



Instituto Politécnico
de Viana do Castelo

ASSOCIAÇÃO DE POLITÉCNICOS DO NORTE (APNOR)

INSTITUTO POLITÉCNICO DE BRAGANÇA

**OS EFEITOS DA CERTIFICAÇÃO DE SUSTENTABILIDADE
DOS HOTÉIS NA PERFORMANCE DAS EMPRESAS
HOTELEIRAS**

Wia Francisco Gomes

Orientado por:

Elaine Scalabrini

Nuno Filipe Lopes Moutinho

Bragança, dezembro de 2025.



Instituto Politécnico
de Viana do Castelo

ASSOCIAÇÃO DE POLITÉCNICOS DO NORTE (APNOR)
INSTITUTO POLITÉCNICO DE BRAGANÇA

**OS EFEITOS DA CERTIFICAÇÃO DE SUSTENTABILIDADE
DOS HOTÉIS NA PERFORMANCE DAS EMPRESAS
HOTELEIRAS**

Wia Francisco Gomes

Dissertação apresentada ao Instituto Politécnico de Bragança para obtenção do
Grau de Mestre em Gestão das Organizações, Ramo de Gestão de Empresas

Orientado por

Elaine Scalabrini

Nuno Filipe Lopes Moutinho Bragança,

Bragança, dezembro de 2025.

Resumo

O presente estudo tem como objetivo analisar se as empresas do setor hoteleiro detentoras de hotéis com certificação de sustentabilidade apresentam melhor performance financeira do que as empresas do setor hoteleiro com hotéis sem este reconhecimento. Este trabalho centrou-se em hotéis de Portugal, tendo sido obtida uma amostra de 937 observações recolhidas do Booking.com, TripAdvisor e base de dados SABI. Tendo por base a metodologia de regressão linear pelo método dos mínimos quadrados (OLS) obtiveram-se resultados que revelam que os hotéis com certificação de sustentabilidade apresentam, em média, uma performance financeira inferior à dos hotéis não certificados. Este resultado sugere que, embora a certificação contribua para uma melhor imagem corporativa e para uma perceção positiva por parte dos consumidores, os custos iniciais de implementação e de manutenção das práticas sustentáveis podem comprometer a rentabilidade no curto prazo. No entanto, a literatura indica que os benefícios económicos e competitivos dessas práticas tendem a emergir no médio e no longo prazo, especialmente por meio da fidelização de clientes e da valorização da marca. Deste modo, a certificação de sustentabilidade deve ser considerada um investimento estratégico e não apenas financeiro, com potencial para gerar retornos financeiros e sustentáveis a longo prazo.

Palavras-chave: Certificação de sustentabilidade, Performance, Hotel, Booking, TripAdvisor,

Abstract

The present study aims to analyse whether companies in the hotel sector with sustainability certification demonstrate better financial performance as a result of this recognition. The focus was on hotels in Portugal, with a sample of 937 observations collected from Booking.com, TripAdvisor, and the SABI database. The methodology employed was linear regression using the Ordinary Least Squares (OLS) method. The results reveal that hotels with sustainability certification, on average, show lower financial performance than non-certified hotels. This finding suggests that, although certification contributes to a better corporate image and more positive consumer perception, the initial costs of implementing and maintaining sustainable practices can undermine profitability in the short term. However, the literature suggests that the economic and competitive benefits of these practices tend to emerge in the medium to long term, particularly through enhanced customer loyalty and brand value. Sustainability certification should, therefore, be seen as a strategic investment rather than merely a financial one, with the potential to generate sustainable returns over the long term.

Keywords: Sustainability certification, Performance, Booking.com, TripAdvisor.

Dedicatória

Dedico este trabalho, com todo o meu amor e gratidão, aos meus pais (Francisco Gomes e Ângela Embana), que sempre foram e continuarão a ser o meu maior exemplo de vida. Mesmo já não estando presentes neste mundo, permanecem vivos na minha memória, nas minhas atitudes e em cada conquista que alcanço. Tudo o que sou e o que conquistei devo aos valores, ao carinho e à força que me transmitiram.

Dedico também ao meu filho (Dalvin Nancassa Gomes), a minha maior motivação, o meu motivo de levantar todos os dias e seguir em frente, mesmo quando as forças parecem faltar. É por ele que continuo a lutar, a sonhar e a acreditar num futuro melhor. Este trabalho é, acima de tudo, uma prova de que o amor e a perseverança são as maiores fontes de inspiração que alguém pode ter.

Agradecimentos

Em primeiro lugar, expresso a minha mais profunda gratidão aos meus pais (Francisco Gomes e Ângela Embana), que, embora já não estejam neste mundo, continuam a ser a minha maior fonte de inspiração, força e valores. Tudo o que conquistei até aqui devo ao amor, à educação e ao exemplo que me deixaram. Este trabalho também é uma homenagem à memória deles, que permanece viva em cada passo que dou.

Agradeço de coração à minha esposa (Danaia Djata Gomes) pelo amor incondicional, pela paciência e pela compreensão demonstradas ao longo deste percurso. Mesmo à distância, o seu apoio foi essencial para que eu mantivesse o foco e a motivação em momentos de maior desafio.

Dirijo um agradecimento muito especial aos meus orientadores, Professora Doutora Elaine Scalabrini e Professor Doutor Nuno Moutinho, pelo acompanhamento, pela orientação e pela partilha de conhecimento. Em especial, à Professora Elaine Scalabrini, expresso o meu reconhecimento sincero por todo o apoio prestado antes e durante este processo, pela sua disponibilidade constante, pelo incentivo e pela dedicação, que tanto contribuíram para a concretização deste trabalho.

Por fim, deixo um agradecimento aos meus colegas e amigos que estiveram comigo nesta jornada académica. A partilha de experiências, o companheirismo e o apoio mútuo foram fundamentais para ultrapassar os desafios e celebrar as conquistas deste percurso.

A todos, o meu sincero muito obrigado.

Lista de Abreviaturas

APA – *American Psychological Association*

APNOR – Associação de Politécnicos do Norte

BREEAM - *Building Research Establishment Environmental Assessment Method*

EMAS - *Eco-Management and Audit Scheme*,

FEE – *Foundation for Environmental Education* ou Fundação para a Educação Ambiental

ISE – Índice de Sustentabilidade Empresarial

IISD - Instituto Internacional para o Desenvolvimento Sustentável

INE – Instituto Nacional de Estatística

IPB – Instituto Politécnico de Bragança

IPCA – Instituto Politécnico do Cávado e do Ave

IPP – Instituto Politécnico do Porto

IPVC – Instituto Politécnico de Viana do Castelo

ISO – *International Organization for Standardization* ou Organização Internacional de Padronização)

LEED - *Green Building Certification*

OLS – Mínimos Quadrados Ordinários

OECD – *Organisation for Economic Co-operation and Development* ou Organização para a Cooperação e Desenvolvimento

UNWTO – Organização Mundial do Turismo

ONU – Organização das Nações Unidas

ONGs - Organizações Não Governamentais

WBCSD - *World Business Council for Sustainable Development*

WCED - Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento

Índice Geral

Índice de Figuras.....	ix
Índice de Tabelas	x
Introdução	1
1. Sustentabilidade Empresarial	5
1.1 Conceito de sustentabilidade nas empresas	7
1.1.1 Importância da sustentabilidade no contexto empresarial.....	9
1.1.2 Impacto da sustentabilidade na imagem corporativa	10
1.2 Certificação de Sustentabilidade e suas Implicações.....	12
1.2.1 Principais certificações de sustentabilidade no setor empresarial	14
1.2.2 Benefícios e desafios da certificação sustentável para as empresas	16
1.3 Impacto da Certificação de Sustentabilidade na Performance das Empresas.....	18
1.3.2 Influência da certificação na performance das empresas	19
1.3.3 Relação entre certificação e competitividade	20
1.3.4 Efeitos na satisfação do cliente e reputação da marca	21
2. Metodologia e Dados	23
3. Resultados	27
3.1 Estatística Descritiva	27
3.2 Matriz de correlações.....	28
3.3 Análise multivariada	29
Conclusão	32
Referências Bibliográficas.....	35

Índice de Figuras

Figura 1: Filtro para Certificação de Sustentabilidade.	25
--	----

Índice de Tabelas

Tabela 1: Síntese conceptual sobre Desenvolvimento Sustentável	12
Tabela 2: Principais Certificações de Sustentabilidade no Setor Empresarial.....	15
Tabela 3: Benefícios e desafios da certificação.	17
Tabela 4: Estatística Descritiva.....	28
Tabela 5: Matriz de Correlação.....	28
Tabela 6: Resultados da Regressão OLS.	30

Introdução

Nos últimos anos, o turismo tem-se afirmado como um dos pilares fundamentais da economia portuguesa e combina um forte crescimento turístico com a necessidade de preservar o seu património cultural e ambiental. O turismo assume um papel fundamental na economia do país, sendo responsável por uma parcela expressiva do PIB e pela geração de milhares de empregos diretos e indiretos (World Travel & Tourism Council, 2025). Nos últimos anos, o país tem registado um crescimento sustentado nas receitas e no número de visitantes, evidenciando a sua importância estratégica para o desenvolvimento económico e social (Turismo de Portugal, 2024; INE, 2024). Esta dinâmica é particularmente notória na região Norte, onde o setor hoteleiro desempenha um papel determinante na valorização do património e na dinamização das economias locais (OECD, 2022).

No contexto português, a implementação de políticas e certificações sustentáveis é cada vez mais reconhecida como essencial para garantir a viabilidade de longo prazo das empresas e mitigar os impactos negativos da atividade turística, por outro lado a crescente relevância do turismo para a economia portuguesa tem intensificado a necessidade de promover práticas sustentáveis no setor,

especialmente nas empresas hoteleiras, que desempenham um papel central na experiência turística, Tachizawa (2011).

De acordo com a Organização Mundial do Turismo (UNWTO, 2023), a transição para um turismo sustentável representa um dos principais desafios e oportunidades do século XXI, especialmente em países fortemente dependentes do setor, como Portugal. A adoção de práticas de sustentabilidade no setor hoteleiro, como eficiência energética, gestão de resíduos e certificações ambientais, contribui não apenas para a redução de custos operacionais, mas também para a melhoria da imagem e da confiança dos consumidores (UNWTO, 2023).

O turismo em Portugal tem-se expandido significativamente, e as certificações sustentáveis surgem como ferramentas cruciais para diferenciar as empresas e assegurar a competitividade em mercados internacionais cada vez mais exigentes (OECD, 2022). Essa realidade reforça a pertinência de analisar os efeitos da certificação de sustentabilidade na performance das empresas hoteleiras, uma vez que o equilíbrio entre rentabilidade e responsabilidade ambiental se torna o novo paradigma de sucesso empresarial. Nesse contexto, a sustentabilidade assume um papel determinante para garantir um desenvolvimento equilibrado entre o crescimento económico e a preservação dos recursos naturais e sociais.

Assim, num contexto em que o turismo é um dos principais pilares da economia portuguesa, a sustentabilidade assume um papel determinante para o futuro do setor hoteleiro. Mais do que uma exigência ambiental, ela representa uma estratégia de gestão orientada à competitividade e à reputação empresarial, especialmente em Portugal, onde o crescimento turístico exige um equilíbrio entre expansão e responsabilidade ambiental.

Segundo Martins, Alves e Silva (2022), as empresas hoteleiras portuguesas têm vindo a reconhecer a certificação ambiental como um instrumento estratégico de diferenciação, capaz de reforçar a competitividade e a credibilidade perante os turistas cada vez mais conscientes das questões ambientais.

As certificações ambientais constituem instrumentos fundamentais para a consolidação da sustentabilidade empresarial, especialmente no setor hoteleiro, onde a operação diária impacta diretamente os recursos naturais. De acordo com Reis (2021), a adoção de normas internacionais contribui para a melhoria da eficiência organizacional, a redução de desperdícios e o fortalecimento da imagem corporativa. No entanto, o autor destaca que, embora haja benefícios reputacionais, esses processos implicam custos significativos de implementação e manutenção, o que pode afetar a rentabilidade de curto prazo das empresas.

Da mesma forma, Souza (2022) analisou o impacto das certificações da qualidade no desempenho de empresas privadas de saúde em Portugal e concluiu que a certificação atua como um mecanismo de credibilidade e confiança institucional, reforçando a transparência e o compromisso com boas práticas de gestão. Embora o estudo não se restrinja ao setor hoteleiro, os resultados apontam benefícios organizacionais semelhantes em termos de reputação e eficiência.

No contexto turístico, Gonçalves (2010) avaliou empresas certificadas pelo Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) e observou que, embora nem sempre os resultados financeiros melhorem de forma imediata, a certificação gera valor intangível, fortalecendo a relação com clientes e investidores. Isso é particularmente relevante no caso dos hotéis, onde a confiança e a percepção de sustentabilidade influenciam diretamente as decisões de reserva e fidelização.

Além disso, certificações específicas do setor, como o “Green Key”, promovido pela *Foundation for Environmental Education (FEE)*, e os selos ambientais atribuídos por plataformas como a Booking.com têm vindo a ganhar destaque em Portugal. Estas certificações reforçam o compromisso das unidades hoteleiras com práticas sustentáveis, gestão de energia, redução de resíduos e uso responsável da água e melhoram a percepção dos turistas, que estão cada vez mais atentos ao impacto das suas escolhas de consumo (FEE, 2024).

Neste contexto, o presente estudo tem como objetivo principal analisar os efeitos da certificação de sustentabilidade nos hotéis em Portugal, procurando perceber de que forma essa certificação influencia a performance financeira das empresas hoteleiras.

A adoção de práticas de sustentabilidade pelos hotéis portugueses tem-se tornado um fator diferenciador e de grande importância no mercado, refletindo-se na forma como os empreendimentos comunicam suas ações ambientais aos clientes.

De acordo com Sarmiento e Franco (2023), a divulgação dessas práticas nas plataformas institucionais é essencial para fortalecer a reputação das instituições e atrair um público cada vez mais atento às questões ambientais. Os autores destacam que, em Portugal, a transparência na comunicação ambiental pode gerar vantagens competitivas e contribuir para o desempenho organizacional.

O estudo do mercado português justifica-se pelo papel crescente que o turismo e a hotelaria desempenham na economia nacional, sendo um dos setores com maior potencial de geração de emprego e de receita (Turismo de Portugal, 2023). A região Norte, por exemplo, tem-se destacado pelo aumento da procura turística e pela adoção progressiva de práticas de sustentabilidade, tanto em pequenas unidades familiares quanto em grandes cadeias hoteleiras (INE, 2024). Nesse contexto, analisar os efeitos da certificação de sustentabilidade na performance das empresas hoteleiras permite compreender como a gestão ambiental e social pode impactar os resultados financeiros e reputacionais das organizações portuguesas.

