

Sustentabilidade e Empreendedorismo na Pousada Vale das Araras

Marcos M. Borges¹
Cândido Borges²
Bruna Salgueiro³
Luana Pontes⁴

Resumo: Este caso de ensino retrata como é possível criar um empreendimento de hospedagem que alcance reconhecimento nacional e internacional e concilie qualidade e boas práticas de sustentabilidade em sua gestão. Trata-se da história da Pousada Vale das Araras e do trabalho de seu empreendedor, Richard. Focado em seu sonho sair de um grande centro urbano, viver em um lugar mais próximo à natureza e desenvolver atividades associadas à preservação, Richard abandonou um emprego de engenheiro químico em São Paulo e construiu a Pousada Vale das Araras no pequeno município de Cavalcante, Goiás. Fiel a seus princípios, o empreendedor adotou desde a fase de planejamento práticas de sustentabilidade em seu empreendimento. Considerada uma das melhores pousadas do município, o empreendimento foi um entre 55 no Brasil que receberam do Guia 4 Rodas a folhinha verde de empreendimento sustentável.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Sustentabilidade. Criação de empreendimentos turísticos. Empreendedorismo sustentável.

1. Introdução

No Guia 4 Rodas de 2012, a Pousada Vale das Araras foi uma entre 55 no Brasil que receberam do guia a folhinha verde de empreendimento sustentável, sendo a única opção de hospedagem sustentável de Cavalcante, Goiás. A pousada já tinha recebido nos anos anteriores o sinal de positivo ao lado de sua classificação, o que representava uma indicação de hospedagem do Guia. A Pousada Vale das Araras foi também incluída como um dos 200 empreendimentos sustentáveis do Eco-Travel Handbook, um guia internacional. Como criar e um empreendimento de hospedagem que alcance reconhecimento nacional e internacional em sua qualidade e práticas de sustentabilidade? Este caso procura responder esta questão apresentado a história da Pousada Vale das Araras e do trabalho de seu empreendedor, Richard.

¹ Mestre em Geografia, Professor da Faculdade de tecnologia Senac, email: mborges@nativa.tur.br

² PhD em Administração, Professor da Universidade Federal de Goiás, email: candidoborges@gmail.com

³ Especialista em Gestão do Turismo, Técnica do Instituto de Pesquisas em Turismo de Goiás, email: brunasalgueiro@gmail.com

⁴ Graduanda em Administração pela Universidade Federal de Goiás, email: luana_16_lua@hotmail.com

2. A escolha de Cavalcante

Tudo começou com um desejo antigo de um dia poder sair de um grande centro, viver em um lugar um pouco mais afastado, mais próximo à natureza e desenvolver atividades ligadas à preservação. Richard, engenheiro químico, trabalhou por muitos anos em uma indústria onde realizava trabalhos na área ambiental, porém não se sentia completamente realizado. Começou então a planejar a criação de uma pousada. Um dos primeiros passos nesse planejamento foi a busca pelo lugar para construir seu empreendimento. Segundo ele, o motivo desta pesquisa foi “...encontrar um lugar onde a coisa estivesse se desenvolvendo para entrar, não ter que entrar num mercado já saturado, um mercado muito competitivo, ter um diferencial já logo no ingresso.”

“Eu conheci Cavalcante muito tempo antes até de imaginar empreender no setor de turismo, porém quando eu fiz essa opção e decidi escolher o lugar que eu iria me instalar, eu fiz uma viagem especificamente para isso.” Além de Cavalcante, já conhecia ou visitou lugares em São Paulo, Minas, Região Serrana do Rio de Janeiro e o Jalapão no Tocantins. Nestes locais, entrava em contato com corretores de imóveis para levantar a disponibilidade e preço de áreas que se encaixavam no perfil desejado. A cada local visitado, sempre vinha à mente o pensamento: “Bom, existe Cavalcante.” Quando finalmente fez uma análise comparando os diferentes destinos turísticos visitados, observou que a maioria já estava muito explorado e com uma história de turismo mais antiga. Estes e outros fatores o levaram a concluir que Cavalcante apresentava um potencial que ainda estava por ser explorado. Neste município, Richard, com 28 anos de idade, e sua esposa adquiriram uma área e construíram a Pousada Vale das Araras, um empreendimento de pequeno porte, com 7 chalés, 2 quartos, restaurante, piscina, sauna, sala de convivência e trilhas.

