

Gestão Ambiental, Turismo Sustentável e Produção Orgânica: Tripé de Êxito em Organização do Sul do Brasil

Environmental Management, Sustainable Tourism and Organic Production: A Successful Combination in an Organization in South Brazil

CAMILA FAGUNDES¹, DUSAN SCHREIBER², MARY SANDRA GUERRA ASHTON³

DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v10i2p370>

RESUMO⁴

O objetivo desse artigo é identificar práticas de gestão ambiental em uma organização que produz suco de uva orgânico, e busca agregar o turismo como diferencial competitivo e sustentável. Para isso, o método utilizado para esse estudo foi o exploratório descritivo com abordagem qualitativa, por meio de um estudo de caso, utilizando triangulação de dados, conforme as especificidades de Yin (2010). Entre os principais resultados, observou-se que por ser uma empresa voltada para a produção orgânica, ela já possui uma cultura focada na sustentabilidade e adota práticas de gestão ambiental. Entretanto com relação à atividade turística, apesar de ter um grande potencial de crescimento dentro da organização, a mesma precisa ser planejada corretamente, a fim de evitar possíveis impactos indesejáveis. Nesse sentido, acredita-se que através da gestão ambiental, é possível realizar atividades voltadas ao turismo, como forma de disseminação e agregação de benefícios para todos os envolvidos.

PALAVRAS-CHAVE

Turismo Sustentável. Gestão Ambiental. Produção Orgânica. Estudo de caso.

¹ **Camila Fagundes** – Mestra em Qualidade Ambiental pela Universidade Feevale, Novo Hamburgo, RS, Brasil. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/3692997949794700> E-mail: cfagundes.adm@gmail.com

² **Dusan Schreiber** – Doutor. Professor e pesquisador no Programa de Pós-Graduação em Qualidade Ambiental, Universidade Feevale, Novo Hamburgo, RS, Brasil. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/5088882022022801> E-mail: dusan@feevale.br

³ **Mary Sandra Guerra Ashton** – Doutora. Professora e pesquisadora no Mestrado em Indústria Criativa, Universidade Feevale, Novo Hamburgo, RS, Brasil. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/7976259576722028> E-mail: marysga@feevale.br

⁴ **Recebido: 11 JUL 2017; Avaliado: JUL – OUT; Aceito: 4 JAN 2018.**

ABSTRACT

The objective of this article is to identify environmental management practices in an organization that produces organic grape juice and seeks to aggregate tourism as a competitive and sustainable differential. For this the method used for this study was the descriptive exploratory with a qualitative approach through a case study using data triangulation according the specificities of Yin (2010). Among the main results it was observed that because it is a company focused on organic production it already has a culture focused on sustainability and adopts environmental management practices. However, despite the tourism has a great potential for growth inside the organization it must be planned correctly in order to avoid possible undesirable impacts. In this sense it is believed that through environmental management it is possible to carry out activities focused on tourism as a way of disseminating and aggregating benefits for all involved.

KEYWORD

Sustainable Tourism. Environmental Management. Organic Production. Case Study.

INTRODUÇÃO

O aumento da população mundial gera a necessidade de alimentos saudáveis que, por sua vez, demandam a gestão de ações e práticas sustentáveis para a melhoria da qualidade de vida da população. O crescente consumo por alimentos no mundo requer a introdução de novas técnicas de aproveitamento do solo com impactos mínimos na biodiversidade local, na vida selvagem e no meio ambiente em geral (Rauta, Fagundes, & Sehnem, 2014). A agricultura convencional, normalmente, com uma produção em larga escala, é marcada, principalmente, pela utilização de pesticidas que geram impactos negativos na saúde humana, e também ao meio ambiente (Alencar et al. 2013). Vale destacar que a principal diferença entre a forma de produção orgânica e a convencional, se dá a partir da preservação do solo, da água e da biodiversidade presente naquele espaço. Entretanto, quando o assunto é rendimentos, a orgânica fica 25% mais baixa que a agricultura convencional. A produção orgânica, no estado do Rio Grande do Sul, ainda está muito vinculada à agricultura familiar, estima-se que 90% se origina dessa produção em pequena escala (Gabriel et al. 2013).

Nesse sentido, as empresas que trabalham com a agricultura orgânica se destacam no mercado, justamente por contribuírem com a preservação do meio ambiente, ou seja, elas trabalham em harmonia com o mesmo, atendendo também, uma demanda de consumidores cada vez mais conscientes com as variáveis ambientais (Alencar et al. 2013; Corrêa et al. 2014; Rocha, 2011; Wheeler & Crisp, 2011). Algumas organizações, além de praticarem atividades relacionadas à agricultura, também desenvolvem produtos industrializados, como a fabricação de suco de uva orgânico, por exemplo, e buscam agregar valor a seu produto e a sua

propriedade, por meio de atividades vinculadas ao turismo, divulgando, dessa forma, suas práticas sustentáveis.

Tendo em vista essa perspectiva, o presente estudo tem como objetivo identificar práticas de gestão ambiental em uma organização que produz suco de uva orgânico, e busca agregar o turismo como diferencial competitivo e sustentável. Para o alcance do objetivo em questão, o método utilizado foi o de pesquisa exploratória-descritiva com abordagem qualitativa, por meio de um estudo de caso em uma empresa familiar localizada no município de Garibaldi, RS, Brasil. Para fins desse estudo a organização será denominada de Empresa A. Para fins de entendimento e organização, esse artigo está estruturado em cinco partes distintas, mas complementares: (I) Encontra-se o referencial teórico, no qual se conceitua a gestão ambiental e suas principais características; (II) A definição de turismo sustentável e suas principais características; (III) Descreve-se a metodologia e o estudo de caso da Empresa A, utilizada para o desenvolvimento desse estudo; (IV) Encontram-se os resultados e a discussão deles, no qual se relaciona teoria e prática. E por fim, considerações finais e referências bibliográficas encerram o presente estudo.

