



**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
FACE – FACULDADE DE ECONOMIA,  
ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE  
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA**

---

***Mestrado em Gestão Econômica do Meio Ambiente***

---

**FABRIZIA VALLE DA COSTA**

**GESTÃO AMBIENTAL EM HOTÉIS: AVALIANDO O  
COMPORTAMENTO VOLUNTÁRIO DE UM RESORT  
BRASILEIRO**

**BRASÍLIA/ DF**

**2011**

**FABRIZIA VALLE DA COSTA**

**GESTÃO AMBIENTAL EM HOTÉIS: AVALIANDO O  
COMPORTAMENTO VOLUNTÁRIO DE UM RESORT  
BRASILEIRO**

Dissertação apresentada como parte das exigências para obtenção do título de mestre em economia pela Universidade de Brasília (UnB) através da FACE – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade.

Orientador: Prof. Dra. Denise Imbroisi

**Brasília/ DF**

**2011**

**FABRIZIA VALLE DA COSTA**

**Gestão Ambiental em Hotéis: avaliando o comportamento voluntário de um resort brasileiro**

Dissertação aprovada como requisito para obtenção do título de **Mestre em Gestão Econômica do Meio Ambiente** do Programa de Pós-graduação em Economia – Departamento de Economia da Universidade de Brasília, por intermédio do Centro de Estudos em Economia, Meio Ambiente e Agricultura (CEEMA). Comissão examinadora formada pelos professores:

---

**Prof. Dra. Denise Imbroisi**  
**Departamento de Economia – UnB**  
**Orientadora**

---

**Prof. Dr. Jorge Madeira Nogueira**  
**Departamento de Economia – UnB**

---

**Prof. Dr. Ricardo Coelho Farias**  
**Universidade Católica de Brasília- UCB**

**Brasília, 02 de abril de 2011**

## **DEDICATÓRIA**

Aos moradores de Bonito que com muita humildade e hospitalidade demonstraram, por meio de sorrisos, que todo visitante será bem-vindo.

À minha família pelo apoio incondicional.

A Deus, pela serenidade e por estar sempre comigo.

## AGRADECIMENTOS

Aos professores do Mestrado em Gestão Econômica do Meio Ambiente, em especial, meus queridos mestres Jorge Madeira Nogueira e Denise Imbroisi, pelos conhecimentos que ajudaram no meu amadurecimento acadêmico.

A Sra. Mara Mongelli Zaher e ao Sr. Mohamed Khalil Zaher, que investiram em meus estudos de mestrado.

Ao Sr. Guilherme Miguel Poli, proprietário do *resort* estudado, pois sem este objeto de estudo, a pesquisa não existiria.

Aos meus pais, que sempre acreditaram em mim e me deram suporte em todos os desafios que enfrentei e enfrento.

Aos companheiros da “máfia rondonopolitana”, Maurício Rodrigues Pugas, Andréa Aguiar Azevedo, Mardem Arbues e Ezequiel Augusto Xavier, pelo incentivo, idéias e apoio durante as viagens.

Ao amigo Cláudio Zancan, pela compreensão, incentivo e amizade no auxílio no tratamento dos dados, expresso minha gratidão e admiração.

Ao meu primo, Pedro Paulo Saad Costa, que emprestou os três “C” durante minhas estadas em Brasília.

Aos funcionários do *resort*, aos turistas e a comunidade de Bonito, pelas informações fornecidas e que foram indispensáveis à análise dos questionários.

A todos que, de alguma maneira, contribuíram para a realização desta dissertação, muito obrigada.

“A natureza intocada é transformada em produto cobiçado, a partir do momento que sua potencialidade de atração passa a ser encarada como mercadoria.

O turismo, ao se apropriar da natureza, auxilia em sua conservação, pois dá um sentido de valor a espaços que poderiam ser apropriados por outras atividades mais destrutivas e/ou danosas”.

**Lobo e Moretti**

## RESUMO

A pesquisa consistiu na avaliação do comportamento voluntário ou pró-ativo do *resort* estudado pelo critério da eficácia, por meio da percepção do empresário, dos funcionários, dos hóspedes e da comunidade de entorno. O setor hoteleiro pode não causar grandes danos ao meio ambiente; entretanto, a longo prazo, pode incorrer em aspectos negativos na comunidade onde está localizado. Dentre os possíveis danos causados estão o descarte de resíduos, a alteração de ecossistemas, o desperdício de água e energia. O uso de instrumentos de persuasão, baseados na mudança do comportamento do indivíduo, da sociedade ou da empresa, podem reduzir estes impactos. Em um destino turístico como Bonito (MS), a problemática é melhor caracterizada pela autora por meio da avaliação do comportamento pró-ativo de um *resort*. Durante a pesquisa, levantou-se a hipótese de que os instrumentos voluntários tendem a ser eficazes no turismo e hotelaria, devido ao paradoxo da dependência ambiental dos destinos turísticos. Para tanto, a pesquisa fundamentou-se em abordagens qualitativas e quantitativas, baseadas na corrente teórica da economia ambiental neoclássica e dos instrumentos voluntários de gestão ambiental, com foco na avaliação da eficácia do comportamento voluntário das organizações hoteleiras no desenvolvimento de suas atividades sócio-ambientais e utilizou-se de questionários e entrevistas para a obtenção dos dados necessários, com a aplicação de indicadores relacionados às atividades sócio-ambientais desenvolvidas pelo *resort*. O estudo procurou identificar as razões para a adoção da política ambiental do *resort* e identificar a percepção dos atores envolvidos quanto aos resultados obtidos com esta política. A disseminação de informações quanto a uma política ambiental com metas e objetivos claros, que envolva a todos os sujeitos relacionados às atividades sócio-ambientais do hotel apresenta-se nesse estudo como uma das principais necessidades para um comportamento voluntário eficaz. Espera-se que esta dissertação contribua para uma discussão acerca do comportamento pró-ativo em hotéis, cujo método e referencial teórico utilizado, bem como a avaliação do modelo de gestão ambiental empregado no *resort* permitam uma compreensão e construção de uma nova abordagem na hotelaria: a eficácia dos programas ambientais na hotelaria.

**Palavras-chave:** instrumentos voluntários, economia ambiental, gestão ambiental, hospitalidade.

## ABSTRACT

The research consisted of an evaluation of voluntary behavior or pro-active resort studied by the criterion of the effectiveness, through the manager's perception, employees, guests and community. The hospitality industry cannot do great damage to the environment, however, the long term, may result in many negative aspects in the community where it is located. Among the possible damages are waste disposal, changing ecosystems, waste water and energy. The use of instruments of persuasion, based on changing the behavior of the individual, company or enterprise, can reduce these impacts. In a tourist destiny as Bonito (MS), the problem is characterized better by the author through the evaluation of the proactive behavior of a resort. During the research, it got up the hypothesis that the voluntary instruments tend to be effective in the tourism and hospitality industry, due to the paradox of environmental dependence of tourist destinations. For so much, the research was based on qualitative and quantitative approaches, based on current theoretical neoclassical environmental economics and voluntary instruments for environmental management, focusing on evaluating the effectiveness of voluntary behavior of hotel organizations in developing their social and environmental activities and used questionnaires and interviews to obtain the necessary data to the application of indicators related to socio-environmental activities undertaken by the resort. The study sought to identify the reasons for the adoption of the resort's environmental policy and identify the perceptions of stakeholders about the results obtained with this policy. The dissemination of information about an environmental policy with clear goals and objectives, involving all subjects related to social and environmental activities of the hotel presents itself in this study as one of the main requirements for an effective voluntary behavior. It is waited that this dissertation contributes for a discussion concerning the pro-active behavior in hotels, whose method and used theoretical reference, as well as the evaluation of the model of environmental management employee in the studied resort allows an understanding and construction of a new approach in the hospitality: the effectiveness of the environmental programs for the hospitality.

**Keywords:** voluntary instruments, environmental economics, environmental management, hospitality

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Boas práticas na hotelaria	33
Quadro 2 – Tipo de <i>resorts</i>	37
Quadro 3 – <i>Resorts</i> brasileiros que desenvolvem práticas ambientais	48
Quadro 4 – População e amostras utilizadas	56

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Percepção do empresário: Nível de satisfação dos hóspedes do hotel 64

Tabela 2 - Percepção do empresário: Nível de satisfação da comunidade de entorno 65

Tabela 3 - Percepção do empresário: Média dos resultados obtidos no empreendimento após a implantação dos programas sócio-ambientais (02 últimos anos) 66

### Funcionários

Tabela 4 - Percepção do Funcionário: Preocupação do hotel com questões ambientais 67

Tabela 5 - Percepção do Funcionário: Conhecimento da política do hotel 68

Tabela 6 - Percepção do Funcionário: Nível da política ambiental do hotel 68

Tabela 7 - Percepção do Funcionário: Duas atividades de gestão ambiental mais importantes 69

Tabela 8 - Percepção do Funcionário: Participação no programa 69

Tabela 9 - Percepção do Funcionário: Receber informações sobre gestão ambiental em hotéis 70

Tabela 10 - Percepção do Funcionário: Importância na redução de água, lixo e energia 70

Tabela 11 - Percepção do Funcionário: Estímulo a participar dos programas 70

Tabela 12 - Percepção do Funcionário: Percepção de mudanças ocorridas após a Gestão Ambiental 71

Tabela 13 – Percepção do Funcionário: Tipo de mudança 72

Tabela 14 - Percepção do Funcionário: Vontade de voltar à rotina anterior 72

### Hóspedes

Tabela 15 – Percepção dos hóspedes: Informações sobre gestão ambiental 74

Tabela 16 – Percepção dos hóspedes: Escolha do hotel 74

Tabela 17 – Percepção dos hóspedes: Percepção da preocupação do hotel 74

Tabela 18 – Percepção dos hóspedes: Conhecimento da política ambiental 75

Tabela 19 – Percepção dos hóspedes: Nível de informação ambiental 75

Tabela 20 – Percepção dos hóspedes: Obtenção de informação 75

Tabela 21 – Percepção dos hóspedes: Atividades de gestão ambiental 76

Tabela 22 – Percepção dos hóspedes: Importância de questões ambientais 76

Tabela 23 – Percepção dos hóspedes: Redução de água, energia e lixo 76

Tabela 24 – Percepção dos hóspedes: Disposição a pagar	77
--	----

### **Comunidade**

Tabela 25 – Percepção da comunidade: Relacionamento da comunidade	78
Tabela 26 – Percepção da comunidade: Conhece o hotel	79
Tabela 27 – Percepção da comunidade: Trabalha no hotel ou já trabalhou	79
Tabela 28 – Percepção da comunidade: Área de atuação	79
Tabela 29 – Percepção da comunidade: Conhecimento da política ambiental	80
Tabela 30 – Percepção da comunidade: Atividades de gestão ambiental mais importantes	80
Tabela 31 – Percepção da comunidade: Queixas ambientais	81
Tabela 32 – Percepção da comunidade: Avaliação das ações ambientais	82
Tabela 33 – Percepção da comunidade: Informações ambientais	82
Tabela 34 – Percepção da comunidade: Participação em ações ambientais	83
Tabela 35 – Percepção da comunidade: Estímulo à participação	83

### **Análise dos resultados dos questionários e entrevistas**

Tabela 36 - Renda pessoal com conhecimento da política ambiental	86
Tabela 37 - Renda pessoal com atividades de gestão ambiental mais importante	87
Tabela 38 - Renda pessoal com importância de receber informações ambientais	88
Tabela 39 - Renda pessoal com percepção em relação à preocupação do hotel com as questões ambientais (somente hóspedes e funcionários).	88
Tabela 40 - Renda pessoal com adoção da redução do uso de energia, água e produção de lixo como meta prioritária do <i>resort</i> (hóspede)	89
Tabela 41 - Renda pessoal com adoção da redução do uso de energia, água e produção de lixo como meta prioritária do <i>resort</i> (funcionário)	89
Tabela 42 - Renda pessoal com estímulo à participação nos programas/ ações socioambientais do hotel (funcionário e comunidade).	90
Tabela 43 - Funcionários: Conhecimento da política ambiental com participação nos programas/ ações socioambientais	91
Tabela 44 - Funcionários: Informações sobre a gestão ambiental com atividades de gestão ambiental consideradas mais importantes (duas atividades)	91
Tabela 45 - Funcionários: Informações sobre a gestão ambiental com nível de mudanças ocorridas	92
Tabela 46 - Funcionários: Participação nos programas/ ações socioambientais	92

com estímulo à participação

Tabela 47 - Comunidade: Conhecimento da política ambiental com convite à participação nos programas/ ações socioambientais 93

Tabela 48 - Hóspedes: Decisão de hospedar-se no hotel com motivos de viagem 94

Tabela 49 - Hóspedes: Conhecimento da política ambiental com disposição a pagar 95

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABIH – Associação Brasileira de Hotéis

CBTS – Conselho Brasileiro de Turismo Sustentável

EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo

FUNCEF – Fundação dos Economiários Federais

IH – Instituto de Hospitalidade

IHEI - *International Hotel Environment Initiative*

PCTS – Programa de Certificação de Turismo Sustentável

PHN – Programa Hóspede da Natureza

PQCA - Programa de Qualidade e Conduta Ambiental

SBCClass – Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem

SGA – Sistema(s) de Gestão Ambiental

S.M. – Salários Mínimos

TC – *Tourism Concern*

UH – Unidade Habitacional

WWF – *World Wildlife Fund*

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	15
<b>2 ECONOMIA, HOTELARIA E MEIO AMBIENTE</b>	19
2.1 ECONOMIA AMBIENTAL E SUSTENTABILIDADE	19
2.2 TURISMO, HOTELARIA E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL	22
2.3 ECONOMIA AMBIENTAL E HOTELARIA	25
2.4 COMPORTAMENTO AMBIENTAL SUSTENTÁVEL NA HOTELARIA	31
<b>3 GESTÃO SÓCIOAMBIENTAL DE HOTÉIS</b>	35
3.1 CARACTERÍSTICAS GERENCIAIS DE UM <i>RESORT</i>	35
3.2 UM PANORAMA DA GESTÃO AMBIENTAL NOS <i>RESORTS</i>	39
<b>4 MÉTODOS E PROCEDIMENTOS</b>	53
4.1 TIPO E <i>DESIGN</i> DA PESQUISA	53
4.2 POPULAÇÃO E AMOSTRA	54
4.3 DADOS: COLETA E TRATAMENTO	56
4.4 INFORMAÇÕES SOBRE A APLICAÇÃO DOS QUESTIONÁRIOS	57
<b>5 RESORT E CONSERVAÇÃO AMBIENTAL: REALIDADE OU FICÇÃO?</b>	60
5.1 O COMPORTAMENTO PRÓ-ATIVO E AS ECOTÉCNICAS APLICADAS NO <i>RESORT</i>	60
5.2 ESTATÍSTICA DESCRITIVA DAS RESPOSTAS DOS ENTREVISTADOS	63
5.2.1 Percepção do empresário	63
5.2.2 Percepção dos funcionários	66
5.2.3 Percepção dos hóspedes	72
5.2.4 Percepção da comunidade	77
5.3 PRINCIPAIS RESULTADOS DA ESTATÍSTICA DESCRITIVA	83
<b>6 A EFICÁCIA DO COMPORTAMENTO PRÓ-ATIVO: UMA AVALIAÇÃO</b>	85
6.1 ANÁLISE DOS RESULTADOS DOS QUESTIONÁRIOS E ENTREVISTAS	85

6.2 PRINCIPAIS RESULTADOS DA ANÁLISE	95
<b>7 CONSIDERAÇÕES E RECOMENDAÇÕES FINAIS</b>	97
<b>REFERÊNCIAS</b>	101
<b>ANEXOS</b>	107

## **LISTA DE ANEXOS**

ANEXO 1 – Mapa de Atrativos de Bonito	108
ANEXO 2 – Mapa de Bairros de Bonito	109

## **LISTA DE APÊNDICES**

APÊNDICE 1 – Roteiro de entrevista aplicado ao empresário	110
APÊNDICE 2 – Questionário aplicado aos funcionários	119
APÊNDICE 3 – Questionário aplicado aos hóspedes	122
APÊNDICE 4 – Questionário aplicado à comunidade	125
APÊNDICE 5 – Estatística descritiva – tabelas de caracterização dos funcionários, hóspedes e comunidade	128

## 1 INTRODUÇÃO

Nos últimos tempos, o homem causou inúmeros problemas ambientais em função da superexploração dos recursos naturais, em escala global. Junto ao crescimento econômico, fixava-se a ideia de que esses recursos eram ilimitados, o que ameaçava comprometer a qualidade de vida de muitas gerações. Em virtude disso, a sociedade começou a exigir, dela mesma e das empresas, ações que minimizassem os seus impactos na natureza.

Setores produtivos da economia perceberam a necessidade de se inserir a variável ambiental no âmbito da empresa, adequando-as às novas exigências de mercado e melhorando sua imagem empresarial. Dentro do mercado turístico, em particular o segmento hoteleiro tem a responsabilidade de tornar a questão sócio-ambiental um elemento integrante de seu planejamento estratégico e gerencial, já que é do ambiente que depende o sucesso de seu empreendimento.

Qualquer atividade turística passa obrigatoriamente pela conservação e valorização dos seus serviços, o que faz com que pensemos no paradoxo da dependência ambiental dos destinos turísticos. Silva e Perna (2002) confirmam este paradoxo ao dizer que o turismo está intimamente ligado aos recursos naturais, cuja conservação se torna primeira condição para a manutenção de uma relação positiva entre a economia e a ecologia, que incorrerá na evolução do próprio setor. Ou seja, sem os recursos naturais, o atrativo perde seu potencial e conseqüentemente, a atividade turística entra em declínio e o empreendedor perde seu lucro.

Com o aumento da demanda por viagens e lazer para a contemplação da natureza, os empreendimentos terão que fazer do meio ambiente sua maior prioridade. O turismo não é somente uma atividade econômica, mas também um fator importante de sustentabilidade (COSTA, 2003). Projetos turísticos desenvolvem-se rapidamente, e muitas vezes de forma descontrolada, sem um planejamento eficiente que minimize os impactos ambientais da sociedade.

Pode-se dizer então, que o impacto ambiental resultante de empreendimentos turísticos manifesta-se quando há uma exploração desordenada dos recursos e há

destruição ou alteração do entorno físico. Neste contexto, as empresas devem ajustar suas práticas de negócios à sustentabilidade de suas operações (HSIEH, 2012). Esta adequação pode ser estabelecida por meio de instrumentos de gestão ambiental, dentre os quais estão os mecanismos de regulação, incentivos econômicos e mecanismos de persuasão moral (BAUMOL e OATES, 1979; FIELD, 1997; ARCHER e COOPER, 2001; LÓPEZ-GAMERO, MOLINA-AZORÍN e CLAVER-CORTES, 2011).

Instrumentos voluntários tendem a ser eficazes quando se trata de turismo e hotelaria, exatamente por conta do paradoxo citado. Isto porque: (i) os turistas são contempladores do meio ambiente; (ii) os hotéis querem uma imagem positiva perante a comunidade, e ser “amigável” com o ambiente produz essa imagem; (iii) por conta dos programas de economia de água, energia e redução de geração de lixo, há uma redução nos custos operacionais; (iv) é preferível ter uma postura proativa a uma reativa, adiantando-se a possíveis legislações (LÓPEZ-GAMERO, MOLINA-AZORÍN e CLAVER-CORTES, 2011; AYUSO, 2006); entre outros fatores.

Apesar de toda essa importância, as pesquisas sobre o assunto ainda são limitadas e os estudos existentes, em geral, discorrem sobre o histórico da certificação voltado particularmente ao ecoturismo e ao turismo sustentável (TRIBE, FONT, GRIFFITHS, VICKERY e YALE, 2002; FONT, 2002; SASISDHARAN, SIRAKAYA e KERSTETTER, 2002; FONT e HARRIS, 2004; LEMOS, 2005; DIAS e PIMENTA, 2005). A partir de 1999 houve alguns estudos significativos a respeito da certificação no ecoturismo no Brasil, que resultaram na criação do Conselho Brasileiro de Turismo Sustentável – CBTS.

No Brasil, não há uma legislação relativa à obrigatoriedade de um sistema de gestão ambiental em um hotel. O que se promove é a adesão voluntária a práticas ambientais por parte dos empresários. A ISO 14000 norteou as diretrizes da matriz de classificação hoteleira da ABIH (Associação Brasileira da Indústria Hoteleira, 2004) e posteriormente, estabeleceu as diretrizes para a caracterização de um empreendimento hoteleiro deste porte (Associação Brasileira de *Resorts*, 2006).

Há também o “Programa Hóspede da Natureza”, desenvolvido em 2001 pela ABIH e baseado no *Environmental Action Park*, da *International Hotel Environment Initiative* (IHEI), órgão europeu que realiza estudos ambientais no setor hoteleiro. Em 2006, a ABIH e o Sebrae deram início à elaboração de um Manual de Conduta Hoteleira, com o objetivo de orientar os gestores hoteleiros no relacionamento com o público (clientes internos e externos, governos, ONGs e outros). Dentre os temas abordados, encontra-se o meio ambiente, com algumas recomendações para a adoção de procedimentos padronizados nos meios de hospedagens.

Baseando-se nos aspectos acima, formulou-se a seguinte pergunta de pesquisa: *há estímulos significativos para o comportamento ambiental pró-ativo de hotéis que tornam esse comportamento eficaz em termos de redução dos impactos ambientais da atividade?* No caso de um *resort*<sup>1</sup>, o empresário escolhe o lugar desejado baseado na amenidade ambiental. O *resort* deve ter um local privilegiado quanto à singularidade da paisagem, um dos requisitos para que se caracterize como alternativa de alojamento em lugares especiais (BOULLÓN, 2002).

Esta pesquisa avalia o comportamento voluntário ou pró-ativo de uma empresa hoteleira pelo critério da eficácia por meio da percepção da comunidade, funcionários, hóspedes e do proprietário relativamente aos seus resultados ambientais. Os indicadores que serviram de parâmetros para responder a este critério foram quanto à gestão global, à satisfação do hóspede na utilização dos serviços, a fruição das pessoas da comunidade nas atividades operacionais do hotel e à sua gestão ambiental. A pesquisa também averigua quais as razões para a adoção da política ambiental do *resort* e identifica a percepção dos funcionários em relação aos resultados obtidos com esta política.

O objeto de estudo desta dissertação, denominado aqui como *resort* ALFA, localiza-se na região da Serra da Bodoquena, em Bonito, Mato Grosso do Sul, cujas iniciativas ambientais foram avaliadas no período de 2006. Para a realização deste estudo baseado na economia ambiental neoclássica, foram utilizados instrumentos

---

<sup>1</sup> Um *resort* é um empreendimento de alto padrão em instalações e serviços, com todos os recursos de lazer em meio à natureza, no qual o hóspede não precisa se afastar para satisfazer suas necessidades (Associação Brasileira de *Resorts*, 2006).

de coleta de dados, como entrevistas, questionários e observação. Os dados analisados são de natureza quantitativa e qualitativa, permitindo uma compreensão e construção de uma nova abordagem na hotelaria: a eficácia do comportamento voluntário ou pró-ativo.

Para tanto, este trabalho está estruturado em seis capítulos, sendo o primeiro esta introdução. O capítulo dois estabelece o marco teórico referente à pesquisa, abordando os aspectos que levam uma empresa a agir proativamente em razão da questão ambiental, assim como discorre sobre a interface economia, a hotelaria e o meio ambiente, estabelecendo o comportamento ambiental sustentável deste setor.

O terceiro capítulo apresenta um histórico dos sistemas de gestão ambiental utilizados na hotelaria, as discussões acerca do uso da certificação e como os empreendimentos hoteleiros têm tratado esta questão. O quarto capítulo aborda os materiais e métodos utilizados para o tratamento desta pesquisa, relacionando as características gerais da pesquisa e os indicadores usados para a avaliação da eficácia.

Os principais resultados são apresentados no quinto capítulo “*Resorts e Conservação Ambiental: realidade ou ficção?*” por meio do método de estatística descritiva, seguidos do sexto capítulo, que abrange uma análise dos programas de gestão ambiental em meios de hospedagem, tendo como amostra um *resort*. Por fim, o último capítulo faz as considerações finais sobre o uso de instrumentos voluntários nos modelos estudados e apresenta algumas sugestões que forneçam continuidade ao tema.

## 2 ECONOMIA, HOTELARIA E MEIO AMBIENTE

### 2.1 Economia ambiental e sustentabilidade

O conceito de ambiente é muito mais amplo do que somente o seu aspecto ecológico. Trata-se de um conjunto sistêmico, onde interagem os subsistemas econômicos, sociais e culturais que povoam nosso planeta. Como define Comune (1994, p.47), o meio ambiente é

[...] um ecossistema visto da perspectiva auto-ecológica da espécie humana. Assim, o meio ambiente está ligado não somente aos diversos fenômenos de poluição existentes na sociedade industrial e à conservação dos recursos naturais que o definem num sentido restrito, mas também aos aspectos sociais, [...] culturais e econômicos que impõem um tratamento diferenciado e ampliado da questão.

Uma questão relevante, além da interdependência entre os subsistemas, é a manutenção da qualidade de vida desse meio ambiente, que está ligada com a qualidade de vida do homem. Conforme Mueller (2012, p.30),

A sociedade humana é considerada aqui um organismo vivo, complexo e multifacetado que, como todo ser vivo, retira energia e matéria de alta qualidade do seu meio externo (o meio ambiente), as emprega para se manter, crescer, evoluir, e as devolve a esse meio externo degradados, nas formas de energia dissipada, resíduos, dejetos e poluição.

Dentro deste conjunto sistêmico, o sistema econômico interage com o ambiental, de onde extrai recursos naturais e no qual deposita dejetos, afetando o estado geral do meio ambiente. Nota-se que, devido a essa relação de troca com o meio que o circunda, o sistema torna-se interdependente, e por conta disso, o seu crescimento depende de uma série de variáveis, entre as quais está a sua resiliência. Beni (2001) chama a atenção para o fato de que as possibilidades de crescimento do sistema devem estar em função da qualidade dos recursos naturais e não da sua disposição. Nesse sentido, evoca-se o conceito de desenvolvimento sustentável.

A Comissão Mundial para o Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMMD, 1987, p.43) popularizou o termo desenvolvimento sustentável, definindo-o como sendo o “desenvolvimento que garante o atendimento das

necessidades do presente sem comprometer a habilidade das gerações futuras de atender suas necessidades”. Essa definição é simples e quase todos concordam com seus objetivos, onde a eficácia e a equidade garantem o bem-estar da população e a defesa do meio ambiente.

O termo desenvolvimento sempre foi entendido como sinônimo de crescimento econômico. Desenvolvimento significa a melhora do bem-estar da sociedade, aumentando a qualidade de vida, por meio da educação, saúde e igualdade de oportunidades. O que se tornou claro é que esse crescimento não garantia qualidade de vida nem tinha conotação tão positiva, uma vez que produzia graves conseqüências para o ambiente. O crescimento econômico não pode ocorrer se não há um controle da pobreza e um respeito aos limites ecológicos. Além disso, o próprio conceito é vago, o que faz com que todos o aceitem. SHARACHCHANDRA (1991, s.p.) considera que

O DS é um “meta-arranjo” que vai unir todo o mundo, do industrial preocupado com lucro e o fazendeiro que minimiza o risco de subsistência ao trabalhador que procura a equidade social, o preocupado com a poluição ou o amante da vida selvagem do Primeiro Mundo, o legislador desenvolvimentista, o burocrata obcecado pelos seus objetivos, e por conseguinte, o político que quer ser reeleito.

O valor de tal conceito está justamente na capacidade de gerar um consenso geral para um grupo específico de pessoas, isto é, aqueles preocupados com a sobrevivência das futuras gerações humanas ou a satisfação das necessidades de subsistência imediatas com o mínimo de risco. Mueller (1994) apresenta uma visão sobre o conceito de desenvolvimento sustentável representada por três alternativas para assegurar o bem-estar de países em desenvolvimento, países desenvolvidos e geração presente e futura, onde cada uma delas interfere na manutenção do bem-estar do outro. Nela, o desenvolvimento só seria sustentável se fosse escolhida uma quarta alternativa, cuja área de interseção asseguraria a manutenção do bem-estar de todos. Entretanto, mesmo admitida a interseção, a realidade é dinâmica e a posição dos três

conjuntos modificaria com o tempo, fazendo com que o desenvolvimento sustentável deixasse de ser exeqüível.

Isso não significa que o desenvolvimento sustentável seja de todo inviável ou errôneo. Para Mueller (1994), o que importa é que esse conceito não pode ser ignorado pelas correntes de pensamento da economia ambiental. Pelo contrário, deve ser a base conceitual para tais correntes. Assim, são apresentadas três vertentes da economia: a economia ambiental neoclássica, a economia ecológica, e a terceira vertente, que destaca a ênfase no bem-estar da geração presente dos países em desenvolvimento.