O município de Cavalcante foi fundado em 1740 e localiza-se na região nordeste do Estado de Goiás a 320 km de Brasília e 500 km de Goiânia e a 90 km de Alto Paraíso de Goiás, um dos principais destinos turísticos do estado. O município conta com 9.300 habitantes e abriga parte da comunidade quilombola Kalunga, considerada uma das maiores do Brasil, possui várias cachoeiras, serras e outros atrativos naturais e culturais, inclusive o Parque Nacional da Chapada dos Veadeiros que tem cerca de 60% de sua área no município.

Na época da compra da área, Cavalcante era um destino turístico em ascensão e tinha apenas uma pousada em operação. Além disso, havia uma nova gestão na prefeitura que “... tinha aprovado um conjunto de leis ligadas ao meio ambiente e ao turismo. Então isso foi um fator muito interessante nesse momento de escolha. Essas leis previam conselhos, previam a organização da cadeia turística.” Dados mais recentes demonstram que o município já é um destino turístico em fase de consolidação. De acordo com estimativas da Agência Goiana de Turismo – Goiás Turismo, Cavalcante conta hoje com 12 pousadas, 12.000 turistas visitaram a cidade em 2011, sendo que destes 5.000 se hospedaram em pousadas.

Em 2001 Richard comprou uma área de 156 hectares localizada a 3 km de Cavalcante que superava as condições que havia pré-estabelecido: uma área de mata ou então pelo menos uma cachoeira, um atrativo natural. Além da cachoeira, mata e cerrado, a propriedade contém também uma trilha construída pelos Bandeirantes. No processo de visitas a Cavalcante para escolher a área, quando lhe mostraram a

propriedade, a decisão foi imediata: “é aqui, pronto.” Depois foram várias visitas para concretizar a aquisição do imóvel e, assim que assinou o contrato, “já comecei a fazer o projeto arquitetônico, desenvolver como que seria a estrutura da pousada, isso mesmo antes de mudar para cá. Quando eu cheguei aqui, eu já tinha o projeto pronto”.

3. O planejamento, a construção e aprimoramentos da pousada

Além do projeto arquitetônico, Richard também fez as projeções do fluxo físico e financeiro para a obra a partir da experiência que havia adquirido em seu trabalho na indústria. No entanto, não fez um plano de negócios pela carência de dados em um mercado insipiente, que inviabilizava análise e projeções mais precisas. Além disso, acredita que este é um tipo de empreendimento que dificulta fazer as análises clássicas de retorno de investimento pois “...o retorno de um investimento desse você só vai ter quando você vender. Essa é a mais pura verdade ... Aqui o olhar foi mais de primeiro buscar qualidade de vida, ... de estar fazendo aquilo que era o meu objetivo e, obviamente, cada centavo que você adiciona num empreendimento desse tipo você está transformando isso daí em muito mais centavos na hora de você vender.”

As obras para a construção da Pousada se iniciaram no início de 2002. Até o término da primeira etapa, que foi construção da estrutura principal para receber os turistas, composta pelos 7 chalés, do camping, restaurante e trilha, foram um ano e quatro meses de obra. Quando a Pousada ingressou no mercado, já havia outro meio de hospedagem abrindo as portas em Cavalcante.

Esse início não foi fácil. Ainda em São Paulo, na fase de planejamento, Richard fez um curso sobre como montar e administrar a pousada, o que, segundo ele, teve pouco aproveitamento. Como nunca tinha trabalhado no ramo de hotelaria e não conhecia essa área, alguns erros foram cometidos, servindo de aprendizagem. “Tanto na escolha do mobiliário, até no fato de eu ter decidido investir no segmento de pousada e acampamento ao mesmo tempo”, diz Richard.