GESTÃO AMBIENTAL

A gestão ambiental tem se tornado, nas últimas décadas, o foco de atenção tanto de pesquisadores como de gestores organizacionais. Dentre os motivos destaca-se o potencial da responsabilidade socioambiental de contribuir para a constituição de diferencial competitivo sustentável, em face da preocupação crescente da sociedade, manifestada pela ação da mídia e mediada pelo poder regulatório e normativo de agentes governamentais. Ao longo das últimas décadas, quando o tema de gestão ambiental foi objeto de cada vez mais recorrente preocupação de organizações e, por consequência, de maior interesse de pesquisadores, foram formuladas diversas definições que procuraram evidenciar as características da gestão ambiental. Combinando os aspectos centrais, destacados pelos autores revisados, é possível afirmar que a gestão ambiental compreende a atividade organizacional que visa diagnosticar a situação ambiental da organização e propor um modelo de gestão, propiciando o ajuste de processos internos de forma que atenda às determinações de preceitos legais em vigor (Becker, 1995; Donaire, 1999; Almeida, Mello, & Cavalcanti, 2001; Andrade, Tachizawa, & Carvalho, 2002; Naime, 2005; Aligreri, Aligleri & Kruglianskas, 2009; Shigunov Neto, Campos, & Shigunov, 2009; Callado, Soares, Machado & Callado, 2009; Dias, 2011; Tachizawa, 2011; Barbieri, 2011; Moura, 2011).

Por se tratar de mudanças na estrutura e no funcionamento da organização, entende-se que é de fundamental importância o envolvimento da alta direção na elaboração e promoção de novos ditames institucionais que passarão a nortear o desenvolvimento organizacional, permeando todas as ações e a própria forma de pensar dos colaboradores (Donaire, 1999; Aligreri et al. 2009; Moura, 2011; Barbieri, 2011). Nesse sentido, diversos autores (Almeida et

al. 2001; Andrade et al. 2002; Naime, 2005; Callado et al. 2009; Shigunov Neto et al. 2009; Dias, 2011) ponderam que os princípios de gestão ambiental organizacional devem integrar o conjunto de estratégias organizacionais, além de possuir seu próprio orçamento, desvinculado da previsão orçamentária das demais unidades organizacionais.

As pesquisas apontam que são diversos fatores que influenciam a efetividade da gestão ambiental nas organizações, destacando-se o segmento econômico em que a empresa está inserida, o grau de profissionalização da gestão, o porte, número de colaboradores diretos e localização geográfica (Callado et al. 2009; Tachizawa, 2011; Barbieri, 2011; Donaire, 1999; Aligreri et al. 2009). O potencial poluidor da atividade empresarial e maior número de colaboradores diretos contribuem de forma direta para maior visibilidade da organização da sociedade, representada por órgãos reguladores e por organizações não governamentais comprometidas com a proteção do meio ambiente, obrigando a empresa a adotar as práticas de gestão ambiental (Shigunov Neto et al. 2009; Almeida et al. 2001; Dias, 2011).

Por outro lado, nas empresas de porte menor, apesar das dificuldades geradas pela menor disponibilidade orçamentária e de recursos humanos e materiais para a adoção de conjunto de ações de gestão ambiental, percebe-se maior facilidade na implantação do programa, em virtude da proximidade e interação dos colaboradores e seus superiores (Almeida et al. 2001; Dias, 2011; Callado et al. 2009; Tachizawa, 2011). Pequenas empresas apresentam canais de comunicação mais informais, suas estruturas são mais flexíveis e seus colaboradores são, normalmente, multifuncionais. Desta forma, conforme destacaram diversos autores (Naime, 2005; Shigunov Neto et al. 2009; Becker, 1995; Andrade et al. 2002; Barbieri, 2011; Donaire, 1999; Aligreri et al. 2009; Moura, 2011) todas as organizações devem observar as normas ambientais concernentes às suas atividades, planejar e executar sua implantação, monitorando, na sequência, seu cumprimento.

Na visão dos autores pesquisados, as motivações para a concepção e implantação de programa de gestão ambiental são de origem externa e interna. Dentre as motivações de natureza interna destacam-se a possibilidade de redução de custos, a atualização tecnológica, a otimização nos processos produtivos e o desenvolvimento de uma cultura interna ecologicamente correta. Já em relação a razões externas ressaltam-se a tendência à prevenção de acidentes ecológicos por parte da sociedade e as demandas das partes interessadas, principalmente de agências financiadoras, comunidade local, organizações da sociedade civil e governo. São consideradas também as regulamentações ambientais, dos mercados e das fontes de recursos, bem como o papel da sociedade civil organizada.

A literatura revisada, que versa sobre a gestão ambiental, aponta para três estratégias de gestão ambiental, a saber: (1) a prevenção da poluição, (2) o planejamento do produto e (3) o desenvolvimento sustentável. A primeira estratégia refere-se ao controle da poluição, quando a empresa procura adaptar-se às pressões normativas e às exigências do mercado. Já a segunda

corresponde à prevenção da poluição, requerendo alterações nos processos produtivos e nos produtos produzidos. A terceira estratégia visa à concepção de ações mais proativas, envolvendo permanentemente toda a cadeia produtiva, bem como toda a organização, em ações corretivas, preventivas e antecipatórias mediante o risco de problemas ambientais. (Backer, 1995; Almeida et al. 2001; Andrade et al. 2002; Naime, 2005; Shigunov Neto et al. 2009).

Dentro da perspectiva de implantação das estratégias a literatura apresenta a classificação de cinco estágios de configuração do programa de gestão ambiental nas organizações, que varia desde a ausência ou presença limitada de ações de gestão ambiental até a presença de programas difundidos por toda a empresa (Andrade et al. 2002; Almeida et al. 2001). O nível mais elevado do programa inclui a educação dos colaboradores, o monitoramento constante das informações e a resolução rápida de problemas. Quando as questões ambientais alcançam este último nível, elas passam a ser incorporadas nas metas, políticas e estratégias da empresa considerando o impacto ambiental de seus processos e produtos (Naime, 2005; Shigunov Neto et al. 2009; Tachizawa, 2011; Barbieri, 2011; Donaire, 1999; Aligreri et al. 2009; Moura, 2011). Dentre os benefícios da adoção de práticas vinculadas a gestão ambiental pode-se citar: aumento da consciência ambiental, economia de recursos e redução de desperdícios, melhorias na imagem da empresa com relação ao seu público-alvo, reconhecimento social da organização, entre outros (Corrêa, 2014).