A diferença entre essas vertentes é que a economia ambiental neoclássica considera o meio ambiente como passivo, sujeito a impactos da economia. Esses impactos ocasionam seqüelas, que podem ser reversíveis com a adoção de políticas que internalizem as externalidades. Para a maioria dos modelos desta vertente, a irreversibilidade decorrente dos impactos, não existe (MUELLER, 2012). Já a economia ecológica é outra abordagem que contempla a inter-relação entre os sistemas econômico e ecológico. Pelo fato de considerar o crescimento e também a sustentabilidade, esta corrente está associada à manutenção das oportunidades para as gerações futuras. Esta corrente acredita que, mesmo o meio ambiente tendo uma certa resiliência, se o impacto for excessivo, tal resiliência poderá ser afetada. Esta vertente da economia prevê o *efeito soleira*, quando o meio ambiente sofre impactos até um limite máximo, tornando irreversível recuperar ou reconstruir o que se perdeu com a degradação (MUELLER, 2006).

A terceira vertente, a linha do desenvolvimento-subdesenvolvimento, fomenta a ideia de que existem mecanismos determinados por países industrializados que forçam os países em desenvolvimento a degradarem o meio ambiente. Seja como for, o conceito de desenvolvimento sustentável deve contemplar pelo menos três condições do conceito de sustentabilidade: crescimento econômico, equidade social e equilíbrio ecológico, que induzam a um senso de responsabilidade comum quanto ao

processo de mudança, onde a exploração dos recursos materiais, os investimentos financeiros e o desenvolvimento tecnológico adquiriram sentidos harmoniosos.

## **2.2 Turismo, Hotelaria e Desenvolvimento Sustentável**

Partindo dessa concepção assentada no desenvolvimento econômico compatível com o meio ambiente, surge o conceito de turismo sustentável, como um "jogo de somas positivas", onde tanto a natureza como a sociedade ganham, pois o setor "constitui uma indústria que vende o meio ambiente, físico e humano como seu produto" (MURPHY, 1998, p.187). Tais conceitos (turismo sustentável e desenvolvimento sustentável) estão ligados à sustentabilidade no uso dos recursos naturais e culturais, uma vez que, para que o turismo ocorra, é preciso preservar seus recursos de base.

A Organização Mundial do Turismo (OMT, 2002) concebe o turismo sustentável como a gestão de todos os recursos de tal forma que se satisfaçam todas as necessidades econômicas, sociais e estéticas ao mesmo tempo em que se respeita a integridade cultural, os processos ecológicos essenciais, a diversidade biológica e os sistemas de apoio à vida. No contexto do turismo sustentável existe uma variedade de mercados de turismo, como o turismo alternativo, descrito por Krippendorf (2001) como aquele em que "o turista tenta estabelecer um contato maior com a população local, procura não utilizar a infra-estrutura turística e usar as mesmas acomodações e os mesmos meios de transporte da população local". Para Murphy (1998, p. 199) "muitas observações sobre o turismo alternativo aplicam-se a um subconjunto que parece particularmente pertinente ao movimento do desenvolvimento sustentado – o ecoturismo".

A premissa da sustentabilidade na atividade turística obteve força a partir da Rio 92, quando surgiram as primeiras contribuições com a Agenda 21 e, no mesmo ano, a World Wildlife Fund – WWF e o Tourism Concern elaboraram um documento sobre os Princípios do Turismo Sustentável. Tal documento abordava a conservação dos recursos turísticos como forma de

assegurar o equilíbrio entre turismo e meio ambiente (WWF/TC, 1992). Dentre os princípios focados estão: o uso sustentável dos recursos; a redução do consumo abusivo e de desperdício; a manutenção da biodiversidade; a integração do turismo no planejamento; o apoio à economia social; o compromisso com as comunidades locais; a consulta a profissionais e ao público; a capacitação de pessoas; o marketing turístico responsável e a pesquisa científica e tecnológica.

O desenvolvimento do turismo de forma sustentável precisa considerar a gestão de todos os sistemas, recursos e comunidades receptoras, pois envolve uma diversidade de áreas operacionais, cada uma das quais gerando variadas atividades subseqüentes de caráter social, cultural, econômica e recreativo. Sendo o produto turístico composto por três serviços básicos: o transporte, a hospedagem e o atrativo, podemos identificar, em sua estrutura, um conjunto de bens e serviços ambientais ou procedentes do sistema natural. Muitos desses bens e serviços contam com uma característica particular: a impossibilidade de deslocamento. Conforme Blasco (1996, p. 101), “son bienes ambientales [...] fijos en el espacio físico, de ahí que se hable en el turismo de un consumo *in situ* y que las actividades turísticas sean actividades vinculadas al sitio”. Ou seja, a matéria-prima não pode ser removida, pois seus atrativos são consumidos no mesmo lugar de sua produção. Caso sofra intervenções, poderá perder a qualidade de seu recurso.

A hotelaria, como subsistema do sistema de turismo<sup>2</sup> e maior setor dentro da economia turística, interage com as demais partes e influencia, assim como é influenciada, pelo desempenho do todo. Por sua vez, o sistema de turismo passa a interagir com outros sistemas, em um meio ambiente sujeito ao processo de mutação e constituído por numerosos condicionantes sociais, políticos, culturais, tecnológicos, ambientais e econômicos. Esta complexidade da teoria de sistemas faz com que passemos a refletir sobre alguns aspectos da gestão hoteleira:

---

<sup>2</sup> Para saber mais sobre o sistema de turismo, ler Beni (1998), Petrocchi (2002) e Panosso Netto (2005).

a) O hotel deixou de ser mero prestador de serviços, passando a integrar-se ao seu entorno e oferecer espaços voltados à comunidade.

b) Em geral, o turista busca um destino turístico, e não um hotel<sup>3</sup>. Portanto, a hotelaria deve preocupar-se com o seu funcionamento interno, mas também com o núcleo turístico que o envolve. Mesmo corretamente administrado, o hotel pode se encontrar em meio a conflitos, decorrentes de problemas do sistema de turismo.

c) A sobrevivência do hotel depende de sua capacidade de evoluir com o meio. As mudanças no meio causam pressões de fora para dentro, motivando as mudanças organizacionais. Então, há necessidade de mudanças na cultura organizacional da empresa, para que esta venha a se adaptar e sobreviver.

d) Ao ingressar no hotel, o hóspede transforma-se em um fiscal de qualidade: avalia tudo. E ao sair, ele leva consigo um relatório de auditoria de qualidade. O conjunto de impressões deste hóspede é decisivo para a sobrevivência da organização hoteleira.

e) Mais relevante ainda é sua localização. A teoria do lugar central prevê que o setor hoteleiro tende a localizar-se no centro da cidade, “pois facilita a circulação de informação e proporciona, simultaneamente, lugares de encontro e de passagem para a gente de negócios, funcionários e outros agentes econômicos” (PÒLESE, 1998, citado por O’SULLIVAN, 2002, p.304). Outro aspecto não menos importante trata dos atrativos urbanos, que podem estar situados em vários pontos da urbe. As zonas de empreendimentos turísticos e de outros serviços urbanos geralmente estão nesses pontos centrais, pois as possibilidades de deslocar-se de um ponto a outro são incontáveis. Já analisando a evolução histórica dos *resorts*, é perceptível que o empresário escolhe qual o lugar desejado para sua implantação, baseado na **amenidade ambiental**, como estratégia de mercado para oferecer alternativas de alojamento em lugares especiais, como aponta um dos requisitos apresentados por Boullón (2002, p.236): “a escolha de um local privilegiado quanto à singularidade da paisagem”.

---

<sup>3</sup> O turista pode ir especificamente para locais cujo destino seja também o hotel, de acordo com a sua motivação de viagem e, como veremos a seguir, no caso dos *resorts*.

Assim como qualquer outra atividade, a hotelaria não é e tampouco deve ser considerada um setor que não polui. É verdade que um hotel, por si só, não produz quantidades exageradas de poluição ou desperdício de recursos. Porém, se fizermos um levantamento geral, veremos que este setor, a longo prazo, pode incorrer em muitos aspectos negativos na comunidade onde se insere. Podemos considerar aqui impactos produtores dos meios de hospedagem existentes, como também causados pelo próprio turista: incorreto manejo de resíduos líquidos e sólidos gerados pela atividade; *design* desproporcional dos edifícios em relação ao ambiente local; congestionamento local; descarte de dejetos sólidos, líquidos e de escritório; alteração de ecossistemas; superexploração da infra-estrutura no litoral (KANNI, 2004; CÂNDIDO e VIEIRA, 2003; GONÇALVES, 2004; DIAS, 2003; AYUSO, 2006; KIRK, 1995; CHUNG e PARKER, 2008).

### **2.3 Economia Ambiental e Hotelaria**

As preocupações ambientais da comunidade estão centralizadas nas indústrias químicas, manufatura e mineração, onde o potencial de poluição direta e a degradação do meio ambiente são mais evidentes e significativos. No entanto, esta apreensão se estende para o setor hoteleiro (CHUNG e PARKER, 2008). Primeiro, porque o setor hoteleiro é parte integrante de uma esfera maior, o setor turístico, que nos últimos anos, cresceu em níveis internacionais e nacionais. Em segundo lugar, este crescimento forçou o setor a assumir um perfil público, atraindo a atenção de ambientalistas, grupos comunitários e órgãos reguladores. E por fim, o turista está mais consciente e interessado em melhores práticas ambientais, exigindo um mínimo de desempenho ambiental do hotel (MOLINA, 2001; BOULLÓN, 2002; AYUSO, 2006; HSIEH, 2012).

Com o aumento da crise ambiental e o despertar da consciência pública, as tendências emergentes do mercado tornaram-se notórias, aspecto que levou os empresários e planejadores da área a estabelecerem novas diretrizes para o desenvolvimento da atividade, fazendo com que agissem

livre de intervenção pública para alcançar um desenvolvimento sustentável. Analisando pela vertente otimista da economia ambiental neoclássica, adotando o conceito de externalidade, as políticas ambientais têm o papel de evitar ou controlar os impactos negativos das atividades produtivas em relação ao meio ambiente (AZEVEDO, 2003). As atividades econômicas de agentes poluidores geram externalidades ambientais negativas (ou positivas) causando perdas (ou ganhos) de bem-estar para indivíduos prejudicados.

Segundo Bellia (1996, p. 190), "todas estas formas de internalizar estas externalidades têm base na atribuição de propriedade a alguém [...], alterando a estrutura dos direitos de propriedade ainda dominantes". Mas, como internalizar custos externos, se há uma inexistência de direitos de propriedade sobre alguns bens ambientais?

Para que isso ocorra, economistas utilizam instrumentos de gestão ambiental, que modificam o comportamento econômico das empresas e das famílias, de tal forma que o impacto no meio ambiente se mantenha dentro das metas determinadas. Os autores classificam esses instrumentos de maneiras diversas (ARCHER e COOPER, 2001; BAUMOL e OATES, 1979; FIELD, 1997). Podemos citar a classificação apresentada por Jacobs (1995, p.232-235), onde os instrumentos se distribuem em Regulamentação, Gastos Governamentais; Incentivos Financeiros e Mecanismos Voluntários.

A **regulamentação ou comando e controle**, na qual, com o fim de gerar um comportamento considerado desejável, as autoridades públicas simplesmente decretam por lei este comportamento e utilizam de mecanismos de execução (tribunais, polícia, multa) para fazer com que esta lei seja cumprida. Como exemplo, o estabelecimento de regras sobre o meio ambiente e regulamentos sobre o zoneamento da terra numa área turística ou o tipo de construção de um hotel em áreas naturais.

Este tipo de instrumento tem sido utilizado continuamente, sendo um dos primeiros mecanismos para redução do impacto ambiental nas atividades. "O C&C tem sido dominante na política pública no que diz respeito

aos Estados Unidos e Europa desde os anos 70, quando a maioria dos estatutos foi legalizada” (NASH e EHRENFELD, 1997, p.487). Como a política ambiental se preocupava somente com ações de regulação das atividades, esse tipo de situação levou ao reconhecimento das deficiências encontradas como a inflexibilidade e os custos onerosos de implantação. Isso fez com que novos instrumentos fossem buscados. Daí o interesse pelos instrumentos de política ambiental baseados em incentivos de mercado e o uso de mecanismos voluntários de proteção ambiental, estimulando posturas pró-ativas das firmas para controle da poluição (MORAES, 2002, p.06).

Os **gastos governamentais** são ações do próprio governo ou de agências estatais, como o manejo de dejetos, produção de energia, despesas em transporte público, tratamento de resíduos e reciclagem. Existem dois tipos de gastos governamentais: as ações feitas diretamente pelo governo ou organismo do Estado e os subsídios concedidos pelo governo a organizações privadas e as famílias. Na verdade, isso significa que o governo está pagando do próprio bolso para sanar com custos de proteção ambiental.

Os **incentivos financeiros**, por sua vez, estimulam as empresas e lugares a comportar-se de certa forma, dando-lhe incentivos (que podem ser subsídios ou tributos) para fazê-lo. Esta política age de maneira a fazer com que as atividades menos nocivas ao ambiente sejam mais atraentes pelo custo baixo. Para isso, se usa um sistema de preços para alcançar as metas ambientais fixadas. Um exemplo seria o sistema de depósitos reembolsáveis de uma indústria de refrigerantes que reembolsava aqueles que retornavam as latas e garrafas, e no turismo, os subsídios oferecidos a hotéis que introduzam técnicas de economia de energia.

Jacob (1995) em Azevedo (2003) diferencia o papel dos incentivos e das regulações em relação aos gastos governamentais. Os dois primeiros fazem com que os poluidores paguem pelos danos causados ou evitados. Já os gastos governamentais fogem do princípio do “poluidor-pagador” porque repartem esses custos com a sociedade.

Por fim, os **mecanismos voluntários** ou instrumentos de persuasão ou comportamento pró-ativo, que buscam a mudança do comportamento do indivíduo, da sociedade ou da empresa, baseando-se em senso ético, morais e cívicos, normalmente acompanhados de estímulos positivos ou negativos. Dentre esses mecanismos, estão o fornecimento de informações, a educação ambiental, o comportamento pró-ativo e a publicidade.

Segundo Jacobs (1995, p. 254), os mecanismos voluntários podem se definir como qualquer “ação que não seja forçada por lei nem induzida mediante incentivos financeiros, que são empreendidas por indivíduos, grupos ou empresas, visando à proteção ao meio ambiente”. Portanto, uma ação pública na área ambiental é desejável quando:

(i) A sociedade tem vantagens em interromper a degradação, mas para o indivíduo não é vantajoso interrompê-la.

(ii) Tanto a sociedade, como o indivíduo e a empresa tem vantagens em interromper a degradação, mas existe alguma limitação concreta para que eles alterem seu comportamento.

(iii) Tanto a sociedade, como o indivíduo e a empresa tem vantagens em interromper a degradação; mas, por alguma razão não o fazem.

Em geral, é neste último caso que o uso de instrumentos voluntários tende a ser mais eficaz, pois por algum motivo, a sociedade ou a empresa não detém a degradação, embora estejam livres de restrições. O autor alega que, para que haja uma mudança de atitude, é preciso que haja uma mudança de valores das pessoas, de maneira voluntária, onde não seja preciso forçar uma situação. Baumol e Oates (1979) confirmam esta tendência quanto à eficácia dos mecanismos, desde que outros instrumentos sejam utilizados conjuntamente.

Outro ponto que corrobora a adoção de uma aproximação voluntária é a Hipótese de Porter: “a existência de empresas que praticam uma tecnologia ambiental pode influenciar agentes reguladores a favor delas e contra os competidores dela” (SEGERSON e LI, 1999). Ou seja, empresas que possuem uma vantagem tecnológica, na tentativa de ganhar parte do

mercado, poderiam achar vantagens com a pressão exercida pelos agentes para que penalize os rivais, o que leva a um comportamento pró-ativo à proteção ambiental.

Um aspecto positivo desses mecanismos é que eles potencialmente possuem o efeito de dispersão. Por exemplo, o turista que visita um destino onde há um programa de conscientização ambiental, é possível que ele, ao retornar para sua residência, também possua o desejo de manter o que aprendeu e transferir para outras atitudes, novos hábitos de consumo. Um fator negativo é que nem todos possuem esse apelo moral. As pessoas não são iguais e nesse sentido, alguns se beneficiam das ações realizadas pelos outros. É o famoso "caroneiro", que desfruta das restrições que os indivíduos mais conscientes fazem em nome do ambiente.

A curto prazo, um instrumento voluntário pode dar certo, porém com o tempo, até o turista ou o empresário mais consciente pode vir a sentir-se prejudicado e voltar a degradar ou poluir o destino turístico. No caso do turismo, mecanismos voluntários tendem a ser eficazes, considerando o paradoxo da dependência ambiental (SILVA e PERNA, 2002), já que sua matéria-prima também é o seu produto principal e, nesse caso, empresários e operadores buscarão usar adequadamente os recursos naturais a fim de manter a dinâmica do turismo funcionando. Consequentemente,

A repercussão da questão ambiental na organização e o crescimento de sua importância ocorrem a partir do momento em que a empresa se dá conta de que essa atividade, em lugar de ser uma área que só lhe propicia despesas, pode transformar-se em um excelente local de oportunidades de redução de custos (Donaire, 1999, p.90)

A repercussão dentro da empresa acaba por repercutir também fora, pois se beneficia com a imagem positiva de seu produto. Field (1997, p.239) afirma que "ainda que a virtude moral consista em sua própria recompensa, será melhor que outras pessoas a conheçam". Ou seja, os mecanismos voluntários serão mais eficazes à medida que as pessoas que se esforçam para reduzir o nível de poluição e preservar o meio ambiente têm seus esforços recompensados também na divulgação pública. Desta maneira, a divulgação pública é um meio para estimular o comportamento ético nos

assuntos ambientais (AYUSO, 2006; CHUNG e PARKER 2008; HSIEH, 2012).

Para Segerson e Li (1999), se há demanda de mercado para desenvolver produtos “amigáveis à natureza”, então as empresas buscarão conhecer essa demanda consciente ambientalmente para desenvolver mudanças voluntárias nas características do seu produto. Assim, aumentam-se os programas voluntários, como os de *eco-labeling*, que permitem que as empresas com bom comportamento ambiental tornem isto notório ao público.

Segerson e Li (1999) indicam que se amparar apenas nos mecanismos de persuasão pode não produzir resultados muito efetivos em termos de redução da poluição, mesmo havendo apoio da empresa. Tanto a literatura teórica como a empírica sugerem conclusões similares, onde as aproximações voluntárias podem ser efetivas, mas o seu sucesso não é garantido. Em verdade, o sucesso dos programas voluntários está relacionado às induções (positivas ou negativas) à participação da empresa. Enquanto as induções positivas dizem respeito à pressão social ou a incentivos financeiros do governo, as induções negativas espelham-se na regulamentação, na imposição de multas e impostos. Segundo os autores, os instrumentos voluntários devem ser entendidos como mecanismos integrados às políticas regulatórias e não como substitutas destas.

Uma forma de avaliar esses instrumentos é por meio dos critérios de avaliação para análise de uma política ambiental: eficiência; eficácia; custos administrativos; equidade; aceitação política; interferência em decisões privadas; permanência e esforço máximo (BAUMOL e OATES, 1979). Nesta dissertação, o comportamento ambiental pró-ativo de um *resort* será avaliado por meio do critério de eficácia.

A **eficácia** é o critério que analisa se os objetivos e as metas do programa foram atingidos com um mínimo grau de certeza. Um instrumento mais eficaz deve ser escolhido, pois é maior a chance de se alcançar o

resultado desejado (NOGUEIRA, 2002). Quando o formulador de política se depara com duas políticas igualmente eficazes, ele deve escolher a opção eficaz que apresenta o menor custo. Se os custos forem muito altos, o instrumento não será eficiente, e haverá resistência em se adotá-lo.

#### **2.4 Comportamento Ambiental Sustentável na Hotelaria**

A pressão da sociedade aliada às restrições impostas pela regulamentação terminou por influenciar o mercado, definindo as novas bases da concorrência. O paradigma do desenvolvimento sustentável provocou uma mudança no comportamento social, atingindo alguns indivíduos e afetando algumas empresas.

Como tendência nos mercados competitivos, as empresas se conscientizaram da relevância da inclusão da variável ambiental. Buscando competir neste novo ambiente, passaram a incorporar as convicções dominantes da sociedade e os ajustes relativos a um bom desempenho ambiental. As mudanças culturais e organizacionais nessas firmas passaram, então, a buscar o desenvolvimento sustentável (VINHA, 2003), nos levando a questionar quais os motivos que levam uma empresa a agir de forma socialmente responsável.

Young, Lustosa e Canepa (2003, p.8) concordam que existem outros fatores, como a “melhoria da imagem da empresa perante a comunidade, a adaptação e as exigências dos importadores, a redução de conflitos com órgãos de fiscalização ambiental e a diferenciação em relação aos concorrentes”. A preocupação dos consumidores com relação à aquisição de produtos de qualidade tem levado as empresas a aperfeiçoarem seus produtos, melhorando seu desempenho ambiental, obtendo uma postura pró-ativa e antecipando suas ações face às regulamentações.

O comprometimento da empresa com o comportamento ético e o desenvolvimento econômico que melhore a qualidade de vida dos empregados, da comunidade e da sociedade como um todo, sem comprometer as gerações futuras, fundamenta-se nas políticas e diretrizes

para os mais diversos *stakeholders*<sup>4</sup>. Isso faz com que toda a organização mantenha um compromisso, envolvendo todos os níveis hierárquicos e afetando toda a estrutura organizacional, uma vez que pressupõe novos conceitos, valores e técnicas gerenciais. Uma vez que a empresa decida por uma postura pró-ativa, ela passa a buscar instrumentos que denotem esta mudança de comportamento organizacional. Nesse caso, a existência de um instrumento de política ambiental ajuda a empresa a minimizar os efeitos de utilização do meio ambiente.

O que faz uma empresa adquirir a postura pró-ativa em relação a adoção de práticas que melhorem sua *performance* ambiental? Geralmente, aproximações voluntárias geram benefícios bastante relevantes às empresas, o que as estimula a adotar este comportamento: redução de custos, acesso a empréstimos e financiamentos, demanda por produtos ambientalmente corretos, pressão da comunidade. Sabe-se que os setores de segmentos privados ou públicos utilizam-se dos recursos naturais e nesse sentido, todos buscam melhorar sua reputação e imagem pública.

O estudo de Segerson e Li (1999) dá ênfase aos fatores externos das empresas como argumentos para a adesão voluntária às práticas ambientais. Como a maioria dos modelos acadêmicos estudados tem no aspecto externo a análise de seus resultados, surge outro ponto a ser considerado: o fator interno. Prakash (2000) examina o processo de criação de políticas ambientais dentro das empresas. Ele argumenta que somente fatores externos são insuficientes para explicar a razão de uma empresa escolher determinada política ambiental: “intra-firm processes, inter-manager interactions, and managerial perceptions of external factors are important in influencing whether or not a [...] policy is adopted” (PRAKASH, 2000, p.7)<sup>5</sup>.

---

<sup>4</sup> Públicos e indivíduos que podem afetar direta ou indiretamente, uma organização e o comportamento gerencial adotado para responder a eles (Freeman, em Vinha, 2003)

<sup>5</sup> Tradução: Processos intra-empresa, interações administrativas, e percepções gerenciais dos fatores externos são importantes em influenciar se uma política será adotada ou não (Prakash, 2000, p.7).

Os empreendimentos hoteleiros enquadram-se nesse aspecto. Para Fraj-Andrés (2008) em López-Gamero, Molina-Azorín e Claver-Cortes (2011), as forças externas e alguns fatores internos influenciam o tratamento das questões ambientais, ditando o comportamento ambiental da empresa. Hoje, o empresário ou o gerente reconhece que seu sucesso econômico ou financeiro está ligado ao desempenho ambiental de sua empresa, o que faz com que ele atente para a “responsabilidade social corporativa”, e procure incorporar a variável ambiental as suas operações. A adesão hoteleira às práticas ambientais cresceu consideravelmente, por conta desses fatores. Essas práticas também levam o nome de **ecotécnicas**, cujo mecanismo de atuação em geral, são isolados, não se restringindo a um programa com critérios e metas pré-estabelecidos. Em síntese, as práticas se concentram principalmente em (Quadro 1):

**Quadro 1** - Boas práticas na hotelaria

Gestão do uso de energia
Gestão do uso da água
Gestão da destinação de resíduos
Uso de produtos potencialmente poluentes
Contribuição para a biodiversidade e conservação da natureza
Contribuição para o desenvolvimento comunitário
Sistemas de gerenciamento ambiental
Sistemas de informação
Práticas de consumo

Fonte: Adaptado de Dias e Pimenta, 2005.

HSIEH (2011) analisou as políticas e práticas de gestão ambiental de 50 empresas hoteleiras, por meio do conteúdo de seus *sites* corporativos. O objetivo do estudo foi de descobrir até que ponto, as empresas valiam-se da Internet para comunicar práticas ambientais ao público. Da amostra utilizada, as ecotécnicas evidenciavam a preocupação com a gestão de resíduos, energia e conservação da água, educação ambiental. A gestão ambiental hoteleira consiste principalmente em operações que envolvam

iniciativas relacionadas ao consumo de energia e gestão de resíduos (KIRK, 1995).

Já a adesão aos programas ou certificações é outra aproximação voluntária que aparece nas pesquisas (FENNEL, 2002; DIAS, 2003; KANNI, 2004; DIAS e PIMENTA, 2005; CHAN, 2009; LÓPEZ-GAMERO, MOLINA-AZORÍN, CLAVER-CORTES, 2011) Um estudo da Organização Mundial do Turismo (OMT, 2002) listou 59 diferentes programas de certificação em ecoturismo e turismo sustentável no mundo. Font (2002) apresentou cerca de 100 certificados para a atividade, a maioria, desenvolvida nos anos 90. Houve uma proliferação de certificações voluntárias que montam diretrizes de boas práticas, e métodos de reconhecimento de empresas que atendam a estes critérios. Códigos de práticas ambientais, manuais e prêmios precedem os selos ambientais na tentativa de desenvolvimento do turismo sustentável.

Font (2002) faz ainda uma análise minuciosa do processo de certificação ambiental, cujo modelo está baseado na definição de padrões internacionais, que nem sempre são acessíveis aos países em desenvolvimento. O que se percebe, contudo, é a forte tendência de que os certificados e demais mecanismos voluntários sejam adotados cada vez mais pelos estabelecimentos de hospedagem. A estrutura, aplicação, vantagens e desvantagens da certificação assim como das ecotécnicas serão discutidas no próximo capítulo.

## 3 GESTÃO SÓCIOAMBIENTAL DE HOTÉIS

### 3.1 Características gerenciais de um *resort*

Os meios de hospedagem variam conforme a sua tipologia. Eles se diversificam em tamanho, tipo e organização das instalações e serviços necessários aos turistas/ hóspedes. A Deliberação Normativa nº 429, de 23/04/2002 (EMBRATUR, 2004) definiu novos parâmetros para a regulamentação dos meios de hospedagem e o estabelecimento de um novo sistema de classificação no Brasil. O Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem – SBClass (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010) divulga a nova classificação hoteleira, apresentando os principais requisitos que caracterizam cada tipo, dentre os quais estão os *spas*, hotéis-fazenda, *resorts*, entre outros.

O SBClass tem como requisitos: i) infraestrutura; ii) serviços e iii) sustentabilidade, sendo este último vinculado ao uso dos recursos de maneira ambientalmente responsável. O Sistema Brasileiro de Classificação é de adesão e adoção voluntárias pelos meios de hospedagem e seus requisitos dividem-se em mandatórios (ou seja, de cumprimento obrigatório pelo meio de hospedagem) e eletivos (ou seja, de livre escolha do meio de hospedagem, tendo como base uma lista pré-definida).

Para a Associação Brasileira de *Resorts* (2006), *resort* “é um empreendimento de alto padrão em instalações e serviços, fortemente voltado para o lazer em área de amplo convívio com a natureza, no qual o hóspede não precisa se afastar para satisfazer suas necessidades de conforto, alimentação, lazer e entretenimento”. Um *resort* é um lugar que oferece recreação e entretenimento, especialmente a turistas em férias. Muitos *resorts* foram construídos em localidades remotas, longe de qualquer comunidade. O fato de terem surgido nesses locais indicava fortemente a necessidade das pessoas de “fugir de tudo”. Esse tipo de estabelecimento ajudou este segmento do setor de hospedagem a obter

sucesso nos 70 e 80. No final dos anos 80, grandes corporações e cadeias hoteleiras construíram *resorts* em virtude de seu potencial de geração de receita (MILL, 2003). De acordo com Fennell (2002, p. 220), “o estilo e o desenvolvimento do turismo em 1990 foi caracterizado pela tendência ao aumento de projetos de megaempreendimentos”, onde turistas desejavam passar suas férias em locais paradisíacos, livres de perturbações.

