

A SUSTENTABILIDADE NO SETOR DE COMPRAS NA HOTELARIA

**SABRINA RODRIGUES DOBKE¹; PEDRO MASCARENHAS DE SOUZA
PINHEIRO²**

¹Universidade Federal de Pelotas – saadobke@hotmail.com

²Universidade Federal de Pelotas - pedromsp@ig.com.br

1. INTRODUÇÃO

Com o desenvolvimento do Turismo, o *Trade Turístico* (empresas que estão presentes na organização e na gestão do turismo) também evoluiu e a necessidade de obter mais Meios de Hospedagem cresceu juntamente com a competitividade entre as empresas que oferecem este tipo de serviço. A concorrência no mercado turístico se intensificou a partir do momento em que o consumidor além de preços, também começou a procurar serviços de qualidade, não só a qualidade do atendimento, mas também a qualidade dos materiais usados para a obtenção do produto oferecido, sendo ele orgânico ou inorgânico.

Com a necessidade deste melhor serviço, as empresas hoteleiras começaram a visar opções que favorecessem os consumidores, mas que também trouxessem lucros, desta forma, os meios de hospedagem perceberam a necessidade de um setor específico para a aquisição de produtos, insumos e materiais. Um setor eficiente e focado nos materiais da empresa torna a atividade de compra lucrativa, pois determinando o que se deve ou não comprar, evitam-se os desperdícios.

Segundo BAILY et al. (2000), a compra, pela ótica de uma empresa bem sucedida, é hoje uma atividade importante de estratégia considerável. Porém, algumas empresas ainda não dão a real importância para esta atividade, pois consideram o ato de comprar como uma atividade simples. Entretanto, mais e mais empresas veem percebendo o quão importante é o setor de compras.

Outro aspecto em que as empresas começaram a dar importância é sobre a sustentabilidade. O termo *sustentabilidade* segundo SAVITZ et al. (2007, p. 2) “se originou da conscientização crescente, (...), de que os países precisavam descobrir maneiras de promover o crescimento de suas economias sem destruir o meio ambiente ou sacrificar o bem-estar das futuras gerações”.

A sustentabilidade seria inserida nas empresas como um delimitador de gastos, acabando com gastos exagerados trazendo então lucros e uma melhor qualidade na estrutura das empresas, pois traria uma preocupação ambiental, melhorando os seus espaços; além disso, a sustentabilidade também iria servir como ferramenta para o desenvolvimento econômico e social dentro das empresas, trazendo a importância de se auxiliar o meio em que a empresa está inserida.

De acordo com BAILY et al. (2000), o reconhecimento da consciência ambiental dentro das empresas vem acontecendo e elas começaram a descobrir que ser “verde” é bom para a imagem da empresa. O presente trabalho pretende ressaltar a importância de um setor dedicado exclusivamente a compras em empresas hoteleiras e citar como o uso da sustentabilidade no setor de compras pode trazer benefícios a estas empresas.

1.1 EMPRESA HOTELEIRA

Para clarear o conceito de Empresa Hoteleira, utilizamos os ensinamentos de Castelli (2001, p.56), para o autor:

Uma empresa hoteleira pode ser entendida como sendo uma organização que, mediante o pagamento de diárias, oferece alojamento à clientela indiscriminada.

Empresa hoteleira, segundo o Instituto Brasileiro de Turismo (Embratur), Anexo A, é a pessoa jurídica que explora ou administra meio de hospedagem e que tem em seus objetivos sociais o exercício de atividades hoteleiras.

Segundo a Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH) atualmente existem mais de 18 mil meios de hospedagem no Brasil.

1.2 SUSTENTABILIDADE NO ÂMBITO HOTELEIRO

"A responsabilidade socioambiental é a resposta natural das empresas ao novo cliente, o "consumidor verde" e ecologicamente correto." (ANDRADE; TACHIZAWA, 2012, p.1). Atualmente pode se dizer que a sustentabilidade é também uma estratégia competitiva, visto que grande parte dos consumidores está se conscientizando em relação à esta prática e exigindo que as empresas também tenham uma responsabilidade socioambiental. Para auxiliar as empresas e os consumidores, foram criados os Selos Verdes (certificações que garantem que a empresa está adotando Sistemas de Gestão Ambiental), que agem como ferramentas de orientação sustentável, ajudando as empresas a se tornarem sustentáveis a partir de diretrizes. Estes selos servem também para os consumidores obterem o conhecimento de quais empresas se preocupam com a sustentabilidade.