É possível afirmar que a adoção de políticas e do programa de gestão ambiental implicará mudanças e alterações de diversas práticas organizacionais, que compreendem o sistema de produção e operação das empresas. Dentre as práticas organizacionais mais afetadas pela adoção do programa de gestão ambiental destacam-se as práticas relacionadas aos produtos e práticas relacionadas aos processos (Almeida et al. 2001; Tachizawa, 2011; Barbieri, 2011; Donaire, 1999). As primeiras referem-se às práticas focadas nos esforços de *design* que oferecem a possibilidade de eliminar os elementos com potencial poluidor nos produtos, reduzindo o consumo de recursos na produção, bem como facultando sua destruição ou desmontagem, elevando a reutilização e a reciclagem. Já as práticas relacionadas aos processos visam maior consciência na produção, nos métodos e nos processos operacionais, podendo afetar processos internos e incluir práticas de prevenção e controle ambiental, como, por exemplo, a instalação de filtros de emissão ou sistemas de separação de resíduos (Andrade et al. 2002; Shigunov Neto et al. 2009; Aligreri et al. 2009; Moura, 2011).

TURISMO SUSTENTÁVEL

O termo sustentabilidade reflete uma política e estratégia de desenvolvimento econômico e social contínuo, sem prejuízo do ambiente e dos recursos naturais, de cuja qualidade depende a continuidade da atividade humana e do desenvolvimento (Sampaio, 2001). A sustentabilidade envolve cinco eixos fundamentais e complementares, a saber: econômico,

cultural, social, ambiental e político que devem ser contemplados com equilíbrio e igualdade por parte dos setores público e privado, a fim de garantir o bem estar da população, conforme Tabela 1.

Tabela 1. Eixos da Sustentabilidade

Sustentabilidade Econômica	Garantir um desenvolvimento economicamente eficiente, beneficiando a todos envolvidos e comunidade; gerir recursos de modo a garantir para gerações futuras.
Sustentabilidade Social Cultural	Garantir a diminuição das desigualdades sociais e a manutenção dos valores e da cultura local, visando a preservação do patrimônio cultural (material e imaterial).
Sustentabilidade Ambiental	Garantir que o desenvolvimento seja compatível com a manutenção dos processos ecológicos essenciais, da diversidade biológica e dos recursos naturais.
Sustentabilidade Política	Garantir a sustentabilidade econômica, sociocultural e ambiental em todos os níveis.

Fonte. Os Autores, adaptado de Catalisa, 2003.

A exploração sustentável do turismo não só gera capital para os empreendedores como também proporciona lucratividade para a população local, contribuindo para a melhoria socioeconômica, além de ajudar na manifestação da proteção ambiental (Camargo et al. 2011). O turismo sustentável trata da exploração/utilização sustentável dos recursos naturais e culturais para que o crescimento não comprometa o ambiente para as gerações futuras. Surgiu no final do século XX, a partir de 1970, entretanto ganhou força posterior a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento realizada em 1992 no Rio de Janeiro, inicialmente com a preocupação sobre o esgotamento dos recursos naturais, e teve sua ampliação com relação à cultura e a preservação da diversidade étnica e social (Borges et al. 2015). Envolve o aproveitamento e utilização dos bens existentes sem o dano dos mesmos, ou seja, é o uso consciente dos produtos turísticos no destino, respeitando e adequando-se aos eixos propostos para a sustentabilidade (Ruschmann, 1997; Swarbrooke, 2000; Ashton, 2009).

O turismo sustentável é pautado por sete princípios: respeitar a legislação vigente; garantir os direitos da população local; conservar o meio natural e sua diversidade; considerar o patrimônio cultural e os valores locais; estimular o desenvolvimento social e econômico dos destinos turísticos; garantir a qualidade de produtos, processos e atitudes; estabelecer o planejamento e a gestão responsáveis (Vignati, 2008; Rocha, 2011). Para a Organização Mundial do Turismo (OMT, 2005) o desenvolvimento sustentável do turismo é aquele que: atende às necessidades dos turistas atuais e das regiões receptoras e, ao mesmo tempo protege e fomenta as oportunidades para o futuro. O desenvolvimento sustentável do turismo se concebe como um caminho para a gestão de todos os recursos de forma que possam satisfazer-se as necessidades econômicas, sociais e estéticas, respeitando ao mesmo tempo a

integridade cultural, os processos ecológicos essenciais, a diversidade biológica e os sistemas que sustentam a vida (Brandão et al. 2015).

Conforme desenvolvido por Nickerson (1996) existem algumas condições que devem ser levadas em conta para alcançar o desenvolvimento sustentável da atividade turística: formular uma política de turismo; o turismo como parte do desenvolvimento global do local, atento ao enfoque integrador; avaliação de impacto ambiental em todos os projetos turísticos; priorizar o meio ambiente natural, cultural e os residentes em detrimento das vontades dos turistas; respeitar os limites de crescimento estabelecendo as capacidades de carga nas quatro dimensões: capacidade de carga física; psicológica; social e econômica. Além, da necessidade de compreender como as relações sociais, econômicas, culturais e ambientais são estabelecidas, no sentido de favorecer o desenvolvimento das regiões e consagrar o turismo entre os agentes do desenvolvimento. Portanto, atender o direito de uso do bem em condições e dever de preservação para as presentes e futuras gerações, deve estar entre as prioridades do desenvolvimento sustentável do turismo (Ashton, 2009; Rocha, 2011).

Para a sustentabilidade do turismo deve-se reconhecer a importância do planejamento em longo prazo e de utilizar indicadores de desempenho e monitoramento da valorização econômica, ambiental e socioambiental do destino turístico (Molina & Rodríguez, 2001). Entre esses indicadores pode-se elencar a capacidade de carga social, ambiental e estrutural do destino como elementos de apoio ao controle do turismo sustentável do destino. Para Vignati (2008) & Rocha (2011) a capacidade de carga ambiental permite o controle do fluxo de turistas, da utilização do recurso natural e das características e necessidades de infraestrutura pública para o uso do bem sem dano. Conforme Gutiérrez (2007) existe a necessidade de prever os efeitos futuros do turismo porque o conhecimento dessas questões possibilita o fomento de formas respeitadas com os recursos básicos e o meio ambiente, buscando a melhoria das condições de vida das populações envolvidas nessas intervenções. Sublinha-se que o desenvolvimento se dá no âmbito social e econômico e contempla indicadores como o aumento da produção dos setores primário e secundário, a distribuição de renda e a mobilidade social (qualidade de vida). Ou seja, envolve tanto os aspectos produtivos como os sociais e físico-ambientais.