Assim sendo, os *resorts* podem ser considerados como hotéis de lazer, situados fora do centro urbano, em lugares cujo atrativo maior é a sua localização e o fornecimento de diversos serviços, e que sejam autocontidos. Os *resorts* podem ser caracterizados de acordo com: a proximidade do mercado principal; o *mix* de propriedades residenciais e de alojamento; a localização e principais confortos oferecidos.

No que diz respeito à proximidade do mercado, o *resort* pode ser de destinação ou de não destinação. Sendo o destino do turista, o *resort* deve oferecer uma gama maior de serviços e atividades recreativas, como esportes náuticos, equitação, golfe, passeios em trilhas, equitação, entre outros.

Além disso, este tipo de estabelecimento oferece em seu complexo a possibilidade de um *mix* de instalações de hospedagem variadas, o que desempenha um papel importante na definição da natureza do *resort*. São três os produtos imobiliários encontrados: hotéis com investimento financeiro modesto; residências secundárias; *timeshare* e outras propriedades de férias<sup>7</sup>. Quanto à localização e conforto, os mesmos podem ser caracterizados como litorâneos, lacustres, de montanha/ esqui e de golfe, conforme o Quadro:

---

<sup>7</sup> *Timeshare* é definido como o “direito a acomodações em um local de férias, por um período especificado a cada ano, durante um número determinado de anos ou para sempre”. Os proprietários pagam um valor determinado, que pode ser à vista ou financiado por um período de sete a dez anos, além das taxas anuais de manutenção, administração e operação. Já as propriedades de férias exigem investimento único e uma taxa de manutenção semanal (MILL, 2003; PETROCCHI, 2002).

**Quadro 2** – Tipos de *resorts*.

RESORTS LITORÂNEOS	RESORTS LACUSTRES	RESORTS DE MONTANHA/ ESQUI	RESORTS PARA GOLFE
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dependem da qualidade e extensão da praia</li> <li>- Localizam-se a várias horas de distância do visitante</li> <li>- São considerados como comunidades de residências secundárias.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dependem das atividades recreativas aquáticas</li> <li>- Várias horas de distância do visitante</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Deixaram de priorizar o inverno, dando abertura as quatro estações.</li> <li>- Utilizam-se da sua herança de spas, além de propostas regionais.</li> <li>- Há maior proximidade com aglomerados urbanos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Houve aumento deste tipo de <i>resort</i> nos últimos anos.</li> <li>- Localizam-se próximo a lagos e oceanos, ou em áreas de deserto.</li> <li>Oferecem atrativos especiais, como tênis, instalações eqüestres, belezas naturais e entretenimento.</li> </ul>

Fonte: Adaptado de Mill, 2003.

Como se pode avaliar, administrar um *resort* é diferente de administrar um hotel comercial sob vários aspectos. No tocante à demanda, não importa quão diferentes sejam os *resorts*, todos buscam satisfazer as três necessidades básicas dos hóspedes: (i) desejo por mudança de rotina; (ii) desejo de satisfazer interesses recreativos enquanto é entretido e estimulado e (iii) desejo de viajar a locais interessantes e atraentes.

Devido à sua localização distante e provida de atrações naturais, o que faz com os hóspedes desloquem-se até estas propriedades, as instalações precisam ser completas e auto-suficientes. Esses hotéis operam com sistema *all inclusive*, o que incentiva o hóspede também a permanecer mais tempo no hotel, de modo a utilizar ao máximo os serviços oferecidos. Como o tempo médio de permanência em um *resort* é mais longo do que em um hotel, as instalações são diferentes. Em geral, os quartos são maiores e as áreas necessárias para recreação também.

A maior parte da receita de um *resort* provém de suas atividades recreativas. O próprio termo *resort* já remete a um local de entretenimento. Em virtude disto, alguns hotéis buscam suas temáticas para as atividades recreativas, como por exemplo, os *resorts* de esqui na neve. Entretanto, é

insensato, sob o aspecto econômico, basear-se em apenas uma estação do ano. Um inverno ruim, por exemplo, poderá arruinar o ano inteiro. Por isso, os *resorts* têm tentado se tornar atrativos durante o ano todo. Outros, devido à sua localização, não podem funcionar durante todo o ano. A sazonalidade traz problemas peculiares. “A cada estação, um novo grupo de funcionários deve ser contratado, treinado e motivado. A gestão de estoque, particularmente de perecíveis, torna-se um problema quando a estação acaba” (MILL, 2003, p.34). Enquanto o *resort* permanece fechado, a segurança e manutenção exercem pressão enorme sobre a administração que deve cobrir os custos fixos anuais, os custos variáveis da estação e, ainda ter lucros.

Os gestores ainda devem possuir um conhecimento adicional em duas áreas: (i) os recursos naturais do local em que o *resort* está estabelecido e (ii) a programação das atividades para os hóspedes, que devem levar em consideração a base demográfica, psicográfica e física dos hóspedes. Pela sua localização, a administração do *resort* assume certa responsabilidade junto à comunidade, que vai além da responsabilidade de um hotel de área metropolitana. Afinal, a comunidade pode ser dependente do *resort* para seu futuro econômico, portanto, a administração deve levar isso em conta ao decidir demitir funcionários fora da estação.

A gestão de recursos humanos é, portanto, outro fator relevante. Os colaboradores de *resorts* tendem a ter uma rotatividade de tarefas que independe da sazonalidade. O serviço personalizado representa o lado bom e ruim desse segmento. Oferecer luxo em profusão é o objetivo principal dos *resorts*, o que aumenta os custos e provoca altas taxas de rotatividade de pessoal. Outros fatores, como locais de moradia acessíveis para os funcionários, também afetam as taxas de rotatividade de pessoal. Ainda assim, os *resorts* podem ser bem lucrativos e, dependendo da aceitação da comunidade local, podem representar oportunidades de emprego significativas para profissionais de hospitalidade e gerar receita para os negócios locais.

apresentado nos sites corporativos ou por meio dos órgãos (ABIH, IH, CBTS) as informações relacionam a data de aplicação das ecotécnicas ou sistema de gestão ambiental; o nome e a localização do *resort*; se participa/ desenvolve algum programa ou ação ambiental ou ecotécnica independente.

Archer e Cooper (2001) mencionam que a maior parte da população, quando se envolve com o setor turístico, tem um acréscimo significativo em sua renda familiar, pois os hotéis criam um mercado para a produção local. O desenvolvimento do turismo nestas regiões menos desenvolvidas exige uma infra-estrutura mínima para que a atividade se desenvolva, principalmente com acomodações e outras instalações específicas. Contudo, a implantação da atividade turística consome uma quantidade de recursos da área e, na medida em que isso acontece, torna-os escassos.

### **3.2 Um panorama da gestão ambiental nos *resorts***

Desde 1980, há um aumento de interesse pelos padrões éticos nas empresas, isto por conta dos relatos sobre ações antiéticas ou irresponsáveis que as mesmas cometem. Embora não haja nenhuma evidência de “boicote” aos empreendimentos hoteleiros por parte dos turistas, a pressão exercida pelas organizações governamentais e não governamentais é grande. Os empresários hoteleiros devem, acima de tudo, desenvolver uma postura pró-ativa entre seus funcionários, gerada por ações dentro da empresa.

Com as mudanças de valores da sociedade, a inserção da variável ambiental nos processos de gestão começa a se tornar obrigatória. No caso dos *resorts*, seus empresários e investidores só perceberão a necessidade de inserir essa variável ambiental quando entenderem que qualquer melhoria no desempenho ambiental, representa algum ganho para os mesmos. Desta forma, aspectos relacionados ao meio ambiente passam a ser considerados dentro da visão sistêmica de Beni (2001)<sup>8</sup>, onde a introdução da variável ambiental está no planejamento e no processo de trabalho do hotel (produção, distribuição e consumo) buscando o envolvimento de todos.

---

<sup>8</sup> A visão conceitual de Beni (2001) apresenta um diagrama do contexto do turismo, representado por três grandes conjuntos: relações ambientais, organização estrutural e ações operacionais, cujos componentes básicos estão em interação com o sistema total, sujeitos a variáveis externas e internas.

Um dos instrumentos que as empresas usam para demonstrar sua responsabilidade social é através da implantação de sistemas de gestão ambiental (SGA). É importante conhecer a diferença entre Gestão Ambiental e Sistema de Gestão Ambiental. De acordo com Moreira (2001, em Gonçalves, 2004), quando a empresa apresenta um mínimo de ações de gestão ambiental, quase sempre está tendo uma postura reativa, a fim de atender as exigências de um órgão ambiental local. Por outro lado, quando a empresa implanta um SGA, passa a ter uma visão estratégica em relação ao ambiente e conseqüentemente, aproveita as oportunidades apresentadas e dissemina a responsabilidade ambiental em todos os setores da empresa<sup>9</sup>.

A legislação brasileira não exige a implantação de qualquer sistema de gestão ambiental nos meios de hospedagem. Entretanto, a classificação estabelecida pela Embratur e pela Associação Brasileira da Indústria Hoteleira (ABIH, 2004), passou a considerar como pré-requisitos para alguns estabelecimentos a preocupação com a responsabilidade e gestão ambiental que desejassem obter a excelência em seus serviços. Pelo SBClass, o *resort* deve ter:

- a) Medidas permanentes para redução do consumo de energia elétrica e de água;
- b) Medidas permanentes para o gerenciamento de resíduos sólidos, com foco na redução, reuso e reciclagem;
- c) Monitoramento das expectativas e impressões do hóspede em relação aos serviços ofertados, incluindo meios para pesquisar opiniões, reclamações e solucioná-las;
- d) Programa de treinamento para empregados;
- e) Medidas permanentes de sensibilização para os hóspedes em relação à sustentabilidade.

---

<sup>9</sup> Na prática, a responsabilidade social tendo como variável de análise o meio ambiente, é conhecida como Gestão Ambiental ou na medida que envolve parte do sistema administrativo geral de uma empresa, Sistema de Gestão Ambiental – SGA. A gestão ambiental desempenha função abrangente em todo o processo produtivo, com a finalidade de reduzir ou evitar os impactos ambientais. Envolve uma série de ações voltadas para controle de emissões, redução dos resíduos gerados pelo processo, reciclagem, reutilização, prevenção, educação ambiental e interação com a comunidade (MENDONÇA, 2002, p. 39).

Gonçalves (2004) cita quatro tipos de sistemas ambientais em implantação na hotelaria brasileira:

a) *Sistema ambiental ABIH “Hóspedes da Natureza”*, que desenvolve ações ambientais com base em três princípios básicos: identificar, adaptar e aplicar à realidade brasileira os conceitos, tecnologias, produtos e serviços já consagrados mundialmente. O Programa prevê a economia de água e energia elétrica, a redução do uso de produtos químicos que poluem rios e lençóis freáticos, a redução da produção de lixo sólido e o consumo de gás. Um exemplo é a rede hoteleira Mabu Thermas & Resorts.

b) *Sistema ambiental baseado na metodologia de Produção Mais Limpa (P+L)*, estimulado pelo PNUMA, utilizado no Praia do Forte Eco-Resort, a 80 quilômetros de Salvador (BA). Este sistema caracteriza-se pela aplicação contínua de uma estratégia econômica, ambiental e tecnológica integrada aos processos e produtos, com a finalidade de aumentar a eficiência no uso de matérias-primas, água e energia, através da não geração, minimização ou reciclagem de resíduos gerados, com benefícios ambientais e econômicos para os processos produtivos.

c) *Sistema ambiental autônomo*, desenvolvido pelo próprio hotel ou pelas cadeias hoteleiras, com a finalidade de redução no consumo de energia e água, como a Carta Ambiental da rede hoteleira Accor. São autônomos porque são desenvolvidos particularmente por alguns hotéis, com o fim de gerenciar o consumo de água, energia ou resíduos.

d) *Sistema ambiental baseado na norma série ISO 14001*, contendo pequenas iniciativas isoladas, tendo como exemplo o Grande Hotel-Escola Senac Águas de São Pedro. A norma ISO 14001 é uma norma de gestão ambiental, cujos elementos-chave constroem um sistema de gestão ambiental, onde a empresa define a sua forma de organização com base nas suas necessidades (GONÇALVES, 2004)

Além desses quatro sistemas, podemos citar o Programa de Qualidade e Conduta Ambiental, da Associação de Hotéis Roteiros de

Charme (2006) e o Programa de Certificação em Turismo Sustentável – PCTS (IH, 2006). O Programa de Qualidade e Conduta Ambiental diz que os seus associados reconhecem a necessidade da preservação do meio ambiente e se comprometem a adotar as posturas ambientais contidas em um Código de Ética e de Conduta Ambiental. Sua implementação abrange o consumo e disposição de energia, água, resíduos sólidos e efluentes. O programa é baseado no Código Voluntário de Conduta Ambiental das indústrias, disposto na ECO 92, em 2002. Além disso, tem parceira com outros programas como “A Última Arca de Noé”, que visa dar apoio logístico ao estudo, observação e levantamento de aves que se encontram nas localidades dos hotéis e pousadas associadas.

Com a criação do Conselho Brasileiro de Turismo Sustentável (CBTS) em 2002, um comitê de especialistas articulou um projeto de certificação em turismo, e a partir de 2003, concentraram-se nas normas para meios de hospedagem. O objetivo do programa é melhorar a qualidade e competitividade das pequenas e médias empresas de turismo, estimulando seu desempenho econômico, ambiental, social e cultural, por meio da adoção das normas de certificação, assim como aumentar a sua participação no mercado internacional. O Programa de Certificação de Turismo Sustentável (PCTS) tem como público-alvo três atores: os consumidores nacionais e estrangeiros; os empreendimentos turísticos e as operadoras e agências de turismo (IH, 2006). Desta maneira, o PCTS distribui ações visando à melhoria da oferta e o estímulo à demanda, consolidando a imagem do Brasil no exterior.

Dentro deste contexto, o sistema de certificação dos meios de hospedagem estabelece critérios de desempenho para as dimensões da sustentabilidade, “atendidos por um sistema de gestão que pretende proporcionar uma base coerente e consistente para o alcance e manutenção de um desempenho sustentável dos mesmos” (GAZONI, citado por DIAS e PIMENTA, 2005). Ou seja, para que o meio de hospedagem obtenha a certificação ele deverá atender a três grandes grupos: requisitos ambientais, socioculturais e econômicos. O hotel deverá estabelecer

práticas sustentáveis minimizando a degradação ambiental; reconhecendo, promovendo e envolvendo tradições e valores culturais que contribuam para o desenvolvimento socioeconômico da comunidade envolvida na cadeia produtiva; e, desenvolver práticas economicamente seguras, viáveis e que satisfaçam os clientes (IH, 2006).

O que se percebe é que todos os sistemas acima possuem cinco variáveis em comum: i) inscrição voluntária; ii) um selo; iii) o cumprimento de regulações; iv) avaliação e auditoria e v) associações e taxas. A adoção do sistema é voluntária, podendo ser discutido o uso de induções do governo. “Se os incentivos criados pelo mercado são suficientemente fortes, não há nenhuma necessidade por papel ativo do governo promovendo medidas voluntárias. Porém, na ausência de mercados fortes, empresas podem escolher ainda medidas voluntárias com respeito a induções do governo positivas ou negativas” (SEGERSON E LI, 1999, p. 280).

Além disso, a implantação do SGA é focada no sistema organizacional interno e não nos impactos externos socioeconômicos ao redor da empresa, e diz respeito somente no *quanto* a empresa (ou negócio) opera, e não *como* ela trabalha. Daí o aumento do número de programas de certificação baseados no desempenho ambiental, cujo foco está em *como* a empresa trabalha dentro de um conjunto de áreas ambientais, sociais, econômicas e culturais, como a ISO 14001, que permite que “a organização estabeleça seus próprios objetivos e metas, levando em consideração os requisitos reguladores da legislação nacional, estadual e municipal” (GONÇALVES, 2004, p.101).

A segunda variável mostra que os programas têm um logo, selo ou marca, usados somente após a realização da certificação. Esta variável pode ser diferenciada, dentro do próprio programa, para diferentes níveis de desempenho ou área, como o selo da ECOTEL, que oferece um selo para a área de eficiência energética e outro para a gestão de resíduos sólidos (BUCKLEY, 2002).

A terceira variável, o cumprimento ou aperfeiçoamento sobre as regulações, apresenta problemas, já que elas diferem substancialmente de país para país, cada um com seu rigor e coação. Em países menos desenvolvidos, onde o turismo cresce, a legislação é falha e a certificação pode ajudar a promover e assegurar a conformidade. Entretanto, nesses países, há pouca capacidade técnica e financeira, o que pode beneficiar cadeias multinacionais e estrangeiros, que dispõem desses recursos.

Os programas distribuem selos baseados em algum tipo de avaliação e auditoria, sendo a quarta variável. Até 2001, foram estimadas cerca de 20 agências privadas de auditoria no mundo (KANNI, 2004; COSTA, 2003).

A quinta e última variável, diz respeito à associação e taxas. Muitos programas cobram taxas de inscrição para buscar a certificação. O dinheiro, em geral, é usado para administrar e dar suporte de publicidade e promoção do selo e às empresas que são certificadas. Independentemente do órgão auditor, os programas cobram taxas de inscrição para avaliações no local.

O World Wildlife Fund (WWF, 2001, em DIAS e PIMENTA, 2005, p. 119) apontou algumas lacunas encontradas nos selos mais representativos do mundo. O estudo destacou: (i) alcance de sustentabilidade que promovem é falho; (ii) limita-se a determinados segmentos, como hotéis ou regiões específicas; (iii) a maior parte está restrita a um elemento de sustentabilidade, negligenciando o meio social ou econômico; (iv) avaliam o processo de gestão interna, com poucos indicadores de desempenho externo; (v) não possui um órgão fiscalizador independente do processo. O que se pode analisar é que o processo de certificação deve estar integrado a outros instrumentos de construção e manutenção da sustentabilidade.

Segundo o WWF (2001), a certificação “é uma ferramenta que tem por objetivo identificar ou atestar a qualidade de um produto ou do seu processo de produção”. Para garantir a credibilidade desses certificados, o processo deve ser: i) Independente, pois deve ser desenvolvido e

controlado pela sociedade; ii) Tecnicamente consistente, uma vez que deve apresentar um embasamento teórico-científico; iii) Não discriminatório, visto que deve envolver a participação de vários setores; transparente, pois deve ter ampla divulgação do processo e, iv) voluntário, já que a participação dos que lidam com o setor não é obrigatória.

A certificação permite enviar ao comprador uma mensagem sobre a qualidade do produto ou do serviço turístico que ele está adquirindo. Para que esta mensagem seja atestada, um organismo independente (credenciador) realiza uma verificação da qualidade ou da característica do produto, baseada em critérios. Como explicado anteriormente, é o órgão credenciador que define as regras e media o processo. No caso do Brasil, este órgão é o Conselho Brasileiro de Turismo Sustentável (CBTS, 2002). Para essa entidade, a principal meta é a caracterização e identificação de componentes da atividade turística, ou de seus produtos que sejam ambientalmente adequados, economicamente viáveis e socialmente justos. A certificação avalia o desempenho e a eficiência das empresas e demais prestadores de serviços por meio da emissão de um selo. A avaliação do produto baseia-se em uma matriz de indicadores ambientais descritos e coordenados pelo CBTS juntamente com o Inmetro.

A credibilidade da certificação depende de como ela será aceita e compreendida pela sociedade. Ela não deve ser vista como mero instrumento de uma estratégia de mercado ecológica. Esta diversidade de esquemas de certificação e selos, rótulos, prêmios pode e costuma gerar descrédito e confusão no mercado consumidor e investidor. Para o empresário, ele só terá interesse na certificação quando ela atender o seu objetivo principal: lucro. Para o turista, a credibilidade está em garantir que o produto consumido esteja dentro dos padrões adequados de sustentabilidade (GAZONI, citado por DIAS e PIMENTA, 2005, p.121).

Existem dois motivos fundamentais para o desenvolvimento de programas de certificação. Um primeiro motivo é que evita ou retarda a intervenção do governo, potencialmente mais restritiva. Já o segundo

motivo gera uma vantagem de mercado para aquelas empresas que já pertencem a um programa específico de certificação, ou para aqueles que o gerenciam. É a Hipótese de Porter: uma empresa ou um conjunto delas que mantenha a prática de uma tecnologia ambiental certamente poderá influenciar agentes reguladores a favor delas e contra os competidores dela (SEGERSON E LI, 1999). Ou seja, empresas que possuem uma vantagem tecnológica na tentativa de ganhar parte do mercado poderiam achar vantagens com a pressão exercida pelos agentes para que penalizem os rivais.

Outro aspecto determina o grau de interesse do empresário. Os custos de implantação do programa na hotelaria são altos. Este investimento nem sempre é viável às micros e pequenas empresas, uma vez que elas não têm condições de financiar a implantação da certificação. Conseqüentemente, o programa será ineficaz, posto que haja concorrência desleal entre o setor. A alternativa para estes casos provém de países como a Costa Rica (TOTH, citado por WARNKEN, BRADLEY, GUILDING, 2004), em que o governo ofereceu subsídios para a primeira etapa da certificação.

No Brasil, entretanto, essas certificações (PHN, PQCA, PCTS) não mostraram competência técnica adequada, o que provoca a desconfiança do consumidor e o empresário abusa das auto-certificações, usando o termo “eco” em seu nome. Em muitos casos, utilizando-se de Gonçalves (2004, p. 58), “a ‘aparência’ mudou, mas a ‘essência’ continua a mesma”. É dizer, alguns empresários tiveram uma mera conscientização, sem no entanto modificar seu sistema de produção. É possível encontrarmos no Brasil, *resorts* que se denominam *ecoresorts* em seu nome, como uma mera rotulagem, a fim de “maquiar” seu produto e melhorar sua imagem pública. A própria Embratur não reconhece o termo *eco-resort*, embora o mesmo seja conhecido no meio internacional.

O Quadro 3 apresenta uma listagem dos *resorts* brasileiros que desenvolvem alguma iniciativa ambiental. Com base no conteúdo

apresentado nos sites corporativos ou por meio dos órgãos (ABIH, IH, CBTS) as informações relacionam a data de aplicação das ecotécnicas ou sistema de gestão ambiental; o nome e a localização do *resort*; se participa/ desenvolve algum programa ou ação ambiental ou ecotécnica independente.

**Quadro 3** – Resorts brasileiros que desenvolvem práticas ambientais\*.

<b>DATA DE INSERÇÃO/IMPLANTAÇÃO</b>	<b>RESORT</b>	<b>PARTICIPAÇÃO EM PROGRAMA AMBIENTAL</b>	<b>TIPO DE ECOTÉCNICA</b>
ND*	Refúgio Ecológico Caiman, MS	Programa de Conduta e Qualidade Ambiental Roteiros de Charme	Observações de pássaros e animais; Programas de envolvimento com a comunidade (Dia do Homem Pantaneiro); Pesquisa ambiental
ND*	Zagaia Bonito Eco resort, MS	Nenhuma	Programa de educação ambiental; programas de reciclagem de resíduos, água e energia; programas sociais
ND*	Tropical Manaus Ecoresort, AM	Programa de Educação Ambiental	Centro de Educação e Conservação Ambiental, com Zoológico Tropical
ND*	Arraial d’Ajuda Eco Resort, BA	Programa de Conduta e Qualidade Ambiental Roteiros de Charme	Arraial Eco Parque, Projeto Coral Vivo
ND*	Eco Resort Tororomba, BA	Nenhuma	Bosque com trilhas ecológica, plantas nativas,
2002	I Itacaré Eco Resort, BA	Programa de Conduta e Qualidade Ambiental Roteiros de Charme	Reciclagem do lixo; tratamento de resíduos; trilhas ecológicas, design em harmonia com o local;
ND*	Txai Resort, BA	PCTS	Plantação de mudas na APA Itacaré/ Serra Grande; Programas: Companheiros do Txai, Txaitaruga, Floresta Viva, Click Árvore, Nossa Casa, Tala de Dendê

\*ND – Não disponível.

Fonte: Elaboração própria a partir da ABIH, IH, PCTS e sites dos resorts.

**Quadro 3** – Resorts brasileiros que desenvolvem práticas ambientais\* (continuação)

<b>DATA DE INSERÇÃO/IMPLANTAÇÃO</b>	<b>RESORT</b>	<b>PARTICIPAÇÃO EM PROGRAMA AMBIENTAL</b>	<b>TIPO DE ECOTÉCNICA</b>
1980	Tivoli Eco Resort Praia do Forte, BA	Nenhuma	Design em harmonia com o local; parcerias com instituições ligadas ao meio ambiente para preservação do ecossistema (Projeto Tamar e Fundação Garcia D'Ávila); Programas Semente e Educação Supletiva: Educação ambiental; Programas e ações educacionais, como o Projeto Caretas, Mutirão de limpeza das praias, coleta seletiva, reciclagem e disposição de resíduos; estação de tratamento de água
ND*	Vila Galé Mares, BA	Nenhuma	Horto com plantas nativas; design em harmonia com o local; preservação da Lagoa de Guarajuba; estação de tratamento de água; coleta seletiva de lixo
2001	Pousada do Rio Quente Resorts, GO	ISO 14001	Monitoramento de controle de qualidade da água, de atividades impactantes, tratamento de resíduos, educação ambiental, gerenciamento de resíduos, parcerias com escolas locais em projetos sociais e ambientais
2006	Águas do Treme Lake Resort, MG	Programa de Conduta e Qualidade Ambiental Roteiros de Charme	Reflorestamento; Piscicultura própria; Espaço Verde e Trilha Viva
1996	Sesc Porto Cercado, MT	Nenhuma	Criação da Estância Ecológica; Criação do Centro de Atividades de Poconé; Programas de pesquisa e desenvolvimento, monitoramento e manejo ambiental; Tratamento de esgoto e águas; Telhado Verde; Educação ambiental; Coleta seletiva e compostagem

\*ND – Não disponível.

Fonte: Elaboração própria a partir da ABIH, IH, PCTS e sites dos resorts.

**Quadro 3 – Resorts brasileiros que desenvolvem práticas ambientais\*** (continuação)

<b>DATA DE INSERÇÃO/IMPLANTAÇÃO</b>	<b>RESORT</b>	<b>PARTICIPAÇÃO EM PROGRAMA AMBIENTAL</b>	<b>TIPO DE ECOTÉCNICA</b>
ND*	Nannai Beach Resort, PE	Nenhuma	Concepção do <i>resort</i> na preservação dos valores ambientais, climáticos e culturais da região. Design em harmonia com o local e utilização de recursos nativos da região.
ND*	Ocean Palace Resort, PE	ISO 14001	Programas que contemplam a participação dos hóspedes, colaboradores e prestadores de serviço no uso racional dos recursos naturais.
ND*	Summerville Resort, PE	Nenhuma	Design em harmonia com o local; parcerias com instituições ligadas ao meio ambiente para preservação do ecossistema
2005	Aguativa Golf Resorts, PR	Nenhuma	Ecocentro Toca da Natureza, Instituto Aguativa
ND*	Mabu Thermas Resort, PR	Nenhuma	Reciclagem do lixo; tratamento de resíduos; trilha ecológica, parque das aves, bosque e casa da árvore, design em harmonia com o local
2000	Tropical Cataratas Eco Resort, PR	ISO 14001 (pioneiro na certificação no Brasil)	Programa de Educação Ambiental, ETE, Programa de Gestão Sócio-Ambiental e de Qualidade, Tratamento de resíduos sólidos e orgânicos, e outros.
2006	Eco resort Angra, RJ	Sistema próprio	Suas ações se baseiam na política de sustentabilidade do setor hoteleiro da FUNCEF; localizado em uma RPPN
ND*	Le Canton Swiss Mountain Resort, RJ	Nenhuma	Projeto Escola Esporte e Vida

\*ND – Não disponível.

Fonte: Elaboração própria a partir da ABIH, IH, PCTS e *sites* dos *resorts*.

**Quadro 3 – Resorts brasileiros que desenvolvem práticas ambientais\*** (continuação)

<b>DATA DE INSERÇÃO/IMPLANTAÇÃO</b>	<b>RESORT</b>	<b>PARTICIPAÇÃO EM PROGRAMA AMBIENTAL</b>	<b>TIPO DE ECOTÉCNICA</b>
1997	Costão do Santinho Resort & Spa, SC	ISO 14001 e Programa Bandeira Azul (fase piloto)	Programas de Educação Ambiental; parcerias com instituições ligadas ao meio ambiente para preservação do ecossistema (Ibama, IPHAN); pesquisas na RPPN Morro das Aranhas; Museu arqueológico ao ar livre; Museu dos Brunidores; Contemplação de aves; Ações que contemplem o SGA
2006	Grande Hotel Campos do Jordão, SP	ISO 14001 (em processo de implantação)	Programa de educação ambiental; programas de reciclagem de resíduos, água e energia; parceria com ONG Pinho Bravo
2001	Grande Hotel São Pedro, SP	ISO 14001	Programa de utilização de resíduos, consumo de água e energia, conservação dos recursos naturais

\*ND – Não disponível.