Uma das certificações mais importantes no Brasil, e com reconhecimento internacional, é a série ISO 14000, desenvolvida pela *International Standardization Organization* (ISO) com o intuito de "... fornecer as empresas e demais organizações de todo o mundo uma abordagem comum da gestão ambiental." (NASCIMENTO; POLEDNA, 2002).

De acordo com NASCIMENTO; POLEDNA (2002 p. 2), a série ISO 14000 se estrutura da seguinte forma:

- ISO14001 e 14004 – Tratam de Sistemas de Gestão. Contêm a descrição de SGAs, objetivos e metas, políticas, desempenho, auditoria, avaliação de desempenho ambiental e diretrizes gerais sobre princípios, sistemas e técnicas de apoio.
- ISO14010, ISO14011 e ISO14012 – Tratam de Auditoria Ambiental.
- ISO14021, ISO14022 e ISO14024 – São Normas relativas à Rotulagem Ambiental.
- ISO14031 – Trata da Avaliação de Desempenho Ambiental.
- ISO14040 e ISO14041 – Referem-se à Avaliação do Ciclo de Vida.

Além da série ISO 14000, foi criado, no Brasil, o Portal Ecohospedagem, que tem como missão a "conscientização de turistas e a criação de demanda para empreendimentos sustentáveis do setor hoteleiro" (PORTAL ECOHOSPEDAGEM), no Portal estão cadastrados 84 meios de hospedagens que são certificados com um selo próprio.

1.3 SETOR DE COMPRAS NA HOTELARIA

É o setor de compras que exerce a atividade de aquisição de materiais essenciais para empresa, também é responsável pelo levantamento de preços, emissão de ordens de compra e estar em contato com os fornecedores da

empresa, entre outras funções (CASTELLI, 2001). Entretanto, CÂNDIDO (2003) complementa que o Setor de Compras deve funcionar em conjunto com o Almoxarifado, a fim de obter os objetivos desejados. Tais objetivos são: evitar comprar materiais em excesso, pois pode não haver lugar para guardá-los ou até mesmo comprar em demasia e o material se desgastar, passar do prazo de válida; obter um controle sobre a entrada e saída de materiais, pois poderá ser criada uma estratégia visando a saída de algum material que a procura é pequena ou até mesmo deixar de comprar algum material que não traga lucro para a empresa e dar mais ênfase em outro material que seja mais usado, além de controlar gastos, evitando prejuízos.

CASTELLI (2001, p. 547), afirma que: “a boa política de compras e gestão de estoques determinará, em grande parte, o sucesso econômico do hotel”, para isto, é fundamental a comunicação entre o Almoxarife (encarregado de administrar o Almoxarifado) e o Comprador (encarregado de comprar os materiais).

CÂNDIDO (2003) e CASTELLI (2001) declaram que é imprescindível que os funcionários do Setor de Compras e o Setor propriamente dito, sejam competentes na área, capaz de realizar negociações com seus fornecedores (formas de pagamento, preços, prazo de entrega), ter noção de mercado (visando qualidade e bom preço) e essencialmente ter conhecimento do que está comprando (tipos de produtos, marcas, quantidades, tamanhos, etc.) para efetuar uma boa compra.