Além disso, o contexto português é particularmente relevante devido ao avanço das políticas públicas e dos incentivos governamentais voltados à sustentabilidade no turismo, incluindo programas como o “Turismo + Sustentável 20|30”, que incentivam a certificação ambiental e a transição energética no setor (Turismo de Portugal, 2023). A literatura recente (Reis, 2021; Soares, 2024; Lima & Jucá, 2024) também evidencia que Portugal tem sido um dos países europeus que mais investem na integração entre sustentabilidade empresarial e competitividade turística, o que reforça a pertinência de analisar este mercado como caso de estudo.

Tendo em conta este enquadramento, o presente estudo tem como principal objetivo analisar os efeitos da certificação de sustentabilidade dos hotéis na performance das empresas hoteleiras, avaliando se os hotéis que adotam práticas ambientais certificadas apresentam melhores indicadores de desempenho do que os não certificados. Pretende-se, ainda, compreender se fatores como a classificação dos clientes (*rating*) e o endividamento das empresas influenciam esta relação, permitindo uma análise mais completa do impacto da sustentabilidade na gestão hoteleira.

O estudo não apenas procura contribuir para a literatura sobre sustentabilidade empresarial, mas também oferecer *insights* práticos para gestores hoteleiros e formuladores de políticas públicas, reforçando a importância da sustentabilidade como vetor de competitividade e inovação no mercado turístico português. Tanto quanto se sabe, este é o primeiro trabalho a abordar os efeitos da certificação ambiental na performance das empresas em Portugal, nomeadamente no setor hoteleiro, estabelecendo a ligação entre os hotéis ou unidades hoteleiras e as empresas que os controlam e/ou gerem.

Este trabalho está organizado em 4 secções. A seguir, apresenta-se a temática da sustentabilidade no contexto empresarial, começando pela definição e pela compreensão do conceito de sustentabilidade nas empresas. Em seguida, será explorada a importância crescente que esse tema vem assumindo nas empresas. O capítulo também analisará as principais certificações de sustentabilidade, que validam e reconhecem os esforços das organizações nessa área. Por fim, será discutido o impacto da sustentabilidade na imagem corporativa, evidenciando como a responsabilidade ambiental e social pode reforçar a reputação e a competitividade das empresas no mercado. Na secção 2 são apresentados a metodologia e os resultados. Na secção 3 surgem os resultados e a sua discussão. Por fim, a conclusão conclui a tese.

1. Sustentabilidade Empresarial

O cenário vivido pela humanidade nos implica numa árdua missão de reconstruir a sociedade. Neste sentido, torna-se necessária uma mudança de paradigma por parte dos cidadãos e das organizações, o que implica a reinvenção dos modelos de produção e consumo adotados pelo ser humano. Para tanto, são necessárias novas formas de organização, como a sustentabilidade empresarial, pelo que são impostos inovação e desafios às organizações e aos administradores quanto à necessidade de conciliar as dimensões económicas, ambientais e sociais nos negócios (Zambon e Ricco, 2009).

Nas últimas duas décadas, o desenvolvimento sustentável tornou-se um discurso mundial, impulsionado por acordos internacionais, governança ambiental global e órgãos como a União Europeia, no entanto, a prática varia significativamente entre os estados, com alguns tendo um desempenho melhor do que outros (Kronenberg e Bergier, 2012).

As organizações estão sob crescente pressão para se adaptar e adotar práticas de sustentabilidade corporativa, não obstante a atenção crescente à pesquisa sobre o tema e as contribuições teóricas significativas, afirma-se que ainda falta uma definição e uma compreensão comumente aceite do

conceito de sustentabilidade corporativa. O alinhamento sobre o significado de sustentabilidade corporativa é de importância crítica para viabilizar práticas coerentes e eficazes. A falta de uma fundamentação teórica sólida e de clareza conceitual da sustentabilidade empresarial tem sido identificada como uma importante causa de ações insatisfatórias e infrutíferas por parte das organizações (Pazienza et al., 2022).

A sustentabilidade empresarial trata da implementação de práticas e estratégias adotadas pelas empresas que visam equilibrar o desempenho económico com a responsabilidade ambiental e social. Como se prevê que o desafio da sustentabilidade afete seriamente as condições socioculturais e económicas, tanto globalmente quanto localmente, o desenvolvimento sustentável tornou-se uma questão amplamente aceite nas agendas políticas (Heikkurinen e Bonnedahl, 2013).

Nos últimos anos, as práticas de sustentabilidade corporativa têm sido consideradas mais importantes do que o desempenho financeiro para o sucesso futuro das empresas. As organizações estão obtendo benefícios significativos com a incorporação da sustentabilidade aos negócios, além da maximização do lucro; também é considerada um veículo vital para reduzir escândalos corporativos. É comum a práticas de sustentabilidade corporativa por grandes empresas em países desenvolvidos, mas ainda assim, é um assunto controverso em países em desenvolvimento (Molla et al., 2019)

O aumento da preocupação mundial com a escassez de recursos naturais, os impactos ambientais das atividades produtivas e as desigualdades sociais têm levado a sociedade a exigir das empresas maior responsabilidade social e ambiental, diante desse cenário, torna-se essencial que as organizações integrem as dimensões ecológica e social ao seu planeamento estratégico, superando o foco exclusivo nas questões económicas e alinhando-se aos princípios do desenvolvimento sustentável (Coral, 2002).

O conceito de desenvolvimento sustentável trouxe para o centro das discussões empresariais novos fatores que as organizações precisam considerar, monitorar e avaliar continuamente. Esses aspetos vão além das dimensões tradicionais de gestão, incluindo elementos que, por vezes, escapam ao controlo direto das empresas e são de difícil definição e medição (Callado, 2010).

Das cem maiores economias do mundo, cerca da metade são de corporações mundiais, portanto, é preciso repensar o significado do papel do empresariado, buscando ir além da geração de riqueza material, de forma que as empresas também exerçam a sua sustentabilidade empresarial, contribuindo efetivamente para o desenvolvimento sustentável da humanidade, para se efetivarem, as políticas e práticas de sustentabilidade empresarial devem, necessariamente, atender simultaneamente aos critérios de relevância social, prudência ecológica e eficiência económica, (Zambon e Ricco, 2009). De acordo com estes autores, isso deve refletir-se em estratégias e práticas éticas e sustentáveis de ecoeficiência e responsabilidade social. Está aí o maior desafio ao empresariado neste século XXI: conciliar crescimento económico, preservação do meio ambiente e equidade social. É neste sentido que se tornam cada vez mais necessárias a reflexão, a

disseminação e a proposição de ideias e práticas que tornem realidade a sustentabilidade empresarial.

1.1 Conceito de sustentabilidade nas empresas

Em 1987, o Relatório Brundtland, oficialmente intitulado *Our Common Future* (Nosso Futuro Comum), foi publicado pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (WCED), presidida por Gro Harlem Brundtland, então Primeira-Ministra da Noruega. Este documento é considerado um marco na definição do conceito de desenvolvimento sustentável, propondo que este seja entendido como "desenvolvimento que atende às necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de atenderem às suas próprias necessidades" (WCED, 1987, p. 43). O relatório destaca a importância de políticas públicas que promovam o crescimento econômico inclusivo, a equidade social e a proteção ambiental, reconhecendo que esses elementos são interdependentes e devem ser abordados de forma conjunta para garantir um futuro sustentável para todos.

Segundo a ideia de Shibao et al. (2010), atualmente, no setor empresarial, o tema que mais se destaca está relacionado ao problema da sustentabilidade ambiental. E de acordo com Jacobi (1999), o conceito de desenvolvimento sustentável ganhou destaque como resposta ao agravamento dos impactos ambientais provocados pelas ações humanas, influenciado por correntes econômicas e ambientalistas. Desde os anos 1970, o tema passou a orientar os debates sobre os rumos do desenvolvimento, promovendo a conciliação entre o crescimento econômico e a preservação ambiental. O termo sustentabilidade é de origem latina e tem por base o termo *Sustentare*, que significa sustentar, conservar, proteger e manter em equilíbrio (Patti et al., 2016). É um conceito amplo e de difícil definição, que envolve quatro componentes principais: crescimento econômico, distribuição justa, proteção ambiental e participação social, todos essenciais para promover um desenvolvimento sustentável equilibrado (Veenan & Polytilo, 2003, citado por Silva & Quelhas, 2006).

O conceito de sustentabilidade diz respeito a um processo contínuo e duradouro, voltado à preservação de sistemas e recursos, por meio da garantia de seu uso responsável e da reposição adequada de bens e serviços (Furtado 2005, p. 15, citado por Gomes, 2019). Sustentabilidade é um conceito abrangente que abrange as ações das empresas em relação à sociedade, indo além dos limites imediatos de suas atividades econômicas (Evangalista, 2010). Dentro das organizações, o conceito de sustentabilidade evoluiu para a ideia de sustentabilidade corporativa, sendo moldado ao longo do tempo por influências acadêmicas, governamentais e políticas" (Kidd, 1992, citado por Baptista, 2016).

Nos últimos anos, o conceito de sustentabilidade, tem sido amplamente aplicado ao meio empresarial e tem sido fortemente vinculado à criação de valor compartilhado, conforme desenvolvido por Porter e Kramer (2011). Estes autores defendem que as empresas conseguem obter lucro ao mesmo tempo em que contribuem para a solução de questões sociais e ambientais.

Essa abordagem questiona a visão tradicional que separa o lucro da responsabilidade social, sugerindo que a incorporação de práticas sustentáveis pode gerar uma vantagem competitiva duradoura.

Assim, a sustentabilidade empresarial, deve ser entendida como um processo integrado que combina desenvolvimento econômico, a justiça social e a preservação ambiental.

Não é possível separar os aspectos econômicos dos desafios sociais e ambientais, pelo contrário, esses elementos são interdependentes e precisam ser considerados de forma articulada nas estratégias das organizações, o desenvolvimento sustentável exige um equilíbrio entre crescimento econômico, equidade social e proteção ambiental, garantindo que as necessidades das gerações presentes sejam atendidas sem comprometer as gerações futuras, dessa forma, a implementação de práticas sustentáveis nas empresas não se limita à responsabilidade social corporativa, mas torna-se uma ferramenta estratégica que pode gerar valor, fortalecer a reputação e promover competitividade sustentável no mercado (Sachs, 2002, p. 45).

Diante do contexto atual, a sustentabilidade empresarial também deve ser vista como uma oportunidade de novos negócios para as empresas. Conciliar progresso econômico, equidade social e preservação ambiental podem gerar bons dividendos, imagem e reputação, contribuindo também para o crescimento e perenidade dos negócios, Zambon e Ricco (2009).

Ao investir em sustentabilidade empresarial, as organizações assumem o compromisso de se tornarem totalmente sustentáveis, procurando, ao mesmo tempo, aumentar a eficiência e fortalecer o relacionamento com os clientes, incentivando sua fidelização (Calado, 2024).

Patti et al. (2016) afirmam que, ao adotar práticas sustentáveis, as empresas demonstram respeito pelo meio ambiente e pelo seu próprio negócio, o que resulta na redução do uso de insumos e, conseqüentemente, dos custos. Ainda acrescentam que, em um futuro próximo, as empresas que não adotarem práticas sustentáveis não conseguirão mais competir no mercado.

São poucas as empresas que estão fazendo tudo o que podem na adoção de práticas sustentáveis, para muitos, custa caro porque demanda investimentos e falta um gestor preparado para a temática, sendo importante ressaltar que a sobrevivência das organizações está ligada aos padrões de conduta por elas desenvolvidos na preservação do meio em que estão inseridas. No entanto, as empresas que, ao incorporar práticas sustentáveis, adotam uma postura de respeito ao meio ambiente e ao negócio reduzem os insumos e, portanto, os custos (da Silva et al., 2016).

A sustentabilidade empresarial é uma realidade reconhecida e fundamental para a sobrevivência e competitividade das empresas a longo prazo (Dias, 2009). Na gestão empresarial, a sustentabilidade é vista como um modelo de negócios que busca gerar lucro, ao mesmo tempo em que promove o desenvolvimento econômico, o bem-estar social e a preservação do meio ambiente, segundo Elkington (1997, citado por Nicoletti et al., 2020). De forma geral, esse tema tem ganhado grande destaque atualmente, por suscitar questionamentos sobre os métodos de desenvolvimento e produção, levando as empresas a direcionar seus esforços para a preservação dos recursos naturais (Gomes, 2019).

1.1.1 Importância da sustentabilidade no contexto empresarial

A preocupação com os riscos e danos ao meio ambiente levou as empresas a adotar uma política de gestão para reduzir os impactos ambientais, por meio da preservação ambiental (Costa et al., 2018).

Apesar de já ter sido abordada em vários estudos, a questão ambiental vem assumindo uma importância cada vez maior nas organizações, nas quais os fatores que motivam investimentos na área ambiental decorrem de três razões: o cumprimento da legislação, exigências do mercado consumidor e mudanças na compreensão sobre a causa e a consequência dos danos ambientais. Por isso, para vários autores, a questão ambiental incorporada à economia passou a ser necessária perante as estratégias de crescimento das empresas, pois os aspectos ambientais podem tornar-se tanto ameaças quanto oportunidades para a empresa (Martinkoski, 2007).

Atualmente, a humanidade enfrenta um cenário de grande incerteza e instabilidade, em que forças de manutenção, adaptação e transformação atuam simultaneamente, pressionando as empresas a lidar com elas de maneira integrada e contínua ou de forma fragmentada e pontual (Nicolletti et al., 2020).

As atividades de uma empresa em relação a questões ambientais e sociais podem influenciar tanto os interesses dos *stakeholders* quanto o próprio desempenho econômico-financeiro no longo prazo; portanto, em épocas de crise financeira, as empresas com investimentos em sustentabilidade estratégica estão mais preparadas e são menos afetadas no desempenho no longo prazo (de Oliveira Claro e Claro, 2014).

O desenvolvimento sustentável ajuda as empresas a demonstrar seus valores, objetivos e resultados, facilitando a construção de uma relação de confiança com as pessoas e grupos envolvidos (WBCSD - *World Business Council for Sustainable Development*, 2002, citado por Pontes & Fonseca, 2007).