Desse modo, o planejamento integral e sustentável do turismo, se constitui no instrumento para se chegar a níveis mais elevados de evolução econômica e social (Molina & Rodríguez, 2001), e deve partir de um plano de desenvolvimento considerando as características locais. A sustentabilidade, por sua vez, decorre das políticas públicas, coordenadas pelos governantes, mas também de decisões da sociedade. Está diretamente ligada aos indivíduos e ao comportamento dos mesmos e, principalmente, às suas ações (Ashton, 2009). Para a OMT (2005) a noção de desenvolvimento sustentável do turismo é um caminho para a gestão de todos os recursos de forma que possam satisfazer-se as necessidades econômicas, sociais e estéticas, respeitando ao mesmo tempo a integridade cultural, os processos ecológicos

essenciais, a diversidade biológica e os sistemas que sustentam a vida. Dessa maneira, passa a atender as necessidades dos turistas atuais e das regiões receptoras e, ao mesmo tempo protege e fomenta as oportunidades para o futuro.

Nesse contexto, apreende-se a importância da elaboração das políticas de turismo. “O principal objetivo de uma política é elevar o bem estar de seus cidadãos [...] a entrada de divisas deve estar entre os objetivos secundários” (Kadt, 1991, p.52). “A política é a ciência do Estado que trata da atividade relacionada com o bem público da sociedade baseada no conjunto de operações realizadas por indivíduos, grupos ou poderes estatais” (Montejano, 1999, p.33). Assim, o objetivo das políticas públicas não deve ser a maximização do resultado quantitativo, mas sim oferecer oportunidades para que os indivíduos alcancem o bem estar. Portanto, torna-se necessário garantir a sustentabilidade do destino turístico por meio de um planejamento que contemple projetos que estejam articulados com as políticas públicas regionais em prol do bem estar da população e da utilização do patrimônio com consciência, ou seja, um plano de desenvolvimento local que leve em conta as suas características e peculiaridades em relação à cultura local, paisagem e necessidades da população.

Para a tomada de decisão, deve-se também ter presente o Princípio do Desenvolvimento Sustentável disposto no art. 170, VI, da Constituição Federal que impõe que se observe a defesa do meio ambiente prevendo tratamento diferenciado conforme o impacto ambiental que determinada atividade possa gerar. Esse princípio é conjugado com outros para a tomada de decisões sobre a possibilidade de exploração econômica e turística em consonância com a preservação ambiental (Brasil, 1988). Neste aspecto, merece registro a posição de Carvalho (2008) sobre sustentabilidade e desenvolvimento sustentável que, devem ser compreendidas nas sociedades de risco e consideradas pelo direito ambiental como compromissos políticos, sociais e, sobretudo, jurídicos, de concretização de um mundo [futuro] possível.

Sachs (2000) destaca quatro princípios do desenvolvimento sustentável: (1) Prioridade ao alcance de finalidades sociais, redirecionando o processo de crescimento econômico, com objetivos sociais prioritários, traduzidos pelas suas necessidades materiais e psicossociais, como autodeterminação, participação política e auto realização; (2) Valorização da autonomia ou *self-reliance*, buscando um maior grau de controle dos aspectos cruciais do processo de desenvolvimento, mediante a ação da sociedade civil organizada, no âmbito local, microrregional ou regional, canalizando e maximizando os seus recursos disponíveis, num horizonte de respeito às suas tradições culturais; (3) Busca de uma relação de simbiose com a natureza; (4) Eficácia econômica, situando a eficiência econômica como uma alternativa à racionalidade microeconômica dominante, no sentido de uma internacionalização efetiva da problemática dos custos socioambientais do processo de desenvolvimento.

Nesse sentido, as propostas que envolvem o turismo sustentável podem surgir como uma oportunidade para a implementação de novos projetos que tratem do equilíbrio de

ecossistemas, respeito aos direitos humanos e integração social e que venham a beneficiar a comunidade local, bem como a melhoria da qualidade de vida. Destaca-se, ainda, o efeito multiplicador do turismo e sua influência econômica na geração de divisas nos investimentos públicos e privados, nos gastos efetuados pelos visitantes e o efeito de tais gastos para o local e região, a capacidade de gerar empregos e melhorar as condições de vida dos residentes e por seu papel como matriz do desenvolvimento regional.

METODOLOGIA

Para o desenvolvimento desse estudo foi utilizado o método exploratório descritivo com abordagem qualitativa por meio de um estudo de caso. De acordo com Yin (2010), o estudo de caso facilita investigar determinado fenômeno em seu contexto real, de modo a habilitar o pesquisador a retratar o fenômeno pesquisado, sempre complexo e amplo, de forma imparcial, exploratória e descritiva. Para isso, triangulação de dados por meio de entrevista semiestruturada, observação não participantes e pesquisa documental foi realizada, de acordo com as especificidades de Yin (2010). Para Prodanov e Freitas (2013) a triangulação é um processo de comparação de dados advindos de fontes diferenciadas, o que torna o estudo mais robusto e confiável.

Inicialmente foi realizada uma revisão de literatura para a compreensão dos termos utilizados como a gestão ambiental em Backer, (1995); Almeida et al. (2001); Naime (2002); Andrade et al. (2002); e Shigunov Neto et al. (2009). Em seguida, foi feito um levantamento sobre turismo sustentável baseado nos conceitos de Vignati (2008) e Ashton (2009) entre outros. Para que dessa forma, o referencial teórico pudesse ser composto, para fins, posterior, de comparação com a prática encontrada na Empresa A. Para a triangulação de dados, foi realizada duas visitas *in loco* a uma empresa localizada no município de Garibaldi [para fins desse estudo foi denominada de Empresa A], na região turística da Serra Gaúcha, nos dias 15 de fevereiro e 10 de março de 2015. Na primeira visita, os pesquisadores apenas tiveram contato com o campo de estudo, sem interagir, ou seja, presenciaram o fato, mas não participaram dele, a fim de realizar a observação não participante (Yin, 2010). Para essa fase, foi elaborado um roteiro contendo um total de 12 questões com o objetivo de direcionar os pesquisadores durante a visita na organização. Esse roteiro continha questões, tais como: geração de resíduos e efluentes, o seu destino ou tratamento; controle no consumo de água e de energia elétrica; capacitação ou treinamento de colaboradores; o interesse em desenvolver atividades turísticas, entre outras.