2. METODOLOGIA

Este trabalho tem como metodologia a pesquisa exploratória que segundo GIL (1999, p. 43) “é desenvolvida com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato.” Com o propósito gerar uma visão ampla sobre o tema, este trabalho adota a pesquisa bibliográfica que é desenvolvida, segundo DENCKER (1998, p. 125) “a partir de material já elaborado: livros e artigos científicos”.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A partir das pesquisas, observa-se que a preocupação das empresas em relação à sustentabilidade vem aumentando, porém, esta preocupação ainda não está tão focada no setor de compras do âmbito hoteleiro, sendo percebido mais nos setores de compras dos Órgãos Públicos. Observa-se também que ainda são poucos os meios de hospedagem certificados com Selo Verde, tidos como diferenciais para os empresários, clientes e comunidades locais. Existem empresas hoteleiras que usufruem do marketing verde, mas não praticam ações sustentáveis, por isso o consumidor deve dar importância aos Selos Verdes. O próximo passo para dar continuidade a este trabalho é a pesquisa de campo junto à empresas hoteleiras da região turística da Costa Doce que de acordo com a Secretaria de Estado do Turismo do Rio Grande do Sul (SETUR) é composta por 17 municípios do estado do Rio Grande do Sul (RS).

4. CONCLUSÕES

Com este trabalho podemos concluir que é importante para uma empresa hoteleira criar um setor de compras eficiente e mais importante ainda que ele seja focado na sustentabilidade. Além da parte ambiental e financeira, a

sustentabilidade ainda engloba a parte social, ou seja, ela prioriza o desenvolvimento da região em que a empresa está inserida. São muitas as vantagens de se ter um setor de compras sustentável, vantajoso tanto para a empresa que vai lucrar mais, quanto para os consumidores que irão ter mais serviços e produtos de qualidade e também para a população local, sendo priorizada a mão de obra local.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANDRADE, R. O. de; TACHIZAWA, Takeshy. **Gestão socioambiental: estratégias na nova era da sustentabilidade**. - 2.ed. - Rio de Janeiro: Elsevier, 2012
- BAILY, P. [et al.]. **Compras: princípios e administração**; tradução Ailton Bomfim Brandão.-1. Ed. 2000 – 9. Reimpr. – São Paulo: Atlas 2012
- CÂNDIDO, Í. **Controles Em Hotelaria** – 5. ed. rev. – Caxias do Sul: EDUCS, 2003
- CASTELLI, G. **Administração Hoteleira**. 8.ed. - Caxias do Sul: EDUCS, 2001
- DENCKER, A. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**.- São Paulo: Futura, 1998
- EPELBAUM, M. **Sistemas de Gestão Ambiental ISO 14000: Mudando a postura reativa**. Acessado em 28 jun. 2014. Online. Disponível em: <http://www.elluxconsultoria.com.br/sgapostura.pdf>
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. - 5. ed. - São Paulo: Atlas, 1999
- GORINI, A. P. F. ; MENDES, E. F. **Setor de Turismo no Brasil: segmento de hotelaria**. Acessado em 25 jul. 2014. Online. Disponível em: http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/bnset/set2205.pdf
- NAHUZ, M. A. R. O Sistema ISO 14000 e a Certificação Ambiental. **RAE- Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 35, n.6, p. 55-66, 1995. Acessado em 28 jun. 2014. Online. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rae/v35n6/a07v35n6.pdf>
- NASCIMENTO, L. F. M.; POLEDNA, S. R. C. **O processo de implantação da ISO 14000 em empresas brasileira**. XXII Encontro Nacional de Engenharia de Produção, Curitiba- PR, 2002. Acessado em 28 jun. 2014. Online. Disponível em: http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2002_TR102_0937.pdf
- Portal Ecohospedagem**. Acessado em 25 jul. 2014. Online. Disponível em: <http://ecohospedagem.com/o-que-e-porque-fazemos/>
- SAVITZ, A.W.; WEBER, K. **A empresa sustentável: o verdadeiro sucesso é o lucro com responsabilidade social e ambiental** – tradução de Afonso Celso da Cunha Serra.- Rio de Janeiro: Elsevier, 2007 – 4ª reimpressão
- SETUR; Secretaria de Estado do Turismo do Rio Grande do Sul. **Costa Doce**. Acessado em 13 jul. 2014. Online. Disponível em: <http://www2.turismo.rs.gov.br/portal/index.php?q=destino&cod=3&opt=23&fg=2&tp=23>