Fonte: Elaboração própria a partir da ABIH, IH, PCTS e sites dos resorts.

Dos 23 *resorts*, 11 participam de programas ambientais como o Programa de Conduta e Qualidade Ambiental, da Associação Roteiros de Charme, ISO 14001 e o Programa de Certificação de Turismo Sustentável. O Tropical Manaus *Ecoresort* e *Ecoresort* Angra possuem o seu próprio programa. Já o Costão do Santinho *Resort & SPA* implantou o Blue Flag.

Todos os empreendimentos possuem iniciativas ambientais, sendo a maioria na gestão de energia, resíduos ou água. A construção de infraestrutura do estabelecimento utilizando recursos que estejam em harmonia e equilíbrio com o local (*design* de baixo impacto) e a adoção de alguma iniciativa que envolva a comunidade nativa também aparece na maior parte dos estabelecimentos, como por exemplo, o Projeto Tamar (Tivoli Eco *Resort* Praia do Forte), Floresta Viva (Txai *Resort*), Projeto Escola Esporte e Vida (Le Canton Swiss Mountain *Resort*). Um aspecto relevante é que, dentre as ecotécnicas, a presença de programas de pesquisa e desenvolvimento é constante, relacionando-os a Organizações não-governamentais ou associações comunitárias.

Em princípio, a iniciativa dos hoteleiros em executar tais ecotécnicas parte da pressão exercida pela sociedade em conservar o ambiente. Ao se enumerar essa listagem, portanto, não se pode assegurar a eficácia das mesmas.

## 4 MÉTODOS E PROCEDIMENTOS

### 4.1 Tipo e *design* de Pesquisa

Os procedimentos desenvolvidos estão baseados na corrente teórica da economia ambiental neoclássica e dos instrumentos voluntários de gestão ambiental, enfocando a avaliação da eficácia do comportamento pró-ativo das organizações hoteleiras no desenvolvimento de suas atividades sócio-ambientais.

A pesquisa empírica possui uma abordagem classificada por CRESWELL (2003) como método misto, pois apresenta investigações qualitativas e quantitativas na análise do tema proposto. A abordagem qualitativa foi necessária para a obtenção de informações acerca da percepção do proprietário do empreendimento estudado. Da mesma forma, a abordagem quantitativa foi utilizada para verificar a percepção global da comunidade, funcionários e hóspedes frente às atividades socioambientais desenvolvidas pelo *resort*. O *resort*, aqui denominado como ALFA<sup>10</sup>, está localizado na região da Serra da Bodoquena, em Bonito, Mato Grosso do Sul, município com 18.000 habitantes (IBGE, 2005), tendo iniciado suas atividades em 16 de dezembro de 1995.

Trata-se também de um estudo descritivo com corte transversal, pois o objetivo desta pesquisa consistiu em avaliar o comportamento pró-ativo no *resort* ALFA pelo critério da eficácia num único momento do tempo. Com o intuito de responder o problema formulado no capítulo 1, a pesquisa foi norteada pelos seguintes objetivos específicos: i) Identificar a gestão utilizada pelo *resort* ALFA no desenvolvimento das atividades sócio-ambientais por meio da percepção global da comunidade, funcionários, hóspedes e do proprietário; ii) Avaliar o grau de satisfação dos hóspedes no que se refere à gestão utilizada no desenvolvimento das atividades sócio-ambientais do *resort* ALFA; iii) Verificar o envolvimento da comunidade e funcionários no desenvolvimento das atividades sócio-ambientais do *resort* ALFA; iv) Identificar a gestão ambiental utilizada pelo *resort* ALFA no desenvolvimento das atividades sócio-ambientais por meio da percepção da comunidade, funcionários, hóspedes e do proprietário.

---

<sup>10</sup> Nome fictício do *resort* estudado, para evitar a identificação.

Para avaliar os impactos sócio-ambientais do *resort*, foram estabelecidos e aplicados indicadores relacionados às atividades sócio-ambientais desenvolvidas pelo *resort*: gestão global; satisfação dos hóspedes quanto aos serviços ambientais do hotel; a gestão ambiental e utilização da comunidade no hotel, de forma direta e indireta.

## 4.2 População e Amostra

Para a escolha do *resort* pesquisado foram levados em consideração três aspectos: (a) interesse em participação na pesquisa; (b) possuir um programa ou um sistema de gestão ambiental nas atividades hoteleiras, e; (c) localização geográfica em destino turístico consolidado. Deste modo, o estudo de campo foi desenvolvido em um *resort* do destino Bonito (MS) e seu entorno, pois o mesmo atendeu todos os aspectos definidos.

Com uma extensão de 300.000 m<sup>2</sup> de área total e 15.000m<sup>2</sup> em construção possui uma área de preservação ambiental de 60.000 m<sup>2</sup>, o *resort* está distribuído em seis pavilhões, à exceção da área de serviço. O empreendimento possui 30 suítes e 70 apartamentos (34 Premium e 36 Luxo), contendo 340 leitos. Cada unidade habitacional (UH) possui itens para o conforto do hóspede, como ar condicionado, secador de cabelo, televisão, minibar, ventilador e gerador de energia próprio. Utiliza o sistema de cartão magnético, para redução de energia no apartamento. Conta ainda com uma equipe de 60 funcionários e uma taxa de ocupação mensal de 30 hóspedes (informações que foram utilizadas para o cálculo da amostra desta pesquisa).

Além de suas acomodações, o *resort* dispõe de *coffee shop*, 02 restaurantes, lavanderia, piscinas ao ar livre e coberta, sauna panorâmica, campo de futebol, 02 quadras de tênis (saibro) e voleibol, lago artificial, sala de ginástica, sala de mamadeiras, *coiffeur*, boutique, *playground*, 03 salas de convenções, heliporto, estacionamento individual e aeródromo.

Opera no sistema *all inclusive* e oferece diversos atrativos aos hóspedes, o que, por um lado é financeiramente vantajoso para a empresa, e por outro, ruim para

o comércio bonitense, uma vez que os hóspedes tendem a permanecer dentro do hotel para desfrutar de todos os benefícios oferecidos. Dentre os atrativos que oferece, estão caminhadas, cavalgadas e passeios de quadriciclo em trilhas rústicas, monitoria de recreação para o público infantil e juvenil, massagem, pescaria, hidroginástica, spa, atrações artísticas, além de passeios aos pontos turísticos de Bonito, através da própria agência de viagens do empreendimento.

Inspiradas no povo indígena kadiwéu, a arquitetura e decoração utilizam muita madeira nativa da região. O design arquitetônico favorece o empreendimento, pois a edificação favorece uma boa iluminação e climatização, minimizando a necessidade de luz elétrica e ar condicionado. As trilhas para caminhada e o passeio de quadriciclo foram construídas respeitando os padrões de deslocamento e o hábitat dos animais.

Os tamanhos das amostras foram definidos levando em consideração os seguintes critérios estatísticos: índice de confiança de 95%, margem de erro de +/- 5%, proporção estimada de 50%, constituindo-se na aplicação de um procedimento não probabilística por adesão. Para o cálculo do número de funcionários, hóspedes e comunidade que responderiam a pesquisa, foram utilizadas as seguintes fórmulas (MALHOTRA, 1999):

$$n_0 = Z^2 \cdot (p \cdot (1-p)) / p^2$$

onde:

$n_0$  = primeira aproximação do tamanho da amostra

Z = número de erros padrão

p = proporção estimada

Para o efetivo cálculo do tamanho da amostra de população finita (n), considerando  $n_0$ , o valor do tamanho da amostra foi calculado:

$$n = (n_0 \cdot N) / (n_0 + N - 1)$$

onde:

n = tamanho da amostra de população finita

N = tamanho da população

Dessa forma, considerando a população do estudo e a aplicação das fórmulas apresentadas, foram encontrados os seguintes números de amostras conforme o quadro abaixo:

**Quadro 4** – População e Amostras utilizadas

	Proprietário	Funcionários	Hóspedes	Comunidade
População	Um	60	30	18.000
Amostra obtida	Um	53	20	378

Fonte: Dados da pesquisa, 2006.

### 4.3 Dados: Coleta e Tratamento

A coleta de dados ocorreu em dois momentos: o primeiro de 13 a 16/04/06, e o segundo, entre 31/05 a 04/06/06 tendo em vista a sazonalidade das atividades do *resort* ALFA. Tanto no primeiro quanto no segundo momento houve aplicações de questionários aos funcionários, hóspedes e comunidade. Todavia, a entrevista com o proprietário do *resort* ocorreu no segundo momento. Os questionários utilizados e o roteiro de entrevista aplicado estão disponíveis nos Apêndices 4 a 7.

Para a aplicação dos questionários no empreendimento e na cidade, foram treinadas 03 (três) pessoas: 01 docente e 01 acadêmica e 01 funcionário (monitor de recreação do *resort*). Eles receberam as devidas orientações, assim como o material necessário para a coleta. O docente e a acadêmica eram da Universidade Católica Dom Bosco (UCDB), de Campo Grande e participaram apenas do segundo período da aplicação. Ao monitor de recreação coube aplicar o questionário aos funcionários restantes do hotel.

O tratamento de dados consistiu na análise de discurso (entrevista semi-estruturada com o proprietário do *resort*) e na análise estatística descritiva dos questionários respondidos pelos funcionários, hóspedes e comunidade por meio do software *SPSS 13.0 versão for Windows*. Foi efetuada também a rotina de cruzamento de tabelas relacionando renda pessoal com a percepção das amostras

utilizadas no que se refere à avaliação do comportamento pró-ativo do *resort* ALFA nas atividades sócio-ambientais desenvolvidas.

#### **4.4 Informações sobre a aplicação dos questionários**

Durante o processo de coleta de dados, houve algumas limitações, descritas a seguir, conforme o público envolvido no estudo.

##### **a) Aplicação da entrevista com o empresário**

Apesar do interesse do empresário na pesquisa, alguns dos dados que seriam importantes para o estudo não foram fornecidos pelo entrevistado. Como por exemplo, não foram informados custos anteriores e posteriores à implantação dos programas, seja pelo fato de o próprio empreendimento não possuir registros de controle ou pela dificuldade de acesso ao responsável legal.

##### **b) Aplicação de questionário aos funcionários do empreendimento:**

Ao todo foram aplicados 53 questionários no segundo momento da pesquisa. A aplicação foi individual, na presença física dos pesquisadores. Cinco funcionários não quiseram responder e dois estavam de férias. Outros questionários foram aplicados pelo monitor de recreação, pois alguns funcionários se sentiam envergonhados ou temerosos em responder aos demais pesquisadores.

**c) Aplicação do questionário aos hóspedes:** a pesquisadora não pôde ter acesso aos hóspedes do *resort*, pois o empresário não queria que os mesmos fossem perturbados, já que estavam ali para descansar e aproveitar o local. Ficou acordado que uma funcionária da recepção se responsabilizaria pela aplicação do questionário aos hóspedes, e estes por sua vez, receberiam uma lembrança regional como agradecimento pela participação na pesquisa.

Quanto ao período de aplicação, ocorreu entre os meses de abril até outubro de 2006, já que a taxa de ocupação mensal é de 30 hóspedes. A aplicação deste questionário sofreu com inúmeros obstáculos, a saber:

i) A funcionária responsável pela aplicação do questionário aos hóspedes pediu demissão e não informou a ninguém tal atribuição. A nova gerente de

recepção pensou que os questionários eram papéis de rascunho e usou-os. A pesquisadora encaminhou novamente via e-mail, cópias do questionário para que eles pudessem aplicá-los.

ii) Com dificuldades para aplicar questionários às pessoas hospedadas, a pesquisadora contactou duas operadoras de turismo solicitando localização de clientes que se hospedaram no *resort*. Apenas uma delas, a Toca do Bicho, se prontificou a ajudar. Encaminharam os questionários aos clientes que haviam se hospedado no *resort*, totalizando mais 05 (cinco) questionários. Todo o processo foi realizado por e-mail.

iii) Em Bonito, a pesquisadora abordou os turistas perguntando-lhes onde estavam hospedados e, caso estivessem no *resort*, perguntava-lhes sobre a possibilidade de aplicação do questionário. A maioria dos turistas estava hospedada em outros hotéis. Aparentemente, os hóspedes do *resort* estudado não freqüentam o centro do município, o que foi comprovado pelos comerciantes de Bonito.

iv) A pesquisadora então conseguiu aplicar mais 06 (seis) questionários em Campo Grande, totalizando ao final, 20 (vinte) questionários de pessoas que ou estavam hospedadas, ou se hospedaram no *resort*. Essa aplicação foi feita por telefone ou pessoalmente, na residência ou trabalho do respondente.

**d) Aplicação do questionário na comunidade:** No primeiro momento, a pesquisadora esteve em Bonito para aplicar o questionário à comunidade bonitense. Em princípio, subdividiu-se a quantidade de questionários por bairro, sendo 21 por bairro (anexo 2). As amostras neste período foram coletadas nos bairros: Vila Machado, Vila América, Vila Donária, Jardim Boa Vista, Vila Marambaia e Loteamento Solar dos Lagos. Neste caso, o questionário foi aplicado ou pelo método *drop-off*<sup>11</sup> ou com a presença física do entrevistador.

O segundo momento ocorreu fora da alta temporada, quando houve a inclusão do docente e da acadêmica de Campo Grande, para a aplicação dos

---

<sup>11</sup> Aplicação sem a presença do entrevistador, onde o questionário foi deixado com o respondente e recolhido depois.

questionários. Aproveitou-se neste período para fazer a amostragem do tipo *drop-off*, aproveitando os cursos de graduação do Instituto de Educação Superior da Funlec - IESF e da oficina “Brasil, meu negócio é turismo”, do Ministério do Turismo. Aqueles que já haviam respondido no primeiro período, se abstiveram de fazê-lo.

## **5 RESORT E CONSERVAÇÃO AMBIENTAL: REALIDADE OU FICÇÃO?**

### **5.1 Comportamento pró-ativo e as ecotécnicas aplicadas no *resort***

A missão do *resort* é oferecer qualidade e conforto aos clientes. Sua política não abrange o aspecto socioambiental, e não participa de sistemas de gestão ambiental, como o Programa Hóspedes da Natureza, ISO 14001 ou Produção mais Limpa. Entretanto, tem desenvolvido ações que beneficiam o desempenho ambiental, seja pelo envolvimento de colaboradores, seja utilizando os equipamentos e produtos de forma racional; ou convidando os hóspedes a utilizarem os recursos naturais de forma racional e desenvolvendo ações que beneficiem a comunidade. Estas ecotécnicas são apresentadas abaixo.

#### O sistema de monitoramento ambiental

O sistema monitora por medições o ambiente terrestre (largura de profundidade, compactação, erosão, recomposição da fauna e flora) e ambiente aquático (assoreamento, temperatura, ph da água, oscilação de profundidade), correlacionando as variáveis ao uso turístico e as condições da estrutura artificial de apoio ao visitante. O monitoramento abrange as trilhas, o entorno do *resort* e o córrego Olho d'água. Todo mês, um biólogo faz as devidas medições e análises e encaminha um relatório. Além deste, é feito um relatório trimestral obrigatoriamente enviado para a Secretaria de Meio Ambiente de Bonito, e outro relatório anual, mais completo. A licença para funcionamento e monitoramento é de quatro anos.. Este sistema tende a ser diminuído, caso os programas funcionem, pois o proprietário não vê a necessidade de mensalmente um especialista fazer as medições. O fato é que no final do prazo da licença farão esta avaliação, embora o proprietário perceba que, “em alguns pontos do monitoramento, já houve diminuição do impacto”.

#### O programa de economia de água e energia

O programa visa à conscientização do uso racional de água e energia, desenvolvendo pequenas ações, que significaram uma redução no consumo desses recursos. Dentre as ações desenvolvidas, estão: a) captação de água das chuvas para utilizar na limpeza das calçadas ou para molhar o jardim; b) a pastagem e os

mesma toalha, ao invés de trocá-la diariamente. No entanto, os hóspedes não são induzidos a colaborar ou a participar de ações sócio-ambientais com a comunidade ou mesmo palestras educativas. Merece destaque o Programa Plantando e Regando, onde os hóspedes são convidados a plantar uma muda nativa da região em uma área do *resort* e o trabalho de educação ambiental oferecido nos passeios em parceria com agências locais. Além do processo de educação dentro da empresa, desenvolvem turismo pedagógico, com alunos do ensino médio das escolas de Bonito, inserindo nele a educação ambiental.

#### Gastos com projetos sociais e ambientais

(a) Sopão: uma vez que os hóspedes tinham altos consumos dentro do *resort*, enquanto a comunidade de entorno (Vila Machado) é extremamente pobre, isto não condizia com a missão da empresa, que é envolver esta comunidade. Assim, surgiu a idéia do Sopão. Como eles não têm condições de empregar todo mundo, resolveram fazer o projeto como compensação para crianças e idosos. Ergueram uma construção na Vila Machado e passaram a oferecer almoço diariamente, atendendo a 250 pessoas inicialmente e cerca de 480 depois. Durante o processo de pesquisa, este projeto estava parado, devido a crise do turismo em Bonito.

(b) Programa “A Última Arca de Noé”: o programa foi criado em 1995 por Antonio Silveira Ribeiro dos Santos, um juiz de direito de São Paulo, cujos objetivos são o desenvolvimento de estudos para proteção efetiva das espécies e dos ecossistemas; promoção da educação ambiental, melhoria da qualidade de vida e fornecimento de subsídios para aperfeiçoamento do direito ambiental. Por ser um projeto sem fins lucrativos, agrega pessoas ou empresas de todo o Brasil que se identificam com o programa. Essas pessoas ou empresas podem ser parceiras ou apoiadoras. O *resort* se integra na segunda função, dando apoio logístico a programas e projetos de pesquisa, principalmente aos *birdwatchers*, como uso do local para estudos, palestras, entre outros. Para o *resort*, este se beneficia da divulgação da imagem associada a sites de educação ambiental, divulgado em todo o mundo.

(c) Outros projetos: o *resort* desenvolve alguns projetos paralelos como participação em eventos beneficentes da Pestalozzi ou da Associação de Bairros.

currais para cavalos localizam-se longe de fontes de água ou da mina de água, para não poluí-las; c) incentivo à adoção do uso racional de toalhas e troca de roupas de cama, para os hóspedes; d) uso de sistemas economizadores de água, como torneiras hidromecânicas, restritores de vazão, válvulas de acionamento automático; e) uso de lâmpadas fluorescentes em diversos pontos do hotel, assim como *timers* em iluminações externas e internas.

#### O programa de redução do uso de produtos químicos

Feito especificamente na lavanderia, o *resort* se utiliza de um equipamento que dosa a quantidade necessária de produtos químicos para a lavagem de roupas. Desse modo, evita que os funcionários entrem em contato direto com os produtos. A adoção de sistemas de dosagem diminui o excesso de produtos químicos a serem lançados nos rios e o descarte é utilizado na limpeza de calçadas e outros pontos do hotel.

#### Coleta seletiva de resíduos sólidos, líquidos e escritório

A coleta seletiva envolve ações como: a) programa de treinamento anual para a conscientização dos funcionários sobre a coleta seletiva; b) equipamentos de descarte de lixo para a utilização dos hóspedes em todo o hotel; c) aquisição de produtos mais recicláveis, duráveis e biodegradáveis; d) uso e reuso de material de escritório, evitando o desperdício; e) coleta seletiva de lixo, incentivando a separação de resíduos sólidos contaminantes, como pilhas, baterias; f) doação de latas de refrigerante e cerveja para funcionários, que as revendem e reverterem em dinheiro para si.

#### Educação e conscientização ambiental

O trabalho de educação e conscientização ocorre com três públicos: funcionários, hóspedes e comunidade. Para o primeiro público, oferece cursos de treinamento de educação ambiental, programa de redução de energia, tratamento de efluentes, coleta seletiva, relacionamento com hóspedes e com a comunidade, cerca de uma vez ao ano. Os cursos geralmente são ministrados por profissionais especializados nas áreas apontadas. Com relação aos hóspedes, a educação se restringe às atividades com monitores de recreação e algumas informações direcionadas nas unidades habitacionais. Como exemplo, o estímulo a usar mais a

Há um projeto futuro de oferta de cursos à comunidade, relacionados ao turismo de forma geral, uma vez que sentem falta de mão-de-obra qualificada e empregam cerca de 99% da comunidade. Por fim, no último ano, a empresa criou o programa Expedição Z, com o objetivo de facilitar a viagem de escolas e universidades da maior idade, e grupos com necessidades especiais, em conjunto com empresas de turismo locais, para atender a segmentos diferenciados.

## **5.2 Estatística descritiva das respostas dos entrevistados**

A estatística descritiva apresenta os resultados da entrevista com o empresário e os questionários aplicados aos funcionários, hóspedes e comunidade para averiguar a percepção de cada público em relação às atividades sócio-ambientais do empreendimento. Os questionários estão subdivididos em caracterização geral dos entrevistados, seguido dos indicadores utilizados para avaliar a eficácia do comportamento pró-ativo no *resort* ALFA: gestão global, satisfação dos hóspedes, utilização dos recursos humanos e gestão ambiental.

### **5.2.1 Percepção do empresário**

#### **a) Caracterização do entrevistado**

O entrevistado de 42 anos é do Paraná, com graduação em Turismo e especialização em hotelaria. O roteiro de entrevista abrangeu informações acerca do empreendimento, tais como a política e missão, programas ambientais e outros aspectos técnicos. Os itens b a d mostram a percepção do empresário.

#### **b) Quanto à gestão geral**

A empresa investiu em ações de conservação do meio ambiente, no último ano, principalmente no sistema de monitoramento ambiental do córrego Olho d'Água, situado na divisa com outro meio de hospedagem. Entretanto, de acordo com o empresário, o meio ambiente representa pouca oportunidade de negócios ao *resort* ALFA. De acordo com o empresário, o *resort* adotou o sistema de monitoramento e ecotécnicas isoladas, em razão de: (i) atender a uma exigência legal; (ii) necessidade de aprovação social e (iii) pressões dos hóspedes. A pressão por parte dos hóspedes é ocasionada pela necessidade de proteger a fauna e flora nativa, mas não há indicativo relacionado a iniciativas que incluam a mudança de

atitude do próprio hóspede, como por exemplo, a reutilização de toalhas de banho ou outras ações que reduzam o desperdício. Afinal, o hóspede pode até colaborar, desde que não veja a deterioração do serviço pago por ele. Para o empresário, as atividades mais importantes que o *resort* possui são a educação e conscientização ambiental e os gastos com o projeto social, pois “isto reflete na sua condição de possuir uma imagem institucional positiva perante os bonitenses”.

### c) Quanto à satisfação dos hóspedes

Ao ser questionado sobre a opinião dos hóspedes quanto às solicitações e reclamações, o empresário optou por não responder. Comentou apenas que há um registro de reclamações e sugestões, onde os hóspedes podem expor críticas e sugestões que são levadas à gerência. Quanto ao nível de satisfação, com base nas reclamações efetuadas, pode-se dizer que são considerados como bom ou ótimo em alguns casos, conforme a tabela abaixo.

**Tabela 1** - Percepção do empresário: Nível de satisfação dos hóspedes do hotel

<b>ATIVIDADES SÓCIO-AMBIENTAIS DO RESORT ALFA</b>	<b>NÍVEL DE SATISFAÇÃO</b>
Educação e conscientização ambiental	Bom
Programa de economia de água	Não soube dizer
Programa de economia de energia	Bom
Programa de redução de produtos químicos	Bom
Coleta seletiva de resíduos sólidos, líquidos e de escritório	Ótimo
Design de baixo impacto	Ótimo
Gastos com projetos sociais e ambientais	Ótimo

Fonte: Dados da pesquisa.

### d) Quanto à utilização de pessoas

O *resort* ALFA oferece algum treinamento, voltado a temas com a educação ambiental; programa de redução de energia; relacionamento com os hóspedes; tratamento de efluentes; coleta seletiva de resíduos; relacionamento com a comunidade. Segundo o empresário, estes treinamentos são oferecidos cerca de uma vez ao ano, quando utiliza especialistas na realização desses cursos, assim como no ciclo de planejamento, monitoramento e avaliação das ações sócio-

ambientais. Quanto à utilização de recursos humanos locais, o *resort* possui uma contratação de 99% de pessoal da comunidade de Bonito e seu entorno.

#### e) Quanto à gestão ambiental

De acordo com o empresário, o comportamento do *resort* cumpre totalmente os objetivos e metas estabelecidas no sistema de monitoramento. Ele reconhece que há algumas barreiras limitadoras no processo de participação do sistema, como por exemplo, a falta de conhecimento técnico e algumas exigências desnecessárias de alguns itens. O hotel desenvolve as ações sócio-ambientais com a comunidade relacionadas no item 5.1. Ainda podemos considerar as percepções do empresário em relação ao nível de satisfação da comunidade com base nas reclamações efetuadas, assim como a média dos resultados obtidos nos dois últimos anos no empreendimento após a implantação dos programas sócio-ambientais (tabela 2). A tabela 3 só foi obtida por meio da percepção do empresário, uma vez que o único registro que ele possui de dados refere-se à conta de luz.

**Tabela 2** - Percepção do empresário: Nível de satisfação da comunidade de entorno

<b>ATIVIDADES SÓCIO-AMBIENTAIS DO RESORT ALFA</b>	<b>NÍVEL DE SATISFAÇÃO</b>
Educação e conscientização ambiental	Nem regular nem bom
Programa de economia de água	Nem regular nem bom
Programa de economia de energia	Bom
Programa de redução de produtos químicos	Nem regular nem bom
Coleta seletiva de resíduos sólidos, líquidos e de escritório	Bom
Design de baixo impacto	Nem regular nem bom
Gastos com projetos sociais e ambientais	Regular

Fonte: Dados da pesquisa.

**Tabela 3** – Percepção do empresário: Média dos resultados obtidos no empreendimento após a implantação dos programas sócio-ambientais (02 últimos anos).

<b>ATIVIDADES SÓCIO-AMBIENTAIS DO RESORT ALFA</b>	<b>MÉDIA DOS RESULTADOS</b>
Consumo de energia, água e resíduos sólidos	Houve redução
Programa de gerenciamento de resíduos com participação dos hóspedes	Houve redução
Nível de excesso de lixo	Nenhuma redução
Nível de poluição sonora visual	Nenhuma redução
Custos operacionais do hotel	Nenhuma redução
Quantidade média de incidentes/ autuação por violação das normas de proteção ambiental	Pouca redução
Diminuição de impacto ambiental na atividade hoteleira	Muita redução
Melhorias das condições ambientais dos destinos turísticos	Nem pouca nem muita
Gastos com projetos sociais e ambientais envolvendo a comunidade	Muita redução
Gastos com tratamento de efluentes em relação ao total de gastos na produção	Pouca redução
Quantidade de utilização de produtos locais	Pouca redução

Fonte: Dados da pesquisa.

## **5.2.2 Percepção dos funcionários**

### **a) Caracterização dos entrevistados**

Dos 53 entrevistados, a maior parte é composta do sexo feminino (67,9%) e apenas 32,1% do sexo masculino, com escolaridade predominante no primeiro grau incompleto (ensino fundamental) de 22,6%, embora 7,5% possuam superior incompleto. Sua renda mensal pessoal varia em torno de 1,5 salários mínimos<sup>12</sup> (66%) ou em alguns casos, entre 1,5 a 3 salários mínimos (30,2%). Por serem chefes de família (50%), em geral sua renda mensal familiar está agregada ao seu salário, somando 54,7% cuja faixa salarial gira em torno de 1,5 a 3 salários mínimos.

<sup>12</sup>Em 2006, o salário mínimo correspondia a R\$360,00.

O tempo de residência dos funcionários em Bonito corresponde a mais de 06 anos (73,6%). Desses funcionários, 50,9% trabalham no hotel há menos de um ano, enquanto que apenas 9,4% trabalham há mais de 06 anos. Isso pode significar um índice de *turnover* (rotatividade) alto, com contratação de empregados da região.

O questionário continha duas perguntas referente à função e ao setor que se encontravam no hotel. O que se percebe é que 20,8% dos funcionários estão no setor de governança exercendo funções de camareira, copeira, lavadeira, passadeira. O setor de manutenção ocupa o segundo lugar com 9,4% dos funcionários, correspondendo à função de serviços gerais.

### b) Gestão geral

No que tange à gestão geral, ao serem questionados sobre a preocupação do hotel em relação às questões ambientais (tabela 4), 83% disseram que o hotel demonstra estar preocupado com as questões ambientais. Note-se que 11,3% responderam que não existe nem pouca nem alguma e 5,7%, pouca ou nenhuma preocupação. Somando-se estes itens, tem-se um número considerável de respondentes que não percebem os valores da organização quanto à qualidade ambiental inseridos em sua estrutura.

