



Sociedade & Natureza

ISSN: 0103-1570

sociedadennatureza@ufu.br

Universidade Federal de Uberlândia

Brasil

Policani Freitas, André Luís; Manguiera de Almeida, Georgia Maria
AVALIAÇÃO DO NÍVEL DE CONSCIÊNCIA AMBIENTAL EM MEIOS DE HOSPEDAGEM: UMA
ABORDAGEM EXPLORATÓRIA

Sociedade & Natureza, vol. 22, núm. 2, agosto, 2010, pp. 405-417

Universidade Federal de Uberlândia

Uberlândia, Minas Gerais, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=321327199013>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal

Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

AVALIAÇÃO DO NÍVEL DE CONSCIÊNCIA AMBIENTAL EM MEIOS DE HOSPEDAGEM: UMA ABORDAGEM EXPLORATÓRIA

Evaluation of environmental awareness level in hotel industry: an exploratory approach

André Luís Policani Freitas

Professor Dr. da Universidade Estadual do Norte Fluminense – UENF
Campos dos Goytacazes/RJ – Brasil
policani@uenf.br

Georgia Maria Manguiera de Almeida

Mestre em Engenharia de Produção pela Universidade Estadual do Norte Fluminense – UENF
Campos dos Goytacazes/RJ – Brasil
georgiamanguiera@gmail.com

Artigo recebido para publicação em 11/03/2010 e aceito para publicação em 12/06/2010

RESUMO: *Nos últimos anos um crescente número de estabelecimentos hoteleiros vem adotando práticas direcionadas à redução de recursos com a justificativa de preservação do meio ambiente. Entretanto, um dos grandes desafios é detectar se tais práticas realmente refletem uma consciência ambiental ou apenas destinam-se a redução de custos. Neste contexto, este artigo propõe uma abordagem exploratória para avaliar o nível de consciência ambiental em meios de hospedagem, segundo a percepção dos empresários e hóspedes. Um estudo foi realizado com o objetivo de captar: (i) o perfil dos estabelecimentos e dos hóspedes; (ii) o nível de consciência ambiental do administrador/empresário e dos hóspedes; (iii) as ações praticadas pelos estabelecimentos; e (iv) a postura dos hóspedes em relação ao meio ambiente e à hospedagem.*

Palavras-chave: Sistema de Gestão Ambiental. Conscientização Ambiental. Qualidade Ambiental. Indústria Hoteleira.

ABSTRACT: *In the last years a growing number of hotels are adopting practices for resources reduction as a justification for environment preservation. However, one of the great challenges is to detect if such practices really represent environmental awareness or they just aim at cost reduction. In this context, this article proposes an exploratory approach for evaluating the environmental awareness level in the hotel industry, according to the businessmen and guests points of view. A study case was conducted in order to obtain: (i) the hotels' and the guests' profile, (ii) the businessmen' and the guests' environmental awareness level, (iii) the environmental practices and, (iv) the guests' attitudes concerning environmental subjects and accommodations.*

Keywords: Environmental Management System. Environmental awareness. Environmental Quality. Hotel industry.

INTRODUÇÃO

Uma nova forma de compreender o significado de desenvolvimento econômico e o seu impacto no meio ambiente vem sendo construída recentemente. O que antes era visto como um subproduto das atividades industriais, hoje é tido como um problema global que tem levado, nos últimos 30 anos, iniciativas públicas e privadas de diversas partes do mundo a regulamentarem e orientarem as atividades econômicas de impacto ambiental e a sociedade como um todo.

Palme e Tillman (2008) ressaltam que antes dos anos de 1970, muito pouco se ouvia falar em consciência ambiental entre as empresas por todo o mundo. Mas em meados desta década, em função do surgimento de legislações e regulamentos, as empresas se viram forçadas a assumir maior responsabilidade pelo impacto que causavam no meio ambiente.

Em torno de 1990 começou uma fase mais proativa, em que a “indústria verde” ganhou impulso. Sistemas de gestão ambiental, contabilidade ambiental e o conceito de eco-eficiência foram introduzidos. Nesta fase, a consciência ambiental começou a ser adicionada de forma crescente ao desenvolvimento e à produção de bens e serviços.

Reportando-se aos serviços de hospedagem, Bohdanowicz, Simonic e Martinac (2005, p.1643) argumentam que existe um crescente número de hoteleiros tendo cada vez mais consciência que o meio ambiente e a sua proteção são cruciais para o desenvolvimento e desempenho da indústria hoteleira.

No entanto, um dos grandes desafios é a transição para uma consciência ambientalmente responsável que se traduza em ações concretas nas empresas. A esse respeito, Post e Altman (1994) ressaltam que “a mais intrigante transição para muitas empresas envolve o desafio da mudança de uma mentalidade de “sobrevivência do mais forte” para uma mentalidade de vantagem competitiva ou inovação”. Em outras palavras, a construção nas empresas de uma consciência de que a questão ambiental pode se tornar um fator de incremento da competitividade ainda é um dos maiores desafios da atualidade.

Neste contexto, este artigo tem como objetivo investigar se realmente há uma tendência dos meios de hospedagem em promover ações de cunho am-

biental. Para isto, este trabalho propõe uma abordagem exploratória para avaliar o nível de consciência ambiental nos meios de hospedagem, segundo a percepção dos empresários (ou gerentes) e dos hóspedes. Adicionalmente, a abordagem proposta almeja identificar as ações desenvolvidas em favor do meio ambiente, o posicionamento dos meios de hospedagem em termos mercadológicos quando relacionado à questão ambiental, e o perfil dos estabelecimentos de hospedagem e dos hóspedes.

De maneira sucinta, este artigo está organizado da seguinte forma: a seção 2 apresenta o referencial teórico relacionado à questão ambiental e aos meios de hospedagem; a seção 3 descreve a abordagem metodológica proposta para avaliar o nível de consciência ambiental dos meios de hospedagem, sendo apresentados os resultados de um estudo realizado com o intuito de investigar o emprego dessa abordagem; e, finalmente a seção 4 apresenta as considerações finais e os direcionamentos para trabalhos futuros.