Na segunda visita, os pesquisadores realizaram a entrevista semiestruturada mediante um roteiro com questões abertas relacionadas à prática de gestão ambiental para o desenvolvimento sustentável, tanto da localidade como do turismo. Sobre questões abertas Roesch (2010) assinala que as mesmas permitem ao entrevistador compreender e captar a perspectiva do entrevistado. Discorrendo ainda nesta dimensão, esta autora comenta que o

uso de perguntas abertas em roteiros de entrevistas evita a influência do pesquisador sobre as respostas. A entrevista foi realizada com o diretor e atual proprietário da organização, sendo assim, considerado a melhor pessoa a responder as questões previamente formuladas. Para completar a análise dos dados da etapa qualitativa, foi realizada uma pesquisa documental em documentos que ainda não tinham recebido tratamento analítico. Para Yin (2010), essa fase é marcada pela análise de documentos administrativos, como propostas, relatórios e documentos internos organizacionais. Para essa fase do estudo, o levantamento documental deu-se por meio de dados contábeis, atas de reuniões, sites da empresa e de relatórios técnicos.

Os dados empíricos obtidos durante esta pesquisa foram tratados por meio de análise de conteúdo, seguindo as orientações de Weber (1990) e Bardin (2011), pelas quais foi possível aos pesquisadores levantar inferências sobre o caso estudado. Neste método os pesquisadores buscam partir, das entrevistas transcritas e da pesquisa documental, classificar palavras, frases, ou mesmo parágrafos em categorias de conteúdo, que após foram analisadas à luz da revisão teórica realizada.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Após a crise no setor vitivinícola na década de 1980, no qual o preço da uva pago pelo consumidor não cobria os custos de produção, tornou-se imperativo a busca de soluções. Foram avaliadas diversas alternativas e os produtores que na época tinham plantado 1,5 hectares de parreiras no município de Roca Sales-RS, tiveram a ideia de eliminar os insumos químicos utilizados na produção, e assim aproveitar os recursos naturais disponíveis nas propriedades da região, eliminando custos com agrotóxicos. Nesse contexto, foi criada a Empresa A, localizada na Serra Gaúcha, no município de Garibaldi, no Rio Grande do Sul, Brasil, que fabrica produtos derivados da uva orgânica. Sua produção iniciou em 1996, e desde então os seus produtos são 100% orgânicos e certificados. Situada onde antigamente funcionava uma olaria, rodeada de árvores nativas da região, a organização participante do estudo, está localizada no município de Garibaldi, RS. A empresa iniciou suas operações no ano 1996, e até hoje continua com administração familiar. Pais e filhos, ao lado de nove funcionários locais, trabalham em conjunto em busca de um objetivo: produção 100% orgânica, com o aproveitamento máximo de todos os resíduos provenientes do suco de uva orgânico, principal produto elaborado pela empresa. Questões estas, contempladas no planejamento estratégico da organização, como pode ser visto na Tabela 2.

Tabela 2. Missão, visão e valores organizacionais.

Missão	Visão	Valores
Produzir e comercializar produtos à base de uva orgânica com segurança e qualidade, contribuindo para uma vida saudável a todas as pessoas envolvidas no processo, do produtor ao consumidor, sem agredir o meio ambiente.	Ser referência nacional em produtos à base de uva orgânica.	Sustentabilidade, honestidade, qualidade e integridade.

Fonte. Elaborado pelos Autores

A área total onde a empresa está situada é de, aproximadamente, 40.000,00 m², cercada por 250 postes reutilizados de canos galvanizados, que estão combinados, dentro dos muros de contenção, com aproveitamento de blocos de concreteiras, no qual suas sobras foram aproveitadas para pavimentação da empresa. Além disso, antenas parabólicas também foram utilizadas para construção de cerca de delimitação da propriedade. No espaço utilizado para a produção do suco de uva orgânico, as portas e janelas foram reutilizadas e originam-se de antigos casarões locais. A madeira de antigas pipas da região foram utilizadas na construção de móveis. O espaço ainda conta com ventilação natural através de um sistema que permite a saída do ar quente por convecção, e a iluminação natural provém de telhas transparentes e vidros reutilizados. De acordo com o próprio gerente, essas condições contribuem para manter a qualidade do suco, e, também, melhora o desempenho dos funcionários, proporcionando um ambiente de trabalho agradável. Aproveitar as características do lugar, valorizando a cultura e assim reduzindo os impactos sociais e ambientais, são princípios apontados tanto para a gestão ambiental, como para o desenvolvimento da atividade turística na localidade de acordo com Ashton (2009) e Naime (2005). Vale destacar ainda, a existência de um tanque com capacidade para 120.000 litros de água da chuva, no qual a empresa utiliza para irrigação de horta orgânica (consumo próprio) presente na propriedade, lavagem de calçadas, veículos e descarga para banheiros.

A matéria prima para compor os produtos da marca da Empresa A, originam-se da agricultura familiar de produtores localizados, principalmente, no município de Garibaldi, que de acordo com o entrevistado, todos são remunerados com valores acima de mercado. Dessa forma a empresa acredita contribuir para o desenvolvimento econômico e social das famílias envolvidas no processo. Envolver a comunidade local no processo, contribuindo para o desenvolvimento econômico, social e ambiental, também é uma das premissas apontadas por Catalisa (2003) como eixos de desenvolvimento do turismo de forma sustentável. Atualmente a Empresa A conta com seis diferentes produtos, com destaque para o suco de uva orgânico. Dentre eles estão: vinagre de vinho tinto orgânico, vinagre balsâmico tradicional orgânico, vinagre balsâmico envelhecido orgânico, farinha de semente e de casca de uva orgânica e o óleo de semente de uva orgânico. Os produtos elaborados pela Empresa A foram surgindo através da ideia dos gestores e proprietários da organização – o biólogo e a nutricionista –, de aproveitar todo o resíduo que sobra do suco de uva orgânico.

O maquinário utilizado para a elaboração dos produtos é de origem italiana e de acordo com a própria empresa, são máquinas de última geração e que evitam, ao máximo, o desperdício. Além disso, todo o processo de elaboração é feito por meio de declividade, ou seja, o produto é transportado por meio gravitacional. Ao seu final, todos eles são embalados a vácuo, o que para o entrevistado permite a conservação do produto sem adição de conservantes, e proporciona a proteção contra mudanças de cor, sabor e características nutricionais provocadas pela incidência de luz e calor. Todo o programa de gestão ambiental implicará em mudanças dentro da organização, em destaque para os produtos e processos (Almeida et al.

2001; Tachizawa, 2011; Barbieri, 2011; Donaire, 1999). Além de investimento alto em máquinas modernas, estudos de mestrado e doutorado, bem como participações em projetos de pesquisa em parcerias com Instituições de Ensino Superior foram desenvolvidos, para que todo o reaproveitamento da uva pudesse ser aproveitado.