Depois deste curso Richard não fez outros, mas utiliza bastante a internet para buscar o conhecimento necessário. Com o dia a dia da pousada, as observações dos hóspedes deixadas em um formulário de opinião que deixa nos quartos e a observação de outros empreendimentos, Richard foi conhecendo a demanda do público, pesquisando mais, aprendendo e ajustando a operação e estrutura da pousada.

O camping foi desativado e sua estrutura de suporte foi convertida em dois quartos. Além disso, construiu piscina, sauna, quarto para funcionários, instalou painéis para aquecimento solar, trocou móveis, camas, colchões e roupa de cama e banho ampliando a qualidade da estrutura do empreendimento. Atualmente a Pousada possui sete chalés e dois quartos equipados com frigobar, ventilador de teto, colchão de mola e varanda privativa com rede. Os chalés contam ainda com aquecedor solar para os chuveiros e interfone.

Os investimentos para aquisição da área e construção da primeira etapa da pousada foram feitos com recursos próprios. Já as modificações e melhorias foram feitas com recursos de quatro empréstimos junto ao Fundo Constitucional de Financiamento do Centro-Oeste - FCO (Quadro 1), sendo que o primeiro já foi quitado.

Quadro 1: Relação de investimentos realizados com recursos do FCO.

Empréstimo	Ano	Investimento
1º	2006	Construção da Piscina.

2º	2007	Fechamento do salão do restaurante com criação de ambientes de lazer e melhoria dos quartos: camas king size, troca de colchões, móveis, melhores roupas de cama e de banho.
3º	2009	Sauna, painéis solares e quarto para funcionários.
4º	2010	Compra de Gerador de Energia, informatização e troca de equipamentos industriais: geladeira, freezer, fogões e fornos.

Como há muitas quedas de energia em Cavalcante, uma parte do último financiamento foi investido na aquisição de um gerador de energia, assegurando maior qualidade aos clientes e também na operação do empreendimento. A outra parte foi na informatização da pousada e na compra de equipamentos de cozinha industrial, investindo na área de alimentos e bebidas (A&B), ampliando o atendimento do restaurante da pousada para turistas de Cavalcante e não somente os hóspedes.

Até 2010, Richard tinha sua esposa como sócia nos investimentos e na gestão da Pousada. Em 2011 ele passou a ser o sócio majoritário e ser o único gestor da pousada. Ele tem um novo sócio, que é minoritário e não atua na administração do empreendimento.

4. *A sustentabilidade como missão e como diferencial*

Desde o início Richard pensou na questão da sustentabilidade para o seu empreendimento. Richard define sua visão de empreendimento sustentável como: *“A preocupação com a sustentabilidade de um empreendimento turístico vem desde seu projeto e vai até o processo de gestão e operação. Desde o uso de técnicas construtivas de mínimo impacto até a utilização de recursos locais, cada detalhe colabora no sentido de tornar o negócio sustentável.”* Esta visão está expressa em um livro que retrata o histórico e as práticas sustentáveis da pousada e que é colocado em todos os quartos da pousada.

Para alcançar este objetivo de sustentabilidade e ao mesmo tempo assegurar aos hóspedes o máximo de qualidade e privacidade, Richard desenvolveu várias ações, a começar pela criação de uma Reserva Particular do Patrimônio Natural (RPPN). A RPPN Vale das Araras, com aproximadamente 30 hectares, foi criada com o apoio de uma fundação de Brasília e recursos do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD).

Uma RPPN é um tipo de unidade de conservação federal com uma legislação que limita os seus usos como se fosse um parque nacional, apesar de continuar uma propriedade particular. A RPPN Vale das Araras também preserva um rico patrimônio cultural e histórico, Nela encontram-se canais para desvio de água construído pelos Bandeirantes há mais de 200 anos para a mineração do ouro.

Além de manter uma área preservada, uma das vantagens de se criar uma RPPN é seu apelo turístico, já que geralmente são áreas de grande beleza natural e cênica. E Richard aproveita para inserir a prática de educação ambiental nas atividades de ecoturismo na reserva, informando os visitantes sobre o cerrado e estimulando-os a colaborarem com a preservação.