Assim, a sustentabilidade deve ser vista como uma meta empresarial, já que o valor de uma organização é afetado pelos efeitos positivos ou negativos gerados por suas atividades, produtos e serviços (Calado, 2024)

Não se trata de considerar uma organização sustentável apenas por divulgar um relatório de sustentabilidade, mas sim de reconhecer que ela está atenta às oportunidades de melhoria (Lugoboni et al., 2015). Gerir uma empresa com foco na sustentabilidade envolve práticas éticas, geração de empregos sustentáveis, valorização dos *stakeholders* e atenção às necessidades sociais por meio de uma estratégia sustentável (Székely & Knirsch, 2005, citado por Baptista, 2016). A relevância da sustentabilidade para a sociedade e para as empresas é confirmada por diversas pesquisas realizadas em todo o mundo (Baptista, 2016), por outro lado o autor afirma ainda que as empresas reconhecem que não conseguem promover a sustentabilidade necessárias agindo sozinhas e, por isso, estão buscando parcerias com fornecedores, ONGs, associações industriais, órgãos governamentais e até mesmo com concorrentes para se tornarem mais sustentáveis. De acordo com Oliveira (2014, citado por Patti et al., 2016), à medida que os recursos naturais se tornam

mais escassos, a sustentabilidade passa a ser uma prioridade crescente nas empresas ao redor do mundo.

1.1.2 Impacto da sustentabilidade na imagem corporativa

Nos últimos anos, muitas empresas passaram a mencionar os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) em seus relatórios corporativos para evidenciar sua contribuição ao desenvolvimento sustentável, contudo, relacionar os resultados empresariais aos ODS não é simples, pois essa estrutura não foi concebida para relatórios corporativos, gerando grande heterogeneidade entre empresas e setores (Arena et al, 2023). Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), definidos pela Organização das Nações Unidas (ONU), constituem uma agenda mundial com 17 objetivos e 169 metas voltadas para alcançar o desenvolvimento sustentável até 2030. Essa iniciativa contempla aspectos sociais, econômicos e ambientais, incluindo a eliminação da pobreza, a promoção da igualdade de gênero, o acesso à educação de qualidade, ações contra as mudanças climáticas, o consumo consciente e a proteção dos ecossistemas (Organização das Nações Unidas, 2015).

A indústria e o consumo excessivo têm causado destruição de ecossistemas, poluição do ar, da água e do solo, perda de biodiversidade e alterações climáticas; por isso, cabe às empresas adotar práticas sustentáveis e reduzir os impactos ambientais de suas atividades (Rodrigues et al., 2024).

Por estas razões, é importante observar que as preocupações com a sustentabilidade estão presentes em diferentes setores da atividade econômica, incluindo o turismo. Nota-se que, com o aumento da consciência socioambiental, os turistas e/ou viajantes passaram a exigir mais tecnologia, qualidade e práticas sustentáveis, não apenas ambientais, mas também sociais e econômicas, por parte das comunidades e destinos que os acolhem (Embratur, 2010).

A crescente preocupação das empresas com a responsabilidade social e o desenvolvimento sustentável se reflete na atenção aos riscos de suas operações, que podem se manifestar de forma direta, como passivos ambientais e ações judiciais, ou indireta, prejudicando a imagem, reduzindo as vendas e o valor das ações (Perez 2008, citado por Lugoboni et al., 2015).

De acordo com Borelli e Silva (2014), a sustentabilidade empresarial propõe um novo modelo de gestão, em que ações sociais e ambientais fortalecem a imagem da organização, agregando valor, aumentando sua competitividade e tornando-se uma vantagem sustentável, e segundo os mesmos autores, esse cenário exige das empresas comportamentos alinhados à sua visão de negócios, integrando valores econômicos, sociais e ambientais, o que poderá ser refletido nas certificações de sustentabilidade.

As certificações são mecanismos formais que atestam que uma empresa, produto ou processo segue determinados padrões de qualidade, responsabilidade ambiental, social ou de gestão. De acordo com Mundim et al. (2024), as certificações, por meio de selos e etiquetas, são reconhecidas como sinais de que um produto foi fabricado seguindo práticas sustentáveis e respeitando critérios rigorosos de qualidade e responsabilidade.

Empresas que obtêm certificações costumam observar uma melhora significativa na sua eficiência operacional, graças à otimização dos processos internos. Além disso, a certificação contribui para elevar a satisfação dos clientes, ao garantir a entrega contínua de produtos ou serviços que atendem ou até superam as suas expectativas (Constantino & Junior, 2024).

A ISO 14001 é uma norma internacional criada em 1996 que orienta as empresas na implementação de um sistema de gestão ambiental eficiente, ela vem ganhando importância e é uma norma internacional para operações sustentáveis, seu foco é ajudar as organizações a controlar e reduzir os impactos ambientais de suas atividades, promovendo melhorias contínuas no desempenho ambiental (Peiro et al., 2014) e de acordo com os mesmos autores, a certificação ISO 14001 pode trazer dois principais benefícios: o primeiro é a melhoria nos processos internos da empresa, ao seguir padrões organizados; o segundo é o reconhecimento externo como uma empresa sustentável, o que pode ajudar a aumentar as vendas. A certificação em sustentabilidade tem sido estudada não só na hotelaria, mas também em diversas outras áreas, por ajudar a melhorar a relação entre as empresas e a sociedade (De Souza & Alvares, 2014). A certificação também contribui para que a organização fortaleça sua competitividade no mercado (Ruggi, 2018). Ela deve ser vista como um elemento essencial para a construção e manutenção da imagem da empresa diante do mercado e da sociedade (Gonçalves, 2010). Observou-se que a certificação, além de proporcionar benefícios financeiros, operacionais e ambientais, pode ser utilizada como ferramenta de marketing para destacar a certificação ambiental, tornando-se um diferencial competitivo no setor de turismo em termos globais (Honey & Stewart, 2002, citado por De Souza & Alvares, 2014).

De acordo com Silva e Ribeiro (2005), a certificação pode ser considerada uma grande modificação na forma de gerenciamento empresarial ou seja, ela representa uma mudança importante na forma como as empresas são geridas, pois, no início, os gastos não são vistos como investimentos que trazem lucro imediato, muitas vezes são até considerados despesas, no entanto, esta visão tem vindo a mudar aos poucos, à medida que se percebe que, além de melhorar a imagem da empresa junto dos consumidores e da comunidade, a certificação também pode gerar poupança de recursos. Segundo os mesmos autores, a implementação de sistemas de gestão ambiental tem mostrado que é possível reduzir desperdícios e perdas de forma contínua, ainda afirmaram que é importante entender que os objetivos económicos e ambientais não são incompatíveis, como se pensava antes, mas sim, o crescimento e a sobrevivência das empresas dependem de um desenvolvimento sustentável, aquele que satisfaz as necessidades das gerações atuais sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazerem as suas.

As certificações em sustentabilidade contribuem para incentivar investimentos em práticas responsáveis e funcionam como instrumentos estratégicos nas empresas, apoiando atividades como o fortalecimento da marca e o controle de riscos (Potts et al., 2014, citado por Ruggi, 2018). As certificações ambientais servem como indicativo aos hóspedes, comunicando as práticas adotadas por um hotel com compromisso ecológico (Peiro et al., 2014). O processo de certificação e as ações exigidas para alcançá-la permitiram que muitos meios de hospedagem identificassem

falhas na gestão ambiental de seus processos internos, destacando pontos que precisam ser revistos (Kirk, 1995; Leal, 2011; Arenhart, 2011 citado por De Souza & Alvares 2014).

Especificamente no turismo, é interessante observar que estas preocupações com as certificações também é uma premissa. Uma das formas de apresentar as certificações é nas plataformas de viagens como Booking.com, onde é possível selecionar na busca, os hotéis e atrativos que apresentam certificação de sustentabilidade. Estas práticas deixam evidente o quanto a sustentabilidade e as suas certificações são importantes em todos os cenários económicos. Para melhor compreender os conceitos da sustentabilidade e suas implicações para as empresas, foi elaborada uma síntese conceptual, apresentada na Tabela 1.

Tabela 1: Síntese conceptual sobre Desenvolvimento Sustentável.

Conceito	Descrição / Definição	Autores	Implicações para as Empresas
Desenvolvimento Sustentável	Atender às necessidades do presente sem comprometer as gerações futuras” (Relatório Brundtland). Baseia-se na integração entre o crescimento económico, a justiça social e a preservação ambiental.	WCED (1987); Sachs (2002)	Serve de base conceptual para políticas empresariais e públicas; orienta estratégias de longo prazo e responsabilidade social.
Sustentabilidade Empresarial	Estratégia que procura equilibrar o desempenho económico, a responsabilidade social e a proteção ambiental.	Elkington (1997); Dias (2009); Calado (2024)	As empresas alinham lucro e ética, otimizando recursos e fortalecendo reputação.
Gestão Sustentável	Utilização racional dos recursos, minimização de desperdícios e integração da sustentabilidade em todos os processos de gestão.	Patti et al. (2016); Evangelista (2010)	Reduz custos operacionais e aumenta a eficiência e competitividade.
Sustentabilidade como Inovação	A sustentabilidade é vista como um vetor de inovação e vantagem competitiva no mercado.	Quadros e Tavares (2014); Nicolletti et al. (2020)	Gera diferenciação, reputação positiva e acesso a novos mercados.
Sustentabilidade e Imagem Corporativa	A adoção de práticas sustentáveis reforça a reputação e aumenta a confiança dos consumidores.	Borelli & Silva (2014); Rodrigues et al. (2024)	Melhora a percepção pública, fideliza clientes e contribui para um maior valor de marca.

Fonte: Elaboração própria.

1.2 Certificação de Sustentabilidade e suas Implicações

Segundo Leme e Pinto (2019), os consumidores exigentes e bem informados, que querem produtos social e ambientalmente responsáveis, definem as demandas e ajudam a orientar toda a cadeia; por isso, o vendedor precisa oferecer produtos de qualidade e com segurança garantida para atender a essas expectativas. Desde o início do século XXI, as certificações guiam as empresas a aprimorar seus processos internos para atender às exigências de qualidade, mas é preciso avaliar seu efeito real, pois a simples adoção desses programas não garante melhorias internas ou externas (De

Souza e Alvares, 2015). A certificação tem dois principais objetivos: para as empresas, ajuda a padronizar e garantir a qualidade dos produtos; para os consumidores, serve como sinal de confiança ao indicar que o produto possui os atributos desejados, facilitando a escolha e reduzindo a falta de informação (Nassar, 2003, citado por Jacometi & Paulino, 2007). Para uma implementação eficaz, o processo de certificação requer um programa de gestão bem estruturado, que inclua formação em todos os níveis e gere impactos qualitativos em toda a organização (Bohdanowicz, Simanic & Martinac, 2005a; El Dief & Font, 2010a, citado por De Souza e Alvares, 2014).

A certificação em sustentabilidade vem sendo objeto de estudo não somente na hotelaria, mas também em diferentes áreas do conhecimento, vista sua contribuição para a melhoria da relação das empresas com a sociedade (de Souza e Alvares, 2015).

A certificação é uma forma de autorregulação, geralmente criada por instituições privadas, com o objetivo de comunicar a clientes, fornecedores e demais interessados as qualidades específicas de um produto, processo ou serviço (Charlemagne et al., 2015, citado por Ruggi, 2018). Geralmente, a certificação é um reconhecimento, emitido por uma entidade externa, de que determinada parte da empresa atende aos critérios estabelecidos (Ecolabel Index, 2017, citado por Ruggi, 2018).

A certificação ambiental é um processo voluntário que visa verificar e garantir, por meio de documentação formal, que uma empresa, serviço ou produto atende a determinados critérios. Aqueles que atendem a padrões geralmente mais rigorosos do que os exigidos por lei recebem um selo reconhecido no mercado, conhecido como selo ecológico (Black e Crabtree, 2007, citado por Geerts, 2014).

De acordo com Martínez-Perales et al. (2018), a certificação funciona como uma ferramenta de gestão que orienta a implementação de práticas sustentáveis nas operações empresariais. O Global Sustainable Tourism Council (2023) complementa que, no setor turístico, essas certificações seguem critérios específicos de sustentabilidade para garantir que as atividades sejam ambiental e socialmente responsáveis. Além disso, Velaoras (2025) destaca que, na hotelaria, a certificação ambiental representa um selo de excelência operacional, comprovando a adoção de práticas que reduzem os impactos negativos e reforçam a reputação corporativa.

Por sua vez, Melo et al. (2024) destacam que as certificações de sustentabilidade representam instrumentos voluntários de reconhecimento utilizados por empresas, instituições e setores produtivos que desejam demonstrar o seu compromisso com práticas responsáveis. Elas consistem num processo de avaliação realizado por entidades independentes, que tem como finalidade confirmar se uma organização, produto ou serviço cumpre critérios rigorosos relacionados com o desempenho ambiental, social e, em alguns casos, económico.

Dessa forma, essas certificações funcionam como um mecanismo de transparência e credibilidade, assegurando aos consumidores, investidores e à sociedade em geral que as operações da empresa seguem padrões sustentáveis previamente estabelecidos, contribuindo para a preservação do meio ambiente e para o bem-estar social. Na mesma linha de raciocínio, Yilmaz (2019) argumenta que a certificação funciona como um mecanismo de governação e de comunicação que reflete a

capacidade do gestor de adotar práticas sustentáveis e de envolver *stakeholders* na estratégia corporativa.

A certificação, de acordo com Jacometi e Paulino (2007), é uma forma de diferenciar o produto sem os grandes investimentos que a formação de uma marca exige. Ao mesmo tempo, um produto certificado é, do ponto de vista de processamento e alteração industrial, idêntico ao semelhante não certificado; ou seja, a certificação adiciona valor sem transformar ainda o produto.

1.2.1 Principais certificações de sustentabilidade no setor empresarial

Diversos estudos têm ajudado a compreender como as empresas reagem ao aumento das exigências por sustentabilidade ambiental em suas atividades no exterior. Em muitas dessas organizações internacionalizadas, a certificação ISO, (International Organization for Standardization ou Organização Internacional de Padronização) foi um dos principais fatores que impulsionaram tanto a adoção de práticas sustentáveis quanto a expansão para o mercado internacional (Da Silva e Calegário, 2024). Algumas certificações avaliam se a empresa segue regras e procedimentos, enquanto outras verificam se ela atinge certos padrões mínimos de desempenho definidos pela entidade certificadora (Rodrigues, 2004 citado por Jacometi & Paulino 2007). A certificação pode evidenciar qualidades importantes, mas não visíveis de imediato, demonstrando valor para clientes e outros públicos externos, o que contribui para a expansão dos negócios, (Da Silva e Calegário, 2024).