QUALIDADE AMBIENTAL EM MEIOS DE HOSPEDAGEM

Meio de hospedagem é um empreendimento, público ou privado, que fornece, dentre as suas atividades, serviços de acomodação (NIH-54, 2004, p.19). Para melhor compreensão do tema abordado neste artigo, apresentam-se nas próximas seções alguns conceitos relacionados à questão ambiental e discussões sobre a implantação do Sistema de Gestão Ambiental nos Meios de Hospedagem.

Desenvolvimento Sustentável e Qualidade Ambiental

A Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e o Desenvolvimento, realizada no Rio de Janeiro em 1992, teve como objetivo discutir temas relacionados às questões ambientais. Nessa Conferência foi divulgado mundialmente o conceito de Desenvolvimento Sustentável como um princípio que harmoniza a atividade econômica e a proteção ambiental a fim atender não só as gerações atuais como também as futuras. Conceito este que foi formulado antes dos anos 80 pela Comissão Mundial do Meio Ambiente e Desenvolvimento (WCED), no relatório intitulado

“Nosso Futuro Comum”, também conhecido como Relatório de Burtland (PALME e TILLMAN, 2008).

Segundo Wiens e Silva (2006), há possibilidade de interpretar o tema qualidade ambiental de várias maneiras devido a fatores objetivos (econômicos, sociais, culturais e políticos) que se manifestam de forma diferente no espaço e, por haver padrões e indicadores que contenham fatores subjetivos que consideram a percepção do indivíduo em relação ao seu meio ambiente e ao seu modo de vida.

De acordo com a norma NIH 54: 2004 — norma do Programa de Certificação do Turismo Sustentável (PCTS) direcionada aos meios de hospedagem — sustentabilidade representa o uso dos recursos de maneira ambientalmente responsável, socialmente justa e economicamente viável, de forma que o atendimento das necessidades atuais não comprometa a possibilidade de uso pelas gerações futuras. Os objetivos e metas de sustentabilidade devem incluir (NIH-54, 2004, p. 29):

- a) emissões, efluentes e resíduos sólidos;
- b) conservação e gestão do uso da água;
- c) eficiência energética;
- d) seleção e uso de insumos;
- e) saúde e segurança dos clientes e no trabalho;
- f) qualidade e satisfação do cliente;
- g) trabalho e renda;
- h) comunidades locais;
- i) aspectos culturais;
- j) áreas naturais, flora e fauna;
- k) viabilidade econômica.

Especificamente para o setor hoteleiro, Mensah (2006) relata que os aspectos de interesse em relação às questões ambientais incluem reciclagem de lixo, gerenciamento de resíduos, limpeza do ar, conservação da água e energia, conservação do meio ambiente, manutenção de autorizações (como autorizações para construção de acordo com a legislação), políticas de compra e educação ambiental.

Com isso, para a melhoria da qualidade ambiental, que é o maior objetivo do Desenvolvimento Sustentável, deve ocorrer o combate à poluição, a minimização do desperdício no consumo, a realização do reaproveitamento de materiais e a consciência voltada para a harmonização com o desenvolvimento

econômico. A seguir discorre-se a respeito da realização destas práticas no âmbito da gestão ambiental em meios de hospedagem.

Gestão Ambiental e sua implantação nos Meios de Hospedagem

O nível de discussão e percepção das pessoas quanto aos temas relacionados com o meio ambiente tem crescido nas últimas três décadas. Donaire (1995) afirma que a questão ambiental é cada vez mais um assunto de interesse para as diversas partes envolvidas. A globalização, a internacionalização dos padrões de qualidade ambiental e a conscientização dos consumidores permitem prever que futuramente existirão exigências muito intensas em relação à preservação do meio ambiente e à qualidade de vida.

Stabler e Goodall (1997), em similar tônica, afirmam que apesar das declarações e iniciativas internacionais e nacionais para prosseguir o desenvolvimento sustentável, em um futuro imediato a responsabilidade e a iniciativa para a realização de progressos residirá com fornecedores e consumidores.

E ainda, Palme e Tillman (2008) afirmam que as ações ambientais estão mais alinhadas às estratégias corporativas, quando se foca o desenvolvimento sustentável a uma necessidade que atenda aos *stakeholders* de forma a transmitir-lhes credibilidade, responsabilidade e melhoria contínua nas empresas, categorizando assim as empresas no mercado. *Stakeholders*, segundo Freeman e Reed (1983), são grupos ou indivíduos localizados dentro e fora da organização que podem afetar o alcance dos objetivos organizacionais, ou que podem ser afetados pelo alcance dos mesmos objetivos. Ou seja, fornecedores, funcionários, clientes, acionistas e a sociedade.

Segundo Post e Altman (1994), as empresas apresentam desestímulo em praticar ações ambientais, pois os benefícios de uma atuação ambientalmente responsável apresentam efeitos financeiros de longo prazo, que poderão ser percebidos com a ampliação de uma imagem organizacional e com o aumento do número de clientes. Segundo os autores, os efeitos financeiros poderão permitir a cobrança de um preço mais elevado pelo serviço prestado, mas estes a princípio ainda são pouco visíveis aos empresários.

No entanto, Santos e Schmidt (2007) argumentam que a implementação de um Sistema de Gestão Ambiental (SGA) auxilia nos interesses organizacionais de fortalecer a imagem; conquistar e/ou ampliar o mercado; conseguir taxas de créditos mais baixas; manter boas relações com as partes interessadas no negócio; conservar atualizadas as legislações, as normas e os regulamentos relativos ao meio ambiente; reduzir custos operacionais e desperdícios; entre outras questões que favorecerão as empresas.

Por conseguinte, para que um SGA promova resultados significativos, o projeto desenvolvido pela empresa deve incluir etapas de treinamento e elaboração de rotinas, pois o monitoramento dos indicadores é essencial para que se possa medir o sucesso do programa. Em países desenvolvidos, a exemplo, um SGA implantado revela visibilidade de mercado dos meios de hospedagem. Além disso, há meios de hospedagem que alcançam a certificação ambiental ISO 14001, norma que estabelece requisitos para que um sistema da gestão ambiental capacite uma organização a desenvolver e implementar política e objetivos que levem em consideração requisitos legais e informações sobre aspectos ambientais significativos. Mais especificamente, a certificação de uma empresa segundo esta norma pode proporcionar uma conseqüente chance para melhor posicionamento no mercado.