Ao longo do processo de elaboração dos produtos, resíduos e efluentes líquidos são gerados. Os efluentes líquidos originados durante a produção do suco de uva orgânico são recolhidos por calhas existentes no piso da indústria com declividade suficiente para conduzir todo o fluxo a uma caixa de captação de sólidos com malha filtrante que, através de uma boia de nível, aciona uma bomba de recalque e envia o líquido filtrado para uma estação de tratamento de efluente que está localizada a 250m da indústria e do arroio. O destino do efluente líquido industrial é uma vala de decantação, onde é absorvido pelo solo. Os padrões de emissão adotados são os exigidos pela Licença de Operação emitida pela Fundação Estadual de Proteção Ambiental [Fepam], de acordo com o próprio gerente. Apesar de a empresa apresentar razões internas para implantar as questões ambientais junto a organização, também se percebe a preocupação em estar sempre atualizada com as questões legais do processo (Shigunov Neto et al. 2009; Andrade et al. 2002). Os resíduos sólidos gerados são destinados conforme origem. Os resíduos plásticos são acumulados em local separado, e a cada dois dias são comercializados para indústrias de reciclagem, ou são doados para os fornecedores de uva (no caso das lonas plásticas originadas dos pallets de garrafas utilizados no envase dos sucos de uva orgânico). Os resíduos de vidro também são comercializados para indústrias de reciclagem. Os resíduos gerados da sobra da uva orgânica, como engaço, restos de bagaço e sementes, àqueles não reutilizados na composição de outros produtos, são incorporados ao solo, em área distante de cursos de água, e dispersos de forma a impossibilitar o seu arraste por ocasião de chuvas.

Diante de todos os aspectos apontados, referentes ao processo de elaboração dos produtos, percebe-se que a empresa estudada caminha a uma estratégia de gestão ambiental baseada no planejamento do produto e no desenvolvimento sustentável, pois apresenta prevenção da poluição com alterações em seus processos, mediante, principalmente, a reutilização de resíduos em outros produtos, com visualização futura de ações proativas, com ações corretivas, preventivas e antecipatórias, como destaca os autores Naime (2005); Dias (2011); Donaire (1999); Barbieri (2011) Moura (2011) e Tachizawa (2011). Além disso, tais variáveis apresentadas pela empresa como forma de reduzir seus impactos ambientais por meio da gestão ambiental confere a ela uma série de benefícios já comentados por Corrêa (2014).

Para que todo o processo de separação e destinação correta de resíduos aconteça, todos os funcionários da empresa são capacitados e treinados duas vezes por ano internamente pelos próprios gerentes. Dessa forma, de acordo com o entrevistado, facilita o contato e a comunicação da gerência com os demais colaboradores, oportunizando trocas de experiências e conhecimento com maior eficiência. Sobre a capacitação e o treinamento, o entrevistado

comentou que o programa contempla desde aspectos a fim de evitar o desperdício em todas as etapas de contato direto com o produto, bem como aspectos como cuidados de higienização e de vestimenta apropriada, como luvas e máscaras, com o objetivo de evitar contaminações ao produto. Vale destacar, para o entrevistado a base para disseminação de hábitos ambientalmente corretos através dos modelos que utilizam no dia-a-dia na empresa, são baseados exclusivamente na filosofia de trabalho e de vida, desenvolvida ao longo de muitos anos de experiência com as questões ambientais, ou seja, fatores internos passam a motivar a concepção de programas de gestão ambiental (Backer, 1995; Donaire, 1999; Naime, 2005). Diante desse aspecto, percebe-se o envolvimento direto da alta direção da empresa com as questões ambientais, o que influencia diretamente o dia-a-dia dos colaboradores, questões essas destacadas por Barbieri (2011), Donaire (1999), Aligreri et al. (2009) Moura (2011). Almeida et al. (2001), Dias (2011), Callado et al. (2009), Tachizawa (2011) também destacam a aproximação dos diretores com os colaboradores, ocorrido, principalmente, em pequenas empresas, o que facilita na implantação de práticas pautadas pela gestão ambiental.

A partir do momento que a empresa passa a incluir educação para os colaboradores, o monitoramento constante das atividades, e aqui vale destacar uma parceria firmada recentemente com uma dissertação de mestrado, no qual a estudante pretende desenvolver um conjunto de indicadores de sustentabilidade para a organização em questão, autores como Shigunov Neto et al. (2009), Tachizawa (2011), Barbieri (2011), Aligreri et al. (2009) e Moura (2011) destacam que as questões ambientais já alcançaram o último estágio de configuração da gestão ambiental, sendo incorporada também no planejamento estratégico, como pode ser visto na Tabela 2, no qual a palavra sustentabilidade está presente. Uma ideia ainda recente e em desenvolvimento dentro da organização é o investimento na recepção de turistas, atividade que vem merecendo o carinho da Empresa A. Para o entrevistado o turismo deve proporcionar aos visitantes, conhecimento acerca dos processos de produção, bem como do reaproveitamento dos resíduos no fabrico de outros produtos, e do aproveitamento de objetos na infraestrutura da organização. Nesse sentido, para ele, a visitação sempre se inicia com uma pequena imersão dos visitantes no atual contexto da organização, explicando um pouco sobre sua história, suas principais características e dados gerais da sua fundação.

Ainda em relação ao turismo o proprietário faz a seguinte análise: “a possibilidade de agregarmos valor turístico à nossa empresa pode ser uma maneira de contribuirmos com a disseminação de bons exemplos para outros empreendimentos e para as futuras gerações, pois buscamos demonstrar que é possível aliar a funcionalidade, a rentabilidade e as práticas ambientalmente corretas” (Gestor 1 da Empresa A, 2015). É importante destacar que empresas que buscam desenvolver o turismo de forma sustentável, precisam inseri-lo num contexto de valorização e respeito aos aspectos ecológicos e socioculturais do lugar.

Dessa forma, o turismo está entre as novas apostas da organização. Atualmente a Empresa A tem atendido um público mais voltado para as escolas do município, com o fim de ver na

prática os conceitos da gestão ambiental. Entretanto, existem planos para que o roteiro de visitação dentro da organização seja ampliando, podendo proporcionar para os visitantes até estadia, aulas de educação ambiental e conhecimento sobre o processo de produção do suco orgânico de forma mais aprofundada, destacando os aspectos sustentáveis, tanto da produção quanto da construção e manutenção da Empresa A. Uma forma encontrada de iniciar esse processo foi a criação, em 2016, de uma das primeiras rotas de propriedades orgânicas certificadas do Brasil, denominada “Via Orgânica”. O passeio estimula o consumo de produtos orgânicos, enfatizando seus benefícios. Vale destacar, que além da organização alvo desse estudo, outras empresas localizadas nos municípios ao entorno, como Bento Gonçalves, também participam (Fagundes & Schreiber, 2017).

