e a adoção de práticas relacionadas. Isto porque, como explicado por Sâmia:

“A questão da sustentabilidade é uma opção, ela não pode ser obrigatória, ela nasceu depois, então o nosso papel é muito de sensibilizar, mostrar de exemplo, de referência, de subsídio”; e, “[...] a associação, Braztoa, ela segue requisitos técnicos, financeiros e éticos para uma empresa se associar, a sustentabilidade não é um pré-requisito” (SÂMIA, 2022).

Além disso, assim como afirmam os autores Fernández e Rivero (2009), a entrevistada afirmou que era importante “tentar criar um método para a gente identificar (...), dar visibilidade, reconhecer, compartilhar e inspirar os outros a seguirem esse rumo (sustentável)”. Desta forma, é notável que a Braztoa pratica, direta ou indiretamente, os quatro Objetivos do Desenvolvimento Sustentável em questão.

Em relação ao que diz Steve Evans et al. (2017), foi possível perceber que a organização possui um pensamento similar ao dos seus autores. Com relação aos conceitos de Montiel & Delgado-Ceballos (2014), a organização entende que há uma falta de consenso sobre a definição de sustentabilidade corporativa. É possível perceber que a Braztoa entende a existência de uma coerção sob a população para mudar e rever atitudes no que diz respeito à sustentabilidade. Entretanto, compreende que esse processo é lento e possui muitas dificuldades.

Assim, respondendo a pergunta de pesquisa “O planejamento e as ações das empresas voltadas para o turismo na cidade de São Paulo estão baseados nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU, quando promovem o turismo sustentável?”, percebe-se o gradativo aumento da preocupação.

## **FECOMERCIOSP**

A FecomercioSP surgiu com o compromisso de promover um desenvolvimento responsável, a partir da compreensão de que a construção de uma sociedade mais justa e de uma economia sustentável e próspera não é apenas tarefa do setor público. A organização nasceu com a missão de representar o interesse, por parte das empresas, no relacionamento com o poder público e com os outros setores sociais, criar mecanismos de facilitação das atividades, atuar pela melhoria do ambiente de negócios e orientá-las no sentido da eficácia competitiva e produtividade.

De acordo com Mariana Aldrigui, presidente do Conselho de Turismo, a Federação e o Conselho de Turismo nasceram com o propósito de produzir informações e divulgar conhecimento sobre maneiras de colaborar com a sustentabilidade, para as empresas e agências parceiras aplicarem ao seu contexto e atuação na sociedade.

“Nossa ação sempre é ação de produção de informação e divulgação de conhecimento. Então, por exemplo, no âmbito do turismo, nós somos parceiros da Braztoa, inclusive eu não sei se vocês vão entrevistar alguém, mas vale muito a pena porque eles são importantíssimos na questão do turismo sustentável do Brasil.”

Em concordância com os conceitos de modelo de negócios sustentáveis descritos por Evans et al. (2017), Aldrigui afirma priorizar a dimensão econômica, ainda que baseada em questões sociais, visando o desenvolvimento do setor turístico que, conseqüentemente, impactam o viés ambiental e junto a isso está atrelado ao componente social.

“Se tiver que priorizar, eu diria que o que predomina é a dimensão econômica, a partir da maneira como a Federação enxerga. Embora pareça um pouco arcaica. Mas, a gente tem que reconhecer que é em cima de uma estabilidade econômica, que você consegue dar gás para as demais preocupações [...] O desafio é conciliar desejo, orçamento e a sustentabilidade”.

“Então, sempre que se falava de desenvolvimento de turismo, investimento de turismo, a componente social vinha primeiro, ou seja, o papel do setor como um gerador de empregos e gerador de empregos de multiqualificação”.

Os modelos de negócio necessitam de uma abordagem-sustentável que dialogue com a economia sem prejudicar o meio-ambiente (Cavalcanti, 2012), e novamente a presidente do Conselho de Turismo, corrobora com a ideia de que o desenvolvimento econômico e sustentável devem correlacionar-se.

Ademais, ela menciona a importância da manutenção e preservação do ambiente turístico quando visitado, ainda obtendo progresso econômico, como abordado por Cavalcanti.

“O modelo de negócio sustentável é primeiro que ele não esgote a fonte de recursos dele mesmo, que ele seja capaz de existir como um negócio que gere receita e preserve a qualidade do ambiente e, se possível, ainda melhore a qualidade. Então o ideal hoje, de um negócio de turismo, é que ele deixe melhor do que ele encontrou.”