Neste ponto, Serra (2005) expõe que as grandes empresas provavelmente serão as primeiras a alcançarem a certificação ISO 14001 e provavelmente exigirão que seus fornecedores a também a alcancem — processo será repetido em toda a cadeia de fornecedores.

Um estudo de caso realizado por Post e Altman (1994) revelou em um serviço de hospedagem dos Estados Unidos da América uma verdadeira ação inovadora: ganhador de inúmeros prêmios ambientais, o hotel pesquisado aumentou sua visibilidade com o sucedido programa ambiental que envolve mais de 120 ações, tornando-o líder na indústria ao envolver de forma criativa seus hóspedes no chamado “*greening*” (esverdeamento).

Porém, segundo Guimarães (2006), no Brasil o cenário se apresenta de forma distinta: nos hotéis pesquisados as práticas de gestão ambiental podem aparecer dispersas na administração do hotel, antecedidas por uma liderança reativa na maioria dos estabelecimentos, ou organizadas em sistemas e precedidas por

uma liderança proativa — esta última postura apresentada por uma minoria de hotéis. Ainda segundo o autor, estas práticas, se forem organizadas em sistemas, poderão criar possibilidades para implantação de um projeto de sustentabilidade.

Logo, o nível das discussões acerca do tema qualidade ambiental, não só cresceu, mas evoluiu em ações concretas nas empresas, em especial entre os meios de hospedagem, que estão construindo uma consciência ambiental em várias partes do mundo. No entanto, do ponto de vista mercadológico, muitos dos estabelecimentos de pequeno e médio porte se vêm pressionados pelo tempo e por seus recursos, tratando como secundária a implantação de um SGA. Outro ponto a destacar, é a visão de retorno. Por ocorrer em longo prazo, a Qualidade Ambiental poderia ainda não se revelar evidente aos empresários como um investimento e, por conseguinte, não representar um fator adicional na formação de valor junto aos seus *stakeholders*.

Os aspectos supra-reportados, dentre outros, ressaltam a necessidade de se avaliar o nível de consciência ambiental dos estabelecimentos de hospedagem — é nessa vertente que se direciona a abordagem proposta neste artigo.

ABORDAGEM METODOLÓGICA PROPOSTA

A abordagem proposta caracteriza-se por ser de natureza exploratória tendo como método a pesquisa qualitativa, objetivando prover percepções e compreensões a respeito de um problema. E, de acordo com Cancellier, Alberton e Santos (2007), o caráter exploratório advém do fato de que os estudos de gestão ambiental nas empresas hoteleiras ainda são muito iniciais no país. Além disso, há a impossibilidade de se transpor pesquisas realizadas no exterior devido à diferença entre as realidades existentes, especialmente quando se trata de países do primeiro mundo, onde é realizada a grande maioria dos estudos nesta área.

Em especial, o problema que norteia esta abordagem é a investigação do nível de consciência ambiental de hóspedes e de empresários dos estabelecimentos acerca das questões ambientais. Para melhor exposição, a seguir são apresentadas as etapas que compuseram esta abordagem.

Etapa 1 – Modelagem do problema

Inicialmente foram definidos os elementos e os procedimentos que compuseram a modelagem do problema. Nesta etapa definiu-se o objeto de estudo, assim como foram apontados os pontos primordiais para a realização da pesquisa.

a) Objeto do problema: o estudo foi realizado em meios de hospedagem localizados no mu-

nício de Campos dos Goytacazes, localizado na região norte do Estado do Rio de Janeiro. Segundo o IBGE (2009), a população estimada em 2009 para este município é de 434.008 habitantes (A FIGURA 1 ilustra a localização geográfica do município). Esse município destaca-se economicamente pela cultura de cana-de-açúcar, pela indústria de cerâmica vermelha e, principalmente, pela exploração petrolífera em seu litoral (FREITAS, 2007).

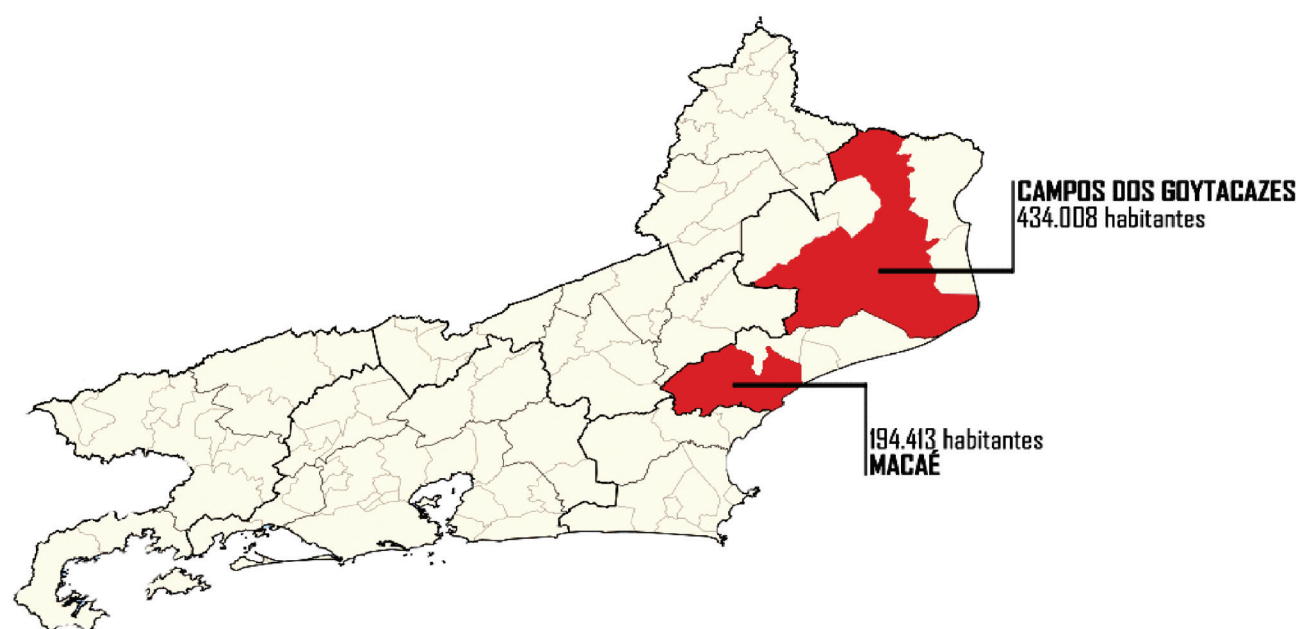


FIGURA 1: População estimada do município de Campos dos Goytacazes/RJ
Fonte: IBGE (2009)