Esses dados refletem a opinião do funcionário em relação ao seu conhecimento da política ambiental do *resort* ALFA: 37,8% responderam que têm pouco ou nenhum conhecimento acerca desta política, 24,5% disseram que tem nem pouco nem bom conhecimento e 43,3% somam respostas como bom ou ótimo conhecimento (tabela 5).

**Tabela 4** - Opinião do Funcionário: Preocupação do hotel com questões ambientais

	Frequência Absoluta	Frequência Relativa	Frequência Acumulada
EXISTE PREOC.	23	43,4	43,4
MUITA PREOC.	21	39,6	83,0
NEM POUCA NEM ALGUMA	6	11,3	94,3
POUCA PREOCUPAÇÃO	1	1,9	96,2
N/S	1	1,9	98,1
NENHUMA PREOC.	1	1,9	100,00
Total	53	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa "Qual nota expressa a preocupação deste hotel no que se refere as questões ambientais"?

**Tabela 5 - Opinião do Funcionário: Conhecimento da política do hotel**

	Frequência Absoluta	Frequência Relativa	Frequência Acumulada
BOM CONHECIMENTO	13	24,5	24,5
NEM POUCO NEM BOM	13	24,5	49,5
POUCO CONHEC.	11	20,8	69,8
NENHUM CONHEC.	9	17,0	86,8
MUITO CONHEC.	5	9,4	96,2
N/S	2	3,8	100,00
Total	53	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa “ Qual nota expressa seu conhecimento com a política ambiental deste hotel”?

### c) Gestão Ambiental

Quando questionados sobre a gestão ambiental, a tabela 6 apresenta que 45,3% consideram esta política como boa e pouco mais de 18%, como ótima. Um total de 17% optaram por não responder, o que pode ser proveniente da falta de conhecimento desta política. Entretanto, os funcionários citaram a educação ambiental (22%) e a economia de energia (19,8%) como as atividades mais importantes relacionadas ao meio ambiente. É válido informar que o total da frequência apontada na tabela 7 corresponde ao número de atividades que foram citadas (duas).

**Tabela 6 – Opinião do Funcionário: Nível da política ambiental do hotel**

	Frequência Absoluta	Frequência Relativa	Frequência Acumulada
BOM	24	45,3	45,3
OTIMO	10	18,9	64,2
N/S	9	17,0	81,1
NEM REGULAR NEM BOA	7	13,2	94,3
REGULAR	3	5,7	100,00
Total	53	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa “Como pode ser classificada a política ambiental desenvolvida pelo hotel”?

**Tabela 7 - Opinião do Funcionário: Duas atividades de gestão ambiental mais importantes**

	Frequência Absoluta	Frequência Relativa	Frequência Acumulada
EDUCAÇÃO E CONSC. AMBIENTAL	22	20,8	20,8
ECONOMIA DE ENERGIA	21	19,8	40,6
GASTOS COM PROGRAMAS SOCIAIS	18	17,0	57,5
ECONOMIA DE ÁGUA	18	17,0	74,5
COLETA SELETIVA DE RESÍDUOS	17	16,0	90,6
REDUÇÃO DE PRODUTOS QUÍMICOS	8	7,5	98,1
DESIGN DE BAIXO IMPACTO	2	1,9	100,00
Total	106	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa "Quais as atividades de gestão ambiental que você considera mais importante para a melhoria do desempenho ambiental do hotel. Cite duas?"

Para o funcionário, a participação nos programas de gestão ambiental do *resort* (tabela 8) demonstra que 5,7% dos respondentes foram obrigados a participar, mas 45,3% estavam dispostos a conhecer esses programas, com o intuito de poder desempenhar melhor seu trabalho. Dos 32,1% indicados como outros, responderam que não houve participação, preferiram não comentar ou não participaram do programa. Por outro lado, é muito importante receber informações sobre a gestão ambiental nos hotéis, porque para 69,8% essas informações podem mudar suas ações tanto em casa como no trabalho. Na tabela 9, ainda consta que 26,4% acreditam ser importante essas informações pois servem para mudar a imagem do hotel e a atitude de cada um no trabalho.

**Tabela 8 - Opinião do Funcionário: Participação no programa**

	Frequência Absoluta	Frequência Relativa	Frequência Acumulada
PRECISAVA CONHECER MAIS	24	45,3	45,3
OUTROS	17	32,1	77,4
N/S	9	17,0	94,3
ERA OBRIGADO	3	5,7	100,00
Total	53	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa "Você participou do programa de gestão ambiental porque":

**Tabela 9** - Opinião do Funcionário: Receber informações sobre gestão ambiental em hotéis

	Frequência Absoluta	Frequência Relativa	Frequência Acumulada
MUDA AÇÕES EM CASA E TRABALHO	37	69,8	69,8
IMAGEM DO HOTEL E ATITUDE NO TRABALHO	14	26,4	96,2
MUDA AÇÕES EM CASA	2	3,8	100,00
Total	53	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa "Você considera importante receber informações sobre a questão ambiental em hotéis porque?"

Ainda sobre a gestão ambiental, para 73,6% o hotel deve considerar como muito importante a redução do uso de água, energia e produção de lixo (tabela 10). E 43,4% responderam que se fossem informados das melhorias ambientais para o *resort* ALFA se sentiriam mais estimulados a participar dos programas. 26,4% já se sentem estimulados e 24,5% estariam mais motivados, se entendessem a razão da gestão ambiental (tabela 11).

**Tabela 10** - Opinião do Funcionário: Importância na redução de água, lixo e energia

	Frequência Absoluta	Frequência Relativa	Frequência Acumulada
MUITO IMPORTANTE	39	73,6	73,6
É IMPORTANTE	13	24,5	98,1
N/S	1	1,9	100,00
Total	53	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa "Qual importância o hotel deve adotar no que se refere a redução do uso de água, energia e produção de lixo?"

**Tabela 11** - Opinião do Funcionário: Estímulo a participar dos programas

	Frequência Absoluta	Frequência Relativa	Frequência Acumulada
SE FOSSE INFORMADO DAS MELHORI	23	43,4	43,4
JÁ SE SENTE ESTIMULADO	14	26,4	69,8
SE ENTENDESSE A RAZÃO DA GA	13	24,5	94,3
SE RECEBESSE ESTÍMULO FINANCEI	2	3,8	98,1
N/S	1	1,9	100,00
Total	53	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa "Você se sentiria mais estimulado a participar das ações ambientais desenvolvidas pelo hotel?":

Com relação às mudanças ocorridas após a gestão ambiental, 41,5% acreditam ter havido mudanças, 26,4% muita mudança e 13,2% optaram por não responder. Para 18,9% responderam que pouco ou nada perceberam após a implantação do sistema (tabela 12). As mudanças destacadas são apresentadas na tabela 13. Considerando um percentual de 23,6% que não responderam, as mudanças percebidas são redução do consumo de água e produtos químicos (4,7% cada), coleta seletiva de resíduos (4,7%), redução de energia (3,8%), reflorestamento da mata ciliar (1,9%) e outros.

**Tabela 12** - Opinião do Funcionário: Percepção de mudanças ocorridas após a Gestão Ambiental

	Frequência Absoluta	Frequência Relativa	Frequência Acumulada
HOUVE MUDANÇA	22	41,5	41,5
MUITA MUDANÇA	14	26,4	67,9
N/S	7	13,2	81,1
NEM POUCO NEM ALGUMA	7	13,2	94,3
POUCA MUDANÇA	3	5,7	100,00
Total	53	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa "Que nota melhor expressa o nível de mudanças ocorridas no hotel após a implantação do sistema de gestão ambiental"?

**Tabela 13** - Opinião do Funcionário: Tipo de mudanças

	Frequência Absoluta	Frequência Relativa	Frequência Acumulada
N/S	25	23,6	73,6
REDUÇÃO DE CONSUMO DE ÁGUA	5	4,7	78,3
REDUÇÃO DOS PRODUTOS QUIMICOS	5	4,7	83,0
COLETA SELETIVA	5	4,7	87,7
REDUÇÃO DE ENERGIA	4	3,8	91,5
REFLORESTAMENTO DA MATA CILIAR	2	1,9	93,4
INCLUSÃO DE BIÓLOGO NAS FUNÇÕES DO HOTEL	2	1,9	95,3
EMPREENHIMENTO PESSOAL	1	,9	96,2
DIMINUIÇÃO DO LIXO	1	,9	97,2
BLOQUEIO DE TRILHA DO PASSEIO A CAVALO E QUADRICICLO	1	,9	98,1
DIVISÃO DE TAREFAS	1	,9	99,1
CONSCIENTIZAÇÃO DOS COLABORADORES DOS HOTÉIS COM O MEIO AMBIENTE	1	,9	100,00
Total	53	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa "Em caso de ter ocorrido mudanças, quais foram"?

Dos respondentes, 43,4% dos funcionários não possuem nenhuma vontade de voltar à rotina anterior a implantação do sistema no *resort*, e 15,1% optaram por não responder. Neste caso, quando somados os itens houve vontade, pouca vontade e nem pouca nem alguma, 33,9% devem ser considerados, uma vez que se denota a dificuldade de adaptação a estas novas rotinas (tabela 14).

**Tabela 14** - Opinião do Funcionário: Vontade de voltar à rotina anterior

	Frequência Absoluta	Frequência Relativa	Frequência Acumulada
NENHUMA VONTADE	23	43,4	43,4
N/S	8	15,1	58,5
HOUVE VONTADE	8	15,1	73,6
POUCA VONTADE	6	11,3	84,9
NEM POUCA NEM ALGUMA	4	7,5	92,5
MUITA VONTADE	4	7,5	100,00
Total	53	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa "Que nota melhor expressa sua vontade de voltar as rotinas anteriores a implantação do sistema de gestão ambiental neste hotel"?

### 5.2.3 Percepção dos hóspedes

#### a) Caracterização dos entrevistados

Dos hóspedes que participaram desta pesquisa, 65% são do sexo feminino e 35% do sexo masculino. A maioria dos entrevistados (60%) possui ensino superior completo e 15% tem especialização. Ainda 10% possuem doutorado e 10% tem superior incompleto. Em relação à profissão que exercem, destacam-se 55% empresários, 20% funcionários públicos e 15% estudantes. No que se refere ao vínculo familiar, 40% são o próprio chefe de família, seguido de 35% como esposa e 25% como filho (a) do chefe de família.

No que tange a renda mensal pessoal, a maioria dos entrevistados possui uma renda pessoal de mais de 12 salários mínimos e entre 3 a 6 salários mínimos (ambos com 30%). Em relação a renda mensal familiar, 80% configura-se com a renda acima de 12 salários mínimos.

Os hóspedes tendem a permanecer no *resort* ALFA por um período de uma semana (45%) a quatro dias (15%). 50% dos respondentes disseram que utilizam o *resort* por mais de três vezes e para 40%, é a primeira vez que vem ao empreendimento. Em geral, esses turistas costumam vir no mês de julho (35%), embora 35% optaram por não responder. Foi perguntado aos hóspedes quais os destinos visitados por eles nos dois últimos anos. O objetivo desta pergunta era identificar se eles mantêm o costume de viajar para os mesmos destinos ou não; se são destinos de ecoturismo e por fim, se frequentam sempre *resorts*. Como a pergunta foi aberta, as respostas foram bem diversificadas. Percebeu-se que a maioria dos destinos visitados era de ecoturismo ou turismo de natureza, como Fernando de Noronha, Pantanal, Nova Zelândia ou Brotas. O destino sol e praia é comum em quase todas as respostas.

O motivo que os leva à escolha desses destinos é pela cultura local (30%), passeios ao ar livre (30%) e a infra-estrutura da cidade (15%); 10% são motivados por atrações como as baladas e paisagens naturais. Já a indicação do *resort* ALFA como destino se deu por indicação da internet (35%), agências (25%), guias de viagem (15%) e outros (25%), como por exemplo, os amigos.

## b) Gestão ambiental

Em relação às informações sobre gestão ambiental, 65% não sabem sobre as ações ambientais que o *resort* ALFA desenvolve e 20% descobriram quando chegaram ao hotel. O que os motivou na escolha do empreendimento para estada foi o quesito conforto e facilidades (60%), embora 20% optaram pelo *resort* porque já conheciam o lugar. Ninguém assinalou que escolheria o *resort* pela preservação ambiental (tabelas 15 e 16).

**Tabela 15** - Opinião dos hóspedes: Informações sobre gestão ambiental

	Frequência Absoluta	Frequência Relativa	Frequência Acumulada
Não	13	65,0	65,0
Descobri quando cheguei	4	20,0	85,0
Sim	2	10,0	95,0
N/S	1	5,0	100,0
Total	20	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa “No momento desta indicação, você foi informado de que o hotel em que está, desenvolve algumas ações ambientais”?

**Tabela 16** - Opinião dos hóspedes: Escolha do hotel

	Frequência Absoluta	Frequência Relativa	Frequência Acumulada
Conforto e comodidade	12	60,0	60,0
Já conhecia o hotel	4	20,0	80,0
Área de lazer	3	15,0	95,0
Outros	1	5,0	100,0
Total	20	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa “Assinale os motivos pelos quais você decidiu hospedar-se neste hotel”?

A tabela 17 apresenta a percepção do hóspede em relação à preocupação com o meio ambiente. Ao saber da existência de ações ambientais, a maioria (70%) percebe que há preocupação.

**Tabela 17** - Opinião dos hóspedes: Percepção da preocupação do hotel

	Frequência Absoluta	Frequência Relativa	Frequência Acumulada
Há preocupação	14	70,0	70,0
Pouca preocupação	2	10,0	80,0
Muita preocupação	2	10,0	90,0
N/S	1	5,0	95,0
Nenhuma preocupação	1	5,0	100,0
Total	20	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa “Que nota representa sua percepção sobre a preocupação deste hotel com questões ambientais”?

O conhecimento da política ambiental é perceptível nos 40% dos hóspedes que a descrevem como sendo de pouco conhecimento. Apenas 15% alegam ter muito conhecimento sobre esta política (tabela 18).

**Tabela 18** - Opinião dos hóspedes: Conhecimento da política ambiental

	Frequência Absoluta	Frequência Relativa	Frequência Acumulada
Pouco conhecimento	8	40,0	40,0
Há conhecimento	6	30,0	70,0
Muito conhecimento	3	15,0	85,0
Nem pouco nem algum	3	15,0	100,0
Total	20	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa “Qual é o seu conhecimento com respeito a política ambiental deste hotel”?

O nível de informação ambiental obtida é alto, pois 60% recebem muita informação e 40% recebem informação. Estas informações são obtidas pelo guia de turismo (20%), folders do *resort* (20%). Mas a maioria é obtida diretamente no local, com o pessoal da recepção ou com o monitor, somando-se 55%, conforme tabelas 19 e 20.

**Tabela 19** - Opinião dos hóspedes: Nível de informação ambiental

	Frequência Absoluta	Frequência Relativa	Frequência Acumulada
Muita informação	12	60,0	60,0
Existe informação	8	40,0	100,0
Total	20	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa “Que nota expressa o nível de informação ambiental obtida nos passeios oferecidos pelo hotel”?

**Tabela 20** - Opinião dos hóspedes: Obtenção de informação

	Frequência Absoluta	Frequência Relativa	Frequência Acumulada
Outros	11	55,0	55,0
Guia de turismo	4	20,0	75,0
Folders	4	20,0	95,0
N/S	1	5,0	100,0
Total	20	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa “Como obteve essas informações”?

Das atividades que os hóspedes entrevistados consideram mais importante, destaca-se a educação e conscientização ambiental com 65% e o programa de economia de água, com 30%. Para eles é importante receber informações sobre a questão ambiental dos hotéis (tabela 22) e 55% concordam parcialmente que o

*resort* ALFA deva ter como meta prioritária a redução do uso de água, energia e produção de lixo (tabelas 21 a 23).

**Tabela 21** - Opinião dos hóspedes: Atividades de gestão Ambiental

	Frequência Absoluta	Frequência Relativa	Frequência Acumulada
Educação e conscientização ambiental	13	65,0	65,0
Programa de economia de água	6	30,0	95,0
Coleta seletiva de resíduos sólidos, líquidos e de	1	5,0	100,0
Total	20	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa “Quais as atividades de gestão ambiental que você considera mais importante para a melhoria do desempenho ambiental do hotel”?

**Tabela 22** - Opinião dos hóspedes: Importância de questões ambientais

	Frequência Absoluta	Frequência Relativa	Frequência Acumulada
Existe importância	12	60,0	60,0
Muita importância	8	40,0	100,0
Total	20	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa “Que nota expressa sua importância a respeito de informações sobre a questão ambiental dos hotéis”?

**Tabela 23** - Opinião dos hóspedes: Redução da água, energia e lixo

	Frequência Absoluta	Frequência Relativa	Frequência Acumulada
Concordo parcialmente	11	55,0	55,0
Concordo totalmente	7	35,0	90,0
Nem concordo nem discordo	2	10,0	100,0
Total	20	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa “Você acredita que o hotel deve ter como meta prioritária a redução do uso de água, energia e produção de lixo”?

Quando questionados quanto à disposição a pagar mais pela diária se soubesse que serviria para a preservação das ações ambientais, 40% dos hóspedes não estão dispostos a isso, pois acreditam que o valor das diárias é muito alto. Paralelo a esse item, 20% pagariam se fosse informado frequentemente das melhorias obtidas e 20%, se entendessem a razão da certificação/gestão ambiental no *resort*. 10% já se sentem bastante estimulados quanto a disposição a pagar mais (tabela 24).

**Tabela 24 - Opinião dos hóspedes: Disposição a pagar**

	Frequência Absoluta	Frequência Relativa	Frequência Acumulada
Não estou disposto a pagar, porque o valor da diária é muito alto	8	40,0	40,0
Se fosse informado frequentemente das melhorias ambientais obtidas	4	20,0	60,0
Se entendesse a razão da certificação dentro do hotel	4	20,0	80,0
Já me sinto bastante estimulado	2	10,0	90,0
Outro	2	10,0	100,0
Total	20	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa “Você estaria disposto a pagar mais pela diária se soubesse que serviria para a preservação das ações ambientais desenvolvidas pelo hotel”?

## 5.2.4 Percepção da comunidade

### a) Caracterização dos entrevistados

As mulheres correspondem a 63% dos respondentes da comunidade. O setor de serviços, em particular, o turismo abrange a maior parte da ocupação desta comunidade, somando 31,17%, entre comerciários e outras funções no turismo. O perfil com maior frequência possui uma renda média pessoal de até 1,5 salários mínimos (49,7%) e familiar entre 1,5 a 3 salários mínimos (28%), tendo completado o segundo grau (29,9%) e ocupando a função de chefe de família (39,4%), residindo em Bonito há mais de seis anos (69%). Com relação ao grau de instrução, o segundo perfil mais frequente corresponde aos que possuem ensino superior incompleto (29,6%).

O vínculo familiar corresponde a 39,4% dos entrevistados como o próprio chefe de família, seguidos de 32,8% como filho (a) e 23% companheiro (esposa ou marido). No que diz respeito a renda pessoal, 49,7% recebem uma renda de até 1,5 salários mínimos e 22,2% possuem renda entre 1,5 a 3 salários mínimos.

A renda familiar dos entrevistados mantém-se na média de até 1,5 a 3 salários mínimos. Em geral, as famílias bonitenses, de acordo com os respondentes possui um percentual de 3 a 4 pessoas (49%) em suas residências. 69% dos

entrevistados residem em Bonito há mais de 6 anos, e pouco mais de 20%, residem entre dois e cinco anos.

### b) Satisfação dos hóspedes

Quanto a nota que expressa seu relacionamento com os hóspedes do hotel, 35% optaram por não responder. Dos entrevistados 20,6% disseram que mantêm um bom relacionamento e 14%, possuem um péssimo relacionamento (tabela 25). Os comerciantes que trabalham com artesanato e gastronomia dizem que “o pessoal que fica hospedado lá nem “desce” para o centro da cidade, porque o hotel tem tudo”.

**Tabela 25** - Opinião da comunidade: Relacionamento da comunidade com os hóspedes

	Frequência Absoluta	Frequência Relativa	Frequência Acumulada
N/S	138	36,5	36,5
Bom	78	20,6	57,1
Péssimo	53	14,0	71,2
Nem regular Nem bom	46	12,2	83,3
Ótimo	45	11,9	95,2
Regular	18	4,8	100,0
Total	378	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa “Qual a nota que expressa seu relacionamento com os hóspedes do hotel”?

### c) Utilização de pessoas nas atividades desenvolvidas pelo Resort

No que tange a utilização de pessoas da comunidade nas atividades desenvolvidas pelo resort, destaca-se que 71,7% entrevistados conhecem o empreendimento e apenas 21,7% trabalham ou já trabalharam no resort ALFA (tabelas 26 e 27).

Complementando esta informação, as áreas de atuação (tabela 28) da comunidade dentro do resort que se destacam estão no *front office*, como garçons, recepcionistas (3,2% cada), camareira (3,2%), funções denominadas *back office*. Poucos são os respondentes que atuam em cargos gerenciais. Nos 4,2% indicados como outros, incluem-se funções como manutenção, assistente, almoxarifado, jardineiro, piscineiro.

**Tabela 26** - Opinião da comunidade: Conhece o hotel

	Frequência Absoluta	Frequência Relativa	Frequência Acumulada
Sim	271	71,7	71,7
Não	98	25,9	97,6
N/S	9	2,4	100,0
Total	378	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa "Você conhece o hotel"?

**Tabela 27** - Opinião da comunidade: Trabalha no hotel ou já trabalhou

	Frequência Absoluta	Frequência Relativa	Frequência Acumulada
Não	286	75,7	75,7
Sim	82	21,7	97,4
N/S	10	2,6	100,0
Total	378	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa "Você trabalha ou trabalhou no hotel"?

**Tabela 28** - Opinião da comunidade: Área de atuação

	Frequência Absoluta	Frequência Relativa	Frequência Acumulada
N/S	300	79,4	79,4
Recepção	12	3,2	82,5
Garçom	12	3,2	85,7
Camareira	8	2,1	87,8
Recreação e lazer	5	1,3	89,2
Financeiro	5	1,3	90,5
Agente de Turismo	5	1,3	91,8
Copeira	3	,8	92,6
Depto pessoal	2	,5	93,1
Nenhuma	2	,5	93,7
Construção do <i>Resort</i>	2	,5	94,2
Depto Administrativo	2	,5	95,2
Cozinha A&B	2	,5	95,8
Padaria	2	,5	96,3
Vigilante	2	,5	100,0
Outros	1,4	4,2	
Total	378	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa "Qual é/ foi sua área de atuação"?

#### **d) Gestão Ambiental**

Acerca da política ambiental, 28,8% dos respondentes da comunidade dizem não ter nenhum conhecimento dessa política, e 27,5% optaram por não responder. Apenas 8,2% do total de entrevistados dizem ter ótimo conhecimento dessa política (tabela 29).

**Tabela 29** - Opinião da comunidade: Conhecimento da política ambiental

	Frequência Absoluta	Frequência Relativa	Frequência Acumulada
Nenhum conhecimento	109	28,8	28,8
N/S	104	27,5	56,3
Pouco conhecimento	52	13,8	70,1
Bom conhecimento	42	11,1	81,2
Nem pouco Nem bom	40	10,6	91,8
Ótimo conhecimento	31	8,2	100,0
Total	378	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa "Qual a nota que expressa seu conhecimento da política ambiental do hotel"?

Das atividades de gestão ambiental que os respondentes consideram mais importantes, aparecem a educação e conscientização ambiental com 22,8% e gastos com programas sociais e ambientais com 16,9%. Para eles, ações que beneficiem a comunidade são mais importantes, embora 22,1% não responderam (tabela 30). Os respondentes marcaram dois itens, o que causou uma diferença de 756 frequências, e não 378.

**Tabela 30** - Opinião da comunidade: Atividades de gestão ambiental mais importantes

	Frequência Absoluta	Frequência Relativa	Frequência Acumulada
Educação e conscientização ambiental	172	22,8	22,8
N/S	167	22,1	44,8
Gastos com programas sociais	128	16,9	61,8
Coleta seletiva resíduos sólido	71	9,4	71,2
Economia de água	68	9,0	80,2
Economia de energia	67	8,9	89,0
Redução de produtos químicos	62	8,2	97,2
Design de baixo impacto	21	2,8	100,0
Total	756	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa "Quais as atividades de gestão ambiental que você considera mais importante para a melhoria do desempenho ambiental do hotel"?

Quando questionados a respeito de queixas ambientais relacionadas ao *resort* ALFA, nos dois últimos anos, foi-lhes pedido que assinalassem os itens em caso afirmativo. Como não houve limitação de itens a serem marcados, tivemos um

total de 1508 freqüências, ao contrário das 378 respostas. Os 68,4% correspondem ao diferencial de questões.

Assim, a tabela 31 apresenta as queixas ambientais registradas: aumento de preços (4,2%), dificuldade de relacionamento com hóspedes e funcionários (2,5%), e outros (3,7%). Nestes outros foi detectada uma queixa relacionada ao desvio de água de mina próxima ao *resort* ALFA, a dificuldade de acesso aos eventos no local, e queimada.

**Tabela 31** - Opinião da comunidade: Queixas Ambientais

	Freqüência Absoluta	Freqüência Relativa	Freqüência Acumulada
N/S	1032	68,4	68,4
Aumento de preços	195	12,9	81,4
Outros	64	4,2	85,6
Dificuldade de relacionamento	56	3,7	89,3
Construções em desarmonia com	37	2,5	91,8
Privatização área de lazer	29	1,9	93,7
Contaminação das águas	28	1,9	95,6
Especulação imobiliária	26	1,7	97,3
Despejo de resíduos sólidos	20	1,3	98,6
Alto nível de poluição visual	9	,6	99,2
Aglomeração urbana	6	,4	99,6
Alto nível de poluição sonora	4	,3	99,9
	2	,1	100,0
Total	1508	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa "Nestes dois últimos anos, houve algumas queixa em relação às ações sócio-ambientais desenvolvidas pelo hotel"?

Dos entrevistados, 43,9% não expressaram uma nota referente à avaliação das ações socioambientais do *resort* ALFA, devido a falta de conhecimento da política ambiental. 17,2% avaliaram como boa, e 7,7% como ótima (tabela 32). Para 30,2% é muito importante receber informações ambientais do empreendimento, somando-se aqui 21,7% dos que consideram importante. Já pouco mais de 8% consideram pouco ou sem importância receber este tipo de informação (tabela 33).

**Tabela 32 - Opinião da comunidade: Avaliação das ações ambientais**

	Frequência Absoluta	Frequência Relativa	Frequência Acumulada
N/S	166	43,9	43,9
Bom	65	17,2	61,1
Nem regular Nem bom	49	13,0	74,1
Regular	40	10,6	84,7
Ótimo	29	7,7	92,3
Ruim	29	7,7	100,0
Total	378	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa "Qual a nota que melhor expressa sua opinião no que se refere a avaliação das ações sócio-ambientais desenvolvidas pelo hotel?"

**Tabela 33 - Opinião da comunidade: Informações ambientais**

	Frequência Absoluta	Frequência Relativa	Frequência Acumulada
N/S	114	30,2	30,2
Muito importante	114	30,2	60,3
Considera importante	82	21,7	82,0
Nem pouca Nem alguma	35	9,3	91,3
Nenhuma importância	19	5,0	96,3
Pouca importância	14	3,7	100,0
Total	378	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa "Qual a nota que melhor expressa sua opinião no que se refere a importância de receber informações ambientais deste hotel?"

A participação da comunidade nas ações ambientais de uma empresa é muito importante, uma vez que esta tem condições de avaliar os efeitos que elas podem ter no entorno. 63,8% dos entrevistados dizem que não foram convidados a participar destas ações, mas gostariam de serem convidados. Somente 1,1% participaram e 1,6% foram convidados, mas não se interessaram em fazer parte (tabela 34). 9,8% não demonstram interesse em participar desses eventos.

Talvez se sentissem mais estimulados se recebessem algum estímulo financeiro (6,1%) ou se entendessem a razão da gestão ambiental (13,8%). Para 32% o estímulo seria dado se fossem informados das melhorias ambientais e 28,8% optaram por não responder (tabela 35).

**Tabela 34 - Opinião da comunidade: Participação em ações ambientais**

	Frequência Absoluta	Frequência Relativa	Frequência Acumulada
Não, mas gostaria de ser convidado	241	63,8	63,8
N/S	62	16,4	80,2
Não e não tem interesse em participar	37	9,8	89,9
Não, mas conheço algumas pessoas convidadas	28	7,4	97,4
sim, mas não teve interesse em participar	6	1,6	98,9
Sim, participou	4	1,1	100,0
Total	378	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa “Você já foi convidado a participar de alguma ação sócio-ambiental desenvolvida pelo hotel?”