A prática turística observada na Empresa A funciona como agregador de renda e disseminação dos conhecimentos adotados pela organização por meio, principalmente, da gestão ambiental. Assim, a Empresa A consegue abranger os eixos fundamentais e complementares previstos para o desenvolvimento sustentável do turismo como aponta a OMT (2005). Além disso, o turismo na organização foi planejado de forma a explorar/utilizar o ambiente que possui e suas características locais, tornando-se ainda mais único e diferente para quem visita, questões essas destacadas por Ashton (2009), Ruschmann (1997) e Swarbrooke (2000). Vignati (2008) também corrobora com essa ideia e complementa que para desenvolver a atividade turística de forma sustentável é preciso respeitar alguns princípios como: conservar o meio natural e sua diversidade; considerar o patrimônio cultural e os valores locais, considerações que podem ser percebidas através da Empresa A, a partir do reaproveitamento da edificação de uma antiga olaria, dando-lhe novo uso, como forma de preservação da história e da própria construção antiga, e ainda inseri-la no roteiro com destaque especial.

Entretanto vale aqui ressaltar que apesar do turismo ser uma peça importante e com grande potencial de desenvolvimento e crescimento dentro da Empresa estudada, não foi identificado dentro da organização um planejamento turístico adequado, abraçando aspectos como: formular uma política de turismo, respeitar a legislação vigente, respeitar os limites de crescimento, estudos de impacto ambiental, estudos sobre capacidade de carga, entre outros itens destacados por autores como Vignati (2008), OMT (2005) e Nickerson (1996). Também não foi encontrado indicadores de desempenho e monitoramento do destino turístico, como apontado por Molina & Rodríguez (2001).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A realização desse estudo contribuiu para refletir sobre três aspectos diversos, porém que possuem congruências e pontos complementares. A gestão ambiental que trouxe o olhar de estudiosos e revelou a urgência de se pensar na responsabilidade socioambiental das organizações. Também foi apresentado o turismo sustentável numa reflexão sobre os seus princípios fundamentais, que vão ao encontro do que foi sustentado para a gestão ambiental,

como a questão do desenvolvimento econômico e social e o bem estar responsável da população do destino turístico. Na mesma ótica segue os conceitos atribuídos à produção orgânica, que visa o desenvolvimento de produtos com impacto mínimo ao meio ambiente e a urgência dos processos de reciclagem, reaproveitamento para o desenvolvimento socioeconômico. Nesse contexto, se destaca o desenvolvimento entre os fatores chave do tripé – gestão ambiental, turismo sustentável e produção orgânica – porém, ressalta-se a questão social e econômica para o desenvolvimento como gerador de bem estar para a população residente.

A Empresa A, em questão serviu para exemplificar na prática o que se pretendeu transmitir com a realização desse estudo. Por meio da adoção de práticas de gestão sustentáveis para a construção da Empresa, manutenção e produção foi obtido êxito em todos os eixos aqui discutidos. Além disso, observou-se a agregação de valores ao que é produzido com a inserção de novas técnicas de reutilização, reciclagem e reaproveitamento dos resíduos. Com a gestão ambiental bem implantada dentro da organização, ou seja, incorporada, principalmente, no planejamento estratégico, impactando os colaboradores e os processos internos organizacionais, vale destacar que o mesmo deverá ser feito com o turismo. Planejamento adequado, abraçando os aspectos pautados pelos autores revisados, como capacidade de carga e construção de indicadores para o monitoramento da atividade é de extrema importância, para que a atividade possa se desenvolver de sustentável.

Por fim, como limitação do estudo, acredita-se que a pesquisa poderia ter sido aplicada também em outras empresas que tenham o mesmo foco. E como sugestões de estudos futuros, o acompanhamento do desenvolvimento da atividade turística dentro da organização em questão.

REFERÊNCIAS

- Alencar, G. V., Mendonça, E. S., Oliveira, T. S., Jucksch, I., & Cecon, P. R. (2013). Percepção Ambiental e Uso do Solo por Agricultores de Sistemas Orgânicos e Convencionais na Chapada da Ibiapaba, Ceará. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, 51(2), 217-236. DOI: 10.1590/S0103-20032013000200001 [Link](#)
- Aligleri, L. M., Aligleri, L. A., & Kruglianskas, I. (2009). **Gestão socioambiental: responsabilidade e sustentabilidade do negócio**. São Paulo: Atlas.
- Almeida, J. R., Mello, C. S., & Cavalcanti, Y. (2001). **Gestão ambiental: planejamento, avaliação, implantação, operação e verificação**. Rio de Janeiro: Thex.
- Andrade, R. O. B., Tachizawa, T., & Carvalho, A. B. (2002). **Gestão ambiental: enfoque estratégico aplicado ao desenvolvimento sustentável**. São Paulo: Pearson Education do Brasil.

Fagundes, C., Schreiber, D., & Ashton, M. S. G. (2018) Gestão ambiental, turismo sustentável e produção orgânica: tripé de êxito em organização do Sul do Brasil. **Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade**, 10(2), pp. 370-387, DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v10i2p370>