b) Critérios relevantes: com o intuito avaliar o nível de consciência ambiental em meios de hospedagem foram considerados os atributos ambientais adotados por Bertolini e Possamai (2005), que procuraram mensurar o grau de consciência ambiental no momento da seleção de produtos para a compra; e por Ferreira (1999), que buscou identificar o perfil ambiental dos hotéis a partir dos critérios utilizados em uma pesquisa da Gazeta Mercantil. Em especial, neste artigo foram definidos itens (sentenças) que buscaram retratar a preocupação com o uso consciente dos recursos naturais, comportamento quanto ao descarte

de materiais utilizados, ações em prol da preservação ambiental, interesse e conhecimento dos respondentes por assuntos relacionados à questão ambiental, dentre outros. Considerou-se que o conjunto de critérios não deveria ser estático, devendo ser atualizado e adaptado ao passo que novos elementos são inseridos no cotidiano dos meios de hospedagem e dos indivíduos (novos produtos, novas tecnologias, novos hábitos de consumo, etc.). Os itens de avaliação encontram-se dispostos na TABELA 3 (extraídos do questionário destinado aos empresários) e na TABELA 4 (extraídos do questionário destinado aos hóspedes).

c) Escalas de julgamento de valor: Para captar o nível de consciência ambiental nos meios de hospedagem utilizou-se a escala de Likert de 5 pontos, cujos conceitos variam de Discordo Inteiramente desta declaração (DI) a Concordo Plenamente com esta declaração (CP). As sentenças a avaliadas configuraram um construto a respeito do tema Qualidade Ambiental, na avaliação do nível de consciência dos respondentes.

d) Identificação dos respondentes: Foram consideradas as percepções de empresários (ou gerentes, em alguns casos) e também dos hóspedes dos meios de hospedagem avaliados. Não foram consideradas as percepções dos demais funcionários dos estabelecimentos.

e) Construção do questionário: Foram elaborados dois questionários para captar as percepções dos empresários dos meios de hospedagem e dos hóspedes dos estabelecimentos, respectivamente. As sentenças foram redigidas com afirmações favoráveis (positivas), evitando-se palavras tendenciosas, como: termos que indicassem totalidade (nenhum, todos, etc.), advérbios de frequência (sempre, nunca, etc.) e advérbios de intensidade (muito, pouco, etc.). O questionário destinado aos empresários buscou identificar: o perfil do estabelecimento (nome, tempo de atuação, tipo de hospedagem, segmentos de clientes atendidos, porte da empresa e número de unidades habitacionais), o nível de consciência ambiental do respondente e as ações praticadas por seus estabelecimentos. No entanto, o questionário direcionado aos hóspedes buscou identificar: o perfil do respondente (nome, motivo da viagem, escolaridade, renda familiar e faixa etária), a sua postura em relação ao meio ambiente e à hospedagem, e também o nível de consciência ambiental.

f) Procedimento de agregação dos julgamentos: para cada item (sentença) dos questionários, este procedimento visou agrupar os julgamentos dos respondentes e fornecer o percentual de resposta atribuído a cada uma das categorias da escala de julgamento de valor utilizada.

Etapa 2 – Execução

a) Coleta dos dados: Os questionários foram aplicados a 116 hóspedes e 11 empresários do setor da hospedagem. Estas amostras foram não-probabilísticas que segundo Malhotra (2006, p. 325-326), consiste em uma “técnica de amostragem que não utiliza seleção aleatória”, e por conveniência, pois os elementos da amostra são selecionados de acordo com o julgamento pessoal do pesquisador. Neste sentido, estipulou-se em dez a quantidade mínima de respondentes (hóspedes) em cada estabelecimento. A pesquisa teve como etapa inicial a apresentação da proposta do estudo e coleta de informações junto aos empresários. Diferentemente dos procedimentos usualmente adotados, em que os questionários são deixados no estabelecimento para posterior recolhimento, os pesquisadores optaram pela aplicação em horários de entrada/saída de hóspedes (*check-in/check-out*) ou café da manhã, seguindo as sugestões de melhores horários que foram fornecidas pelos empresários. Nos estabelecimentos em que a pesquisa ocorreu durante o *check-in/check-out*, vale ressaltar que os hóspedes não se concentravam em um mesmo momento no saguão (*lobby*), sendo necessários aguardá-los, às vezes por algumas horas, ou mesmo retornar em outro dia até que a meta mínima estabelecida pudesse ser cumprida.

b) Implementação do procedimento de agregação dos julgamentos: Os dados foram tabulados em planilha eletrônica com o objetivo de implementar o procedimento de agregação dos julgamentos e propiciar a análise dos dados.

Etapa 3 – Análise dos dados e interpretação dos resultados

Inicialmente apresentam-se informações referentes ao perfil dos meios de hospedagem e dos respondentes. Em seguida, apresentam-se os resultados das percepções dos empresários e dos hóspedes.

a) Perfil dos meios de hospedagem: Neste estudo foram considerados 11 meios de hospedagem localizados na área urbana do município. Segundo da-

TABELA 1: Caracterização dos meios de hospedagem pesquisados.