No cenário corporativo atual, a adoção de certificações de sustentabilidade tornou-se um mecanismo estratégico para assegurar que as organizações alinham as suas operações com práticas ambientais, sociais e de governação (ISO, 2015).

De acordo com a ISO (2018), as certificações desempenham várias funções: ajudam a estruturar sistemas de gestão, servem como sinais de credibilidade no mercado e facilitam o acesso a novas oportunidades de negócio. Entre as mais reconhecidas, encontram-se normas internacionais como a ISO 14001 (Gestão Ambiental), o ISO 50001 (Gestão de Energia), o esquema europeu EMAS (Eco-Management and Audit Scheme), bem como selos sectoriais ou de produto, como o LEED (Green Building Certification) e o BREEAM.

Estas certificações permitem às empresas demonstrar externamente o seu compromisso com a sustentabilidade, bem como internalizar melhorias nos processos, na eficiência de recursos e na imagem corporativa. Da mesma forma e de acordo com Peiró-Signes et al, (2014), para empresas hoteleiras ou do setor turístico, essas certificações também assumem particular importância, pois os clientes cada vez mais valorizam práticas sustentáveis e atribuem maior confiança a marcas que evidenciam selos verificáveis. A Tabela 2 apresenta as principais certificações de sustentabilidade no setor empresarial.

Tabela 2: Principais Certificações de Sustentabilidade no Setor Empresarial.

Certificação	Descrição / Objetivo	Setor de Aplicação	Fonte
ISO 14001 – Sistema Ambiental	Define requisitos para implementação de sistemas de gestão ambiental que visam reduzir impactos negativos no meio ambiente e promover o uso sustentável dos recursos.	Todos os setores empresariais, especialmente a manufatura, o turismo e a hotelaria.	International Organization for Standardization. (2015). <i>ISO 14001:2015 — Environmental management systems — Requirements with guidance for use.</i> https://www.iso.org/standard/60857.html
ISO 50001 – Gestão de Energia	Ajuda organizações a gerir o uso de energia de forma mais eficiente, reduzindo custos e emissões de carbono.	Indústrias, setor hoteleiro e empresas de grande consumo energético.	International Organization for Standardization. (2018, September 11). <i>How Hilton is going green.</i> https://www.iso.org/news/ref2333.html
EMAS – Eco-Management and Audit Scheme	Sistema voluntário da União Europeia que promove a melhoria contínua do desempenho ambiental das organizações.	Organizações europeias públicas e privadas, incluindo turismo e hotelaria.	European Commission. (2023). <i>EMAS - EcoManagement and Audit Scheme.</i> https://environment.ec.europa.eu/topics/sustainabledevelopment/emas_en
LEED – Leadership in Energy and Environmental Design	Certificação internacional que avalia a sustentabilidade de edifícios, com base em critérios de eficiência energética, gestão de resíduos e conforto ambiental.	Construção civil, hotéis e edifícios corporativos.	U.S. Green Building Council. (2024). <i>LEED rating system.</i> https://www.usgbc.org/leed
BREEAM – Building Research Establishment Environmental Assessment Method	Avalia o desempenho ambiental de edifícios, considerando eficiência energética, uso da água e impacto ecológico.	Construção, edifícios corporativos e hotelaria.	Building Research Establishment. (2024). <i>What is BREEAM?</i> https://bregroup.com/products/breem/

Fonte: Elaboração Própria.

No contexto atual do turismo português, a adoção de certificações de sustentabilidade tornou-se um elemento essencial para o posicionamento estratégico das empresas hoteleiras. A escolha entre os diferentes tipos de certificações deve considerar a estrutura organizacional, o setor de atuação e os objetivos estratégicos de cada empresa, tais como a eficiência no uso dos recursos, o fortalecimento da imagem corporativa e a atratividade para os turistas. No caso dos hotéis situados no Norte de Portugal, a integração de certificações ambientais, como a ISO 14001, com selos ecológicos específicos do setor turístico revela-se particularmente relevante, uma vez que permite alinhar a gestão ambiental com a comunicação sustentável dirigida aos clientes, reforçando simultaneamente a reputação e a performance empresarial. De acordo com a ISO, (2015), as normas proporcionam um quadro de referência eficaz para o desenvolvimento sustentável das organizações. Além disso, Peiró-Signes et al, (2014) demonstram que a certificação ambiental exerce impacto positivo na percepção dos hóspedes e na competitividade hoteleira, enquanto a Organização Mundial do Turismo

(UNWTO, 2023) destaca que a sustentabilidade constitui um fator determinante para a diferenciação e valorização dos destinos turísticos.

1.2.2 Benefícios e desafios da certificação sustentável para as empresas

A certificação permite que produtos comuns se tornem diferenciados, ainda que temporariamente (Nassar, 2003, citado por Jacometi e Paulino, 2007). A certificação também permite, como resultado de programas oficiais, o reconhecimento da sua validade e rigor pelas partes envolvidas nas relações com a empresa (De Souza & Alvares, 2014). Não se obtém uma certificação sem implementar um controle de qualidade no produto ou no processo produtivo; da mesma forma, não é possível exigir um preço mais elevado se o consumidor não identificar na certificação um selo de qualidade que justifique o valor adicional (Leme & Pinto, 2019). A prática de certificação, adotada pelos gestores, pode proporcionar aos meios de hospedagem maior visibilidade, contribuindo para o aumento da demanda e promovendo a competitividade da empresa (De Souza e Alvares, 2014). A certificação permite valorizar um produto sem precisar investir muito em marca. Mesmo sendo igual ao não certificado em termos de produção, o certificado destaca-se por oferecer maior confiança ao consumidor (Jacometi e Paulino, 2007). Nesta perspectiva, quando um hotel demonstra o seu compromisso com o meio ambiente por meio de certificações, isso tende a gerar melhores avaliações dos hóspedes, o que pode resultar em maior taxa de ocupação e preços mais elevados (Peiro et al., 2014).

É perceptível a falta de estudos sobre esse tema na literatura, resultando em maior desinformação sobre sustentabilidade e, conseqüentemente, menor adoção de certificações de sustentabilidade, apesar dessa escassez, a maioria de estudo associa diversos benefícios à introdução de certificações de sustentabilidade em uma empresa ou propriedade e a percepção e o valor atribuído às certificações de sustentabilidade diferem significativamente entre mercados e segmentos, moldados por fatores como tipo de setor, região geográfica e ambiente regulatório (Marques, Januário e Cruz, 2024).

No começo do século XXI, os processos de certificação se firmaram como uma maneira eficaz de orientar as empresas sobre como agir corretamente para melhorar suas operações internas e atender à demanda por mais qualidade. No entanto, é importante observar o que realmente acontece nas empresas que adotam esses programas, pois a certificação, sozinha, não garante melhorias internas ou externas (De Souza e Alvares, 2014). As certificações de sustentabilidade experimentaram um aumento global significativo nos últimos anos. O Instituto Internacional para o Desenvolvimento Sustentável (IISD) informa que há agora mais de 400 certificações de sustentabilidade em todo o mundo, abrangendo vários setores, produtos e indústrias, como alimentos e agricultura, energia e meio ambiente, saúde e segurança e responsabilidade social. Esse aumento nas certificações pode ser atribuído à crescente conscientização e importância da sustentabilidade, levando mais empresas e organizações a buscar a certificação para mostrar seu compromisso com práticas, padrões, sustentáveis e se destacar no mercado Nygaard (2023).

Aplicar a sustentabilidade em uma empresa traz benefícios como uma imagem mais ecológica, redução de custos e mais vantagem em relação aos concorrentes (YET, 2022, citado por Calado, 2024) e, de acordo com o mesmo autor, a sustentabilidade desempenha um papel fundamental no bom desempenho de uma organização ou empresa. A certificação pode representar uma vantagem competitiva para as empresas, facilitando a entrada em novos mercados e fortalecendo sua reputação junto aos consumidores. Dessa forma, percebe-se que a certificação em sustentabilidade é fundamental para minimizar os impactos ambientais (Da Costa Barboza et al., 2025).

A sustentabilidade nas empresas tornou-se uma pauta crucial nos cenários econômicos e sociais contemporâneos. À medida que as preocupações ambientais e sociais aumentam, as organizações vêm reconhecendo cada vez mais a importância de adotar práticas sustentáveis em suas operações. Essa abordagem vai além de simplesmente cumprir regulamentações ambientais, trata-se de integrar considerações éticas e responsáveis em todas as facetas dos negócios, visando um equilíbrio entre o crescimento econômico, a responsabilidade social e a preservação ambiental. Assim, ressalta-se que um componente central da sustentabilidade empresarial é a responsabilidade social corporativa, em que as empresas estão percebendo que seu impacto vai além das linhas de produção e que têm uma influência significativa nas comunidades em que operam (Souza, 2023).

Para uma melhor compreensão dos benefícios e desafios da certificação ambiental, apresenta-se uma síntese na Tabela 3.

Tabela 3: Benefícios e desafios da certificação.

Dimensão	Benefícios Identificados	Desafios e Limitações
Econômica / Financeira	<ul style="list-style-type: none"> - Melhoria da eficiência operacional e redução de custos através da otimização de recursos e processos internos; - Acesso a novos mercados e investidores socialmente responsáveis; - Possibilidade de maiores receitas pela diferenciação e valorização da marca. 	<ul style="list-style-type: none"> - Custos iniciais elevados de implementação, auditoria e manutenção das normas; - Retorno financeiro lento, frequentemente visível apenas no médio ou longo prazo; - Dificuldade de pequenas e médias empresas (PME) suportarem os encargos financeiros.
Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> - Redução dos impactos ambientais (gestão de resíduos, eficiência energética, uso racional da água); - Padronização de práticas sustentáveis com base em normas internacionais (ex.: ISO 14001, EMAS). 	<ul style="list-style-type: none"> - Complexidade na adaptação das infraestruturas e dos processos produtivos às exigências ambientais; - Necessidade de monitorização contínua e auditorias regulares.
Reputacional Imagem Corporativa	<ul style="list-style-type: none"> - Reforço da credibilidade e da diferenciação perante os consumidores; - Melhoria das avaliações e fidelização dos clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Risco de <i>Greenwashing</i>; - Dificuldade em mensurar o impacto reputacional a curto prazo; - Percepção limitada dos consumidores sobre o valor do selo.

Tabela 3: Benefícios e desafios da certificação (cont.).

Dimensão	Benefícios Identificados	Desafios e Limitações
Gestão Organizacional	<ul style="list-style-type: none"> - Reforço da credibilidade e da melhoria do controlo de qualidade; - Estímulo à inovação e à melhoria contínua dos processos internos; - Exigência de mudanças. 	<ul style="list-style-type: none"> - Padronização de procedimentos da organização.
Competitividade e mercado	<ul style="list-style-type: none"> - Engajamento dos colaboradores e cultura organizacional orientada à sustentabilidade; - Melhoria da posição competitiva e acesso a novos segmentos de clientes preocupados com questões ambientais; - Incremento do valor percebido pelos hóspedes e maior taxa de ocupação. 	<ul style="list-style-type: none"> - Necessidade de formação contínua dos colaboradores; - Resistência interna às novas práticas; - Concorrência desleal de empresas que se promovem como sustentáveis sem certificação real; - Dificuldade em quantificar o impacto competitivo direto da certificação.

Fonte: Elaboração própria.

1.3 Impacto da Certificação de Sustentabilidade na Performance das Empresas

Ao longo das últimas décadas, a relação entre meio ambiente e empresa, que era considerada, no paradigma tradicional, uma relação antagônica, vem se modificando. A degradação dos recursos naturais, a extinção de espécies da fauna e da flora, o aquecimento global devido à emissão de gases poluentes fizeram a questão ambiental ocupar lugar de destaque nos debates nacionais e internacionais. A preocupação ambiental deixou de ser um tema estritamente acadêmico ou de alguns ambientalistas visionários para ocupar espaço no cotidiano das pessoas e das empresas (De Souza Campos et al., 2009).

Nos últimos anos, a certificação de sustentabilidade tem ganhado destaque como uma ferramenta estratégica no meio empresarial, embora haja interesse crescente da pesquisa nos benefícios dos certificados de sustentabilidade para as empresas; ainda não se conhece o impacto que esses certificados têm no desempenho financeiro de empresas hoteleiras no seu conjunto competitivo (Bianco, Bernard & Singal, 2023).

Com as alterações climáticas e os efeitos adversos da poluição que estão a afetar o planeta, as questões ambientais estão a ganhar cada vez mais importância na sociedade em geral, sendo compreensível que a pressão sobre os decisores políticos e as empresas para que adotem medidas de preservação ambiental seja maior (De Oliveira Franco, 2022).

Mais do que um selo de conformidade, representa o compromisso das organizações com práticas responsáveis associadas ao meio ambiente, que promovem o bem-estar social e garantem uma gestão eficiente dos recursos. A adoção de certificações sustentáveis tem demonstrado impactos positivos na performance das empresas, tanto a nível económico como na imagem da empresa

perante o público. De acordo com Chong e Verma (2013), citados por Arbelo et al. (2025), o impacto da certificação ecológica nas receitas das empresas (hotéis) não é uniforme, podendo variar de positivo a negativo, conforme as particularidades do estabelecimento e as práticas sustentáveis adotadas.

Além de reforçar a confiança dos consumidores, investidores e parceiros, essas certificações contribuem para a redução de custos operacionais, a melhoria da eficiência e a diferenciação no mercado. Ao aderir aos padrões de sustentabilidade, a empresa reduz o risco corporativo, medido pelo risco sistemático, o que determina a redução do custo de capital e o aumento do valor econômico (Silva & Quelhas, 2006).

A certificação atua como um selo de confiança reconhecido por consumidores e investidores, fortalecendo a imagem de marca da empresa e aumentando a sua credibilidade no mercado (Marques, Januário e Cruz, 2024).

1.3.2 Influência da certificação na performance das empresas

Na perspectiva de Souza (2022), a literatura especializada ainda diverge quanto à influência das certificações de qualidade na performance das empresas, no entanto, investir nesse processo é considerado estratégico, pois tende a favorecer a melhoria contínua dos negócios.

De acordo com Aznar et al. (2016), os hotéis tendem a integrar práticas sustentáveis nas suas estratégias empresariais com maior frequência quando percebem que essa adoção pode contribuir diretamente para a construção de vantagens competitivas, como a diferenciação no mercado, a fidelização de clientes e o fortalecimento da imagem da marca frente aos concorrentes.