A educação ambiental é também praticada através de palestras para grupos e mensagens em diversos lugares e no livro deixado nos quartos com a história da

pousada. Nele, o empreendedor estimula os hóspedes a terem um consumo consciente e práticas mais sustentáveis. Ele exemplifica com a questão da água: “Neste livro que tem nos quartos, eu sugiro ao hóspede que deixe de comprar as águas que eu vendo no frigobar para usar o filtro que tem na recepção”, diz Richard. Os hóspedes são motivados a usar menos embalagens descartáveis, a informar sobre a necessidade de substituição das roupas de cama e de banho (o que gera economia de água e energia) e a optarem por empresas que tenham compromisso com o meio ambiente e sejam legalmente constituídas.

Mínimos Impactos na Construção e Gestão de Resíduos

A definição dos locais de construção da pousada observou os aspectos do relevo para reduzir a necessidade de deslocamento de solo para aterros; o posicionamento de portas e janelas permite a ventilação natural e o aproveitamento da luz natural, minimizando o uso de energia; o entulho gerado durante a obra foi reutilizado como material para aterro. Além disto, nenhuma árvore foi derrubada para construção da pousada.

Os quartos e chalés são decorados com produtos produzidos artesanalmente por Richard, que utiliza como matéria prima elementos naturais e outros materiais reutilizados, como filtros de café usados.

Richard faz a separação do lixo reciclável da pousada e estimula os hóspedes a fazerem o mesmo: “Dentro do chalé tem uma lixeira específica para o reciclável”, diz. Durante algum tempo, ele levava pessoalmente os recicláveis para Brasília, mas era uma operação complicada, então passou a vender os materiais para uma pessoa em Cavalcante. Como esta pessoa não deu continuidade à compra dos recicláveis, hoje acumula os recicláveis e depois paga um frete para levar o material até Brasília, facilitando assim a logística.

Já na cozinha, há duas lixeiras para os resíduos orgânicos: uma com os resíduos que são levados para alimentação das galinhas e a outra, com o material que vai para a compostagem, transformando-se em adubo para a horta, fruteiras e grama. E todo o óleo utilizado no restaurante é destinado ao preparo de sabão e detergente líquido, suprimindo totalmente a demanda da pousada e evitando o seu derrame nas fossas sépticas.

Redução no Consumo de Energia e Água

Painéis solares foram instalados em todos os chalés para o aquecimento da água, reduzindo significativamente o uso de chuveiros elétricos. Além disso, as lâmpadas são fluorescentes compactas e as luzes externas possuem timer e sensores que reduzem o consumo com energia.

A Pousada utiliza mecanismo de caixa acoplada na descarga nos banheiros, gerando menor consumo de água. A irrigação da horta e da parte ornamental é feita por aspersão, técnica utilizada para diminuir o desperdício da água, e a grama não é irrigada no período da seca. Para o esgoto, existem fossas sépticas com dois estágios de depuração, o que evita a contaminação do solo e águas subterrâneas pelo efluente. Além disso, o sistema é projetado para no futuro seja conectado a uma estação de tratamento para permitir o reuso da água nos jardins.

Agrofloresta e Produção de Alimentos Orgânicos

Uma parte dos alimentos servidos no restaurante da pousada é produzido no próprio empreendimento: frutas, polpa de frutas, pães, bolos, geléias, biscoitos, iogurte, verduras e ovos. São produtos orgânicos, produzidos sem a utilização de adubo químico e defensivos.

Para aumentar a produção de frutas do cerrado e ampliar a área preservada, a pousada mantém um viveiro onde são produzidas mudas de plantas nativas para reflorestamento em um sistema conhecido como agrofloresta, aonde se planta árvores frutíferas juntamente com outros tipos de árvores, gerando uma floresta que produz alimentos. *“Trabalhamos principalmente com espécies frutíferas e lenhosas do cerrado e distribuimos estas mudas nas áreas anteriormente destinadas a pastagens.”* O viveiro também produz a maior parte das plantas ornamentais utilizadas na pousada.