A representante da Fecomércio, argumenta que há uma baixa efetividade de projetos sustentáveis e que é um progresso gradativo em relação ao turismo. Ela ainda afirma, que a partir do conhecimento e da transformação de comportamentos sustentáveis em tendência, que vem se enxergando o seu progresso de forma sustentável, além do desenvolvimento do turismo levar em consideração o componente social em primeiro lugar, como também foi retratado anteriormente.

Em primeiro lugar, a Foge de SP começou suas atividades como uma página na rede social Instagram, buscando apresentar, para as pessoas, destinos de no máximo 4 horas de carro de SP e, incentivar um turismo mais consciente, sócio e ambientalmente. Dentro desse contexto, a priori, por meio da entrevista com Pietro Falsetta - fundador da Foge de SP -, foi possível perceber que a gestão do negócio é baseada na mensuração da sustentabilidade durante todos os processos, para que haja, além da propagação da mensagem principal, certo ativismo ambiental e a luta contra o greenwashing. Na fala a seguir, o CEO fala do seu apelo ao ativismo ambiental:

“É trazer esse ativismo ambiental para o Foge, então, óbvio que a essência de viagens continua, mas a gente quer levantar muito essa bandeira e falar cada vez mais sobre isso, então acho que essa é a grande bandeira.”

“É um negócio que é real, não é greenwashing, você tem que saber lidar com isso, porque na prática, hoje a gente recusa 90% das marcas que vem falar com a gente, porque eu não conseguiria fazer uma publicidade. [...] hoje a gente tem parceria com marcas, depois a gente pode até falar, uma delas é claro que é a Corona, que é bebida alcoólica, mas tem uma bandeira de zerar plástico, um ativismo nesse lado. Então, existem formas de você ser ativista nesse assunto ambiental fazendo publicidade também não é?”

Além disso, foi compreendido que, baseando-se na ideia das três principais dimensões da sustentabilidade - econômica, social e ambiental -, apesar do modelo de negócio em questão ser voltado, predominantemente, para a produção de conteúdo sobre turismo, toda e qualquer ação da empresa aborda, progressiva e gradativamente, a sustentabilidade, principalmente dentro da questão social e ambiental mas que, por consequência, gera impacto econômico. Como falado por Pietro Falsetta - CEO da Foge de SP:

“[...] então, eu acho que o turismo tem esse papel de te tirar da [sua] bolha paulista, ou carioca, ou de BH, e levar a gente para um lugar que a gente vê [...], e eu acho que isso começa a tocar a gente. Você fala: “meu, espera aí, qual é o impacto que eu estou tendo no meu dia a dia, com pessoas que não moram em centros urbanos ou como que eu estou impactando a vida dessa pessoa [...]”.

Essa fala, dentro do território da entrevista, se aproxima de uma abordagem teórica da "Visão Baseada em Recursos" de Montiel & Delgado-Ceballos (2014), onde a preocupação com a sustentabilidade se dá apenas em duas dimensões. Pela Foge de SP, No âmbito social, há uma preocupação com a aproximação dos viajantes com comunidades locais que contribuem para o setor e, além disso, a organização busca criar um contato do viajante com uma pessoa que depende do meio ambiente para sobreviver, criando uma perspectiva tangível da criação de trabalho digno pelo viajante.

Ainda, dentro da produção de conteúdo para redes sociais - principal objetivo da empresa - é nítida a percepção de um plano de negócios em que as parcerias com marcas apenas existem se refletirem a sustentabilidade de forma holística.

“[...] essa publicidade faz sentido para o meu público? [...] Então, tem que ter esse cuidado especial, principalmente quando você está levantando essa bandeira [...] Como que você inclui publicidade dentro do seu conteúdo que te represente, né? Esse é um desafio, e você consegue hoje fazer isso [...]”.

Tendo isso em vista, essa representação se associa ao conceito da atenção à necessidade dos desfavorecidos com a implementação de práticas éticas de trabalho, como trazido no artigo de Montiel & Delgado-Ceballos (2014).

Também, Pietro relata sobre sua percepção em relação à presença de forte lentidão do progresso e do desenvolvimento por meio da sustentabilidade e à pouca visibilidade em torno de projetos baseados na sustentabilidade. Portanto, como forma de amenizar tais questões, as estratégias adquiridas por Pedro Falsetta são fundamentadas em cativar os indivíduos e conectá-los com a sustentabilidade, buscando que a pauta ganhe mais visibilidade e, conseqüentemente, mais aplicabilidade, contribuindo também para um pensamento mais crítico das pessoas em relação às empresas que alegam ser ambientalmente responsáveis, ajudando-as a identificar o Greenwashing.