Tipo de estabelecimento	Quant.	(%)	Principal segmento de clientes	Quant.	(%)
Hotel	8	72,7	Empresas	11	100,0
Flat	2	18,2	Turismo	0	0,0
Pousada	1	9,1	Outras	0	0,0
Porte da empresa	Quant.	(%)	Quantidade de UH	Quant.	(%)
Micro	3	27,3	até 20 UH	0	0,0
Pequena	6	54,5	de 21 a 40 UH	2	18,2
Média	2	18,2	de 41 a 60 UH	6	54,5
Grande	0	0,0	acima de 60 UH	3	27,3

Fonte: Dados da Pesquisa.

dos da Secretaria de Turismo do município, existem 18 estabelecimentos de hospedagem cadastrados, sendo que 4 situam-se na área rural e não fizeram parte da amostra. A TABELA 1 apresenta o perfil dos meios de hospedagem considerados neste estudo.

Notou-se que 73% dos estabelecimentos da amostra pesquisada eram hotéis e todos os estabelecimentos consideraram as empresas como o principal segmento de clientes atendido. Os estabelecimentos foram predominantemente considerados micro e pequenas empresas. Notou-se também que 81,8% dos estabelecimentos possuíam, pelo menos, 41UHs (Unidades Habitacionais).

b) Perfil dos hóspedes: A TABELA 2 apresenta o perfil dos hóspedes que responderam ao instrumento de pesquisa. Os resultados revelaram que 87%

dos hóspedes possuíam como motivo da hospedagem o trabalho, e destes, 7% possuíam como atividade fim a realização de negócios. Os dados da pesquisa também permitiram concluir que a maior demanda por hospedagem na cidade ocorre de terça-feira a quinta-feira (hóspedes a trabalho ou a negócios). Porém, nos fins de semana a demanda por este motivo diminui sensivelmente e os hóspedes visam, em sua maioria, o lazer.

Observou-se também que 70% dos hóspedes possuíam idade compreendida entre 25 e 49 anos. Ainda, 45% dos respondentes possuíam curso superior completo. No entanto, com relação à faixa de renda familiar, a distribuição ocorreu de forma aproximadamente uniforme em três faixas: de 1 a 5 salários mínimos (29%), de 5 a 10 salários mínimos (26%) e de 10 a 15 salários mínimos (28%).

TABELA 2: Caracterização dos Hóspedes

Motivo	Quant.	(%)		Idade	Quant.	(%)
Trabalho	93	80,2		até 24 anos	7	6,1
Negócios	8	6,9		de 25 a 34 anos	37	32,2
Lazer	15	12,9		de 35 a 49 anos	44	38,3
				acima de 50 anos	27	23,5
Escolaridade	Quant.	(%)		Renda Familiar	Quant.	(%)
Médio Incompleto	1	0,8		até 1 s.m.	0	0,0
Médio Completo	37	32,2		de 1 a 5 s.m.	33	29,5
Superior Incompleto	14	12,2		de 5 a 10 s.m.	29	25,9
Superior Completo	52	45,2		de 10 a 15 s.m.	32	28,6
Mestrado Completo	5	4,3		acima de 15 s.m.	18	16,1
Doutorado Completo	6	5,2				

Fonte: Dados da Pesquisa

c) Análise da pesquisa com os empresários: A TABELA 3 apresenta os valores percentuais dos Graus de Concordância resultantes da avaliação dos empresários que participaram da pesquisa. Tais resultados permitiram captar o nível de consciência ambiental destes e também o nível das ações adotadas em prol do meio ambiente.

TABELA 3: Resultados das Avaliações dos Empresários em Percentuais

Declarações Avaliadas		Grau de Concordância				
		DI	D	N	C	CP
I ₁	Acho importante que as empresas estejam preocupadas com a preservação ambiental.	0%	0%	0%	27%	64%
I ₂	Sei o que é Desenvolvimento Sustentável.	0%	9%	0%	27%	64%
I ₃	A minha empresa desenvolve ações ambientalmente corretas.	0%	27%	27%	18%	27%
I ₄	Já ouvi falar na Norma NBR ISO 14001.	9%	27%	18%	18%	27%
I ₅	A empresa tem o controle dos seus resíduos gerados. Tem implementado plano de redução continuada. Há coleta seletiva e encaminhamento para compostagem, reciclagem e reuso.	9%	36%	18%	18%	18%
I ₆	A empresa mantém um programa interno de treinamento e de conscientização de funcionários para a redução de consumo de energia elétrica, consumo de água e redução de produção de resíduos sólidos	27%	9%	0%	18%	36%
I ₇	Utiliza os dois lados dos papéis para impressão.	9%	9%	0%	27%	55%
I ₈	Utiliza materiais biodegradáveis na empresa.	0%	36%	9%	27%	27%
I ₉	Sabendo que um serviço de hospedagem tem práticas ambientais me interesse por conhecê-las e implantá-las por aqui.	0%	0%	18%	27%	55%
I ₁₀	Nossa empresa possui instalações e equipamentos que evitam o desperdício de energia.	0%	9%	0%	45%	45%
I ₁₁	A empresa tem implementado um processo de racionalização de água e energia. Usa fontes alternativas de energia.	0%	0%	9%	45%	45%
I ₁₂	Acredito que a imagem da empresa possa melhorar quando relacionada ao Desenvolvimento Sustentável.	0%	0%	9%	27%	64%
I ₁₃	Mantenho monitoramento específico do consumo de água e energia elétrica.	18%	0%	9%	36%	36%
I ₁₄	Estou atento a notícias relacionadas às questões ambientais.	0%	0%	0%	27%	73%
I ₁₅	É feita a divulgação de nossas atividades de preservação ambiental.	18%	27%	9%	36%	9%
I ₁₆	Eu me preocupo com o destino do papel impresso, do cartucho de tinta, do disquete, e das baterias originadas das atividades da empresa.	0%	0%	9%	36%	55%
I ₁₇	A empresa vem investindo recursos financeiros e/ou humanos na melhoria do seu desempenho ambiental.	18%	9%	9%	27%	36%

Fonte: Resultados da pesquisa.