Responsabilidade Social

Na Vale das Araras a questão da sustentabilidade se expressa também por meio de práticas de responsabilidade social, como na participação do empreendedor em fóruns e conselhos locais de fomento ao turismo, nas tentativas de priorizar a compra local e na relação da empresa com os funcionários. Especificamente sobre este último aspecto, Richard afirma que *“...eu sempre tive uma preocupação muito grande de valorização da mão de obra, no entendimento de que eles são o meu público interno, eles são fundamentais, sem eles a pousada não funciona”*. São cinco funcionários, todos formais e recebendo acima da média do mercado. A pousada emprega apenas pessoas de Cavalcante, estimula e oferece capacitações, divide a taxa de serviços igualmente entre os funcionários e criou o Hóspede por um Dia que é um programa que *“...às vezes é um café da manhã que eu sirvo para eles [os funcionários], às vezes é a utilização do serviço da pousada: piscina, sauna, cachoeira. Eu levo eles também para fazer turismo na região, porque a maior parte das pessoas não conhecem os atrativos daqui.”* Além do bem-estar do funcionário, o resultado dessas ações são serviços realizados com melhor qualidade, hóspedes com melhor atendimento e redução do turnover (um problema recorrente nos empreendimentos do setor).

Na viabilização da compra local, Richard encontrou mais dificuldades. Inicialmente ele tentou comprar o máximo de produtos produzidos em Cavalcante. No entanto, o empreendedor encontrou problemas de qualidade, de sazonalidade e instabilidade no fornecimento e ineficiência na fiscalização sanitária que pudesse garantir a procedência dos produtos como a carne. Ele exemplifica essa situação com a compra do leite: *“A produção de leite aqui ela é muito baixa, então chega aos momentos de pico que é a seca, que é nosso maior movimento é o momento de menor produção de leite. Tinha um único fornecedor na cidade que tinha nota fiscal e vendia o leite ensacado, tem ainda, só que eu chegava lá para comprar, “preciso de 6 litros”, “não, hoje só tem como eu te vender 2”. Então não tinha como falar para o hóspede, “Hoje você não vai beber leite porque a vaca não deu, então não pude comprar”*. Essas condições, e na obrigação de garantir a seus clientes produtos de qualidade e procedência garantida, levaram Richard a comprar a maioria dos produtos que necessita em Brasília. Desta forma, apesar de não comprar localmente, Richard mantém

fidelidade aos clientes da pousada, já que é um público que demanda qualidade nos produtos e serviços que consome.

5. Público-Alvo e divulgação da Pousada

Um fator muito importante em qualquer empreendimento é definir o seu público-alvo. O segmento de clientes atendido pela Vale das Araras é formado por pessoas das classes A e B. Mas quando ainda estava planejando o seu empreendimento, Richard não tinha clareza de qual seria seu público. Foi outro empreendedor que o ajudou a fazer essa opção. Em uma de suas viagens para a região, quando já havia comprado a terra, foi a São Jorge, um distrito de Alto Paraíso onde fica o único acesso ao Parque Nacional da Chapada dos Veadeiros. Visitou a então a melhor pousada do vilarejo e ouviu uma dica importante do gerente da pousada que foi fundamental para a definição do segmento de mercado que seria o seu foco: “...se você trabalhar com um segmento de renda menor você vai estar muito mais influenciado pelas oscilações de mercado, de concorrência, porque daí está todo mundo ‘atirando’ para o mesmo lado, então você vai brigar por preço, o hóspede que está buscando preço ele não está muito interessado em qualidade.” Richard havia planejado construir um empreendimento mais simples e alterou seu projeto para buscar o mercado composto por turistas com maior renda.

Hoje ele considera acertada a opção pelo público das classes A e B. Mas esta sugestão que recebeu de outro empreendedor não o impediu de cometer o que ele depois considerou um erro. Ao construir a pousada Richard implantou um camping próximo aos chalés, o que implicava em trabalhar com segmentos distintos em um mesmo empreendimento, campistas e hóspedes da pousada. Com a pousada em funcionamento, aprendeu que esta combinação não funcionava, fechou o camping e adaptou a estrutura de suporte transformando-a em dois quartos. Com isto, concentrou os investimentos na pousada, os serviços e a divulgação no segmento composto pelas classes A e B.