“Eu acho que a gente está passando por um período de aprendizado da galera. As pessoas estão entendendo e aprendendo o que é sustentabilidade ou o que é regeneração e tal, e com esse aprendizado rola o greenwashing que, às vezes, ou é por mal ou é por ignorância.”.

Ora, essas citações de Pietro relatadas podem ser teoricamente comprovadas por pontos presentes no texto “Measuring Tourism Sustainability: proposal for a composite index”, que demonstra, por meio de parâmetro de desenvolvimento, o lento progresso do turismo por meio da sustentabilidade.

Para mais, foi possível compreender que Pietro aplica na Foge de SP, a ideia de que acredita que a busca pelo desenvolvimento deve ser feito de forma sustentável, respeitando as regras ambientais de preservação, mas não só isso, levando em consideração que é um processo socioeconômico, alinhando seu modelo de negócio com a questão social e econômica da sustentabilidade.

“Também faz parte do desenvolvimento sustentável comprar com produtores locais, que vendem salada ou que vendem geleia, [...] comprar os artesanatos, procurar por esses locais, prestigiar, entender a história, a cultura por trás”.

Essa ideia pode ser relacionada com o conceito de prosperidade abordada no texto de Cavalcanti (2012), “Sustentabilidade: mantra ou escolha moral? Uma abordagem ecológico-econômica”, em que “prosperidade não quer dizer crescimento do PIB (e da economia), uma vez que significa, antes, construir uma sociedade mais justa e melhor; significa alcançar o bom viver e o contrário da adversidade e da aflição”.

Por fim, a entrevista frisou o baixo conhecimento, por parte das pessoas, em relação a conceitos e ideias acerca da sustentabilidade.

“Hoje para as pessoas é tudo bicho, é tudo mato, não existe diferença, macaco é um tipo de macaco, o mato parece que é uma coisa só, se a gente não imagina que existe uma vida além da urbana, então, eu acho que o turismo tem esse papel de te tirar da nossa bolha” .

“Sustentabilidade é um termo meio genérico assim, ou às vezes, as pessoas acham chato, sabem que é uma preocupação, mas não querem se aprofundar e meio que segue a vida”.

Assim, a entrevista, mais uma vez, relaciona-se com o texto de Clóvis uma vez que evidencia a importância da relação dos humanos com a sustentabilidade e a interpretação que dão ao termo. Clóvis define que “A sustentabilidade como substantivo exige uma mudança de relação com a natureza, a vida e a Terra. A primeira mudança começa com outra visão da realidade”.

## 5. CONCLUSÕES

Em relação aos objetivos de pesquisa, conclui-se que os atingimos plenamente dentro das limitações que o projeto possuía, foi possível ter um bom entendimento da extensão do turismo sustentável, como um todo, na cidade de São Paulo. No que diz respeito se a sustentabilidade é uma prática ou se ainda não se identificam ações que busquem um turismo sustentável, uma frase falada por Pietro Falsetta, em entrevista, sintetiza o que foi observado pela equipe que é: "não existe pessoa sustentável em um mundo insustentável", ou seja, as organizações que participaram da pesquisa, tem sim, ações que apoiam a sustentabilidade no setor turístico, entretanto, nenhuma consegue obter uma estrutura 100% sustentável, mas, com certeza, caminham para avanços.

Sobre os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), que as empresas se comprometem nas ações visando o turismo sustentável, nesta pesquisa foi tomada a decisão de apenas relacionar quatro dos 17 ODS para a análise, sendo eles os ODS 8, 12, 14 e 15. Sendo que os dois últimos obtiveram menos comprometimento, por atuarem indiretamente nos casos analisados.

Além disso, foi possível perceber, durante as entrevistas do Estudo de Caso, que não existe um consenso em relação à definição de Sustentabilidade, como também da definição de Sustentabilidade Corporativa, uma vez que cada objeto de estudo tem sua própria definição acerca do tema, incluindo o conceito de turismo sustentável e, que molda o seu modelo de negócio sobre esse parâmetro, entretanto, o conceito mais concreto encontrado, e utilizado para a realização desse artigo, foi o que se baseia em três pilares (social, ambiental e econômico). Ainda, todos os entrevistados demonstraram que essa falta de consenso acomete as organizações e, mais que isso, não demonstraram total convicção na conceituação interna sobre sustentabilidade. Porém, o que também foi percebido é o fato de que, apesar dessa ausência, todas as definições de sustentabilidade giram em torno de uma mesma premissa, que pode ser resumida por meio do conceito presente em Boff (2017): “[...] o conjunto dos processos e ações que se destinam a manter a vitalidade e a integridade da Mãe Terra, a preservação de seus ecossistemas com todos os elementos físicos, químicos e ecológicos que possibilitam a existência e a reprodução da vida, o atendimento das necessidades da presente e das futuras gerações, e a continuidade, a expansão e a realização das potencialidades da civilização humana em suas várias expressões.”