— **Nível de consciência ambiental dos empresários:** De acordo com as respostas, observou-se que os empresários/gerentes demonstram preocupação e interesse pela preservação ambiental: 91% deles consideraram importante a preocupação das empresas com a questão ambiental (I₁); 82% tem interesse em conhecer e implantar em seus estabelecimentos práticas ambientais realizadas por serviços de hospedagem (I₉); 91% consideram que a imagem de sua empresa pode melhorar quando associada ao Desenvolvimento Sustentável (I₁₂); 91% se preocupam com o destino do papel impresso, do cartucho de tinta, do disquete, e das baterias originadas das atividades da empresa (I₁₆); e todos afirmaram que estão atentos às notícias relacionadas às questões ambientais. Entretanto, em termos do

conhecimento técnico sobre o assunto, verifica-se uma inconsistência nas respostas: 91% dos empresários/gerentes afirmaram que sabem o significado de Desenvolvimento Sustentável (I₂), mas 55% nunca ouviram falar da norma ISO 14001. Esta constatação é reforçada pelo fato de que 45% dos empresários/gerentes ainda não desenvolvem ações ambientalmente corretas. Neste sentido, verifica-se a necessidade de melhor divulgação dos assuntos relacionados à questão ambiental e das práticas adotadas em estabelecimentos de hospedagem em prol da preservação ambiental, pois, apesar dos empresários/administradores terem preocupação e interesse pelo assunto, ainda existe uma carência significativa em termos de conhecimento sobre o assunto e das práticas ambientais em seu setor.

— **Ações adotadas pelos empresários em prol do meio ambiente:** segundo as avaliações dos empresários/gerentes, observou-se que 87% dos estabelecimentos utilizam ambos os lados da folha para impressão (I_7), 90% possuem instalações e equipamentos que evitam o desperdício de energia (I_{10}), 90% implementam um processo de racionalização de água e energia (I_{11}) e 72% mantêm monitoramento específico do consumo de água e de energia elétrica (I_{13}). Por outro lado, notou-se que 36% dos estabelecimentos controlam seus resíduos gerados (I_5), 54% utilizam materiais biodegradáveis na empresa (I_8), 54% têm um plano interno de treinamento e conscientização de seus funcionários com relação às questões ambientais (I_6), 63% tem investido recursos na melhoria de seu desempenho ambiental (I_{17}) e 45% divulgam as atividades de preservação ambiental (I_{15}).

Os resultados apresentados revelaram que os estabelecimentos de hospedagem praticam ações em prol do meio ambiente. Entretanto, notou-se que o

objetivo predominantemente dessas práticas é a redução de despesas em consequência da economia de recursos (itens I_7 , I_{10} , I_{11} e I_{13}). Controle de resíduos, conscientização/treinamento/divulgação de temas relacionados à preservação ambiental e uso de produtos biodegradáveis são aspectos que precisam ser aperfeiçoados nos estabelecimentos pesquisados (I_5 , I_8 , I_6 , I_{17} e I_{15}). Tais aspectos caracterizam realmente ações em prol da preservação do meio ambiente, mas não estão diretamente relacionados à redução de despesas.

d) Análise da pesquisa com os hóspedes: A pesquisa junto aos hóspedes, apesar de estabelecida uma quantidade mínima de entrevistados de cada estabelecimento, não teve a intenção de avaliar o estabelecimento em que estavam hospedados. Em especial, buscou-se avaliar de uma maneira global a percepção da amostra a respeito do tema qualidade ambiental, captando suas atitudes e percepções à luz dos itens que compuseram o questionário. Os resultados obtidos encontram-se dispostos na TABELA 4.

TABELA 4: Resultados das Avaliações dos Hóspedes em Percentuais.

Declarações Avaliadas		Grau de Concordância				
		DI	D	N	C	CP
I_1	Antes de jogar algo no lixo, penso em como poderia reutilizá-lo.	4%	8%	13%	50%	24%
I_2	Separo o lixo que pode ser reciclado, como papel, plástico, alumínio, vidro ou metais ferrosos.	3%	11%	18%	38%	29%
I_3	Procuro não deixar a torneira aberta ao escovar os dentes ou ao fazer a barba.	2%	0%	8%	26%	65%
I_4	Tenho o hábito de apagar as luzes e a TV quando saio do ambiente.	0%	2%	3%	24%	71%
I_5	Utilizo aparelhos como máquinas de lavar roupas e louças apenas quando estão com a capacidade máxima preenchida.	2%	9%	17%	34%	37%
I_6	Eu me preocupo em não jogar lixo na rua.	2%	0%	3%	16%	78%
I_7	Utilizo rascunhos e os dois lados dos papéis para a escrita.	0%	8%	14%	34%	42%
I_8	Sabendo que um serviço de hospedagem tem práticas ambientais me interesse por conhecê-las.	2%	7%	22%	37%	31%
I_9	É fundamental para mim que as roupas de cama que utilizei na noite anterior sejam trocadas, mesmo estando limpas.	19%	11%	13%	29%	27%
I_{10}	Tenho o hábito de não demorar no banho, mesmo pagando pelo serviço.	3%	11%	16%	33%	38%
I_{11}	Não faço questão do jogo de toalhas de rosto quando me hospedo.	31%	18%	16%	16%	18%
I_{12}	Acho interessante e útil os sensores de iluminação e presença nos quartos e demais ambientes.	3%	4%	5%	30%	56%
I_{13}	Ao localizar lixeiras de coleta seletiva eu destino o lixo no devido coletor.	0%	0%	9%	32%	59%
I_{14}	A empresa em que trabalho desenvolve ações ambientalmente corretas.	2%	6%	11%	31%	49%
I_{15}	Estou atento a notícias relacionadas às questões ambientais.	0%	0%	9%	46%	44%
I_{16}	Acho importante que as empresas estejam preocupadas com a preservação ambiental.	0%	0%	1%	19%	80%
I_{17}	Estou disposto a pagar um pouco a mais por um serviço de hospedagem que desenvolva suas atividades respeitando o meio ambiente.	7%	6%	21%	35%	31%

Fonte: Resultados da pesquisa.