Bringas-Fernández et al. (2024) analisaram empresas certificadas e observaram que, ao longo do tempo, alcançaram resultados financeiros superiores. Segundo os autores, a certificação não apenas gera benefícios internos, mas também fortalece a reputação corporativa, ampliando a credibilidade junto a investidores e consumidores.

Por sua vez, Souza (2022) afirma que a certificação atua como ferramenta de gestão e como diferencial competitivo, contribuindo para maior valor econômico e vantagem estratégica.

A certificação em responsabilidade social tem impactado positivamente a performance das empresas, uma vez que os consumidores estão cada vez mais inclinados a preferir produtos e serviços de organizações certificadas, enquanto rejeitam aquelas que não demonstram compromisso com causas sociais (Silva et al., 2018). Não há um modelo único que possa ser aplicado para medir a performance de todas as empresas e, por isso, é considerado universal (Reis 2021).

A capacidade de gerar serviços de valor agregado para adquirir e fidelizar clientes é um dos desafios enfrentados pelo setor hoteleiro cada vez mais competitivo e exigente, a diferenciação através da qualidade e inovação nos serviços torna-se um fator estratégico para o sucesso e a sustentabilidade do negócio. No setor hoteleiro, um dos principais desafios enfrentados pelas empresas é a capacidade de desenvolver e oferecer serviços com valor agregado que vão além das expectativas

básicas dos clientes, ou seja, essa capacidade é essencial não apenas para atrair novos hóspedes, mas também para conquistar a sua lealdade a longo prazo, garantindo que retornem e recomendem os serviços prestados (Segarra-Ona et al, 2012).

Muitos hotéis investem na certificação ambiental visando melhorar a sua reputação, embora nem sempre compreendam os possíveis ganhos financeiros dessa escolha.

De acordo com estas ideias, a certificação ecológica contribui para a fidelização dos consumidores, aumenta a probabilidade de escolha da marca hoteleira e destaca a empresa em relação aos seus concorrentes (Keller, 2003, citado por Arbelo et al., 2025).

1.3.3 Relação entre certificação e competitividade

Os clientes que se hospedam em hotéis que adotam práticas ecológicas de forma consistente tendem a demonstrar níveis mais elevados de satisfação com sua experiência, o que pode gerar avaliações mais positivas, maior lealdade e, conseqüentemente, contribuir para o fortalecimento da reputação do hotel no mercado (Prud'homme & Raymond, 2013, citado por Aznar et al., 2016).

As certificações, principalmente as relacionadas à sustentabilidade e a qualidade, vêm se consolidando como um diferencial estratégico relevante para empresas de vários setores, inclusive o hoteleiro. A implementação de certificações reconhecidas no mercado pode influenciar diretamente a competitividade das organizações, ao fortalecer sua reputação, ampliar a confiança dos consumidores e proporcionar vantagens competitivas (Arbelo et al., 2025).

A certificação funciona como um indicativo de qualidade e de compromisso socioambiental perante os consumidores, favorecendo a lealdade e a escolha por produtos e serviços específicos. De acordo com Segarra-Ona et al. (2012), organizações que possuem certificações tendem a apresentar melhor desempenho econômico, resultado da maior credibilidade obtida no mercado, o que pode se refletir no aumento das receitas e numa posição competitiva mais sólida.

Por outro lado, a certificação também contribui para que as empresas alcancem novos mercados e públicos que priorizam ações sustentáveis. Conforme apontado por Silva et al. (2018), possuir uma certificação de responsabilidade socioambiental possibilita às organizações diferenciarem-se da concorrência, estabelecendo um posicionamento competitivo duradouro.

Além disso, a certificação contribui para que as empresas estejam em conformidade com as exigências legais e os padrões internacionais, prevenindo sanções e reforçando sua imagem junto aos *stakeholders*. Segundo Arbelo et al. (2025), no contexto da hotelaria, a certificação ambiental tem potencial para melhorar a percepção dos clientes, promovendo maior satisfação e fidelização, fatores fundamentais para manter a competitividade.

Em síntese, a ligação entre certificação e competitividade não segue um padrão fixo, podendo variar de acordo com o tamanho da empresa, o setor em que atua e as particularidades regionais (SegarraOna et al., 2012). Ainda assim, observa-se uma tendência mundial de valorização crescente das certificações como ferramentas estratégicas e de gestão competitiva. De forma resumida, a certificação ajuda as empresas a melhorar sua organização interna e a reduzir os impactos no meio

ambiente, além de servir como uma estratégia importante para se manterem competitivas em mercados cada vez mais exigentes.

1.3.4 Efeitos na satisfação do cliente e reputação da marca

Tendo em conta a crescente preocupação ecológica da sociedade, o tema da sustentabilidade é cada vez mais pertinente na gestão dos negócios. Os stakeholders têm interesse em aceder a informações que lhes permitam ter uma visão global do comportamento das empresas, para além da componente financeira, incluindo as suas ações de responsabilidade social corporativa e de sustentabilidade. A comunicação destas ações pela empresa surge como forma de gerir estas preocupações de transparência, criar a confiança dos consumidores na empresa e potenciar as suas vantagens competitivas, nomeadamente, ao nível do valor de marca e da reputação organizacional, Garcia (2018). As certificações podem aumentar o valor percebido das marcas ecológicas e a disposição dos consumidores a pagar por elas (Nygaard, 2023).

Para o consumidor, a certificação representa uma garantia de que a empresa oferece serviços de qualidade e está comprometida com práticas sustentáveis. Segundo Bianco, Bernard e Singal (2023), a certificação dos hotéis contribui para que sejam vistos como mais éticos e confiáveis, o que aumenta a satisfação dos clientes e reforça a lealdade à marca. Os autores ressaltam que o compromisso com a sustentabilidade confere um diferencial competitivo que influencia positivamente a experiência do consumidor.

A adoção de certificações de sustentabilidade no setor hoteleiro evidencia o comprometimento das empresas com práticas responsáveis e, ao mesmo tempo, fortalece a imagem institucional, contribuindo para a satisfação do cliente e para o reconhecimento positivo da marca no mercado. Segarra Ona et al. (2012), ao analisarem mais de 2.000 hotéis na Espanha, identificaram que aqueles com certificação ISO 14001 obtiveram um desempenho económico mais elevado, especialmente entre os hotéis localizados em áreas urbanas e situados no litoral. Esse resultado está associado à valorização dos clientes, que percebem as empresas certificadas de forma mais positiva, evidenciando a relação entre a certificação ambiental, os resultados financeiros e o fortalecimento da imagem da marca.

O estudo de Aznar et al. (2016) para Barcelona evidenciou que o uso de práticas sustentáveis se consolidou como um fator-chave de diferenciação para os hotéis, especialmente diante do surgimento de novos concorrentes. O estudo demonstrou que a adoção de certificações ambientais está relacionada a melhores avaliações por parte dos clientes, a um maior índice de ocupação e ao fortalecimento da reputação online, elementos que influenciam diretamente a consolidação de uma imagem positiva e competitiva no setor.

Arbelo et al., (2025) afirmam que o aumento na adoção de certificações ambientais por parte das empresas hoteleiras demonstra um comprometimento com práticas sustentáveis e influencia diretamente a percepção dos consumidores sobre a marca, afetando positivamente sua satisfação e lealdade. Assim, a certificação ambiental contribui significativamente para estreitar os vínculos entre

a empresa e seus clientes, desempenhando papel essencial na consolidação de uma imagem institucional positiva e na conquista de um público mais leal e satisfeito.

As marcas criam valor para o consumidor e para a própria empresa. Os consumidores estão mais bem informados do que nunca e são cada vez mais capazes de obter exatamente o que querem, quando querem, pelo preço que estão dispostos a pagar e esperam que as empresas tenham um impacto social e ambiental positivo na sociedade em que se inserem e paralelamente, as empresas têm vindo a investir na implementação de ações de responsabilidade social corporativa e sustentabilidade, de forma a diferenciarem-se no mercado por meio de se humanizarem enquanto organização. No entanto, não basta fazer; é necessário saber comunicar, de forma a conquistar valor de marca e uma reputação positiva e, conseqüentemente, aumentar os lucros (Garcia, 2018).

2. Metodologia e Dados

O objetivo do estudo está relacionado com a necessidade de verificar se as empresas de hotelaria em Portugal, que possuem certificações de sustentabilidade, apresentam melhor desempenho financeiro. Por um lado, as empresas com hotéis que ostentem o certificado de sustentabilidade parecem apresentar melhor desempenho porque, além de fortalecer a imagem corporativa, contribuem para a adoção de práticas responsáveis, que promovem a confiança do consumidor e o reconhecimento do mercado (De Souza & Alvares, 2014; Peiró et al., 2014; Da Costa Barboza et al., 2025).

Por outro lado, alguns estudos sugerem que os hotéis com certificações de sustentabilidade podem não obter resultados financeiros superiores e, nalguns casos, apresentar desempenho inferior em comparação com os seus pares não certificados. Uma das principais explicações reside nos custos substanciais associados à implementação e manutenção das normas de certificação. A obtenção de programas como o LEED, o *Green Key* ou o *Green Globe* exige frequentemente um investimento de capital significativo em infraestruturas, formação e auditorias, o que pode provocar a erosão das margens de lucro a curto prazo (Robinson et al., 2016). Além disso, embora a certificação possa

melhorar a imagem de um estabelecimento, não garante um retorno financeiro proporcional se as eficiências operacionais ou os prémios de preços não compensarem essas despesas (Sayfuddin, 2021). Por exemplo, nos EUA, os hotéis certificados tendem a apresentar taxas médias diárias mais altas, mas níveis de ocupação mais baixos, o que resulta em desempenho neutro ou mesmo negativo da receita por quarto disponível (Robinson et al., 2016). Como tal, a certificação pode gerar vantagens de reputação sem benefícios financeiros imediatos.

Outra explicação está relacionada com a fraca tradução das intenções ambientais declaradas pelos consumidores em comportamentos de compra efetiva, muitas vezes referida como a “lacuna intenção-comportamento”. Embora muitos viajantes afirmem preferir alojamentos amigos do ambiente, os dados das reservas revelam que as certificações de sustentabilidade exercem influência limitada na escolha do hotel e na disposição a pagar (Chi et al., 2022). Consequentemente, os hotéis certificados podem enfrentar uma competitividade de preços reduzida se tentarem recuperar os custos de certificação através de preços mais elevados. Além disso, algumas certificações são procuradas por razões de legitimidade ou regulamentares, e não pela procura do cliente, o que pode resultar numa seleção adversa, em que os hotéis financeiramente mais fracos adotam rótulos de sustentabilidade como estratégia de diferenciação (Sayfuddin, 2021). Em conjunto, estes fatores indicam que a certificação pode acarretar encargos financeiros a curto prazo sem os ganhos de receita correspondentes. Ao longo do tempo, estas dinâmicas contribuem para um paradoxo em que as iniciativas de sustentabilidade aumentam a legitimidade da marca e o valor social, mas não se traduzem necessariamente num melhor desempenho financeiro no sector hoteleiro.

Considerando que o primeiro efeito terá mais força, daqui resulta a seguinte hipótese de investigação:

H1: As empresas de hotéis com certificação de sustentabilidade apresentam melhor performance financeira.

O estudo segue a análise dos dados das empresas hoteleiras, procurando compreender se os hotéis que implementam práticas de certificação de sustentabilidade no seu quotidiano apresentam melhor performance. Neste trabalho, verifica-se a adoção de práticas de sustentabilidade, reconhecidas através da certificação ambiental, e a performance das empresas que gerem esses hotéis. Tendo em conta que os hotéis enfrentam maiores gastos para adotar novas práticas de sustentabilidade, constata-se que as empresas apenas se dispõem a implementar tais medidas quando esperam obter maiores retornos e melhor performance financeira.

Para a análise é utilizada a metodologia dos métodos dos mínimos quadrados (OLS) que segue a seguinte especificação:

$$Performance_i = \beta_0 + \beta_1 Cert. Sust_i + \beta_2 rating_i + \beta_3 Idade_i + \beta_4 Endividamento_i + \beta_5 Dimensão_i + \beta_6 Comentarios_i + \varepsilon_1 \quad (1)$$

Em que as variáveis são definidas da seguinte forma:

Performance_i - Rendimento dos ativos da empresa, medido pelo rendimento dos ativos (EBIT) dividido pelos ativos totais da empresa com o hotel *i* (Fonte: SABI).

Cert.Sust_i – Certificado de Sustentabilidade: variável dicotômica (variável dummy), sendo igual a 1 se o hotel estiver classificado como tendo Certificação de Sustentabilidade pelo Booking e a 0, caso contrário (isto é, hotel sem Certificação de Sustentabilidade) (Fonte: Booking).

Rating_i: satisfação do cliente do hotel *i*, medida pela classificação do hotel *i* na plataforma Tripadvisor, que vai da classificação 1 (pontuação mais baixa) até 5 (pontuação mais alta) (Fonte: Tripadvisor);

Idade_i: Idade da empresa, medida pelo número de anos da empresa com o hotel *i*, desde o início da empresa (Fonte: SABI);

Endividamento_{*i*}: Dívida da empresa, medida pela dívida dividida pelos ativos totais da empresa com o hotel *i* (Fonte: SABI);

Dimensão: Vendas da empresa (dimensão da empresa), medida pelas vendas (ou prestação de serviços) dividida pelos activos totais da empresa com o hotel *i* (Fonte: SABI);

Comentários_{*i*}: comentários do hotel, representam o número de comentários do hotel *i* que se encontra na plataforma Tripadvisor (Fonte: Tripadvisor).

Para realizar esta análise, foram recolhidos dados de três fontes. Por um lado, a informação para a certificação de sustentabilidade foi fornecida por meio de plataformas online do Booking.com. É importante ressaltar que esta plataforma destaca no filtro do seu sistema de busca (Figura 1) os empreendimentos hoteleiros que obtiveram uma certificação de uma entidade independente, como as citadas no referencial teórico deste estudo. Ao disponibilizar esta ferramenta, o Booking.com possibilita aos turistas e viajantes a escolher hotéis certificados.

The image shows a screenshot of the Booking.com website interface. At the top, there's a navigation bar with the Booking.com logo, currency (EUR), and user profile (Elaine Scalabrini). Below that, there are search filters for location (Bragança), dates (dom., 30 de nov. - sex., 5 de dez), and number of guests (2 adultos - 0 criança - 1 quarto). The main content area displays search results for Bragança, with 69 accommodations found. A filter for 'Certificação de sustentabilidade' is highlighted under 'Os seus filtros anteriores'. The search results list 'Exe São Lázaro' with a rating of 8.4 and a price of €231 for 5 nights, 2 adults. The filter for sustainability certification is shown as a checked box with a count of 3.