Tratando-se da contribuição da pesquisa ao público de interesse no assunto, entende-se que o referencial teórico utilizado oferece um grande escopo no que diz respeito à aplicação da sustentabilidade pelas organizações presentes no setor do turismo, desde o funcionamento do modelo de negócios até a mensuração do turismo sustentável. Além disso, a pesquisa demonstra e

direciona o grande potencial de aplicação da sustentabilidade dentro do setor, visto que há a forte possibilidade de expansão das ações empresariais que, hoje, já baseiam-se, em sua maioria, no tripé da sustentabilidade: desenvolvimento econômico, ambiental e social.

## 5.1 Recomendações e Limitações

Durante o processo, a equipe teve algumas dificuldades em relação ao encontro de interessados para fazer entrevistas, diante da pesquisa qualitativa. Buscamos por empresas, organizações, agências, instituições, associações etc. de turismo que se interessassem pelo tópico sustentabilidade no setor; que tivessem suas atividades, de alguma forma, relacionadas à cidade de São Paulo; e não fossem órgãos criadores de políticas públicas, atuando assim, no setor empresarial. Por serem muitos fatores de segmentação, o processo para encontrar organizações que se encaixassem nessa seção apresentou várias complicações, limitando o número de possíveis entrevistados para o projeto, que em sua grande parte, não se interessaram em conceder uma entrevista para a equipe, a maioria nem mesmo respondeu o convite realizado, fazendo com que o Estudo de Caso fosse realizado com base em quatro empresas (ABETA, Braztoa, FecomercioSP e Foge de SP), como citado nos tópicos anteriores.

Em relação a visão que as associações entrevistadas possuíam sobre a aplicação da sustentabilidade no setor turístico, outra complicação pode ser testemunhada. As empresas quando criadas, não tinham como premissa essa pauta, já que não se comentava sobre esse assunto até períodos mais recentes, então o que se percebe são ações para a disseminação de conhecimento, em sua maioria, enquanto poucas mudanças estruturais são, de fato, colocadas em prática pelas mesmas.

Por fim, é recomendado e estimulado que novos estudos e projetos sejam criados para o prosseguimento do estudo ao tema, visto que, por conta da magnitude das organizações entrevistadas, sempre há o espaço para entender o assunto mais a fundo, como por exemplo, uma pesquisa quantitativa para analisar se alguns aspectos se aplicam em um maior número de empresas, já que somente uma pesquisa exploratória foi realizada. Outra alternativa seria desenvolver mais profundamente o Estudo de Caso já realizado, mas com um número maior de entrevistados, mesmo havendo chances de surgirem complicações futuras na busca por voluntários para uma entrevista, como aconteceu com nossa equipe durante a elaboração dessa pesquisa.

## 6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABETA. **Abeta Conecta**. Disponível em: <[https://abeta.tur.br/pt/acoes\\_abeta/abeta-conecta/](https://abeta.tur.br/pt/acoes_abeta/abeta-conecta/)>. Acesso em: 11 jun. 2022.

ABETA. [Site Institucional]. Disponível em: <<https://abeta.tur.br/pt/pagina-inicial/>>. Acesso em: 19 maio. 2022.

ABETASUMMIT. **XIX Congresso Brasileiro de Ecoturismo e Turismo de Aventura**. Disponível em: <<https://abetasummit.com.br/>>. Acesso em: 11 jun. 2022.

ACADEMIA DE EXCELÊNCIA. [Site Institucional]. Disponível em: <<https://www.academiadeexcelencia.com.br/>>. Acesso em: 12 jun. 2022.

ALARCON, Tatiana. A importância das agências de viagem para o turismo brasileiro. Ministério

do Turismo. **Governo do Brasil**. Brasil, 24 set. 2015. Disponível em: <<https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/ultimas-noticias/a-importancia-das-agencias-de-viagem-para-o-turismo-brasileiro>>. Acesso em: 27 maio 2022.

BOFF, Leonardo. **Sustentabilidade: o que é-o que não é**. Rio de Janeiro: Editora Vozes Limitada, 2017.