**Tabela 35 - Opinião da comunidade: Estímulo à participação**

	Frequência Absoluta	Frequência Relativa	Frequência Acumulada
Se fosse informado das melhorias ambientais	121	32,0	32,0
N/S	109	28,8	60,8
Já se sente estimulado	56	14,8	75,7
Se entendesse a razão da certificação no hotel	52	13,8	89,4
Se recebesse algum estímulo financeiro	23	6,1	95,5
Não se sentiria estimulado	14	3,7	99,2
Outro	2	,5	99,7
	1	,3	100,0
Total	378	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa “Você se sentiria mais estimulado a participar das ações sócio-ambientais desenvolvidas pelo hotel?”

### 5.3 Principais resultados da estatística descritiva

Destacam-se alguns principais resultados iniciais, dentre eles, o desconhecimento de uma política ambiental do *resort* e a razão pela qual ela está inserida no empreendimento. Uma “política ambiental de uma empresa ou declaração funciona como uma diretriz para a fixação de objetivos e metas ambientais” (HSIEH, 2012, p. 107). Ao mesmo tempo em que a pesquisa aponta para a existência de uma política não ambiental, a empresa possui algumas medidas ambientais, adotadas inicialmente por exigência legal, seguida da necessidade de aprovação social.

Ao que parece, o comportamento voluntário ou pró-ativo é mais aceito pelo setor hoteleiro do que a pressão exercida por um instrumento de comando e controle, já que os custos para o cumprimento de requisitos ambientais são maiores do que a adaptação de uma estrutura (LÓPEZ-GAMERO, MOLINA-AZORÍN e CLAVER-CORTES, 2011). A necessidade de aprovação social demonstra um efeito significativo da pressão exercida pela sociedade na percepção dos gerentes. Para LÓPEZ-GAMERO, MOLINA-AZORÍN e CLAVER-CORTES (2011), as partes interessadas (tais como clientes, comunidades locais, e grupos de interesse público) são consideradas forças relevantes que afetam a tomada de decisões e ações na implantação de uma gestão ambiental pró-ativa. É dizer, que quanto maior a pressão, maior o interesse pela proteção.

A difusão das informações é um contraponto na literatura e confirma o fortalecimento uma imagem positiva do empreendimento e fortalecimento de um relacionamento com o destino turístico. Ao divulgar suas ações ambientais, o *resort* obtém vantagens competitivas diretas, como a redução dos custos e indiretas, no caso, a melhoria da imagem. As mudanças induzidas pelas medidas ambientais podem desencadear um processo de aprendizagem que resulta na mudança de uma cultura organizacional (AYUSO, 2006). “Todos na organização devem entender a política e o que se espera dos funcionários para atingir os objetivos ambientais da organização e metas. Uma política bem divulgada ambiental irá melhorar uma cultura organizacional que se esforça para a melhoria ambiental contínua” (HSIEH, 2012).

## 6 A EFICÁCIA DO COMPORTAMENTO PRÓ-ATIVO: UMA AVALIAÇÃO

### 6.1 Análise dos resultados dos questionários e entrevistas

Uma política ambiental pode ser desejável quando o indivíduo, a empresa e a sociedade se beneficiam com a interrupção da degradação, mas por algum motivo não a interrompem (Jacobs, 1995). Neste sentido, para que a política seja eficaz é necessária uma mudança de valores das pessoas, de maneira que não seja preciso usar nenhum tipo de coação externa (regulações, por exemplo). Baumol e Oates (1979) acreditam que o instrumento voluntário poderá ser eficaz em alcançar os objetivos ambientais se a empresa estiver sujeita a pressões sociais.

A partir da estatística descritiva, os resultados dos questionários e entrevista serão analisados selecionando-se a variável renda pessoal mensal. As perguntas relacionadas à variável mencionada abrangem indicadores relacionados principalmente, a gestão ambiental, como: conhecimento da política ambiental; atividades de gestão ambiental mais importantes; importância de receber informações ambientais, percepção do hotel com as questões ambientais, adoção de ações que visem à redução do uso de água, energia e resíduos; estímulo à participação em programas ou ações socioambientais, queixas socioambientais e disposição a pagar dos hóspedes.

A tabela 36 confronta a renda pessoal de cada amostra com o conhecimento da política ambiental do *resort*. Um hotel comprometido com o meio ambiente deve ter uma política ambiental clara que oriente o seu desenvolvimento ambiental (HSIEH, 2012). Como a política do hotel não foca o aspecto socioambiental, isso reflete no grau de conhecimento do que ocorre no empreendimento. Independentemente da renda pessoal divergente entre comunidade, funcionários e hóspedes, todos demonstram pouco ou nenhum conhecimento dessa política. Embora o empresário saiba que o fornecimento de informações sobre as ações da empresa seja importante para manter uma imagem positiva do *resort*, a política desenvolvida não é divulgada.

**Tabela 36 - Renda pessoal com conhecimento da política ambiental**

	Renda agrupada	Muito/ bom conhecimento	Nem pouco nem muito	Pouco/ nenhum	N/S
Renda pessoal Funcionário	12 S.M.	-	-	-	-
	3 a 11 S.M.	1	-	1	
	1,5 a 3 S.M.	17	13	19	2
	N/S	-	-	-	-
Renda pessoal Hóspede	12 S.M.	3	1	2	-
	3 a 11 S.M.	6	2	6	-
	1,5 a 3 S.M.	-	-	-	-
	N/S	-	-	-	-
Renda pessoal Comunidade	12 S.M.	5	-	1	1
	3 a 11 S.M.	8	6	23	18
	1,5 a 3 S.M.	52	32	121	67
	N/S	8	2	16	18

\*S.M. – Salários Mínimos.

Fonte: Dados da pesquisa.

A ausência de conhecimento da política reflete-se também quando o respondente assinala N/S na questão referente às atividades de gestão ambiental que ele considera mais importante (tabela 37). Um número considerável de respondentes não soube elencar qual atividade seria mais importante, incluindo-se aí, os funcionários.

Para esses públicos, a atividade ambiental mais importante é aquela que eles conseguem ver ou que participam do processo, como educação e conscientização ambiental, economia de energia, água, coleta seletiva, ou projetos socioambientais. Isto condiz com a opinião do empresário, que diz que educação e conscientização, e gastos com os projetos sociais são suas atividades de gestão ambiental mais importantes.

**Tabela 37 - Renda pessoal com atividades de gestão ambiental mais importante**

	Renda agrupada	Educação e conscient. Ambiental	Economia de água	Economia de energia	Redução de produtos químicos	Coleta seletiva	Design baixo impacto	Gastos com projetos	N/S
Renda pessoal Funcionário	12 S.M.	-	-	-	-	-	-	-	-
	3 a 11 S.M.			1	1	2			
	1,5 a 3 S.M.	22	18	20	7	15	2	18	
	N/S			20	7	15	2		
Renda pessoal Hóspede	12 S.M.	6	2	2	-	-	-	1	1
	3 a 11 S.M.	9	6	2	1	2	1	4	2
	1,5 a 3 S.M.	-	-	-	-	-	-	-	-
	N/S	-	-	-	-	-	-	-	-
Renda pessoal Comunidade	12 S.M.	5	-	-	-	1	-	4	4
	3 a 11 S.M.	20	7	6	13	11	5	16	28
	1,5 a 3 S.M.	131	48	51	46	51	14	96	105
	N/S	16	9	10	30	-	2	12	28

\*S.M. – Salários Mínimos.

Fonte: Dados da pesquisa.

Comparando a renda pessoal com o recebimento de informações ambientais na tabela 38, tanto para os hóspedes como para a comunidade (excetuando-se os que não responderam) é muito importante receber informações ambientais a respeito das ações que o hotel desenvolve. Algumas observações apontadas pela comunidade são de que eles gostariam de saber o que acontece por lá, pois sabem que tais eventos ocasionam impactos no município.

Comparando esses dados com a tabela 9, em que se questiona o posicionamento dos funcionários quanto a receber informações, para 37 deles, tal procedimento mudaria suas ações no trabalho e ocasionaria o efeito dispersão, levando-os a uma mudança em casa. Apelando para o senso moral do comportamento pró-ativo no hotel, é possível que o turista e uma comunidade mais consciente terminem por modificar suas atitudes em seu local de origem.

**Tabela 38** - Renda pessoal com importância de receber informações ambientais

	Renda agrupada	Muita importância/ Existe importância	Nem pouco nem muita importância	Pouco/ nenhuma importância	N/S
Renda pessoal Hóspede	12 S.M.	6	-	-	-
	3 a 11 S.M.	14	-	-	-
	1,5 a 3 S.M.	-	-	-	-
	N/S	-	-	-	-
Renda pessoal Comunidade	12 S.M.	7	-	-	-
	3 a 11 S.M.	33	3	4	15
	1,5 a 3 S.M.	136	29	25	82
	N/S	20	3	4	17

\*S.M. – Salários Mínimos.

Fonte: Dados da pesquisa.

Funcionários e hóspedes possuem rendas muito distintas, ainda mais em se tratando de um *resort*, cujo cliente externo tende a possuir uma renda pessoal elevada. Avaliando a tabela 39, mesmo não tendo conhecimento da política ambiental, a maioria percebe a preocupação do hotel com as questões ambientais, traduzidas nas ecotécnicas.

**Tabela 39** - Renda pessoal com percepção em relação à preocupação do hotel com as questões ambientais (somente hóspedes e funcionários).

	Renda agrupada	Muito preocupação/ Existe preocupação	Nem pouco nem muita preocupação	Pouco/ nenhuma preocupação	N/S
Renda pessoal Funcionário	12 S.M.	-	-	-	-
	3 a 11 S.M.	2	-	-	-
	1,5 a 3 S.M.	42	6	2	1
	N/S	-	-	-	-
Renda pessoal Hóspede	12 S.M.	5	-	1	-
	3 a 11 S.M.	11	-	2	1
	1,5 a 3 S.M.	-	-	-	-
	N/S	-	-	-	-

\*S.M. – Salários Mínimos.

Fonte: Dados da pesquisa.

De acordo com as tabelas 40 e 41, hóspedes e funcionários consideram importante a adoção dos programas ambientais que visem a redução do uso de energia, água e resíduos, como uma das metas prioritárias do *resort*. Afinal, o empreendimento é procurado pela sua localização, pois está cercado de recursos naturais. Se suas práticas de gerenciamento operacionais não levarem em consideração a preservação deste ambiente, empresa e funcionário perdem uma vantagem competitiva, pois o mercado consumidor está exigente e cada vez mais comprometido com o bem-estar da comunidade na qual o *resort* está inserido.

**Tabela 40** - Renda pessoal com adoção da redução do uso de energia, água e produção de lixo como meta prioritária do *resort* (hóspede)

	Renda agrupada	Concordo totalmente/ parcialmente	Nem concordo nem discordo	Discordo totalmente/ parcialmente	N/S
Renda pessoal Hóspede	12 S.M.	6	-	-	-
	3 a 11 S.M.	12	2	-	-
	1,5 a 3 S.M.	-	-	-	-
	N/S	-	-	-	-

\*S.M. – Salários Mínimos.

Fonte: Dados da pesquisa.

**Tabela 41** - Renda pessoal com adoção da redução do uso de energia, água e produção de lixo como meta prioritária do *resort* (funcionário)

	Renda agrupada	Muita importância/ Existe importância	Nem pouco nem muita importância	Pouco/ nenhuma importância	N/S
Renda pessoal Funcionário	12 S.M.	-	-	-	-
	3 a 11 S.M.	2	-	-	-
	1,5 a 3 S.M.	50	-	-	1
	N/S	-	-	-	-

\*S.M. – Salários Mínimos.

Fonte: Dados da pesquisa.

Analisando as tabelas de número 42 a 46, especificamente a amostra dos funcionários, percebe-se que responderiam melhor aos estímulos se recebessem mais informações a respeito da política e das ações ambientais que o empreendimento desenvolve. A análise sugere que não entendem a razão da gestão

ambiental do *resort* e que, certamente, o fazem como algo mecânico, porque faz parte do procedimento. É importante destacar que, a maior parte dos funcionários: i) não tem um conhecimento profundo desta política; ii) possuem renda inferior a R\$1000,00; iii) possuem grau de instrução inferior ao primeiro grau incompleto e iv) mais de 50% trabalha no hotel há menos de 1 ano. Isso influencia os resultados da pesquisa, uma vez que os mesmos não têm condições de avaliar as mudanças pelas quais o hotel passou após a implantação de alguns programas.

O fato de não verem os valores da qualidade ambiental na política do *resort*, quando se analisa a gestão global, pode estar condicionado ao tempo de trabalho, ou ao fato de que não há uma estrutura organizacional definida e não há uma política socioambiental real, ou seja, o *resort* não insere a variável ambiental na estrutura da organização.

**Tabela 42** - Renda pessoal com estímulo à participação nos programas/ações socioambientais do hotel (funcionário e comunidade).

	Renda agrupada	Se entendesse a razão da certificação	Se recebesse estímulo financeiro	Se fosse informado das melhorias ambientais	Já se sente estimulado	Não se sente estimulado, pois não vê benefícios para a comunidade	Outros	N/S
Renda pessoal Funcionário	12 S.M.	-	-	-	-	-	-	-
	3 a 11 S.M.	-	-	2	-	-	-	-
	1,5 a 3 S.M.	13	2	21	14	-	-	1
	N/S	-	-	-	-	-	-	-
Renda pessoal Comunidade	12 S.M.	1	-	2	4	-	-	-
	3 a 11 S.M.	6	3	29	5	1	-	11
	1,5 a 3 S.M.	42	18	81	40	10	2	79
	N/S	3	2	9	7	3	-	20

\*S.M. – Salários Mínimos.

Fonte: Dados da pesquisa.

A participação nos programas ou ecotécnicas demonstra que eles precisavam do conhecimento dos procedimentos a ser desenvolvidos, e apenas 3 participaram

por serem obrigados. Para 17 funcionários não houve a participação, por motivos que se abstiveram de comentar.

Todos na organização devem entender a política e o que se espera dos funcionários para atingir os objetivos ambientais da organização e metas. Uma política ambiental bem divulgada irá melhorar uma cultura organizacional que se esforça para a melhoria ambiental contínua (HSIEH, 2012)

**Tabela 43** - Funcionários: Conhecimento da política ambiental com participação nos programas/ ações socioambientais

	Conhecimento da política ambiental	Muito/ bom conhecimento	Nem pouco nem muito	Pouco/ nenhum	N/S
Participação nos programas ambientais	Participou porque era obrigado	2	-	1	-
	Precisava conhecer	11	7	5	1
	Incentivo (bonificação)	-	-	-	-
	Outros: não houve participação	4	4	9	-
	N/S	1	2	-	1

Fonte: Dados da pesquisa.

**Tabela 44** - Funcionários: Informações sobre a gestão ambiental com atividades de gestão ambiental consideradas mais importantes (duas atividades)

	Informações sobre GA	É importante imagem do hotel e atitude no trabalho	Mudar minhas ações em casa	Mudar minhas ações em casa e no trabalho	N/S
Atividades de GA	Educação e Conscient. Ambiental	8	-	14	-
	Economia de água	2	1	15	-
	Economia de energia	6	-	16	-
	Redução de produtos químicos	4	1	3	-
	Coleta seletiva	2	1	12	-
	Design de baixo impacto	-	-	1	-
	Gastos com projetos sociais e ambientais	5	1	12	-
	N/S	-	-	-	-

Fonte: Dados da pesquisa.

A educação ambiental e os mecanismos de redução de água, energia e coleta seletiva são as atividades consideradas importantes na mudança de atitude comportamental do funcionário em casa e no trabalho. As mudanças ocorridas após a implantação das ações no *resort* também influenciaram essa modificação de atitude. Destacam-se entre as mudanças ocorridas e observadas pelos funcionários: redução de consumo de energia e água; reflorestamento da mata ciliar; acompanhamento de biólogos nos passeios; conscientização dos colaboradores do *resort*; coleta seletiva; diminuição do lixo e retenção dos gastos operacionais.

**Tabela 45** - Funcionários: Informações sobre a gestão ambiental com nível de mudanças ocorridas

	Informações sobre GA	É importante imagem do hotel e atitude no trabalho	Mudar minhas ações em casa	Mudar minhas ações em casa e no trabalho	N/S
Nível de mudanças ocorridas	Muita/ Houve mudança	11	1	24	-
	Nem pouco nem alguma	2	-	5	-
	Pouca ou nenhuma mudança	-	-	3	-
	N/S	1	1	5	-

Fonte: Dados da pesquisa.

**Tabela 46** - Funcionários: Participação nos programas/ ações socioambientais com estímulo à participação

	Participação nos programas ambientais	Participou porque era obrigado	Precisava conhecer	Incentivo (bonificação)	Outros	N/S
Estímulo à participação	Se entendesse a razão da certificação	-	5	-	5	3
	Se recebesse estímulo financeiro	1	1	-	-	-
	Se fosse informado das melhorias ambientais	1	8	-	10	4
	Já se sente estimulado	1	10	-	1	2
	Outros	-	-	-	-	-
	N/S	-	-	-	1	-

Fonte: Dados da pesquisa.

Observando a amostra comunidade na tabela 42 e, confrontando com os resultados da tabela 46, a maioria também responderia melhor aos estímulos se recebessem mais informações a respeito da política ambientais, como também se entendessem a razão da gestão ambiental. Dessa amostra, apenas 10 pessoas foram convidadas a participar. Mas 221 pessoas gostariam de ser convidadas a participar do processo. A comunidade não está em condições de avaliar a política ambiental do *resort*, conforme explicitado na tabela 32. Isto porque a maioria não conhece a política e quando solicitados para que expressassem uma nota, os que responderam, talvez o fizeram influenciados pelo que descobriram durante a aplicação do questionário. Percebeu-se em entrevistas na comunidade, que há um desejo de que o fluxo de hóspedes do *resort* aumente na cidade, para que possa gerar incremento de renda. Da mesma maneira, percebeu-se o interesse e a curiosidade por parte da comunidade em estar mais próxima às ações do *resort*.

**Tabela 47** - Comunidade: Conhecimento da política ambiental com convite à participação nos programas/ ações socioambientais

	Conhecimento da política ambiental	Muito/ bom conhecimento	Nem pouco nem muito	Pouco/ nenhum conhecimento	N/S
Convite à participação nos programas ambientais	Sim e participei	3	-	1	-
	Sim, mas não tive interesse	2	2	-	2
	Não, mas gostaria de ser convidado	49	33	106	53
	Não, e não tenho interesse em participar	3	-	31	3
	Não, mas conheço pessoas que foram convidadas	11	4	5	8
	N/S	5	1	18	38

Fonte: Dados da pesquisa.

Para o empresário é importante a participação da comunidade nos programas, uma vez que ela se sente como parte do processo e procura contribuir com ações positivas que viabilizem o bem estar da população local. Além disso, o setor hoteleiro precisa integrar-se ao seu entorno, pois pode encontrar problemas decorrentes do sistema turístico local, o que torna essencial que os residentes da comunidade estejam envolvidos na tomada de decisões. Quanto mais esses

residentes se sentirem beneficiados com o turismo, mais motivados estarão para a preservação do patrimônio histórico, cultural, natural e conseqüentemente, para os empreendimentos que lhe garantam uma melhor qualidade de vida.

O que leva um turista a hospedar-se em um determinado destino? No caso dos hóspedes deste *resort*, em geral, suas motivações de viagem estão relacionadas a aspectos culturais e naturais dos locais que visitam, assim como pela infra-estrutura. Entretanto, a escolha do *resort* se deu por razões de acessibilidade, facilidades à disposição, e por já conhecerem o empreendimento (tabela 48).

**Tabela 48 - Hóspedes: Decisão de hospedar-se no hotel com motivos de viagem**

	Decisão de hospedar-se no hotel	Preço	Preservação ambiental	Facilidades/ Área de lazer/ conforto	Acesso fácil/ conhecia o hotel	Outros	N/S
Motivos de viagem	Infra-estrutura física/ Bares, boates e shows	-	-	4	-	1	-
	Passeios ao ar livre/ paisagens naturais	-	-	6	2	-	-
	Manifestações culturais/ Culinária típica	-	-	4	2	-	-
	Outros	-	-	-	-	-	-
	N/S	-	-	1	-	-	-

Fonte: Dados da pesquisa.

Como um empreendimento dessa natureza é sinônimo de luxo e conforto, em geral os hóspedes pagam uma diária cara. Quando questionados se estariam dispostos a pagar e relacionando as respostas com o grau de conhecimento da política do *resort*, 10 hóspedes responderam que não o fariam, pois as diárias são altas e “já é uma obrigação do hotel, e se o mesmo se auto-sensibilizasse para as questões ambientais estaria se auto-ajudando” (tabela 49). Em contrapartida, os outros 10 respondentes estariam dispostos a pagar, independente do grau de conhecimento da política ambiental, mas desde que entendessem a razão da gestão ambiental ou recebessem informações acerca das ações desenvolvidas.

Talvez o maior impasse para o setor seja a relação serviços de qualidade versus práticas ambientais no que se refere aos consumidores. Os hóspedes desejam e pagam para serem mimados e não estão preocupados com o desperdício

de água ou energia. Para Font e Tribe (2001, em LÓPEZ-GAMERO, MOLINA-AZORÍN e CLAVER-CORTES, 2011), hóspedes não diferenciam um *resort* por suas práticas ambientais, mas discriminam-no pela qualidade do serviço oferecido. Só pequenos lembretes nas unidades habitacionais não resolvem, já que por estarem pagando uma diária X, acham-se no direito de consumir desmedidamente. O uso de *dispenser* de sabonete e xampu pode até reduzir o desperdício, por exemplo, mas qualquer ação neste sentido pode despertar o contrário na expectativa do cliente, que espera ser bem atendido e usufruir a vontade dos serviços do hotel.

Assim, resta ao empresário encorajar o hóspede a participar das ações e programas ambientais, através do fornecimento de informações socioambientais. Há que se lembrar, que o hóspede não se sentirá compelido a participar de algo para o qual ele não vê os resultados. De acordo com Kirk (1995), o cliente não está disposto a pagar mais por programas ambientais. Entretanto, projetos-pilotos realizados em hotéis americanos comprovam que os hóspedes são encorajados a contribuir na proteção ambiental local.

**Tabela 49** - Hóspedes: Conhecimento da política ambiental com disposição a pagar

	Conhecimento da política ambiental	Muito/ bom conhecimento	Nem pouco nem muito	Pouco/ nenhum conhecimento	N/S
Disposição a pagar	Não estou disposto a pagar, porque o valor da diária é alto	3	1	4	-
	Se entendesse a razão da certificação	2	1	1	-
	Se fosse informado das melhorias ambientais	1	1	2	-
	Já me sinto estimulado	2	-	-	-
	Outros	1	-	1	-
	N/S	-	-	-	-

Fonte: Dados da pesquisa.

## 6.2 Principais resultados da análise

Tanto para o empresário como para os funcionários, a comunidade e os hóspedes, a mudança de atitude voluntária pode ocorrer se for vantajoso interromper os danos causados no ambiente. Nesse sentido, Jacobs (1995) aborda

essa questão corroborando para o fato de que, independentemente do valor da renda de qualquer um dos sujeitos desta pesquisa, essa mudança decorrerá de uma modificação dos valores da pessoa, enquanto não seja preciso forçar uma situação.

Embora não tenham conhecimento profundo da política que o *resort* desenvolve, todos esses sujeitos tem consciência de que pequenas ações no dia-a-dia contribuem para preservar o ambiente, a exemplo da reciclagem de latas. Mas, por alguma razão, estas ações não são permanentes ou mesmo, ampliadas a outros setores. Aliado a isso, a análise reforça a importância e o entendimento das razões que justificam a existência de uma política ambiental no empreendimento bem definida e divulgada.

O aumento da pressão da sociedade por um desempenho ambiental eficiente; o isolamento do hotel e a imagem negativa perante a comunidade; a desconfiança do hóspede e até mesmo do próprio empresariado frente à credibilidade dos programas de gestão ambiental são argumentos relevantes para o desenho dessa gestão ambiental inserida no contexto de uma política ambiental do *resort*, com a participação desses sujeitos. É preciso definir de forma objetiva, as responsabilidades ambientais na empresa, implementando os programas em todos os níveis hierárquicos e funcionais, assim como levar informações de forma clara e direta para os colaboradores e de forma confiável para o público externo.

## 7 CONSIDERAÇÕES E RECOMENDAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa buscou avaliar se *há estímulos significativos para o comportamento ambiental pró-ativo de hotéis que tornam esse comportamento eficaz em termos de redução dos impactos ambientais da atividade hoteleira*. Para isso, fez-se uma análise da política ambiental de um *resort*, aqui denominado ALFA, cujo comportamento voluntário ou pró-ativo foi submetido à avaliação pelo critério da eficácia. No que se refere à política ambiental, identificou-se evidências de ineficácia. No empreendimento há ações ambientais isoladas, mas que não constituem propriamente gestão ambiental, uma vez que não envolvem todos os processos da atividade, de aspectos mais simples às questões de nível gerencial. Além disso, as medidas adotadas são ainda parciais, considerando impactos ambientais como uma externalidade da atividade do *resort*.

Há falhas na parte administrativa, a começar pela ausência de compromisso do nível mais alto da administração. Isso compromete a eficácia das ações. É certo que o compromisso ambiental na empresa é influenciado pelo comportamento do proprietário ou gerente do empreendimento. Suas preferências e decisões são um reflexo do que considera como vantagem competitiva relacionada às ações ambientais.

Considera-se necessário rever as iniciativas ambientais do *resort* no tocante à avaliação dos aspectos de cada atividade que se relacionam com o ambiente, bem como determinar metas de redução de consumo de energia, água e gerenciamento de resíduos. Para que as iniciativas sejam eficazes é preciso que o empreendimento disponha de dados e indicadores que permitam comparar resultados de antes e depois da adoção de ações ambientais e de ecotécnicas. Sem objetivos e metas ambientais específicos, não há como obter resultados significativos e que contribuam para a melhoria do desempenho ambiental. Por conseguinte, o *resort* não tem como mensurar dados quantitativos e a avaliação é feita tendo como base, percepções. Os objetivos ambientais do *resort* devem ser bem definidos e as metas devem ser consistentes com uma política ambiental definida, incluindo-se nela o comprometimento de ações pautadas em indicadores específicos. Estabelecendo esses indicadores, é possível monitorar o cumprimento dos objetivos e metas ambientais do empreendimento.

Um olhar crítico sobre a política do *resort* ALFA evidencia que sua atuação busca a inserção de suas ações em um contexto maior e apresenta resultados importantes no que se refere às ações sociais implantadas no *resort* e em sua relação com o local onde se situa. Como o proprietário afirmou, os programas foram desenvolvidos a fim de atender a uma exigência legal, e posteriormente contribuirão para uma imagem institucional positiva. A disseminação de informações sobre os programas sociais é necessária, uma vez que pela análise deste trabalho, é perceptível o desconhecimento da política do empreendimento entre os demais atores envolvidos no processo - funcionários, comunidade e hóspedes.

Pela percepção dos funcionários, o *resort* se preocupa com o ambiente no qual está inserido, mas a maioria desconhece sua política ambiental global ou entende as razões pelas quais algumas medidas ambientais ocorrem. Eles têm na sua visão a ideia de que o que fazem é procedimento operacional padrão do hotel, mas não entendem a relação disso com o meio ambiente.

Instrumentos voluntários como comportamento pró-ativo devem ser utilizados por empreendimentos hoteleiros visando a modificar a cultura administrativa de seus estabelecimentos. O problema é que muitas vezes os empreendimentos não consideram que a preocupação ambiental deve partir do mais alto nível hierárquico de sua empresa, o que dificulta o processo de transformação. O proprietário tem a oportunidade de influenciar o empenho da sua organização, mesmo na área ambiental, onde as pressões externas são numerosas e, por vezes fortes (Bohdanowicz, 2005 em HSIEH, 2012). Como consequência, é necessário que todos os atores envolvidos participem do programa de gestão ambiental e contribuam efetivamente, pois o “sucesso dessa mudança dependerá da capacidade de se adaptar à nova situação, isto é, sobre a possibilidade de ter um acesso fácil à informação relacionada com estas práticas, e sobre o conhecimento disponível na organização” (LÓPEZ-GAMERO, MOLINA-AZORÍN e CLAVER-CORTES, 2011, p. 159). Ou seja, a mudança tende a ser aceita mais rapidamente quando o acesso a informação é facilitado e o envolvimento de todos implica uma redução significativa dos problemas ambientais. Por meio de um planejamento integrado, e com a política socioambiental partindo do nível hierárquico mais alto, torna-se mais fácil provocar a voluntariedade dos colaboradores em participar destas ações.