— **Postura adotada pelos hóspedes em relação ao meio ambiente:** em relação à reutilização e descarte do lixo, a análise da TABELA 4 permitiu concluir que 74% dos hóspedes pensam na reutilização do lixo antes do descarte (I_1), 67% separam o lixo que pode ser reciclado (I_2), 94% se preocupam em não jogar lixo na rua (I_6) e 76% utilizam os dois lados dos papéis para escrita (I_7). Em termos de condutas que buscam preservar os recursos do meio ambiente, 91% dos hóspedes afirmaram que não deixam a torneira aberta enquanto escovam os dentes/fazem a barba (I_3), 95% possuem o hábito de apagar luzes e TV quando saem do ambiente (I_4) e 71% utilizam aparelhos (lava-louças e lavadora de roupas) quando estes estão com a capacidade máxima preenchida (I_5). De maneira geral observou-se que os hóspedes apresentam postura favorável ao meio ambiente a respeito do desperdício, descarte e reutilização de materiais. Como pontos fortes, destacam-se o controle da torneira aberta (I_3), o apagar das luzes (I_4), e a preocupação em não jogar lixo nas ruas (I_6).

— **Postura adotada pelos hóspedes em relação à hospedagem:** neste aspecto, considerou-se relevante que 86% dos hóspedes achem interessante/útil o uso de sensores de presença nos estabelecimentos (I_{12}) e que 91% depositam o lixo corretamente nas lixeiras de coleta seletiva (I_{13}). Entretanto, observa-se que 68% dos hóspedes têm interesse em conhecer as práticas ambientais empregadas pelos estabelecimentos de hospedagem (I_8), permitindo concluir que ainda é necessário conscientizá-los sobre a importância destas práticas. Esta conclusão foi reforçada pelo fato de que 56% dos hóspedes consideram fundamental a troca de roupa mesmo estando limpa (I_9) e 29% ainda têm o hábito de demorar no banho (I_{10}). Ressalta-se ainda que 51% fazem questão do jogo de toalhas de rosto quando estão hospedados. Sobre este último item, algumas cadeias de hotéis internacionais perceberam que parte dos hóspedes não utiliza o jogo de toalhas de rosto durante a hospedagem. Tais estabelecimentos associaram a preocupação com a preservação ambiental à redução de despesas, manifestada pela não aquisição deste item pelo estabelecimento e conseqüente redução do consumo de energia elétrica e de produtos para lavagem (sabão, amaciante de rou-

pas e, principalmente, água). Este procedimento contribui para a redução da tarifa de hospedagem.

— **Nível de consciência ambiental das empresas na percepção dos hóspedes:** os resultados apresentados na TABELA 4 revelaram que o tema preservação ambiental e assuntos relacionados às questões ambientais já chamam atenção dos respondentes: 80% das empresas em que trabalham desenvolvem ações ambientalmente corretas (I_{14}), 90% dos hóspedes estão atentos a notícias de cunho ambiental (I_{15}) e 99% consideram importante a preocupação das empresas com a preservação ambiental (I_{16}).

Entretanto, uma análise mais criteriosa permitiu constatar que as respostas para o item I_8 foram contraditórias às respostas aos itens I_{15} e I_{16} . Tal contradição permitiu concluir que existe a preocupação dos respondentes com assuntos relacionados à preservação ambiental e acham importante que as empresas se preocupem com estes assuntos. Entretanto, enquanto hóspedes, muitos ainda não se interessam em conhecer as práticas de preservação ambiental utilizadas pelos estabelecimentos e, ainda mantém hábitos contrários à preservação ambiental.

O resultado do item I_{17} revelou que 66% dos hóspedes se dispõem a pagar um pouco mais por um serviço de hospedagem que respeite o meio ambiente. Apesar de ainda existir um percentual considerável de hóspedes que se mantiveram neutros ou discordaram, considerou-se este percentual significativo.

Outro aspecto relevante de ser comentado foi a ocorrência de um percentual significativo de respostas neutras nos itens I_2 , I_5 , I_8 , I_{10} , I_{11} e I_{17} , todos superiores a 15%. Sobre este aspecto, cabe uma crítica à escala utilizada neste estudo. Tal escala considerou como Neutro o respondente que nem concorda, nem discorda com a afirmação de determinado item. Entretanto, muitas vezes existem respondentes “sem opinião”, pessoas que provavelmente desconhecem totalmente o assunto. Em questionários em que não há esta categoria de resposta, os respondentes com essa característica tendem a se posicionar como “neutros”, comprometendo a interpretação da análise. Em especial, os questionários empregados serão aperfeiçoados através da inclusão da categoria de resposta “Sem opinião”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A questão ambiental vem sendo discutida de forma evolutiva nas três últimas décadas. Por todo o mundo, há indícios de que seu tratamento vem sendo feito de forma harmônica com o desenvolvimento econômico, ou pelo menos já vem fazendo parte da consciência de vários segmentos da economia, inclusive o segmento de hotelaria e hospedagem, o que promoveu a motivação do desenvolvimento deste trabalho.

Nos últimos anos, pesquisas têm relatado a importância da implantação de um Sistema de Gestão Ambiental em estabelecimentos de hospedagem, destacando os benefícios que ações ambientalmente corretas podem favorecer tais estabelecimentos. Porém, pesquisas mais específicas com o objetivo de avaliar o nível de consciência ambiental em estabelecimentos de hospedagem ainda são incipientes, não sendo capazes de abranger sistematicamente os estabelecimentos quanto ao porte (micro, pequena, média ou grande empresa), quanto à categoria de classificação (as categorias em hotelaria são usualmente representada por símbolos, tais como estrelas, rosetas, etc.), e também quanto à localização (metrópole ou interior).

Visando contribuir para as discussões no âmbito do problema em questão, este artigo apresentou uma abordagem para avaliar o nível de consciência ambiental em meios de hospedagem, segundo a percepção dos empresários/gerentes e dos hóspedes dos estabelecimentos. Através de um estudo realizado em uma amostra dos meios de hospedagem de micro, pequeno e médio porte localizados em Campos dos Goytacazes (cidade do interior do Estado do Rio de Janeiro), buscou-se investigar o emprego da abordagem proposta, sendo possível captar: o perfil dos estabelecimentos e dos hóspedes; o nível de consciência ambiental do empresário/gerente e dos hóspedes; as ações praticadas pelos estabelecimentos; e a postura dos hóspedes em relação ao meio ambiente e à hospedagem.