Para dar início à divulgação do empreendimento, quando ainda não existia a infraestrutura para receber os hóspedes, Richard utilizou a trilha, um atrativo natural, para mostrar a beleza do lugar e a construção da Pousada. Pessoas que visitavam a cidade e se hospedavam em outros locais, vinham até seu empreendimento para fazer a trilha. Além de gerar uma renda inicial, também provocou nos visitantes a expectativa em relação à pousada.

Com a inauguração da pousada, o principal meio de promoção passou a ser a Internet. Ela e a divulgação boca-a-boca são os principais meios de atração de clientes. A presença na Internet se dá de diferentes formas: a pousada tem um site, está no Facebook e nos diretórios de busca dedicados ao turismo. Em todos, o empreendedor ressalta aspectos implícitos a sustentabilidade e, principalmente a experiência única e agradável que o hospede pode ter no local: “...[falo] da reserva, das trilhas, [...] do fato de você se hospedar na natureza, com tranquilidade; não tem internet, não tem televisão, isso daí fica bem claro para o cliente que ele está vindo para um lugar para descansar, para ter uma vivência, uma experiência diferente da que ele teria em outros lugares.”

Um aspecto importante na estratégia de comunicação é o fato dela aparecer em guias renomados, como o Guia 4 Rodas e o Eco-Travel Handbook. Após alguns anos de mercado, Richard recebeu em sua Pousada um jornalista da Editora Abril e aproveitou a

oportunidade para mostrar o potencial turístico da cidade de Cavalcante e a infraestrutura e serviços do seu empreendimento. E assim, a cidade de Cavalcante e a pousada foram inseridos no Guia 4 Rodas, que é um importante meio de consulta por parte de turistas. Na edição de 2012, a Pousada Vale das Araras foi uma entre 55 no Brasil que receberam do Guia a folhinha verde de empreendimento sustentável, sendo a única opção de hospedagem sustentável de Cavalcante.

Já o Eco-Travel Handbook é um guia internacional publicado na Inglaterra e na Alemanha que selecionou 200 empreendimentos sustentáveis no mundo e incluiu a Pousada Vale da Araras como um deles. A pousada já recebeu hóspedes estrangeiros em função deste guia, como exemplifica Richard: *“eu recebi hóspede da Alemanha que veio para cá, eles vieram para visitar Pantanal, vieram para Chapada dos Veadeiros única e exclusivamente para o Vale das Araras porque a gente estava naquele livro, eles estavam visitando só os lugares que estavam dentro daquele guia, então isso daí vai repercutindo.”*

Outro meio de divulgação utilizado por Richard foi a visita a agências e operadoras turismo de São Paulo para apresentação e divulgação da Pousada e da cidade de Cavalcante. Em 2012, a pousada consta como opção nos roteiros de algumas destas agências e, mesmo que não enviem muitos clientes, a pousada e Cavalcante se beneficiam dos anúncios que estas empresas fazem para divulgar seus produtos. Richard procura também trabalhar em parceria com operadoras de Cavalcante e Alto Paraíso.

6. Sustentabilidade Econômica e futuro da Pousada

No conjunto, as estratégias adotadas por Richard estão dando resultado. O empreendedor considera que *“...o fato de ter mirado em um segmento de mercado e não ter tentado abranger tudo, mirar nesse segmento, isso foi um fator de sucesso. Eu tive a penetração nesse segmento, consegui me consolidar com uma imagem, seja tanto da questão do público das classes A e B quanto da questão de sustentabilidade. O fato de ter focado também nesse mercado da sustentabilidade, isso faz com que eu abrace essa parcela de público que dá valor a isso daí, e são propagadores dessa ideia que acabam repercutindo em outros futuros clientes.”*

Sua taxa de ocupação ainda não o permite estar em uma zona de conforto, mas ele considera que está no caminho para melhorar este aspecto. Richard acompanha com atenção essa taxa, Baseado na média histórica da taxa de ocupação da pousada e considerando os feriados do ano, ele criou um sistema aonde simula mês a mês a taxa de ocupação prevista e faz um planejamento orçamentário anual. Para 2012 previu uma taxa de 23% de ocupação. Segundo ele, *“O ponto de equilíbrio gira em torno de 25%, porque eu trabalho. Se eu não estivesse trabalhando aqui, eu teria que ter pelo menos dois no meu lugar, então daí esse negócio ia ter que subir. Ou então se eu tivesse um mercado justo eu iria praticar uma diária maior.”*