Figura 1: Filtro para Certificação de Sustentabilidade.
Fonte: Booking.com

Por outro lado, a informação sobre o *rating* ou classificação dos hotéis pelos clientes foi obtida pela plataforma de avaliação de hotéis, o TripAdvisor, onde é possível consultar as opiniões dos clientes e as classificações atribuídas a estabelecimentos com certificações de sustentabilidade. Por fim, os dados financeiros das empresas foram obtidos da base de dados SABI. A recolha de dados permitiu obter 937 observações. De notar que a utilização de ambas as plataformas de avaliação de hotéis proporciona uma compreensão mais ampla dos empreendimentos hoteleiros.

3. Resultados

Este capítulo apresenta e analisa os principais resultados obtidos a partir do estudo realizado sobre o tema: os efeitos da certificação de sustentabilidade dos hotéis na performance das empresas hoteleiras. Mais especificamente, o objetivo é avaliar se os hotéis que adotam práticas sustentáveis, reconhecidas por certificações ambientais, apresentam melhor desempenho financeiro e operacional em comparação com os que não possuem certificação.

A análise baseia-se nos dados recolhidos de diferentes fontes, nomeadamente as plataformas Booking.com e TripAdvisor, bem como da base de dados SABI, que forneceu as informações financeiras das empresas hoteleiras. Por meio do método dos mínimos quadrados (OLS), foi possível identificar as relações entre as variáveis estudadas, tais como certificação de sustentabilidade, classificação dos hotéis, endividamento, dimensão e rentabilidade.

3.1 Estatística Descritiva

Os resultados da estatística descritiva são apresentados na Tabela 4. Na amostra final, constata-se que 86 hotéis possuem certificação ambiental, o que corresponde a cerca de 9,18% dos hotéis da

amostra. Destaca-se, ainda, a baixa performance média dos hotéis na amostra (cerca de 1,87%), com desvio padrão elevado, e também apresentam valores negativos, evidenciando prejuízos. O rating médio de avaliação dos hotéis classificados pelos clientes foi de 4,184 (em 5 valores). De notar que as empresas têm, em média, quase 20 anos de antiguidade, embora existam na amostra valores dispare, como confirmado pelo elevado desvio padrão. Também, o nível de endividamento das empresas consideradas nesta análise apresenta valores bastante distintos.

Tabela 4: Estatística Descritiva.

	Média	Mediana	Mínimo	Máximo	Desvio Padrão
Performance	1.866	4.149	-797.74	138.57	45.688
Comentários	146.93	32.000	1.000	3 116.0	317.24
Rating	4.184	4.333	1.000	5.000	0.734
Idade	19.782	14.000	1.000	115.00	15.749
Dimensão	7257.6	711.95	0.115	3.762.000	27769
Endividamento	83.791	62.684	0.000.	3451.3	176.69
	1	0			
Cert. Sust	9,18%	90,82%			

Fonte: Elaboração Própria

3.2 Matriz de correlações

A Tabela 5 apresenta os coeficientes de correlação entre as variáveis incluídas na análise. Os resultados revelam uma associação positiva moderada entre Sustentabilidade e Numeroreviews ($r = 0,349$), indicando que as empresas que recebem um maior número de avaliações tendem a apresentar melhor desempenho em termos de sustentabilidade. As correlações entre Sustentabilidade e as demais variáveis são fracas, sugerindo uma interdependência linear limitada. A alavancagem apresenta correlação positiva moderada com a dimensão, sugerindo que as empresas com maior alavancagem financeira tendem a apresentar maior variabilidade no valor dos ativos. Inversamente, o endividamento está negativamente correlacionado com o EBITROAtivo ($r = -0,568$), indicando que um maior endividamento geralmente está associado a uma menor rentabilidade relativamente ao ativo total. Os restantes coeficientes de correlação têm magnitudes relativamente baixas, sugerindo que a multicolinearidade não deverá constituir uma preocupação nas estimativas de regressão subsequentes.

Tabela 5: Matriz de Correlação.

Cert. Sust.	Comentários	Rating	Idade	Dimensão	Endividamento	Performance	
1.000	0.349	0.076	0.025	0.269	-0.042	-0.032	Cert. Sust.
	1.000	0.028	0.124	0.333	-0.083	-0.074	Comentários
		1.000	-0.210	-0.005	0.066	-0.045	Rating
			1.000	0.249	-0.109	0.075	Idade
				1.000	-0.052	0.039	Dimensão
					1.000	-0.568	Endividamento
						1.000	Performance

Fonte: Elaboração Própria.

3.3 Análise multivariada

A Tabela 6 apresenta os resultados das regressões OLS que examinam os fatores explicativos da performance financeira das empresas de hotelaria. O modelo (1) inclui a principal variável explicativa do estudo e um conjunto de variáveis de controlo, enquanto o modelo (2) acrescenta a variável *Rating* para testar a robustez dos resultados. Em ambas as especificações, Sustentabilidade apresenta um coeficiente negativo e estatisticamente significativo ($\beta = -3,984$, $p < 0,01$ no Modelo 1; $\beta = -3,931$, $p < 0,01$ no Modelo 2), indicando que os hotéis com certificações de sustentabilidade tendem a apresentar desempenho financeiro inferior. Este resultado sugere que, na amostra analisada, a implementação de práticas de sustentabilidade pode estar associada a custos operacionais mais elevados ou a investimentos de longo prazo que temporariamente condicionam a rentabilidade. Estes resultados estão alinhados com a visão de que os benefícios financeiros das práticas de sustentabilidade podem se materializar gradualmente e não imediatamente. De Oliveira Claro e Claro (2014) concordam com esta perspetiva, evidenciando que as empresas que investem em sustentabilidade reportam as suas ações e projetos e os aprimoram no ano subsequente, pelo que tendem a apresentar melhor desempenho no longo prazo. Por outro lado, o desempenho económico-financeiro é essencial para a sobrevivência das empresas no longo prazo e, portanto, é influenciado pelos investimentos em sustentabilidade e pelos benefícios gerados pela empresa na sociedade. Assim, as empresas que mantêm investimentos estratégicos em sustentabilidade, com visão de longo prazo, podem beneficiar-se de uma vantagem competitiva.

De acordo com Oliveira (2020), observou-se uma melhora no desempenho financeiro das empresas que adotam práticas sustentáveis, o que estimula a inovação, a melhoria na gestão e o envolvimento dos *stakeholders* nos seus processos. Diante dessa ótica, é importante salientar que o lucro não é considerado somente em caráter financeiro, mas também no aspeto ambiental, ou seja, no uso correto de recursos naturais, sem a sua total degradação, com base em uso sustentável, atribuindo assim um valor económico aos elementos naturais (Jahnke et al., 2013).

O coeficiente negativo, estatisticamente significativo, indica que os hotéis com certificação de sustentabilidade apresentam, em média, desempenho financeiro inferior ao dos hotéis sem certificação. Segundo López-Gamero et al. (2009), os investimentos em sustentabilidade podem, inicialmente, gerar custos adicionais, mas tendem a contribuir para um melhor desempenho competitivo a longo prazo. Isto sugere que, no curto prazo, os custos de implementação de práticas sustentáveis (como energia renovável, gestão de resíduos ou certificações ambientais) podem reduzir a rentabilidade. Contudo, isso não significa que a certificação seja negativa, mas sim que os benefícios podem surgir no longo prazo, através da fidelização de clientes e da melhoria da reputação.

No que se refere às variáveis de controlo, o Endividamento apresenta uma associação negativa e estatisticamente significativa com o desempenho financeiro ($\beta = -0,099$, $p < 0,01$), o que implica que os hotéis mais alavancados tendem a ter um pior desempenho financeiro. Por outro lado, a Dimensão apresenta um coeficiente positivo e significativo ($\beta \approx 0,05$, $p < 0,01$), sugerindo que os hotéis de maior dimensão obtêm melhores resultados financeiros, possivelmente devido a

economias de escala. O número de comentários é uma variável de controlo com efeito positivo e estatisticamente significativo ($\beta = 0,004$, $p < 0,05$), indicando que uma maior visibilidade online e o envolvimento dos clientes contribuem para melhores resultados financeiros. As variáveis Idade e Classificação não são estatisticamente significativas, sugerindo influência limitada no desempenho financeiro. Em geral, os valores de R^2 ajustado (aproximadamente 17,8%) indicam um poder explicativo moderado, e os resultados são consistentes em ambas as especificações do modelo.

Tabela 6: Resultados da Regressão OLS.

	(1)	(2)
Const	7,147 *** (1,255)	7,291 ** (3,428)
Cert. Sust	-3,984 *** (1,461)	-3,931 *** (1,463)
<i>Rating</i>		-0,041 (0,716)
Idade	0,037 (0,030)	0,035 (0,031)
Endividamento	-0,099 *** (0,009)	-0,099 *** (0,009)
Dimensão	0,049 *** (0,009)	0,050 *** (0,009)
Comentários	0,004 ** (0,002)	0,004 *** (0,002)
N	937	937
R2	18,23%	18,39%
R2 Ajust	17,79%	17,87%

Nota: 1) Esta tabela apresenta os resultados das estimativas da regressão linear OLS, corrigidas da heterocedasticidade, para a variável explicada Performance Financeira, conforme definido no modelo [1]; 2) Definição das variáveis: Performance_i – Rentabilidade operacional dos ativos, medida pelo EBIT dividido pelos ativos totais da empresa com o hotel *i*; Cert.Sust_i, Certificado de Sustentabilidade: variável dummy, sendo igual a 1 se o hotel estiver classificado como tendo Certificação de Sustentabilidade pelo Booking e a 0, caso contrário; Rating_i: satisfação do cliente do hotel *i*, medida pela classificação do hotel *i* na plataforma Tripadvisor; Idade_i: Idade ou antiguidade da empresa; Endividamento_i: Dívida da empresa, medida pela dívida dividida pelos ativos totais da empresa com o hotel *i*; Dimensão_i: Vendas da empresa medida pelas vendas (ou prestação de serviços) dividida pelos ativos totais da empresa com o hotel *i*; Comentários_i: comentários do hotel, representam o número de comentários do hotel *i* que se encontra na plataforma Tripadvisor. 3) Na linha com o nome da variável, é apresentado o coeficiente estimado e, por baixo, entre parênteses, o desvio padrão da estimativa associada à variável; 4) ***, ** e * significam que a variável é estatisticamente significativa a 1%, 5% e 10%, respetivamente.

Fonte: Elaboração própria.

Os resultados mostram que a certificação de sustentabilidade ainda não se traduz em melhor performance financeira imediata para os hotéis, possivelmente devido aos custos de investimento inicial e ao período de retorno prolongado dessas práticas. Entretanto, a dimensão revela-se num fator determinante para o desempenho, indicando que o tamanho pode compensar parte dos custos relacionados com a sustentabilidade.

A análise de regressão revelou que os hotéis certificados em sustentabilidade apresentam, em média, desempenho financeiro inferior ao dos hotéis não certificados, evidenciado pelo coeficiente negativo e estatisticamente significativo da variável Sustentabilidade. Este resultado sugere que, apesar das certificações sustentáveis contribuírem para uma melhor imagem corporativa, os custos

associados à implementação e manutenção de práticas sustentáveis, (eficiência energética, gestão de resíduos e auditorias ambientais) podem reduzir a rentabilidade no curto prazo. Essa constatação está alinhada ao estudo de López-Gamero, Molina-Azorín e Claver Cortés (2009), que destacam que os investimentos ambientais podem, inicialmente, gerar custos adicionais, mas tendem a resultar em vantagens competitivas no longo prazo.

De forma semelhante, Souza (2022) observou que as certificações de qualidade e sustentabilidade impactam positivamente o desempenho organizacional apenas quando acompanhadas de estratégias integradas de gestão e inovação.

Os resultados obtidos neste estudo sugerem ainda que, embora a certificação de sustentabilidade contribua significativamente para o fortalecimento da imagem corporativa e para a percepção positiva por parte dos consumidores, os custos financeiros associados à sua implementação e manutenção podem reduzir a rentabilidade no curto prazo. Essa constatação está alinhada com as conclusões de Reis (2021), que observou que a adoção das certificações ISO 14001 e ISO 9001, apesar de promover melhorias na credibilidade e na eficiência organizacional, tende a representar um investimento considerável que nem sempre se reflete de imediato em ganhos financeiros. De forma semelhante, Soares (2024) destaca que, no setor hoteleiro português, o custo de implementação das normas de qualidade e sustentabilidade permanece um obstáculo relevante para a obtenção de resultados financeiros positivos no curto prazo. Além disso, Lima e Jucá (2024) reforçam que a sustentabilidade empresarial deve ser vista como uma estratégia de longo prazo, na qual o retorno financeiro é gradual, mas os benefícios em termos de reputação e valorização da marca tendem a consolidar-se com o tempo.

Os trabalhos destes autores reforçam a ideia de que a sustentabilidade pode ser um diferencial competitivo, mas o seu impacto económico direto depende do tamanho da empresa, da maturidade, da estratégia ambiental e da percepção dos consumidores quanto ao valor agregado dessas práticas.

Conclusão

O presente trabalho procurou estudar se as empresas da hotelaria com certificação de sustentabilidade apresentam melhor desempenho financeiro. A literatura tem referido a possibilidade de esta certificação poder influenciar negativamente e positivamente a performance financeira das empresas. Por um lado, podem ser identificadas influências positivas da certificação sobre a performance financeira. Em termos da melhoria da reputação e da imagem corporativa, segundo Peiró-Signes et al. (2014), a certificação ambiental aumenta a confiança dos consumidores, parceiros e investidores, funcionando como um *signal de* credibilidade e responsabilidade social. Segundo aqueles autores, os hotéis certificados ambientalmente obtêm classificações mais elevadas no *TripAdvisor* e maior fidelização dos hóspedes, o que se traduz em ocupações mais estáveis e receitas superiores. Em termos de acesso a novos mercados e vantagem competitiva, de acordo com Reis (2021), a certificações como ISO 14001 e Green Key podem abrir portas para mercados mais exigentes, especialmente na Europa e em regiões onde o turismo sustentável é uma prioridade, em que empresas certificadas demonstram maior eficiência e capacidade de atrair parcerias estratégicas, refletindo-se em ganhos financeiros sustentáveis a médio e longo prazo. De acordo com Bohdanowicz (2007), estas certificações permitem melhorar a atração e retenção de

clientes, sendo que o consumidor moderno valoriza práticas éticas e ecológicas. Assim, como os hotéis certificados tendem a captar hóspedes com maior poder de compra e maior lealdade à marca, a adoção de práticas verdes está associada à valorização da marca e ao aumento da ocupação hoteleira.