Embora o proprietário esteja ciente da influência do *resort* sobre o meio ambiente e queira melhorar sua imagem e desempenho ambiental, identifica-se, pelo pronunciamento dos hóspedes, que há dificuldades na obtenção do apoio dos clientes. Isso porque a maioria acredita que a adoção das ecotécnicas possa reduzir a qualidade do serviço. Nesse sentido, é importante o incentivo a alternativas que encorajem o hóspede a contribuir com ações para a proteção ambiental da localidade que visita, já que o mesmo não está disposto a pagar mais pela diária. Além disso, toda e qualquer ação deve ser feita com o consentimento do hóspede ou de maneira que ele não perceba nenhuma deterioração do serviço prestado (KIRK, 1995; AYUSO, 2006).

Pela percepção da comunidade, mesmo demonstrando preocupação com o entorno, o *resort* isola o hóspede do convívio com a comunidade, até mesmo pela sua estrutura. A imagem que os moradores da região têm do *resort* é negativa, considerando as brincadeiras que fazem em torno do seu nome. O *resort* não é bem visto pela comunidade, pois esta não acredita que o empreendimento traga algum benefício à cidade. Embora nem todos saibam que o *resort* é, no seu sentido mais estrito, um lugar onde o turista não tem necessidade de deslocar-se até o centro, devido às facilidades que lá encontra, isso de nada significa para o pequeno comerciante ou artesão que vive do turismo local, que não auferem renda dos hóspedes do hotel. O uso pelo *resort* de recursos ofertados pela comunidade, como artesanato, frutas, e outros, pode minimizar esta impressão, assim como também a oferta de bolsas de estudo e a participação local em outros eventos relacionados à educação.

Com uma área de preservação de 60.000 m<sup>2</sup>, além de sua estrutura física, o *resort* possui em suas mãos uma excelente oportunidade de negócios propiciada por seus recursos naturais. Alternativas existem para transformar o espaço em um centro de pesquisa e educação ambiental, a exemplo do Sesc Porto Cercado. Dentre as oportunidades que o meio ambiente oferece ao empreendimento encontram-se a melhoria do seu desempenho financeiro; uma imagem mais positiva perante os consumidores éticos; a melhoria da produtividade operacional e a atração de investidores socialmente responsáveis.

É importante, também, que a administração do *resort* reveja seu posicionamento no que diz respeito à disseminação do seu desempenho ambiental. Divulgar informações a respeito de sua política ambiental pode ser uma vantagem competitiva para o empreendimento. Estudos também sugerem que o meio de hospedagem “pode ganhar uma vantagem competitiva e qualquer outro benefício da redução de custos, cultivando uma imagem positiva, aumentando a lealdade dos empregados, e retenção de clientes” (HSIEH, 2012).

Ressalta-se, ainda, as restrições de se extrapolar os resultados deste estudo de caso para outros *resorts* brasileiros. No entanto, o trabalho reforça a importância de se estudar a adoção de instrumentos voluntários em *resorts* e outros tipos de meios de hospedagem.

De acordo com os resultados deste estudo de caso, os programas e as ecotécnicas tendem a ser eficazes, pois atendem a moldura conceitual dos mecanismos voluntários, não somente pelo paradoxo da dependência ambiental, como também pela necessidade de se manter uma imagem positiva e obter melhor desempenho financeiro. Entretanto, os mesmos resultados fazem emergir algumas questões sociais em relação ao compromisso com o funcionário e com a comunidade e corroboram para o desenho de uma política sócio-ambiental com a participação de todos (AYUSO, 2006; CHUNG e PARKER, 2008; LÓPEZ-GAMERO, MOLINA-AZORÍN e CLAVER-CORTES, 2011)

Finalmente, pode-se afirmar que o *resort* tem um papel estratégico na gestão ambiental local, pois, no estudo de caso realizado percebeu-se que sua atuação influencia o comportamento de funcionários, hóspedes e comunidade, sendo determinante para o tipo de relação que se estabelecerá com o ambiente.

## REFERÊNCIAS

- Associação Brasileira de Resorts.** Disponível em <[www.resortsbrasil.com.br](http://www.resortsbrasil.com.br)> Acessado em 2006.
- Associação Brasileira da Indústria Hoteleira – ABIH.** Disponível em <[www.abih.com.br](http://www.abih.com.br)>. Acessado em 2004.
- ARCHER, B. e COOPER, C. Os impactos positivos e negativos do turismo. In: THEOBALD, W. F. (Org). **Turismo global**. São Paulo: Senac, 2001, cap. 5, pp. 85-102.
- AYUSO, S. Adoption of voluntary environmental tools for sustainable tourism: analysing the experience of spanish hotels. **Corporate Social Responsibility and Environmental Management**. Volume 13, 207-220, 2006.
- AZEVEDO, A. A. **Avaliando o programa ambiental de uma empresa do ramo siderúrgico**: características e possibilidades desse instrumento de gestão. Dissertação de Mestrado. Brasília: Departamento de Economia, UnB, 2003.
- BAUMOL, W. J. e OATES, W. E. **Economics, environmental policy, and the quality of life**. Capítulos 17 e 18. New Jersey: Prentice-Hall, 1979.
- BELLIA, V. **Introdução à economia do meio ambiente**. IBAMA: Brasília, 1996.
- BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: SENAC, 2001.
- BLASCO, E. F. **Economía, turismo y medio ambiente**. Tirant lo Blanch: Universitat de Valencia, 1996.
- BOULLÓN, R. C. **Planejamento do espaço turístico**. Bauru, SP: Edusc, 2002.
- BUCKLEY, R. Ecoetiquetas turísticas. In: **Annals of Tourism Research en Español**. Vol 4. Espanha: UIB/ Universitat de les Illes Ballears, 2002, pp 93-123.
- CANDIDO, I. e VIERA, E. V. de. **Gestão de hotéis – técnicas, operações e serviços**. Caxias do Sul: Educs, 2003.
- CHAN, W. W. Environment measures for hotels' environmental management systems. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**. Volume 21, nº 5, 542-560, 2009.
- CHUNG, L. H. e PARKER, L. D. Integrating hotel environmental strategies with management control: a structuration approach. **Business Strategy and the Environment**. Volume 17, 272–286, 2008.
- CMMD. World Commission on Environment and Development. **Our Common Future**. Oxford: Oxford University Press, 1987.

GONÇALVES, L. C. **Gestão ambiental em meios de hospedagem**. São Paulo: Aleph, 2004.

**Green Globe 21**. Disponível em <[www.ec3global.com](http://www.ec3global.com)>. Acessado em setembro de 2005.

GUTHERY, D. e PHILLIPS, R. O desenvolvimento de Sauípe – um novo destino turístico para o século XXI. In: LAGE, B. H. G. e MILONE, P. (Org). **Turismo: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2000.

HSIEH, Y. “Hotel companies’ environmental policies and practices: a content analysis of their web pages”. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**. Vol. 24 No. 1, 97-121, 2012.

IH. **Programa de Certificação em Turismo Sustentável - PCTS**. Disponível em Instituto de Hospitalidade. <[www.hospitalidade.org.br](http://www.hospitalidade.org.br)> . Acessado em agosto de 2006.

**Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial**. Disponível em <[www.ethos.org.br](http://www.ethos.org.br)>. Acessado em 20 de novembro de 2003.

JACOBS, M. **Economía Verde, Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible**. Cap. 10 e 11. Colombia: TM Editores e ediciones Uniandes, 1995.

KANNI, F. Sustentabilidade e responsabilidade socioambiental nas empresas turísticas – a certificação ambiental no segmento de hospedagem. In: RUSCHMANN, D. e SOLHA, K. T. (Orgs) **Turismo – uma visão empresarial**. São Paulo: Manole, 2004.

KIRK, David. Environmental management in hotels. In: **International Journal of Contemporary Hospitality Management**. Vol. 7 No. 6, pp. 3-8, 1995.

KRIPPENDORF, J. Trabalho e lazer numa sociedade em transição. In: **Congresso Brasileiro de Turismo**. Fortaleza, Ceará, 2001. Palestra.

LEMOS, L. **O valor turístico na economia da sustentabilidade**. São Paulo: Aleph, 2005.

LÓPEZ-GAMERO, M. D., MOLINA-AZORÍN, J. e CLAVER-CORTES, E. “The relationship between managers’ environmental perceptions, environmental management and firm performance in spanish hotels: a whole framework”. **International Journal of Tourism Research**, Volume 13, 141–163, 2011.

LOURENÇO, A. G. e SCRÖDER, D. de S. Vale investir em responsabilidade social empresarial? Stakeholders, ganhos e perdas. In: **Responsabilidade Social das Empresas: a contribuição das universidades**. Vol.II. São Paulo: Peirópolis, Instituto Ethos, 2003.

MALHOTRA, N. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. Porto Alegre: Bookman, 1999.

COMUNE, A. E. Meio ambiente, economia e economistas: uma breve discussão. IN: MAY, P. H. e MOTTA, R. S. (Orgs) **Valorando a natureza** – análise econômica para o desenvolvimento sustentável. Rio de Janeiro: Campus, 1994.

COOPER, C., FLETCHER, J., WANHILL, S., GILBERT, D. e SHEPHERD, R. **Turismo** - princípios e prática. 2 ed. São Paulo: Bookman, 2001.

COSTA, F. V. **A Certificação como Instrumento de Política Ambiental para o Ecoturismo**. 2003. Monografia (MBA) – Universidade Católica de Brasília, Brasília 2003.

COSTA, F. V. Subsídios como instrumento econômico para o controle de padrões tecnológicos e ambientais no setor hoteleiro. In: **Cesur em revista**. Vol. 4. Rondonópolis, MT: FACSUL. Jan/ jun 2004.

CRESWELL, J. W. **Research design**: qualitative, quantitative and mixed methods approaches. 2 ed. Califórnia, USA: Sage Publications, 2003

DIAS, M. M. **Aplicação de tecnologias limpas na indústria hoteleira para um turismo sustentável**. Faculdade de Tecnologia Ambiental. São Paulo: Centro Universitário Senac. Disponível em <[www.ethos.org.br](http://www.ethos.org.br)>. Acessado em 2005.

DIAS, R. e PIMENTA, M. A. **Gestão de hotelaria e turismo**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

DIAS, R. **Turismo sustentável e meio ambiente**. São Paulo: Atlas, 2003.

DONAIRE, D. **Gestão ambiental na empresa**. Cap 1-6. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

**EMBRATUR**. Deliberação Normativa nº 429, de 23/04/2002. Brasília, DF: EMBRATUR. Disponível em <[www.turismo.gov.br](http://www.turismo.gov.br)>, Acessado em 2004.

FENNELL, D. A. **Ecoturismo** – uma introdução. São Paulo: Contexto, 2002.

FIELD, B. Sección IV. **Análisis de política ambiental**. Santafé de Bogotá: MC Graw-Hill, 1997.

FONT, X. Environmental certification in tourism na hospitality: progress, process and prospects. **Tourism management**. Volume 23. Elsevier Science Ltda, pp 197-205, 2002.

FONT, X. e HARRIS, C. Rethinking standards from green to sustainable. **Annals of tourism research**. Vol.31, pp. 986-1007, 2004.

GAZONI, J. L. Sustentabilidade em meios de hospedagem. In: DIAS, R. e PIMENTA, M. A. **Gestão de hotelaria e turismo**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

MAY, P. H. Avaliação integrada da economia do meio ambiente – propostas integradas e metodológicas. In: ROMEIRO, A.R. *et al.* **Economia do meio ambiente: teoria, política e a gestão de espaços regionais**. 3. ed. Campinas, SP: Unicamp. IE, 2001.

MENDONÇA, A. F. **A Importância da problemática ambiental** – considerações teóricas e evidências empíricas. 2002. Dissertação (Mestrado em Gestão Econômica do Meio Ambiente) – Brasília: Departamento de Economia, UNB, 2002.

MILL, R. C. **Resorts** – administração e operação. Porto Alegre: Bookman, 2003.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Sistema brasileiro de classificação de meios de hospedagem**. 2010. Disponível em <[www.turismo.gov.br](http://www.turismo.gov.br)> Acessado em 2012.

MOLINA, S. **Turismo e ecologia**. Bauru, SP: Edusc, 2001.

**MOHONK agreement**. Disponível em <[www.answers.com](http://www.answers.com)>. Acessado em setembro de 2005.

MORAES, L. C. **Investimentos privados e meio Ambiente: uma avaliação do comportamento de uma empresa**. 2002. Dissertação (Mestrado em Gestão Econômica do Meio Ambiente) – UnB: Brasília, 2002.

MUELLER, C. C. **O pensamento econômico e o meio ambiente: base para uma avaliação das principais correntes da economia ambiental**. DT nº 35. Instituto Sociedade, População e Natureza: Brasília, 1994.

MUELLER, C. C. **Os economistas e as relações entre o sistema econômico e o meio ambiente**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2012.

MUELLER, C.C. **II Encontro Nacional para Avaliação de Políticas Ambientais**. Universidade de Brasília, Brasília, DF, 2006.

MURPHY, E. P. (1998) Turismo e desenvolvimento sustentado. In: THEOBALD, W. F. (Org). **Turismo Global**. São Paulo: SENAC, 2001.

NASH, J. e EHRENFELD, J. “Codes of Environmental Management Practice: assessing their potential as a tool for change”. **Annual Review Energy Environment**. V.22, 1997.

NOGUEIRA, J. M. **Instrumentos Econômicos de Gestão Ambiental I**. Brasília: UNB, 2002. Anotações de sala de aula.

OMT. **Declaración de Québec sobre el ecoturismo**. Conferência Mundial do Ecoturismo. Québec: OMT/PNUMA, 2002.

O`SULLIVAN, A. **Urban economics**. 3 ed. Boston: Irvin/ MCGraw-Hill, 2002.

PANOSSO NETTO, A. **Filosofia do turismo** – teoria e epistemologia. São Paulo: Aleph, 2005.

PAULA, L. G. de S. A gestão ambiental aliada à qualidade total nos resorts brasileiros: transformando meios de hospedagem em meios de hospitalidade. In: Congresso Brasileiro de Turismo, 24, 2004, Balneário Camboriú-SC. **Anais**. Balneário Camboriú: ABBTUR Santa Catarina, 2004. *Cd-rom*.

PETROCCHI, M. **Hotelaria** – planejamento e gestão. Ed 2. São Paulo: Futura, 2002.

PRAKASH, A. Greening the firm: an introduction. Capítulo 1. **Greening the firm - the politics of corporate environmentalism**. (Cambridge: Cambridge University Press, 2000), pp. 1-33.

**Programa de certificação do CBTS**. Disponível em <<http://www.cbts.org.br>> Acesso em: outubro de 2002.

**Programa de Conduta e Qualidade Ambiental**. Disponível em <[www.roteirosdecharme.com.br](http://www.roteirosdecharme.com.br)> Acessado em julho de 2006.

**Programa Hóspedes da Natureza**. Disponível em <[www.abih.com.br](http://www.abih.com.br)> Acessado em julho de 2005.

SASIDHARAN V., SIRAKAYA, E. e KERSTETTER, D. Developing countries and tourism ecolabels. **Tourism management**. Volume 23. Elsevier Science Ltda, pp.161-174, 2002.

SCHENINI, P., LEMOS, R.N., SILVA e F.A. **Sistema de gestão ambiental no segmento hoteleiro**. In: Seminário de Gestão de Negócios, 2005, Curitiba-PR. Anais do II Seminário de Gestão de Negócios FAE, 2005.

SEGERSON, K. e LI, N. Voluntary approaches to environmental protection. Cap. 7. In FOLMER, H. e TIENTEBERG, T. (Eds). **The International Yearbook of environmental and resource economics: 1999/2000**. Reino Unido e Estados Unidos: Edward Elgar, 1999, pp.273-306.

SILVA, J. A. e PERNA, F.. Turismo e desenvolvimento auto-sustentado. Capítulo 11. In: COSTA, J. S. (Org). **Compêndio de Economia Regional**. Coimbra: APDR, 2002, pp. 451-474.

SHARACHCHANDRA M. L. “Desenvolvimento Sustentável: um estudo crítico”. **World Development**, Volume 19, número 6, junho de 1991 (tradução).

SWARBROOKE, J. **Turismo sustentável: conceitos e impacto ambiental**. V.1. São Paulo: Aleph, 2000b.

TRIBE J.; FONT, X.; GRIFFITHS, N.; VICKERY R. e YALE, K. Environmental management for rural tourism and recreation. **Annals of tourism research**. Vol. 29, Issue 1, pp. 284-287, January 2002.

**UNEP – United Nations Environment Programme.** Disponível em <[www.unep.org](http://www.unep.org)> Acessado em setembro de 2005.

VINHA, V. As empresas e o desenvolvimento sustentável: da eco-eficiência à responsabilidade social corporativa. In: MAY, P. H. *et al* (Orgs.) **Economia do meio ambiente: teoria e prática.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

WARNKEN, J.; BRADLEY, M. e GUILDING, C. Eco-resorts vs. mainstream accommodation providers: an investigation of the viability of benchmarking environmental performance. **Tourism management** 26 (2002), pp367-379, Elsevier Science Ltda, 2004.

WWF/TC. **Beyond the green horizon.** Londres: World Wide Fund for Nature & Tourism Concern, 1992.

WWF. **Certificação do turismo: lições mundiais e recomendações ao Brasil.** Brasília: WWF-Brasil, 2001.

YOUNG, C. E. F.; LUSTOSA, M. C. J. e CANEPA, E. M. Política Ambiental. In: MAY, P. H. *et al* (Orgs.) **Economia do meio ambiente: teoria e prática.** 1 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

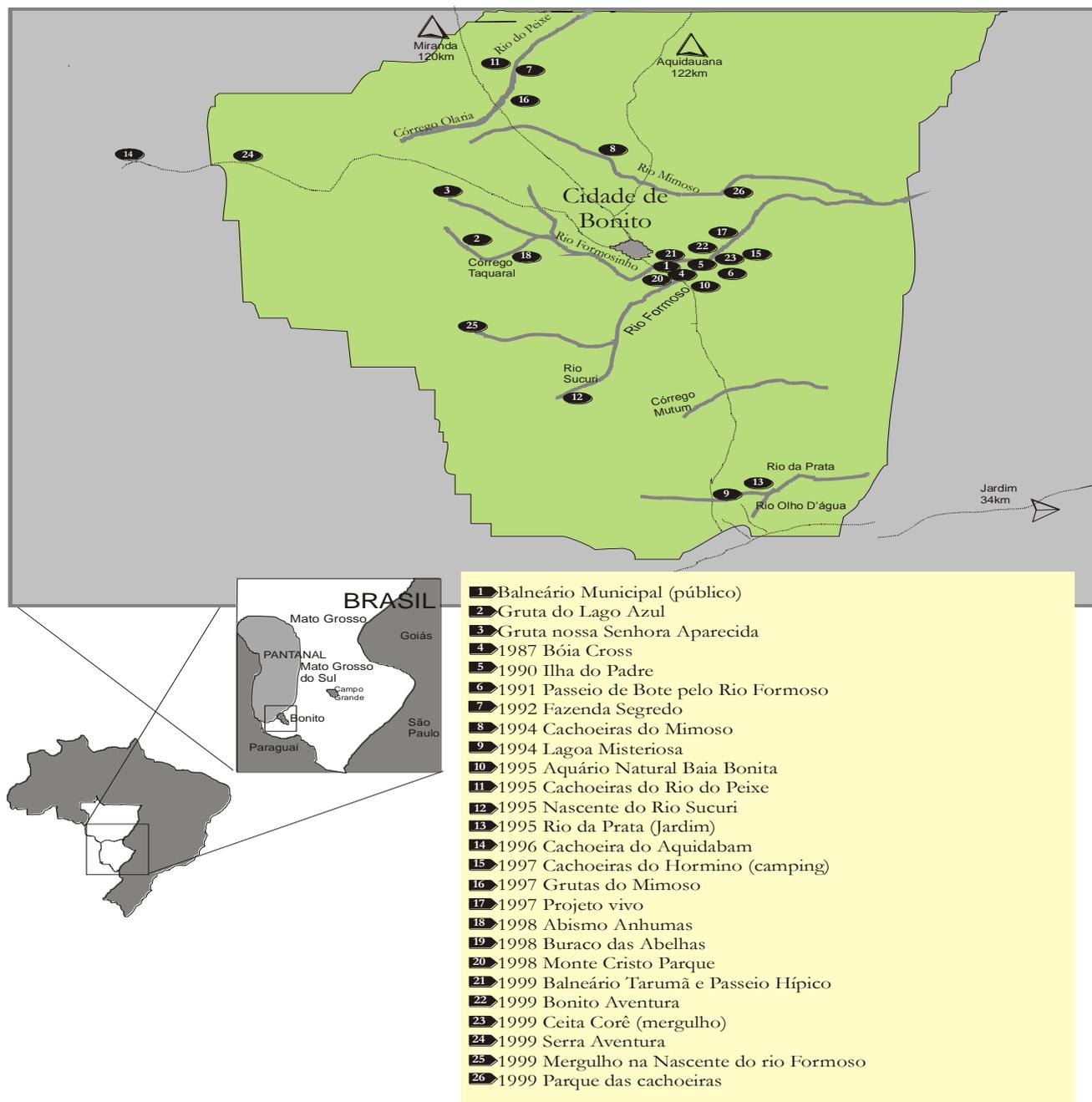
## **LISTA DE ANEXOS**

ANEXO 1 – Mapa de Atrativos de Bonito	108
ANEXO 2 – Mapa de Bairros de Bonito	109

## **LISTA DE APÊNDICES**

APÊNDICE 1 – Roteiro de entrevista aplicado ao empresário	110
APÊNDICE 2 – Questionário aplicado aos funcionários	119
APÊNDICE 3 – Questionário aplicado aos hóspedes	122
APÊNDICE 4 – Questionário aplicado à comunidade	125
APÊNDICE 5 – Estatística descritiva – tabelas de caracterização dos funcionários, hóspedes e comunidade	128

## ANEXO 1 – MAPA DOS ATRATIVOS DE BONITO (por ano de descoberta)



**Figura 1:** Mapa dos Atrativos de Bonito (por ano de descoberta)

Fonte: [www.portalbonito.com.br](http://www.portalbonito.com.br)







**P13. INFORMES FÍSICOS:**

A) AREA TOTAL: \_\_\_\_\_ ( ) N/S

B) AREA DE CONSTRUÇÃO: \_\_\_\_\_ ( ) N/S

C) ÁREA LIVRE: \_\_\_\_\_ ( ) N/S

D) AREA DE PRESERVAÇÃO AMBIENTAL: \_\_\_\_\_ ( ) N/S

E) ANO DA CONSTRUÇÃO: \_\_\_\_\_ ( ) N/S

F) TOTAL DE LEITOS: \_\_\_\_\_ ( ) N/S

G) TOTAL DE CAMAS EXTRAS: \_\_\_\_\_ ( ) N/S

H) PERMANÊNCIA MÉDIA: \_\_\_\_\_ ( ) N/S

**P14. CARACTERÍSTICAS DO IMÓVEL:**

A) ( ) TÉRREO PAVILHONAR/Nº de Pavilhões: \_\_\_\_\_ ( ) N/S

B) ( ) TÉRREO UNIDADES ISOLADAS/ Nº de u.i: \_\_\_\_\_ ( ) N/S

C) ( ) BLOCO VERTICAL/Nº de pavimentos: \_\_\_\_\_ ( ) N/S

**P15. PROJETOS EXISTENTES:**

( ) REFORMA ( ) AMPLIAÇÃO ( ) OUTROS: \_\_\_\_\_ ( ) N/S

**QUANTO A GESTÃO GLOBAL**

P16. DE ACORDO COM A ESCALA APRESENTADA, ONDE A NOTA 1 INDICA NENHUM INVESTIMENTO AMBIENTAL E 10 MUITO INVESTIMENTO AMBIENTAL, ASSINALE A NOTA QUE REPRESENTA A SITUAÇÃO DO HOTEL NO QUE SE REFERE OS INVESTIMENTOS AMBIENTAIS FEITOS NO ÚLTIMO ANO: ( ) N/S

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nenhum investimento Ambiental	Pouco Investimento Ambiental		Nem pouco Nem muito			Investiu Ambientalmente		Muito Investimento Ambiental	

P17. DE ACORDO COM A ESCALA APRESENTADA, ONDE A NOTA 1 INDICA NENHUMA OPORTUNIDADE DE NEGÓCIOS E 10 MUITA OPORTUNIDADE DE NEGÓCIOS, ASSINALE A NOTA QUE REPRESENTA A CONSIDERAÇÃO DO HOTEL NO QUE SE REFERE AO MEIO AMBIENTE COMO OPORTUNIDADE DE NEGÓCIOS: ( ) N/S

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nenhuma Oportunidade	Pouca Oportunidade		Nem pouca Nem muita			Representa Oportunidades		Muitas Oportunidades	

**P18. O HOTEL TEM ALGUM SISTEMA DE GESTÃO IMPLANTADO?** ( ) N/S  
 SIM, QUAL? \_\_\_\_\_  NÃO  NÃO, MAS DESENVOLVE AÇÕES AMBIENTAIS

**P19. QUAIS AS RAZÕES QUE LEVARAM O HOTEL A ADOTAR UM SISTEMA DE GESTÃO AMBIENTAL OU DESENVOLVER ALGUMAS AÇÕES AMBIENTAIS? (ENUMERE NA SEQÜÊNCIA QUAIS OS ITENS CONSIDERADOS MAIS RELEVANTES EM PRIMEIRA ORDEM)** ( ) N/S

EXIGÊNCIAS DOS HÓSPEDES  NECESSIDADE DE APROVAÇÃO SOCIAL  ATENDER ALGUMA EXIGÊNCIA LEGAL  
 REDUÇÃO CUSTOS OPERAC.  OUTROS: \_\_\_\_\_

**P20. DAS ATIVIDADES DE GESTÃO AMBIENTAL DESENVOLVIDAS PELO HOTEL, QUAIS A QUE VOCÊ CONSIDERA MAIS IMPORTANTE PARA A MELHORIA DO DESEMPENHO AMBIENTAL DO HOTEL (MAQUE DUAS ATIVIDADES):** ( ) N/S

EDUCAÇÃO E CONSCIENTIZAÇÃO AMBIENTAL  PROGRAMA DE ECONOMIA DE ÁGUA  
 PROGRAMA DE ECONOMIA DE ENERGIA  PROGRAMA DE REDUÇÃO DE PRODUTOS QUÍMICOS  
 COLETA SELETIVA DE RESÍDUOS, LÍQUIDOS E ESCRITÓRIO  DESIGN DE BAIXO IMPACTO  
 GASTOS COM PROJETOS SOCIAIS E AMBIENTAIS ENVOLVENDO A COMUNIDADE

**P21. DE ACORDO COM A ESCALA APRESENTADA, ONDE A NOTA 1 INDICA NENHUMA MELHORIA PERCEBIDA E 10 MUITA MELHORIA PERCEBIDA, ASSINALE A NOTA QUE REPRESENTA SUA PERCEPÇÃO NO QUE SE REFERE AS MELHORIAS PERCEBIDAS NO HOTEL APÓS A IMPLANTAÇÃO DO SISTEMA DE GESTÃO AMBIENTAL/CERTIFICAÇÃO:** ( ) N/S

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nenhuma Melhoria percebida		Pouca Melhoria Percebida		Nem pouca Nem muita		Percebeu-se melhorias		Muitas Melhorias Percebidas	

**P22. DE ACORDO COM A ESCALA APRESENTADA, ONDE A NOTA 1 INDICA NENHUMA VONTADE DE UTILIZAR PROCEDIMENTOS ANTERIORES A IMPLANTAÇÃO DO SISTEMA DE GESTÃO AMBIENTAL E 10 INDICA MUITA VONTADE DE UTILIZAR PROCEDIMENTOS ANTERIORES A IMPLANTAÇÃO DO SISTEMA DE GESTÃO AMBIENTAL, ASSINALE A NOTA QUE REPRESENTA SUA VONTADE QUANTO AOS PROCEDIMENTOS DE GESTÃO UTILIZADOS NO HOTEL:** ( ) N/S

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nenhuma vontade		Pouca vontade		Nem pouca Nem muita		Sentiu vontade		Muita vontade	

**QUANTO A SATISFAÇÃO DO CLIENTE:**

**P23. DE ACORDO COM A ESCALA APRESENTADA, ONDE A NOTA 1 INDICA NENHUMA SOLICITAÇÃO/SUGESTÃO E 10, MUITA SOLICITAÇÃO/SUGESTÃO, ASSINALE A NOTA QUE MELHOR REPRESENTA A INTENSIDADE DE OPINIÕES DOS HÓSPEDES DO HOTEL NO QUE SE REFERE A SOLICITAÇÕES/ SUGESTÕES DADAS PARA MELHORIA DO DESEMPENHO AMBIENTAL:** ( ) N/S

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nenhuma solicitação/sugestão		Pouca solicitação/sugestão		Nem pouca Nem muita		Houve solicitações/sugestões		Muitas solicitações/sugestões	