Richard considera que o mercado não é justo em função da informalidade e concorrência desleal, o que faz com que o preço estabelecido pela Pousada fique defasado quando comparado a outros meios de hospedagem que oferecem o tipo de serviço e infraestrutura com a qualidade que oferece. No entanto, ele vê uma evolução no cenário, já que os empresários de hospedagem de Cavalcante estão discutindo a criação de tarifários para serem praticados de acordo com a sazonalidade do destino e também com a qualidade do serviço e infraestrutura oferecidos pelo empreendimento.

Quanto ao futuro Richard afirma que *“Eu não posso deixar de ser otimista, acreditar. O que me atraiu na região, além dos aspectos que eu falei, legais e etc., é o potencial. A gente tem aqui um potencial absurdamente grande, de tudo que eu já circulei no país. ... Sempre andei pelo interior do Brasil, e vi diversos lugares bonitos, mas nunca encontrei um conjunto como esse. Conheço as 3 chapadas, só não conheço a Chapada das Mesas ainda, pretendo ir lá. Mas a chapada dos Veadeiros ela tem um potencial que está adormecido.”* Richard acredita que se o Governo de Goiás investir mais na divulgação do destino Chapada dos Veadeiros, melhorar as estradas e implementar voos regionais entre Goiânia ou Brasília e Alto Paraíso, o mercado vai expandir bastante, aumentando o retorno.

Notas de ensino

Fonte de dados

A principal fonte utilizada foi uma entrevista realizada por dois dos autores do caso com o Empreendedor - Richard, em sua pousada. Foram utilizadas ainda informações obtidas no site da empresa: <http://www.valedasararas.com.br/>

Objetivos educacionais

O caso pode ser utilizado em disciplinas de graduação e pós-graduação de empreendedorismo, gestão de meios de hospedagem ou pequenos negócios, gestão ambiental e turismo.

Sugestão de questões que podem ser trabalhadas em sala:

1. Empreender em Cavalcante por ser um lugar com o turismo ainda por se desenvolver foi uma boa escolha? Se tivesse escolhido um destino já consolidado, como Pirenópolis, Goiás, há 140 km de Brasília, Richard teria feito uma melhor opção?
2. Richard tem um problema com alguns fornecedores locais, que não garantem qualidade e assiduidade no fornecimento. Como ele pode passar a privilegiar mais os produtores locais, ampliando a responsabilidade social da pousada, e ao mesmo tempo não prejudicar a qualidade de seus serviços para os clientes da pousada?
3. Richard tem uma proposta de sustentabilidade no empreendimento desde a sua concepção. Que outras iniciativas ele poderia agregar à pousada para torná-la ainda mais sustentável?
4. Empreendedorismo e inovação são temas recorrentes hoje. Quais características de empreendedor você identifica em Richard? Quais inovações você identifica na Pousada Vale das Araras?
5. Diante das ações de marketing que Richard realizou, o que você faria de diferente para divulgar a pousada para o público que ele almeja?

Dinâmica de discussão do caso

Sugere-se que, após uma leitura individual do caso, os alunos sejam divididos em grupos, com cada grupo. Cada grupo pode discutir uma das questões formuladas acima ou ainda trabalhar no desenvolvimento de cenários específicos: fornecedores locais versus externos, aplicação de um modelo de Sistema de Gestão Ambiental (SGA) na pousada, novas estratégias de marketing, uso do marketing verde, a construção da pousada em um destino turístico mais consolidado. Para ajudar no desenvolvimento dos

cenários, dados fictícios de fornecedores, oferta, demanda e impactos de uma pousada podem ser dados aos alunos para que utilizem o conhecimento adquirido sobre gestão e sustentabilidade. Cada grupo deve elaborar um material para apresentação em 5 minutos e submeter à sala ao final da aula, para fomentar um debate coletivo.

Agradecimento

Os autores agradecem ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), agência do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI) do Brasil, pelo apoio na realização da pesquisa que subsidiou este caso.