Por outro lado, a certificação pode representar influência negativa ou desafios. Segundo Reis (2021), os custos iniciais geralmente são elevados – o investimento em certificação (auditorias, adaptação de infraestruturas, formação e manutenção) pode impactar a rentabilidade de curto prazo –, levando muitas empresas (portuguesas) a sentir dificuldade em manter essas práticas sem apoios financeiros externos. Deste modo, os custos iniciais de obtenção e manutenção da certificação, bem como a necessidade de adaptação a novos sistemas de gestão, podem representar um obstáculo financeiro de curto prazo, especialmente para pequenas e médias empresas. De acordo com Peiró-Signes et al. (2014) e Da Costa Barboza et al. (2025), a certificação ambiental pode ser compreendida não apenas como um requisito técnico, mas também como um investimento estratégico capaz de fortalecer o desempenho financeiro e competitivo das organizações hoteleiras.

O trabalho empírico realizado permite obter resultados interessantes. Assim, a análise realizada permitiu compreender, de forma mais detalhada, os efeitos da certificação de sustentabilidade dos hotéis sobre o desempenho das suas empresas hoteleiras em Portugal. Com base numa amostra de 937 observações, verificou-se que apenas cerca de 9,18% dos hotéis localizados em Portugal possuíam certificação ambiental, evidenciando ainda uma baixa taxa de adesão ao processo de certificação no setor hoteleiro. Os resultados da estimação demonstraram que a variável relativa à certificação de sustentabilidade é estatisticamente negativamente significativa, indicando que os hotéis certificados apresentam, em média, desempenho financeiro inferior ao dos hotéis sem certificação. Por outro lado, variáveis como a dimensão e o número de comentários apresentam uma influência positiva na performance financeira, sugerindo que hotéis de maior dimensão e com maior envolvimento online tendem a obter melhores resultados financeiros. O endividamento, por seu lado, mostrou-se negativamente associado à rentabilidade, reforçando a ideia de que uma estrutura financeira mais alavancada tende a comprometer o desempenho financeiro.

Os resultados obtidos podem ser justificados por diversos fatores relacionados com os custos e benefícios da certificação sustentável. A certificação ambiental implica investimentos significativos em infraestruturas, eficiência energética, formação e auditorias externas, o que tende a elevar os custos operacionais e reduzir a rentabilidade no curto prazo (López-Gamero, Molina-Azorín & Claver-Cortés, 2009). Contudo, estes investimentos podem gerar ganhos reputacionais e competitivos no longo prazo, fortalecendo a imagem institucional e atraindo clientes mais conscientes e fiéis (Peiró-Signes et al., 2014). Reis (2021) destaca que, embora a adoção das certificações ISO 14001 e ISO 9001 promova melhorias na eficiência organizacional, o impacto financeiro é frequentemente gradual. Do mesmo modo, Soares (2024) e Lima & Jucá (2024) sublinham que, no contexto português, os custos de implementação ainda constituem um obstáculo à rentabilidade imediata. Adicionalmente, Chi et al. (2022) destacam que, apesar de muitos consumidores afirmarem valorizar práticas sustentáveis, a decisão final de compra nem sempre reflete essa intenção, o que limita o retorno comercial direto das certificações.

Como tal, os resultados obtidos indicam que, no curto prazo, a certificação está associada a uma redução da rentabilidade, devido ao peso dos custos de implementação e de manutenção. Contudo, a longo prazo, estas certificações podem traduzir-se em vantagens competitivas sustentáveis, por meio da consolidação da reputação, aumento da confiança dos consumidores e melhoria da eficiência interna (Souza, 2022; Da Costa Barboza et al., 2025). Assim, a sustentabilidade surge não apenas como uma exigência ética e ambiental, mas também como uma estratégia empresarial de longo prazo, que reforça a credibilidade e gera valor intangível para as organizações.

Apesar de os resultados fornecerem evidências relevantes sobre a relação entre a certificação de sustentabilidade e a performance financeira no setor hoteleiro, este estudo apresenta algumas limitações que devem ser consideradas na interpretação dos dados. Em primeiro lugar, a análise foi conduzida especificamente em Portugal, o que implica que os resultados refletem as características e dinâmicas particulares do país. Assim, fatores como o perfil turístico, o nível de competitividade, a sazonalidade da procura e o enquadramento económico local podem ter influenciado os resultados. Consequentemente, seria interessante expandir o estudo para outros contextos internacionais, nos quais as políticas ambientais, o perfil dos consumidores e a maturidade das práticas de sustentabilidade possam divergir significativamente. Em segundo lugar, a variável de certificação de sustentabilidade baseou-se em informações disponíveis nas plataformas Booking.com e TripAdvisor, o que pode não abranger todas as certificações relevantes nem refletir a totalidade das práticas sustentáveis implementadas pelos hotéis. Além disso, a análise centrou-se sobretudo em indicadores financeiros, não captando integralmente os benefícios intangíveis da certificação, como a fidelização de clientes, a valorização da marca e o acesso a novos mercados.

Para investigações futuras, recomenda-se ampliar a amostra para incluir diferentes tipos de alojamento, o que permitirá uma visão mais abrangente do impacto da certificação de sustentabilidade no desempenho do setor hoteleiro. Sugere-se também a incorporação de indicadores não financeiros, como a satisfação dos colaboradores, a inovação em práticas ecológicas e a reputação digital, a fim de compreender, de forma mais holística, o valor da sustentabilidade empresarial. Também se recomenda a inclusão de variáveis qualitativas (como práticas específicas de gestão ambiental) e a comparação entre regiões de Portugal ou entre países europeus. Além disso, estudos de caso e entrevistas com gestores hoteleiros poderiam fornecer uma compreensão mais aprofundada dos motivos estratégicos e das perceções de valor associados à certificação sustentável.

Referências Bibliográficas

- Arbelo, A., Arbelo-Pérez, M., De Vera, V., & Bilgihan, A. (2025). Prêmios verdes: avaliando o impacto da certificação ecológica na receita no setor de hospitalidade. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 37(13), 64–83. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2024-0534>
- Arena, M., Azzone, G., Ratti, S., Urbano, V. M., & Vecchio, G. (2023). Sustainable development goals and corporate reporting: An empirical investigation of the oil and gas industry. *Sustainable Development*, 31(1), 12–25. <https://doi.org/10.1002/sd.2369>
- Aznar, J. P., Sayeras, J. M., Galiana, J., & Rocafort, A. (2016). *Commitment to sustainability, new competitors and hotel performance: The hotel industry in Barcelona*. *Sustainability*, 8(8), 755. <https://doi.org/10.3390/su8080755>
- Baptista, N. G. P. (2016). *Influência da sustentabilidade ambiental na gestão e competitividade empresarial e na empregabilidade: Percepções de gerentes brasileiros* [Dissertação de mestrado, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro]. Vila Real. <http://hdl.handle.net/10348/7581>
- Bianco, S., Bernard, S., & Singal, M. (2023). O impacto das certificações de sustentabilidade no desempenho e na ação competitiva em hotéis. *Revista Internacional de Gestão Hoteleira*, 108, 103379. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2022.103379>
- Bohdanowicz, P. (2007). *Environmental awareness and initiatives in the hotel industry*. *International Journal of Hospitality Management*. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2006.07.002>
- Borelli, E., & Silva, D. de C. (2014). *Sistema de sustentabilidade empresarial como instrumento de gestão* [Anais do III SINGEP e II S2IS]. <https://www.singep.org.br/3singep/resultado/542.pdf>
- Bringas-Fernández, V., et al. (2024). *B-Corp certification and financial performance: A panel data analysis*. *Heliyon*, 10(5), e34868. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e34868>
- Calado Ferra, T. M. (2024). *Certificação de Sustentabilidade no Grupo Marmòris* (Doctoral dissertation). <http://hdl.handle.net/10400.26/50575>
- Callado, A. L. C. (2010). Modelo de mensuração de sustentabilidade empresarial: uma aplicação em vinícolas localizadas na Serra Gaúcha. <http://hdl.handle.net/10183/26743>
- Chi, C. G., Chi, O. H., Xu, X., & Kennedy, I. (2022). Narrowing the intention-behavior gap: The impact of hotel green certification. *International Journal of Hospitality Management*, 107, 103305.
- Constantino, J. C., & Junior, E. L. R. (2024). Ferramentas da qualidade na certificação ISO 9001 com ênfase no fluxograma. *Caderno Progressus*, 4(7), 14-29. <https://www.cadernosuninter.com/index.php/progressus/article/view/3173>
- Coral, E. (2002). Modelo de planejamento estratégico para a sustentabilidade empresarial. <http://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/82705/189235.pdf?seq>

Costa, E. M., Nossa, V., Nossa, S. N., & da Costa Borgerth, V. M. (2018). A certificação iso 14001 e o endividamento das empresas brasileiras.

<https://anaiscbc.emnuvens.com.br/anais/article/view/4420/4421>

Da Costa Barboza, D., De Almeida Cruz, G., Rodrigues Gomes, R., Lima Parreira Ribeiro, T., Peres Silva, W., & Peres Da Silva, W. (2025). *Certificação de sustentabilidade no setor sucroalcooleiro*.

Interfaces do Conhecimento, 7(1). Recuperado de

<https://periodicos.unicathedral.edu.br/index.php/revistainterfaces/article/view/992>

Da Silva, D., Estender, A. C., de Macedo, D. L., & Murarolli, P. L. (2016). *A importância da sustentabilidade para a sobrevivência das empresas* [The importance of sustainability to the survival of businesses]. *Empreendedorismo, Gestão e Negócios*, 5(5), 74–91.

<https://fatece.edu.br/arquivos/arquivos-revistas/empreendedorismo/volume5/5.pdf?utm>

Da Silva, H. A., & Calegário, C. L. L. (2024). A influência da certificação ISO e da internacionalização na sustentabilidade corporativa ambiental: uma revisão sistemática da literatura. *Observatório De La Economía Latinoamericana*, 22(7), e5762-e5762

De Matos, J. K. E., & Costa, M. A. N. (2014). Hotelaria, sustentabilidade e certificação: um estudo bibliométrico. *Revista Vértices*, 16(1), 51-75. <https://doi.org/10.5935/1809-2667.20140004>

de Melo, M. T. G., da Silva Barros, J. M., Ribeiro, A. R. B., et al. (2024). The role of certifications and eco-labels in fisheries: a systematic literature review of their benefits and challenges. *Environmental Sciences Europe*, 36, 200. <https://doi.org/10.1186/s12302-024-01018-0>

De Oliveira Claro, P. B., & Claro, D. P. (2014). Sustentabilidade estratégica: existe retorno no longo prazo?. *Revista de Administração*, 49(2), 291-306.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0080210716303478>

De Oliveira Franco, V. (2022). *Impacto da Certificação ISO 14001 no Desempenho Económico-Financeiro das Empresas Portuguesas* (Master's thesis, Universidade do Porto (Portugal))

De Souza Campos, L. M., Grzebieluckas, C., & Selig, P. M. (2009). A EMPRESAS COM CERTIFICAÇÃO ISO 14001 SÃO MAIS RENTÁVEIS? UMA ABORDAGEM EM COMPANHIAS ABERTAS NO BRASIL. *REAd-Revista Eletrônica de Administração*, 15(1), 08-131.

<https://www.redalyc.org/pdf/4011/401137512005.pdf>

De Souza, C. A., & Alvares, R. C. S. (2015). Certificação Sustentável em Meios de Hospedagem – Caso da Certificação NBR 15401 no Brasil. *Revista Rosa Dos Ventos - Turismo E*

Hospitalidade, 6(4).

Disponível

em

<https://sou.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/2564>

De Souza, Claudio Alexandre; ALVARES, Rafaella Caroline Simão. Certificação sustentável em meios de hospedagem—caso da certificação NBR 15401 no Brasil. *Revista Rosa dos Ventos-*

Turismo e Hospitalidade, 2014, 6.4.

<https://sou.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/2564>.

Dias, A. C. G. (2009). *O relato da sustentabilidade empresarial: Práticas em Portugal* [Dissertação de mestrado, Universidade Aberta. Lisboa. <http://hdl.handle.net/10400.2/1410>

Evangelista, R. (2010). Sustentabilidade: Um possível caminho para o sucesso empresarial? *Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão*, 9(1–2).

https://scielo.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1645-44642010000100009#:~:text=O%20presente%20estudo%20aborda%20a%20relação%20entre%20o,termos%20de%20valor%20agregado%20junto%20aos%20seus%20stakeholders.

Foundation for Environmental Education (FEE). (2024). *Green Key — The leading standard for excellence in environmental responsibility and sustainable operation within the tourism industry*. <https://www.greenkey.global>

Garcia, H. I. A. (2018). O impacto da comunicação de sustentabilidade na percepção do valor de marca e da reputação organizacional: o caso da EDP.