- Ashton, M. S. G. (2009). Sustentabilidade e Turismo: reflexões e perspectivas para o desenvolvimento. In Araujo, M., Zottis, A, & Russo, D. (orgs.). **Sustentabilidade uma abordagem social**. Novo Hamburgo, RS: Feevale.
- Backer, P. de. (1995). **Gestão ambiental**: a administração verde. Rio de Janeiro: Qualitymark.
- Bardin, L. (2011). **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70.
- Barbieri, J. C. (2012). **Gestão ambiental empresarial**: conceitos, modelos e instrumentos. São Paulo: Saraiva.
- Borges, C. H. L., Ferraz, M. I. F, & Borges, A. V. (2015). Turismo sustentável e meios de hospedagens: uma avaliação da sustentabilidade hoteleira em Barra Grande, Maraú-BA. **Turismo Visão e Ação**, 17(3), 601-629. Doi: 10.14210/rtva.v17n3.p601-629 [Link](#)
- Brandão, C. N., Barbieri, J. C, & Reyes Junior, E. (2015). Análise da sustentabilidade do turismo: um estudo em comunidades indígenas no Estado de Roraima, Brasil. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, 9(2), 500-518. DOI: 10.7784/rbtur.v9i3.707 [Link](#)
- Callado, A. L. C., Soares, A. P. A., Machado, A. G. C, & Callado, A. A. C. (2009). **Gestão ambiental e responsabilidade social**: conceitos, ferramentas e aplicações. São Paulo: Atlas.
- Camargo, L. J. J., Camargo, C. M. J., Rondon, E. V., Queiroz, H. P. B., Santos, S. R., Favero, S, & Mercante, M. A. (2011). Análise da sustentabilidade do turismo ecológico no município de Bonito, Mato Grosso do Sul na promoção do desenvolvimento regional. **Sociedade e Natureza**, 23(1), 65-75. DOI: 10.1590/S1982-45132011000100006 [Link](#)
- Carvalho, D. W. (2008). **Dano Ambiental Futuro**: a responsabilização civil pelo risco ambiental. Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- Catalisa. (2003). **Rede de cooperação para a sustentabilidade**. [Link](#)
- Corrêa, L. B., Corrêa, É. K., Peruchin, B., Ferrão, A. L. L da C, & Guidoni, L. L. C. (2014). Sustentabilidade no Turismo: estudo da gestão ambiental em empreendimento hoteleiro da Região Sul do Brasil. **Revista Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade**, 6(4), 583-602. [Link](#)
- Dias, R. (2011). **Gestão ambiental**: responsabilidade social e sustentabilidade. São Paulo: Atlas.
- Donaire, D. (1999). **Gestão ambiental na empresa**. São Paulo: Atlas.

Fagundes, C., Schreiber, D., & Ashton, M. S. G. (2018) Gestão ambiental, turismo sustentável e produção orgânica: tripé de êxito em organização do Sul do Brasil. **Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade**, 10(2), pp. 370-387, DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v10i2p370>

Fagundes, C, & Schreiber, D. (2017). Concepção de um modelo para avaliação da sustentabilidade no processo produtivo do suco de uva orgânico. **Revista Desenvolvimento e Meio Ambiente**, 41, 57-82. DOI: 10.5380/dma.v41i0.49766 [Link](#)

Gabriel, D., Sait, S. M., Kunin, W. E, & Benton, T. G. (2013). Food production vs. biodiversity: comparing organic and conventional agriculture. **Journal of Applied Ecology**, 50(2), 355-364. DOI: 10.1111/1365-2664.12035 [Link](#)

Gutiérrez, J. (2007). **La investigación social del Turismo**: perspectivas y aplicaciones. Madrid: Thomson.

Kadt, E. (1991). **Turismo**: pasaporte al desarrollo. Madrid: Endymion.

Koh, L.; & Lee, P. (2012). Sensible consumerism for environmental sustainability. **Biological Conservation**, 151(1), 3-6. [Link](#)

Moura, L. A. A. (2011). **Qualidade e gestão ambiental**: sustentabilidade e ISO 14.001. Belo Horizonte: Del Rey.

Molina, S. (2001). **O pós-turismo**. São Paulo: Aleph.

Molina, S, & Rodríguez, S. (2001). **Planejamento integral do turismo**. Bauru, SP: Edusc.

Montejano, J. M. (1999). **Estructura del mercado turístico**: gestión turística. Madrid: Síntesis.

Naime, R. H. (2005). **Diagnóstico ambiental e sistemas de gestão ambiental**: incluindo a atualização da série ISO 9000 e as novas NBR 14001/2004 e NBR ISO 19011 / 2002. Novo Hamburgo, RS: Feevale.

Nickerson, N. P. (1996). **Foundations of Tourism**. New Jersey: Prentice Hall.

OMT. (2005). **Organização Mundial do Turismo**. [Link](#)

Prodanov, C. C, & Freitas, E. C. (2013). **Metodologia do trabalho científico**: Métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. Novo Hamburgo: Editora Feevale. [Link](#)

Rauta, J., Fagundes, J. R, & Sehnem, S. (2014). Gestão ambiental a partir da produção biodinâmica: uma alternativa à sustentabilidade em uma vinícola catarinense. **Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade**, 3(3), 135-154. DOI: 10.5585/geas.v3i3.156 [Link](#)

Rocha, J. M da. (2011). Desenvolvimento e sustentabilidade do turismo: Preceitos da teoria da capacidade de carga turística. **Revista Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade**, 3(3), 382-392. [Link](#)

Fagundes, C., Schreiber, D., & Ashton, M. S. G. (2018) Gestão ambiental, turismo sustentável e produção orgânica: tripé de êxito em organização do Sul do Brasil. **Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade**, 10(2), pp. 370-387, DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v10i2p370>

- Roesch, S. M. A. (2010). **Projetos de estágio e de pesquisa em administração**: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertação e estudos de caso. São Paulo: Atlas.
- Ruschmann, D. V. M. (1997). **Turismo e planejamento sustentável**: a proteção do meio ambiente. Campinas, SP: Papyrus.
- Sachs, I. (2000). **Caminhos para o desenvolvimento sustentável**. Rio de Janeiro: Garamond.
- Sampaio, C. A. C. (2001). Turismo sob a análise do desenvolvimento sustentável. **Turismo Visão e Ação**, 4(8), 29-44. DOI: 10.14210/rtva.v4n8.p29-44 [Link](#)
- Shigunov Neto, A., Campos, L. M. S., & Shigunov, T. (2009). **Fundamentos da gestão ambiental**. Rio de Janeiro: Ciência Moderna.
- Swarbrooke, J. (2000). **Turismo sustentável**: turismo cultural, ecoturismo e ética. São Paulo: Aleph.
- Tachizawa, T. (2011). **Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa**: estratégias de negócios focadas na realidade brasileira. São Paulo: Atlas.
- Vignati, F. (2008). **Gestão de destinos turísticos**. Rio de Janeiro: Senac.
- Weber, R. P. (1990). **Basic content analysis**. Newbury Park: Sage.
- Wheeler, S.A, & Crisp, P. (2011). Going organic in viticulture: a case-study comparison in Clare Valley, South Australia. **Australasian Journal of Environmental Management**, 18(3), p.1182-198. DOI: 10.1080/14486563.2011.583206 [Link](#)
- Yin, R. K. (2010). Estudo de caso: planejamento e métodos. Porto Alegre: Bookman.