Os resultados revelaram que os hóspedes consideraram importante a prática de ações ambientais, mas não as praticam totalmente e muitos ainda não demonstram interesse em conhecer as ações praticadas pelos estabelecimentos de hospedagem. Por outro lado, empresários/gerentes também apresentam in-

teresse pela questão ambiental e praticam ações em prol do meio ambiente em seus estabelecimentos, mas ainda existe uma carência significativa em termos de conhecimento sobre o assunto e das práticas ambientais em seu setor. Notou-se também que o objetivo principal das ações praticadas pelos estabelecimentos concentrava-se na redução de despesas em consequência da economia de recursos.

Finalmente é importante destacar que os resultados apresentados referem-se a um estudo exploratório, realizados a partir de uma amostra de estabelecimentos e de hóspedes, não devendo ser generalizados para outros estabelecimentos de pequeno e médio porte localizados em outras cidades. Essa restrição fundamenta-se na possibilidade de existência de fatores que podem influenciar nos resultados da pesquisa (fatores culturais e sócio-econômicos, por exemplo). Ressalta-se também que análises conclusivas necessitam de amostras maiores, principalmente se o objetivo da pesquisa for investigar o nível de consciência ambiental em cada meio de hospedagem.

A continuidade deste estudo direciona-se para as seguintes ações: aplicação dos questionários em estabelecimentos de hospedagem localizados em outros municípios, investigar *in loco* se o que os empresários expressam como ações em prol do meio ambiente estão realmente implantadas nos estabelecimentos, captar o nível de conscientização que os meios de hospedagem criaram junto aos *stakeholders*, e analisar durante a estada dos hóspedes qual sua percepção ambiental em relação ao meio de hospedagem.

Destaca-se também a grande complexidade do tema “consciência ambiental”, que é amplo e desafiador, sendo fonte inesgotável de estudos e debates. Amplo, diante da necessidade de ser compreendido e praticado pelos principais atores: nações, empresas, organizações e indivíduos. Desafiador, pois este tema ainda não é totalmente compreendido por esses atores e, lamentavelmente, mesmo quando compreendido, não significa que ações ambientalmente corretas serão realmente praticadas.

AGRADECIMENTOS

Os autores agradecem ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e

aos proprietários dos estabelecimentos de hospedagem participantes deste estudo.

REFERÊNCIAS

BERTOLINI, G. R. F.; POSSAMAI, O. Proposta de Instrumento de Mensuração do Grau de Consciência Ambiental, do Consumo Ecológico e dos Critérios de Compra dos Consumidores. *Revista de Ciência & Tecnologia*. v. 13, n. 25/26, p. 17-25, 2005.

BOHDANOWICZ, P.; SIMANIC, B.; MARTINAC, I. Sustainable hotels – environmental reporting according to Green Globe 21, Green Globes Canada / GEM UK, IHEI benchmarkhotel and Hilton Environmental Reporting. In: SUSTAINABLE BUILDING (SB05) CONFERENCE, 27/29 Sept. 2005, Tokyo, Japan. *Proceedings...* Tokyo, Japan, 2005. p. 1642-1649.

CANCELLIER, E. L. P. L.; ALBERTON, A.; SANTOS, L. D. R. Monitoramento de Informações Estratégicas em pequenas empresas: um estudo em hotéis de pequeno porte do Vale do Itajaí. *Análise* (PUCRS), v. 18, p. 1-16, 2007.

DONAIRE, D. *Gestão Ambiental na Empresa*. São Paulo, Editora Atlas, 1995.

FERREIRA, J. L. *A Variável Ambiental como Componente na Classificação da Qualidade dos Serviços – Hotelaria* In: Anais do XIX Encontro Nacional de Engenharia de Produção/ENEGEP, 1999.

FREEMAN, R. E.; REED, D. L. Stockholders and stakeholders: a new perspective on corporate governance. *California Management Review*, v. XXV, n. 3, p. 88-106. Spring, 1983.

FREITAS, A.L.P. Uma abordagem multicritério para a classificação de hotéis. *RAUSP. Revista de Administração*, v. 42, 2007. p. 338-348.

GUIMARÃES, C.S. *Práticas de Gestão Ambiental Aplicadas em Serviços de Hotelaria: Um estudo de Caso*. 2006. Dissertação (Mestrado em Gestão Integrada em Saúde do trabalho e Meio Ambiente) – Ser-

viço Nacional de Aprendizagem Comercial, Centro Universitário Senac, Campus Santo Amaro, São Paulo, 2006.

IBGE. *Estimativas populacionais para os municípios brasileiros em 01.07.2009*. Disponível em <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/estimativa2009>>. Acesso em 25 set. 2009.

MALHOTRA, N. *Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada*. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

MENSAH, I. *Environmental management practices among hotels in the greater Accra region*. *Hospitality Management*. v. 25, 2006. p. 414-431.

NIH 54:2004 – INSTITUTO DE HOSPITALIDADE – PCTS – Programa de Certificação em Turismo Sustentável. *Norma NIH 54:2004 – Meios de Hospedagem – requisitos para a sustentabilidade*. 2004. Disponível em: <www.pcts.org.br>. Acesso em 02 mar. 2009.

PALME, U.; TILLMAN, A. M. Sustainable development indicators: how are they used in Swedish water utilities? *Journal of Cleaner Production*. n. 16, p. 1346-1357, 2008.

POST, J. E.; ALTMAN, B. W. Managing the Environmental Change Process: Barriers and Opportunities. *Journal of Organizational Change Management*, v. 7, n. 4, p. 64-81, 1994.

SANTOS, N. C. R.; SCHMIDT, A. S. A certificação da NBR ISO 14001 e sua implementação: um estudo de caso. In: XIV SIMPÓSIO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO/SIMPEP, Bauru-SP. *Anais...* Bauru-SP, 2007.

SERRA, F. A. *Fator humano da qualidade em empresas hoteleiras*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2005.

STABLER, M. J.; GOODALL, B. Environmental awareness, action and performance in the Guernsey hospitality sector. *Tourism Management*, v. 18, n. 1, p. 19-33, 1997.

WIENS, S.; SILVA, C. L. Indicadores de Qualidade Ambiental: uma análise comparativa. In: I SEMINÁRIO SOBRE SUSTENTABILIDADE. v. 1, 2006, Curitiba. *Anais...* Curitiba: UNIFAE, 2006.