Geerts, W., 2014. Esquemas de certificação ambiental: opiniões e avaliações dos gestores hoteleiros percepções. *Int. J. Hosp. Manag.* 39, 87–96. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.02.007>

Global Sustainable Tourism Council. (2023). *GSTC Criteria — Sustainable tourism criteria and indicators*. GSTC. <https://www.gstcouncil.org/gstc-criteria/>

Gomes, T. F. (2019). *Sustentabilidade no contexto empresarial Ypê Brasil* [Trabalho de Conclusão de Curso, Instituto Federal da Paraíba, Campus Guarabira]. Instituto Federal da Paraíba. <https://repositorio.ifpb.edu.br/jspui/handle/177683/934>

Gonçalves, R. (2010). *Práticas de sustentabilidade e valor da empresa* [Dissertação de mestrado, Universidade Presbiteriana Mackenzie]. Adelpha Repositório Digital. <http://dspace.mackenzie.br/handle/10899/26223>

Gonçalves, R. (2010). *Práticas de sustentabilidade e valor da empresa* [Dissertação de mestrado, Universidade Nove de Julho]. Adelpha Repositório Digital. <https://adelpha.uninove.br/handle/123456789/1234>

Heikkurinen, P., & Bonnedahl, K. J. (2013). *Corporate responsibility for sustainable development: A review and conceptual comparison of market- and stakeholder-oriented strategies*. *Journal of Cleaner Production*, 43, 191–198. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2012.12.021>
<https://repositorio.ipl.pt/entities/publication/9cd49e8f-39b8-45e3-b7a8-fd362eb1585d>
<https://www.proquest.com/openview/c4cfb1b15eb7784eccb3ccf2f3a657f0/1?pqorigsite=gscholar&cbl=2026366&diss=y>

Instituto Nacional de Estatística (INE). (2024). *Estatísticas do Turismo — 2023/2024*. INE. Disponível em https://www.ine.pt/xportal/xmain?tema_cod=1713

- International Organization for Standardization. (2015). *ISO 14001:2015 — Environmental management systems — Requirements with guidance for use*. ISO. <https://www.iso.org/standard/60857.html>
- International Organization for Standardization. (2018, September 11). How Hilton is going green. <https://www.iso.org/news/ref2324.html>
- Jacobi, P. (1999). Meio ambiente e sustentabilidade. *O Município no século XXI: cenários e perspectivas*. Cepam—Centro de Estudos e Pesquisas de Administração Municipal, 175-183. <https://michelonengenharia.com.br/downloads/Sutentabilidade.pdf>
- Jacometi, W. A., & Paulino, S. R. (2007) Certificação e sustentabilidade na agricultura. *Encontro Nacional sobre Gestão Empresarial e Meio Ambiente*, 9. <https://www.agrolink.com.br/downloads/88345.pdf>.
- Jahnke, L. T., Willani, S. M. U., & de Araújo, T. L. R. (2013). O IPTU verde: práticas sustentáveis trazem benefícios financeiros à população. *Revista Eletrônica do Curso de Direito da UFSM*, 8, 413-423. <https://doi.org/10.5902/198136948341>
- Kronenberg, J., & Bergier, T. (2012). *Sustainable development in a transition economy: Business case studies from Poland*. *Journal of Cleaner Production*, 26, 18–27. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2011.12.010>
- Leme, P. H. M. V., & Pinto, C. L. (2019). Qualidade e sustentabilidade: sistemas de certificação do café sob a ótica dos Pilares da Qualidade. *Revista Agrogeoambiental*, 10(4), 9-26. <https://doi.org/10.18406/2316-1817v10n420181159>
- Lima, W., & Jucá, M. N. (2024). *O impacto das práticas de sustentabilidade na performance financeira e na criação de valor das empresas*. *Revista de Contabilidade e Organizações*. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-6486.rco.2024.220597>
- López-Gamero, M. D., Molina-Azorín, J. F., & Claver-Cortés, E. (2009). The whole relationship between environmental variables and firm performance: Competitive advantage and firm resources as mediator variables. *Journal of Environmental Management*, 90(10), 3110–3121. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2009.05.007>
- Lugoboni, L. F., de Toledo Paulino, A., Zittei, M. V. M., & da Silva Pereira, R. (2015). Importância da sustentabilidade para as empresas do setor de energia elétrica: utilização de relatório de sustentabilidade com base no GRI. *Revista Metropolitana de Sustentabilidade (ISSN 2318-3233)*, 5(3), 04-25. <https://revistaseletronicas.fmu.br/index.php/rms/article/view/630>
- Marques, A., Januário, J. F., & Oliveira Cruz, C. (2024). *Sustainability certifications in real estate: Value and perception*. *Buildings*, 14(12), 3823. <https://doi.org/10.3390/buildings14123823>
- Martínez-Perales, S., Ortiz-Marcos, I., Juan Ruiz, J., & Lázaro, F. J. (2018). Using certification as a tool to develop sustainability in project management. *Sustainability*, 10(5), 1408. <https://doi.org/10.3390/su10051408>

- Martinkoski, D. C. (2007). Análise do desempenho ambiental e avaliação dos resultados econômicos em uma organização certificada com a ISO 14001: estudo de caso realizado em indústria do Pólo Petroquímico do Sul. <http://tede.upf.br:8080/jspui/handle/tede/220>
- Martins, C. A., Alves, J., & Silva, A. (2022). *Determinants of environmental certification of hotel companies: an analysis of the Portuguese case*. In *International Tourism Congress ITC2022*. Łódź. <http://hdl.handle.net/10198/27102>
- Mohammad Shahansha Molla, Dr. Yusnidah Bt Ibrahim, & Dr. Zuaini Bt Ishak. (2019). Práticas de Sustentabilidade Corporativa: Uma Revisão sobre as Medições, Problemas Relevantes e uma Proposição. *Revista Global de Pesquisa em Gestão e Negócios*, 19(D1), 1–8. Obtido em <https://journalofbusiness.org/index.php/GJMBR/article/view/2666>
- Mundim, V. A., dos Anjos, M. A. D., de Amorim, D. A., & da Silva Costa, S. T. (2024). Certificação Do Café: Contribuições ao Produtor, Consumidor e Desenvolvimento Sustentável. *Revista GeTeC*, 20. <https://www.revistas.fucamp.edu.br/index.php/getec/article/view/3544>
- Nicoletti, M., Alem, G., Blazek, M., Fillippi, P., & Bismarchi, L. F. (2020). Atuação empresarial para sustentabilidade e resiliência no contexto da COVID-19. *RAE - Revista de Administração de Empresas*, 60(5). <https://doi.org/10.1590/S0034-759020200605>
- Nygaard, A. (2023). *Is sustainable certification's ability to combat greenwashing trustworthy?* *Frontiers in Sustainability*, 4. <https://doi.org/10.3389/frsus.2023.1188069>
- OECD. (2022). *OECD Tourism Trends and policies 2022 — Portugal country chapter*. OECD. Disponível em https://www.oecd.org/en/publications/oecd-tourism-trends-and-policies-2022_a8dd3019-en/full-report/portugal_26342d91.html
- Patti, F., Silva, D., & Estender, A. C. (2016). A importância da sustentabilidade para a sobrevivência das empresas. *Revista Terceiro Setor & Gestão de Anais-UNG-Ser*, 9(1), 18-34. <https://revistas.unq.br/index.php/3setor/article/view/1997>
- Pazienza, M., de Jong, M., & Schoenmaker, D. (2022). Esclarecendo o conceito de sustentabilidade corporativa e proporcionando convergência para sua definição. *Sustentabilidade*, 14(13), 7838. <https://doi.org/10.3390/su14137838>
- Peiró-Signes, A., Segarra-Oña, M.-D.-V., Verma, R., Mondéjar-Jiménez, J., & Vargas-Vargas, M. (2014, February 1). *The impact of environmental certification on hotel guest ratings*. Cornell University. <https://hdl.handle.net/1813/71896>
- Peiro-Signes, M.-D.-V., Verma, R., Mondéjar-Jiménez, J., Vargas-A., Segarra-Ona, Vargas, M. (2014). O impacto da certificação ambiental nas avaliações dos hóspedes do hotel. *Hospital Cornell Q.* 55 (1), 40–51. <https://doi.org/10.1177/1938965513503488>

- Pimenta, A. A., Sindelar, F. C. W., & Périco, E. (2023). *Indústria calçadista brasileira: Uma análise das práticas sustentáveis de empresas certificadas pelo selo Origem Sustentável*. *RGSA – Revista de Gestão Social e Ambiental*, 17(3). <https://doi.org/10.24857/rgsa.v17n3-021>
- Pontes, V., & Fonseca, A. (2007). *A componente ambiental na sustentabilidade empresarial*. *FCT – Número 04*. Edições Universidade Fernando Pessoa. <http://hdl.handle.net/10284/10389>
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating shared value. *Harvard Business Review*, 89(1-2), 62–77. Disponível em: <https://hbr.org/2011/01/the-big-idea-creating-shared-value>
- Reis, S. C. A. (2021). *Impacto da adoção das ISO 14001 e ISO 9001 na performance empresarial: O caso português* [Dissertação de mestrado]. Repositório Comum / RCAAP. <http://hdl.handle.net/10400.26/39057>
- Reis, S. D. C. A. (2021). *Impacto da adoção das ISO 14001 e ISO 9001 na performance empresarial: O caso português* [Dissertação de mestrado, Universidade de Lisboa]. Universidade de Lisboa Repositório. <https://repositorio.ulisboa.pt/handle/10451/51363>
- Robinson, S., Singh, A. J., & Das, P. (2016). Financial impact of LEED and energy star certifications on hotel revenues. *The Journal of Hospitality Financial Management*, 24(2), 110-126.
- Rodrigues, K. C. B. T., Marques, F. R. V., Mariano, W. dos S., Saldanha, E. S., Souza, J. P. da C., Silva, J. A. M. da, ... Silva, G. P. G. da. (2024). Gestão Socioambiental: a Importância da Auditoria Ambiental para a Sustentabilidade Organizacional. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 18(6), e05964. <https://doi.org/10.24857/rgsa.v18n6-098>
- Ruggi, M. O. (2018). *Inovação em empresas com certificação de sustentabilidade: elementos determinantes de sua convergência* (Master's thesis, Universidade Tecnológica Federal do Paraná). <http://repositorio.utfpr.edu.br/jspui/handle/1/3290>
- Sachs, I. (2002). *Caminhos para o desenvolvimento sustentável*. Rio de Janeiro: Garamond. Disponível em: <https://www.amazon.com.br/Caminhos-para-o-Desenvolvimento-Sustent%C3%A1vel/dp/858643535X>
- Sarmiento, E. M., & Franco, J. N. (2023). A importância dos websites na divulgação da sustentabilidade ambiental nos hotéis de 4 e 5 estrelas em Portugal Continental. *Tourism & Hospitality International Journal*, 21(2), 49–64. Disponível em <https://revistas.rcaap.pt/thij/article/view/31339>
- Sayfuddin, A. T. M. (2022). When green practices affect business performance: an investigation into California's hotel industry. *International Review of Applied Economics*, 36(2), 154-186.
- Segarra-Ona, M.-D.-V., Peiró-Signes, A., Verma, R., & Miret-Pastor, L. (2012). A certificação ambiental ajuda o desempenho econômico dos hotéis? *Cornell Hospitality Quarterly*, 53(3), 242–256. <https://doi.org/10.1177/1938965512446417>

- Shibao, F. Y., Moori, R. G., & Santos, M. D. (2010). A logística reversa e a sustentabilidade empresarial. *Seminários em administração*, 13, 1-17. <https://jose Luispriosti.wordpress.com/wpcontent/uploads/2018/09/a-logistica-reversa-e-a-sustentabilidade-empresarial.pdf>
- Silva, A. W. P., Oliveira, B. N. F., Siqueira, E. S., Coelho, A. L. A., & Santos, H. C. C. (2018). Análise das políticas de sustentabilidade e responsabilidade social como diferencial competitivo para as empresas. *O Eco da Graduação*, 3(1). <https://doi.org/10.xxxx/eco.grad>
- Silva, D. A., & Ribeiro, H. (2005). Certificação ambiental empresarial e sustentabilidade: desafios da comunicação. *Saúde e sociedade*, 14(1), 52-67. <https://www.scielo.org/pdf/sausoc/v14n1/07.pdf>
- Silva, H. A. da, & Calegário, C. L. L. (2024). A influência da certificação ISO e da internacionalização na sustentabilidade corporativa ambiental: uma revisão sistemática da literatura. *OBSERVATÓRIO DE LA ECONOMÍA LATINOAMERICANA*, 22(7), e5762. <https://doi.org/10.55905/oelv22n7-135>
- Silva, L. S. A. D., & Quelhas, O. L. G. (2006). Sustentabilidade empresarial e o impacto no custo de capital próprio das empresas de capital aberto. *Gestão & Produção*, 13, 385-395. <https://doi.org/10.1590/S0104-530X2006000300003>
- Soares, J. M. (2024). *Study of the relevance of ISO 9001 standard in the performance of the Portuguese hospitality industry*. *Tourism & Management Studies*, 10(2), 57–66. <https://doi.org/10.17870/ectms-2024-703>
- Sousa, J. P. D., Oliveira, V. D., & Bem Maracajá, K. F. (2021). A Sustentabilidade no Espaço Empresarial: Reflexões sobre a Responsabilidade Sócio Empresarial no Setor da Indústria Têxtil da Cidade de Toritama/PE. *Revista Ciências Gerenciais*, 25(42). <https://www.researchgate.net/profile/kettrin-maracaja/publication/381306405>
- Souza, F. F. de. (2022). *O impacto de certificações da qualidade no desempenho de empresas do setor privado da saúde em Portugal* [Dissertação de mestrado, Universidade Autónoma de Lisboa]. Camões – Repositório Institucional da Universidade Autónoma de Lisboa. <http://hdl.handle.net/11144/5392>
- Souza, S. B. D. (2023). Gestão sustentável e responsabilidade social corporativa: tendências e desafios. <https://repositorio.ufrn.br/server/api/core/bitstreams/d637e071-e936-4d1a-9608f8dd5a85446e/content>
- Tachizawa, T. (2011). *Gestão socioambiental: estratégias na nova era da sustentabilidade*. Atlas. <https://www.worldcat.org/title/781727159>
- Turismo de Portugal. (2023). *Turismo + Sustentável 20|30: Estratégia para o turismo sustentável em Portugal*. Recuperado de <https://www.turismodeportugal.pt>

- Turismo de Portugal. (2024). *Visão geral - dados de 2024*. https://www.turismodeportugal.pt/en/Turismo_Portugal/visao_geral
- UNWTO. (2023). *Tourism for Sustainable Development Goals Platform*. <https://www.unwto.org/sustainable-development>
- Velaoras, K. (2025). The role of environmental certification in the hospitality sector. *Sustainability*, 17(2), 650. <https://doi.org/10.3390/su17020650>
- World Commission on Environment and Development. (1987). *Our common future: Report of the World Commission on Environment and Development (A/42/427)*. Nações Unidas. Disponível em: <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf>
- World Tourism Organization (UNWTO). (2023). *Tourism and sustainability*. <https://www.unwto.org/sustainable-development>
- World Travel & Tourism Council. (2025). *Portugal's Travel & Tourism Sector Enters Golden Era*. <https://wtcc.org/news/portugals-travel-tourism-sector-enters-golden-era>
- Yilmaz, Y. (2019). Determination of managers' attitudes towards eco-labelling in the hotel sector. *Sustainability*, 11(18), 5069. <https://doi.org/10.3390/su11185069>
- Zambon, B. P., & Ricco, A. S. (2009). Sustentabilidade empresarial: uma oportunidade para novos negócios. *Conselho Regional de Administração, CRA/ES. Artigo Técnicos*.