BRAZTOA. **Associação Brasileira das Operadoras de Turismo**. Disponível em: <<https://www.braztoa.com.br/>>. Acesso em: 25 maio. 2022.

BRITO, Janaina. Seeds: Seeds: Braztoa compartilha práticas de ESG durante ciclo de palestras. **Mercado & Eventos**, Portal do Turismo Brasileiro. Brasil, 09 abr. 2022. Disponível em: <<https://www.mercadoeventos.com.br/noticias/agencias-e-operadoras/seeds-braztoa-compartilha-praticas-de-esg-durante-ciclo-de-palestras/>>. Acesso em: 12 jun. 2022.

CAVALCANTI, Clóvis. Sustentabilidade: mantra ou escolha moral? Uma abordagem ecológico-econômica. **Estudos Avançados**, Portal de Revistas da USP, v. 26, n.74, p. 35-50, jan., 2012.

EVANS, Steve et. al. Business Model Innovation for Sustainability: Towards a Unified Perspective for Creation of Sustainable Business Models. **Business Strategy and the Environment**, Wiley Online Library, v. 26, n. 5 p. 597-608, abr., 2017.

FECOMERCIO SP. **[Site Institucional]**. Disponível em: <<https://www.fecomercio.com.br/>>. Acesso em: 23 maio 2022.

HIGGS, Joy; HORSFALL, Debbie & GRACE, Sandra. **Writing Qualitative Research on Practice**. Países Baixos: Sense Publishers, 2009.

HOTELIER NEWS. WTTC: setor de viagens pode gerar US\$8,6 tri em 2022. **Hotelier News**, 3 fev. 2022. Disponível em: <<https://www.hoteliernews.com.br/wttc-setor-de-viagens-pode-gerar-us-86-tri-em-2022/>>. Acesso em: 05 set. 2022.

INSTAGRAM. **Foge de SP**. Disponível em: <<https://www.instagram.com/fogedesp/>>. Acesso em: 25 maio. 2022.

LINKEDIN. **Pietro Falsetta**. Disponível em: <<https://www.linkedin.com/in/pietro-falsetta-7790b5118/?originalSubdomain=br>>. Acesso em: 25 maio. 2022.

MONTIEL, Ivan & DELGADO-CEBALLOS, Javier. Defining and Measuring Corporate Sustainability: Are We There Yet? **Organization & Environment**, SAGE Journals, v. 27, n. 2, p. 113-139, 4 abr. 2014.

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. **Nações Unidas Brasil**, 2022. Disponível em: <<https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>>. Acesso em: 30 maio. 2022.

PULIDO-FERNÁNDEZ, Juan Ignacio & RIVERO, Marcelino Sánchez. Measuring Tourism Sustainability: Proposal for a Composite Index. **Tourism Economics**, Research Gate, v. 15, n. 2,

p. 277–296, jun., 2009.

REPORT of the United Nations Conference on the Human Environment. Estocolmo: United Nations Publication, 16 jun. 1972. Disponível em: <<https://wedocs.unep.org/handle/20.500.11822/30829>>. Acesso em: 11 set. 2022.

REPORT of the United Nations Conference on Environment and Development. Rio de Janeiro: 14 jun. 1992. Disponível em: <<https://digitallibrary.un.org/record/168679>>. Acesso em: 11 set. 2022.

TREPTOW, Igor C. **Inovação do Modelo de Negócios: Rumo a Perspectiva Unificada para a Criação de Modelos de Negócios Sustentáveis**. Orientador: Jordana Marques Kneipp. 2019. 103. Dissertação (mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal de Santa Maria, Centro de Ciências Sociais e Humanas, RS, 2019.

VALENTE, Jonas. Governo Federal lança Guia de Retomada Econômica do Turismo no Brasil. **Agência Brasil**. Brasília, 23 nov. 2021. Disponível em: <<https://www.gov.br/pt-br/noticias/viagens-e-turismo/2021/11/governo-federal-lanca-guia-de-retomada-economica-do-turismo-no-brasil>>. Acesso em: 27 maio 2022.

VICK, Mariana. O que é turismo sustentável. E qual sua dimensão no Brasil. **Nexo Jornal**, 25 mar. 2022. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2022/03/25/O-que-%C3%A9-turismo-sustentavel.-E-qual-sua-dimensao-no-Brasil>>. Acesso em: 10 set. 2022.

YIN, Robert K. **Qualitative Research from Start to Finish**. New York: The Guilford Press, 2011.