**P24. DE ACORDO COM A ESCALA APRESENTADA, ONDE A NOTA 1 INDICA QUE OS SERVIÇOS DO HOTEL NÃO ATENDEM NENHUM REQUISITO AMBIENTAL E A NOTA 10 INDICA QUE OS SERVIÇOS ATENDEM TOTALMENTE OS REQUISITOS AMBIENTAIS, EXPRESSE A NOTA QUE MELHOR REPRESENTA OS SERVIÇOS OFERECIDOS PELO HOTEL: ( ) N/S**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Não atende nenhum requisito		Atende poucos requisitos		Nem pouco Nem muitos		Atende alguns requisitos		Atende muitos requisitos	

**P25. DE ACORDO COM A ESCALA APRESENTADA, ONDE A NOTA 1 INDICA RUIM E A NOTA 10 SIGNIFICA ÓTIMO, EXPRESSE O NÍVEL DE SATISFAÇÃO DOS HOSPEDES DO HOTEL COM BASE NAS RECLAMAÇÕES EFETUADAS:**

**A) EDUCAÇÃO E CONSCIENTIZAÇÃO AMBIENTAL ( ) N/S**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ruim		Regular		Nem regular Nem bom		Bom		Ótimo	

**B) PROGRAMA DE ECONOMIA DE ÁGUA ( ) N/S**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ruim		Regular		Nem regular Nem bom		Bom		Ótimo	

**C) PROGRAMA DE ECONOMIA DE ENERGIA ( ) N/S**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ruim		Regular		Nem regular Nem bom		Bom		Ótimo	

**D) PROGRAMA DE REDUÇÃO DE PRODUTOS QUÍMICOS ( ) N/S**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ruim		Regular		Nem regular Nem bom		Bom		Ótimo	

**E) COLETA SELETIVA DE RESÍDUOS SÓLIDOS, QUÍMICOS E DE ESCRITÓRIO ( ) N/S**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ruim		Regular		Nem regular Nem bom		Bom		Ótimo	

**F) DESIGN DE BAIXO IMPACTO ( ) N/S**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ruim		Regular		Nem regular Nem bom		Bom		Ótimo	

**G) GASTOS COM PROJETOS SOCIAIS E AMBIENTAIS ENVOLVENDO A COMUNIDADE ( ) N/S**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ruim		Regular		Nem regular Nem bom		Bom		Ótimo	

**QUANTO A UTILIZAÇÃO DAS PESSOAS:**

**P26. DE ACORDO COM A ESCALA APRESENTADA, ONDE A NOTA 1 INDICA NENHUM TREINAMENTO/EDUCAÇÃO E A 10 INDICA MUITO TREINAMENTO/EDUCAÇÃO, ASSINALE A NOTA QUE MELHOR REPRESENTA O NÍVEL DE TREINAMENTO/EDUCAÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS DO HOTEL:** ( ) N/S

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nenhum treinamento		Pouco treinamento		Nem pouco Nem algum		Algum treinamento		Muito treinamento	

**P27. QUE TIPO DE TREINAMENTO/EDUCAÇÃO O HOTEL OFERECE?** ( ) N/S

( ) EDUCAÇÃO AMBIENTAL ( ) PROG. DE TRATAMENTO DE EFLUENTES ( ) COLETA SELETIVA DE RESÍDUOS  
 ( ) PROG DE REDUÇÃO ENERGIA ( ) PROG. DE REDUÇÃO DA ÁGUA ( ) RELAC. COM A COMUNIDADE  
 ( ) RELAC. COM OS HÓSPEDES ( ) OUTROS: \_\_\_\_\_

**P28. INDIQUE A QUANTIDADE DE TREINAMENTO OFERECIDOS AOS FUNCIONÁRIOS POR ANO:**

( ) UMA VEZ ( ) DUAS A TRÊS VEZES ( ) ACIMA 3 VEZES ( ) N/S

**P29. DE ACORDO COM A ESCALA APRESENTADA, ONDE A NOTA 1 INDICA NENHUMA UTILIZAÇÃO DE FUNCIONÁRIOS ESPECIALISTAS E A NOTA 10, MUITA UTILIZAÇÃO DE FUNCIONÁRIOS ESPECIALISTAS NO CICLO DE PLANEJAMENTO, MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO DAS AÇÕES AMBIENTAIS DESENVOLVIDAS, ASSINALE A NOTA QUE MELHOR REPRESENTA A UTILIZAÇÃO DE PROFISSIONAIS ESPECIALIZADOS NAS AÇÕES ESPECIFICADAS** ( ) N/S

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nenhuma utilização		Pouca utilização		Nem pouca Nem muita		Há utilização		Muita utilização	

**P30. DE ACORDO COM A ESCALA APRESENTADA, ONDE A NOTA 1 INDICA NENHUMA UTILIZAÇÃO DE RECURSOS HUMANOS LOCAIS E A NOTA 10, MUITA UTILIZAÇÃO DE RECURSOS HUMANOS LOCAIS NO QUE SE REFERE AS ATIVIDADES OPERACIONAIS DESENVOLVIDAS, ASSINALE A NOTA QUE MELHOR REPRESENTA A UTILIZAÇÃO DESTES RECURSOS HUMANOS NAS ATIVIDADES OPERACIONAIS DO HOTEL:** ( ) N/S

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nenhuma utilização		Pouca utilização		Nem pouca Nem muita		Há utilização		Muita utilização	

**QUANTO A GESTÃO AMBIENTAL:**

**P31. DE ACORDO COM A ESCALA APRESENTADA, ONDE A NOTA 1 INDICA DESCUMPRIMENTO TOTAL E 10 DE, CUMPRIMENTO TOTAL DOS OBJETIVOS E METAS ESTABELECIDOS NO SISTEMA DE GESTÃO AMBIENTAL, EXPRESSE A NOTA QUE MELHOR REPRESENTA O COMPORTAMENTO DO HOTEL NESTE QUESITO:** ( ) N/S

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Descumprindo totalmente		Descumprindo Parcialmente		Nem cumprindo Nem descumprindo		Cumprindo		Cumprindo totalmente	

P32. QUE BARREIRAS SÃO LIMITADORAS DO PROCESSO DE PARTICIPAÇÃO DO SISTEMA DE GESTÃO AMBIENTAL? ( ) N/S

---

---

---

---

---

P33. O HOTEL DESENVOLVE ALGUMA AÇÃO SOCIAL AMBIENTAL COM A COMUNIDADE? ( ) N/S

( ) SIM ( ) NÃO ( ) JÁ DESENVOLVEU

P34. QUE AÇÕES FORAM/SÃO DESENVOLVIDAS?

( ) PROJETOS AMBIENTAIS: QUAIS? \_\_\_\_\_ ( ) N/S

( ) PROJETOS SOCIAIS: QUAIS? \_\_\_\_\_ ( ) N/S

P35. DE ACORDO COM A ESCALA APRESENTADA, ONDE A NOTA 1 INDICA RUIM E A NOTA 10 SIGNIFICA ÓTIMO, EXPRESSE O NÍVEL DE SATISFAÇÃO DA COMUNIDADE NO QUE SE REFERE AS AÇÕES AMBIENTAIS DESENVOLVIDAS PELA HOTEL, COM BASE NAS RECLAMAÇÕES EFETUADAS:

A) EDUCAÇÃO E CONSCIENTIZAÇÃO AMBIENTAL ( ) N/S

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ruim		Regular		Nem regular Nem bom		Bom		Ótimo	

B) PROGRAMA DE ECONOMIA DE ÁGUA ( ) N/S

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ruim		Regular		Nem regular Nem bom		Bom		Ótimo	

C) PROGRAMA DE ECONOMIA DE ENERGIA ( ) N/S

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ruim		Regular		Nem regular Nem bom		Bom		Ótimo	

D) PROGRAMA DE REDUÇÃO DE PRODUTOS QUÍMICOS ( ) N/S

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ruim		Regular		Nem regular Nem bom		Bom		Ótimo	

**E) COLETA SELETIVA DE RESÍDUOS SÓLIDOS, QUÍMICOS E DE ESCRITÓRIO**

( ) N/S

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ruim		Regular		Nem regular Nem bom		Bom		Ótimo	

**F) DESIGN DE BAIXO IMPACTO**

( ) N/S

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ruim		Regular		Nem regular Nem bom		Bom		Ótimo	

**G) GASTOS COM PROJETOS SOCIAIS E AMBIENTAIS ENVOLVENDO A COMUNIDADE**

( ) N/S

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ruim		Regular		Nem regular Nem bom		Bom		Ótimo	

P36. O HOTEL INVESTIU EM ALGUM TIPO DE INFRA-ESTRUTURA NA COMUNIDADE, NOS ÚLTIMOS DOIS ANOS?

( ) SIM: QUAL? \_\_\_\_\_

( ) NÃO

( ) N/S

P37. AS AFIRMAÇÕES ABAIXO SE REFEREM AO À MÉDIA DOS RESULTADOS APÓS A IMPLANTAÇÃO DO SISTEMA DE GESTÃO AMBIENTAL NO HOTEL, EM COMPARAÇÃO, AOS DOIS ÚLTIMOS ANOS ANTES DESSA IMPLANTAÇÃO:

**A) CONSUMO DE ENERGIA, ÁGUA, E RESÍDUOS SÓLIDOS**

( ) N/S

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nenhuma redução		Pouca redução		Nem pouca Nem muita		Houve Redução		Muita Redução	

**B) PROG DE GERENCIAMENTO DOS RESÍDUOS COM PARTICIPAÇÃO DOS HÓSPEDES**

( ) N/S

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nenhuma redução		Pouca redução		Nem pouca Nem muita		Houve Redução		Muita Redução	

**C) NÍVEL DE EXCESSO DE LIXO**

( ) N/S

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nenhuma redução		Pouca redução		Nem pouca Nem muita		Houve Redução		Muita Redução	

**D) NÍVEL DE POLUIÇÃO SONORA VISUAL**

( ) N/S

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nenhuma redução		Pouca redução		Nem pouca Nem muita		Houve Redução		Muita Redução	

**E) CUSTOS OPERACIONAIS DO HOTEL**

( ) N/S

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nenhuma redução		Pouca redução		Nem pouca Nem muita		Houve Redução		Muita Redução	

**F) QUANT MÉDIA DE INCIDENTES/AUTUAÇÕES/MULTAS POR VIOLAÇÃO DAS NORMAS DE PROT AMBIENTAL ( ) N/S**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nenhuma redução		Pouca redução		Nem pouca Nem muita		Houve Redução		Muita Redução	

**G) DIMINUIÇÃO DE IMPACTO AMBIENTAL NA ATIVIDADE HOTELEIRA ( ) N/S**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nenhuma redução		Pouca redução		Nem pouca Nem muita		Houve Redução		Muita Redução	

**H) MELHORIAS DAS CONDIÇÕES AMBIENTAIS DOS DESTINOS TURÍSTICOS ( ) N/S**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nenhuma redução		Pouca redução		Nem pouca Nem muita		Houve Redução		Muita Redução	

**I) GASTOS COM PROJETOS SOCIAIS E AMBIENTAIS ENVOLVENDO A COMUNIDADE ( ) N/S**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nenhuma redução		Pouca redução		Nem pouca Nem muita		Houve Redução		Muita Redução	

**J) GASTOS COM TRATAMENTO DE EFLUENTES EM RELAÇÃO AO TOTAL DE GASTOS NA PRODUÇÃO ( ) N/S**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nenhuma redução		Pouca redução		Nem pouca Nem muita		Houve Redução		Muita Redução	

**K) QUANTIDADE DE UTILIZAÇÃO DE PRODUTOS LOCAIS ( ) N/S**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nenhuma redução		Pouca redução		Nem pouca Nem muita		Houve Redução		Muita Redução	

**MUITO OBRIGADO POR SUAS OPINIÕES!!!**



**APÊNDICE 2 - QUESTIONÁRIO DOS FUNCIONÁRIOS - UnB - Departamento de Economia**  
**Mestrado Profissionalizante em Gestão Econômica do Meio Ambiente**

**Pesquisa:**  
**"Gestão Ambiental em Resorts Brasileiros: avaliando o uso de instrumentos voluntários"**

Nº de processamento:	Hora de início da entrevista:	Nº Pesquisador:
Data de Aplicação:	Hora de término entrevista:	Nº Questionário:
Dia da Semana:	Duração:	Status:

**APRESENTAÇÃO:** Bom(a) dia/tarde. Meu nome é..... Nós estamos fazendo uma pesquisa, você poderia responder a algumas perguntas?

**P1. SEXO:** ( ) MASCULINO ( ) FEMININO ( ) N/S

**P2. QUAL O SEU GRAU DE INSTRUÇÃO?** ( ) N/S

( ) ANALFABETO ( ) 1º GRAU INCOMPLETO ( ) 1º GRAU COMPLETO ( ) GINÁSIO INCOMPLETO

( ) 2º GRAU INCOMPLETO ( ) 2º GRAU COMPLETO ( ) SUPERIOR INCOMPLETO ( ) SUPERIOR COMPLETO

( ) ESPECIALIZAÇÃO ( ) MESTRADO OU DOUTORADO

**P3. QUAL O SEU VÍNCULO COM O CHEFE DA FAMÍLIA?** ( ) N/S

( ) É O PRÓPRIO(A) ( ) ESPOSA ( ) FILHO(A) ( ) SOGRA/MÃE ( ) SOGRO/PAI ( ) IRMÃO/IRMÃ

OUTROS

(ESPECIFIQUE) \_\_\_\_\_

**P4. QUAL A SUA RENDA MENSAL PESSOAL?** ( ) N/S

( ) ATÉ 500,00 ( ) 501,00 A 1000,00 ( ) 1001,00 A 2000,00 ( ) 2001,00 A 3000,00 ( ) 3001,00 A 4000,00 ( ) > 4000,00

**P5. QUAL A SUA RENDA MENSAL FAMILIAR?** ( ) N/S

( ) ATÉ 500,00 ( ) 501,00 A 1000,00 ( ) 1001,00 A 2000,00 ( ) 2001,00 A 3000,00 ( ) 3001,00 A 4000,00 ( ) > 4000,00

**P6. QUANTAS PESSOAS RESIDEM EM SUA CASA?(ANOTE)** \_\_\_\_\_ ( ) N/S

**P7. HÁ QUANTO TEMPO MORA NESTA REGIÃO?**

( ) MENOS DE 1 ANO ( ) ENTRE 2 E 5 ANOS ( ) MAIS DE 6 ANOS ( ) N/S

**P8. É FUNCIONÁRIO NO HOTEL A QUANTO TEMPO?**

( ) MENOS UM ANO ( ) ENTRE 2 E 5 ANOS ( ) MAIS 6 ANOS ( ) N/S

**P9. QUAL FUNÇÃO?(ANOTE):** \_\_\_\_\_ ( ) N/S

**P10. QUAL SETOR?** \_\_\_\_\_ ( ) N/S

**P11. DE ACORDO COM A ESCALA APRESENTADA , ONDE A NOTA 1 INDICA NENHUMA PREOCUPAÇÃO E A NOTA 10, MUITA PREOCUPAÇÃO, EM SUA OPINIÃO, QUAL NOTA EXPRESSA A PREOCUPAÇÃO DESTE HOTEL NO QUE SE REFERE AS QUESTÕES AMBIENTAIS ( ) N/S**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nenhuma preocupação		Pouca preocupação		Nem pouca Nem Alguma		Existe preocupação		Muita preocupação	

**P12. DE ACORDO COM A ESCALA APRESENTADA, ONDE A NOTA 1 INDICA NENHUM CONHECIMENTO E A NOTA 10, MUITO CONHECIMENTO, QUAL NOTA EXPRESSA O SEU CONHECIMENTO COM O POLÍTICA AMBIENTAL DESTE HOTEL? ( ) N/S**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nenhum Conhecimento		Pouco Conhecimento		Nem pouco Nem bom		Bom Conhecimento		Muito Conhecimento	

**P13. DE ACORDO COM A ESCALA APRESENTADA, ONDE A NOTA 1 INDICA UM NÍVEL RUIM E A NOTA INDICA UM NÍVEL ÓTIMO, EM SUA OPINIÃO, COMO PODE SER CLASSIFICADA A POLÍTICA AMBIENTAL DESENVOLVIDA PELO HOTEL ( ) N/S**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ruim		Regular		Nem regular Nem boa		Bom		Ótimo	

**P14. DAS ATIVIDADES DE GESTÃO AMBIENTAL DO HOTEL, QUAIS AS QUE VOCÊ CONSIDERA MAIS IMPORTANTE PARA A MELHORIA DO DESEMPENHO AMBIENTAL DO HOTEL? (MARQUE DUAS ATIVIDADES) ( ) N/S**

- EDUCAÇÃO E CONSCIENTIZAÇÃO AMBIENTAL
- PROGRAMA DE ECONOMIA DE ÁGUA
- PROGRAMA DE ECONOMIA DE ENERGIA
- PROGRAMA DE REDUÇÃO DE PRODUTOS QUÍMICOS
- COLETA SELETIVA DE RESÍDUOS SÓLIDOS, LÍQUIDOS E DE ESCRITÓRIO
- DESIGN DE BAIXO IMPACTO
- GASTOS COM PROJETOS SOCIAIS E AMBIENTAIS ENVOLVENDO A COMUNIDADE

**P15. VOCÊ PARTICIPOU DO PROGRAMA DE GESTÃO AMBIENTAL DO HOTEL PORQUE: ( ) N/S**

- ERA OBRIGADO
- PRECISAVA CONHECER MAIS SOBRE ESSA QUESTÃO
- FOI INCENTIVADO POR ALGUM TIPO DE BONIFICAÇÃO
- OUTROS: \_\_\_\_\_

**P16. VOCÊ CONSIDERA IMPORTANTE RECEBER INFORMAÇÕES SOBRE A QUESTÃO AMBIENTAL EM HOTÉIS PORQUE: ( ) N/S**

- É IMPORTANTE PARA A IMAGEM DO HOTEL E MINHA ATITUDE NO TRABALHO
- É IMPORTANTE PARA MUDAR MINHAS AÇÕES EM CASA
- É IMPORTANTE PARA MUDAR MINHAS AÇÕES EM CASA E NO TRABALHO
- NÃO CONSIDERO IMPORTANTE

**P17. DE ACORDO COM A ESCALA APRESENTADA, ONDE A NOTA 1 INDICA NENHUMA IMPORTÂNCIA E A NOTA 10, MUITA IMPORTÂNCIA, EM SUA OPINIÃO, QUAL IMPORTÂNCIA O HOTEL DEVE ADOTAR NO QUE SE REFERE A REDUÇÃO DO USO DA ÁGUA, ENERGIA E PRODUÇÃO DE LIXO? ( ) N/S**

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
Nenhuma importância		Pouca importância		Nem pouco Nem alguma		É importante		Muita importância	

**P18. VOCÊ SE SENTIRIA MAIS ESTIMULADO A PARTICIPAR DAS AÇÕES AMBIENTAIS DESENVOLVIDAS PELO HOTEL: ( ) N/S**

**( ) SE ENTENDESSE A RAZÃO DA CERTIFICAÇÃO DENTRO DO HOTEL**

**( ) SE RECEBESSE ALGUM ESTÍMULO FINANCEIRO**

**( ) SE FOSSE INFORMADO FREQUENTEMENTE DAS MELHORIAS AMBIENTAIS OBTIDAS COM A CERTIFICAÇÃO**

**( ) JÁ ME SINTO BASTANTE ESTIMULADO**

**( ) OUTRO: \_\_\_\_\_**

**P19. DE ACORDO COM A ESCALA APRESENTADA, ONDE A NOTA 1 INDICA NENHUMA MUDANÇA E ANOTA 10, MUITA MUDANÇA, EM SUA OPINIÃO, QUE NOTA MELHOR EXPRESSA O NÍVEL DE MUDANÇAS OCORRIDAS NO HOTEL APÓS A IMPLANTAÇÃO DO SISTEMA DE GESTÃO AMBIENTAL? ( ) N/S**

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
Nenhuma mudança		Pouca mudança		Nem pouco Nem alguma		Houve mudança		Muita mudança	

**P20. EM CASO DE TER OCORRIDO MUDANÇAS, QUAIS FORAM? ( ) N/S  
(ANOTE) \_\_\_\_\_**

**P21. DE ACORDO COM A ESCALA APRESENTADA, ONDE A NOTA 1 INDICA NENHUMA VONTADE E A NOTA 10, MUITA VONTADE, QUE NOTA MELHOR EXPRESSA SUA VONTADE EM VOLTAR AS ROTINAS ANTERIORES A IMPLANTAÇÃO DO SISTEMA DE GESTÃO AMBIENTAL NESTE HOTE? ( ) N/S**

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
Nenhuma vontade		Pouca vontade		Nem pouco Nem alguma		Houve vontade		Muita vontade	

**MUITO OBRIGADO POR SUAS OPINIÕES!!!**



APÊNDICE 3 - QUESTIONÁRIO DOS HÓSPEDES - UnB - Departamento de Economia  
Mestrado Profissionalizante em Gestão Econômica do Meio Ambiente

Pesquisa:  
"Gestão Ambiental em Resorts Brasileiros: avaliando o uso de instrumentos voluntários"

Nº de processamento:	Hora de início da entrevista:	Nº Pesquisador:
Data de Aplicação:	Hora de término entrevista:	Nº Questionário:
Dia da Semana:	Duração:	Status:

APRESENTAÇÃO: Bom(a) dia/tarde. Meu nome é..... Nós estamos fazendo uma pesquisa, você poderia responder a algumas perguntas?

P1. SEXO:  MASCULINO  FEMININO  N/S

P2. QUAL O SEU GRAU DE INSTRUÇÃO?

ANALFABETO  1º GRAU INCOMPLETO  1º GRAU COMPLETO  N/S  
 2º GRAU INCOMPLETO  2º GRAU COMPLETO  SUPERIOR INCOMPLETO  GINÁSIO INCOMPLETO  
 ESPECIALIZAÇÃO  MESTRADO OU DOUTORADO  SUPERIOR COMPLETO

P3. QUAL A SUA PROFISSÃO?

N/S  
 PROFISSIONAL LIBERAL  EMPRESÁRIO(A)  COMERCIÁRIO(A)  ESTUDANTE  DONA DE CASA  
 FUNCIONÁRIO PÚBLICO  DOMÉSTICA  PENSIONISTA  MILITAR  DESEMPREGADO(A)

OUTRAS

(ANOTE) \_\_\_\_\_

P4. QUAL O SEU VÍNCULO COM O CHEFE DA FAMÍLIA?

N/S  
 É O PRÓPRIO(A)  ESPOSA  FILHO(A)  SOGRA/MÃE  SOGRO/PAI  IRMÃO/IRMÃ

OUTROS

(ESPECIFIQUE) \_\_\_\_\_

P5. QUAL A SUA RENDA MENSAL PESSOAL?

N/S  
 ATÉ 500,00  501,00 A 1000,00  1001,00 A 2000,00  2001,00 A 3000,00  3001,00 A 4000,00  > 4000,00

P6. QUAL A SUA RENDA MENSAL FAMILIAR?

N/S  
 ATÉ 500,00  501,00 A 1000,00  1001,00 A 2000,00  2001,00 A 3000,00  3001,00 A 4000,00  > 4000,00

P7. QUAL O TEMPO DE PERMANÊNCIA NESTE HOTEL

N/S

ANOTE: \_\_\_\_\_

P8. VOCÊ FREQUENTA ESTE HOTEL?

N/S  
 PRIMEIRA VEZ  SEGUNDA VEZ  MAIS TRÊS VEZES

**P9. EM QUE MESES VOCÊ COSTUMA VISITAR ESTE HOTEL?**

( ) N/S

JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ

**P10. QUAIS OS DESTINOS VISITADOS NOS DOIS ÚLTIMOS ANOS?**

( ) N/S

**P11. QUAIS SÃO OS PRINCIPAIS MOTIVOS QUE O FAZEM ESCOLHER UM DESTINO DE VIAGEM?**

( ) N/S

- ( ) A INFRA-ESTRUTURA FÍSICA DA CIDADE ( ) PAISAGENS NATURAIS  
( ) BARES, BOATES, SHOWS MUSICAIS ( ) CULINÁRIA TÍPICA DA CIDADE  
( ) PASSEIOS AO AR LIVRE (TRILHAS, RAFTING, RAPEL, CACHOEIRAS)  
( ) MANIFESTAÇÕES CULTURAIS DA REGIÃO (DANÇAS, MÚSICAS TÍPICAS, ETC)  
( ) OUTROS: \_\_\_\_\_

**P12. A ESCOLHA DO SEU HOTEL SE DEU POR INDICAÇÃO:**

( ) N/S

- ( ) INTERNET ( ) AGÊNCIA ( ) GUIAS DE VIAGENS ( ) OUTROS: \_\_\_\_\_

**P13. NO MOMENTO DESTA INDICAÇÃO, VOCÊ FOI INFORMADO DE QUE O HOTEL EM QUE ESTÁ, DESENVOLVE ALGUMAS AÇÕES AMBIENTAIS?**

( ) N/S

- ( ) SIM ( ) NÃO ( ) DESCOBRI ISSO QUANDO CHEGUEI AQUI

**P14. ASSINALE OS MOTIVOS PELOS QUAIS VOCÊ DECIDIU HOSPEDAR-SE NESTE HOTEL (MARQUE DUAS RESPOSTAS):** ( ) N/S

- ( ) PREÇO ( ) JÁ CONHECIA O HOTEL ( ) ÁREA DE LAZER  
( ) PRESERVAÇÃO AMBIENTAL ( ) CONFORTO E COMODIDADE ( ) ACESSO FÁCIL  
( ) FACILIDADES PARA TODA A FAMÍLIA ( ) OUTROS: \_\_\_\_\_

**P15. DE ACORDO COM A ESCALA APRESENTADA, ONDE 1 INDICA NENHUMA PREOCUPAÇÃO E 10, GRANDE PREOCUPAÇÃO, QUE NOTA REPRESENTA SUA PERCEPÇÃO SOBRE A PREOCUPAÇÃO DESTA HOTEL COM QUESTÕES AMBIENTAIS?** ( ) N/S

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nenhuma preocupação	Pouca preocupação		Nem pouca Nem Alguma			Há preocupação		Muito preocupação	

**P16. DE ACORDO COM A ESCALA APRESENTADA, ONDE 1 INDICA NENHUM CONHECIMENTO E 10, MUITO CONHECIMENTO, QUAL É O SEU CONHECIMENTO COM RESPEITO A POLÍTICA AMBIENTAL DESTA HOTEL?** ( ) N/S

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nenhum conhecimento	Pouco conhecimento		Nem pouco Nem Algum			Há conhecimento		Muito conhecimento	

**P17. DE ACORDO COM A ESCALA APRESENTADA, ONDE 1 INDICA NENHUMA OBTENÇÃO DE INFORMAÇÕES E 10, MUITA OBTENÇÃO DE INFORMAÇÕES, QUE NOTA EXPRESSA O NÍVEL DE INFORMAÇÃO OBTIDA NOS PASSEIOS OFERECIDOS PELO HOTEL? ( ) N/S**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nenhuma informação		Pouca informação		Nem pouca Nem Alguma		Existe informação		Muita informação	

**P18. COMO OBTIVE ESSAS INFORMAÇÕES?**

FOLDERS

GUIA DE TURISMO

N/S

OUTROS: \_\_\_\_\_

**P19. DAS ATIVIDADES DE GESTÃO AMBIENTAL DO HOTEL, QUAIS AS QUE VOCÊ CONSIDERA MAIS IMPORTANTE PARA A MELHORIA DO DESEMPENHO AMBIENTAL DO HOTEL? (MARQUE DUAS ATIVIDADES) ( ) N/S**

EDUCAÇÃO E CONSCIENTIZAÇÃO AMBIENTAL

PROGRAMA DE ECONOMIA DE ÁGUA

PROGRAMA DE ECONOMIA DE ENERGIA

PROGRAMA DE REDUÇÃO DE PRODUTOS QUÍMICOS

DESIGN DE BAIXO IMPACTO

COLETA SELETIVA DE RESÍDUOS SÓLIDOS, LÍQUIDOS E DE ESCRITÓRIO

GASTOS COM PROJETOS SOCIAIS E AMBIENTAIS ENVOLVENDO A COMUNIDADE

**P20. DE ACORDO COM A ESCALA APRESENTADA, ONDE 1 INDICA NENHUMA IMPORTÂNCIA E 10, MUITA IMPORTANCIA, QUE NOTA EXPRESSA SUA IMPORTÂNCIA A RESPEITO DE INFORMAÇÕES SOBRE A QUESTÃO AMBIENTAL DOS HOTÉIS? ( ) N/S**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nenhuma importância		Pouca importância		Nem pouca Nem Alguma		Existe importância		Muita importância	

**P21. DE ACORDO COM A ESCALA APRESENTADA, ONDE 1 INDICA DISCORDO TOTALMENTE E 10, CONCORDO TOTALMENTE, VOCÊ ACREDITA QUE O HOTEL DEVE TER COMO META PRIORITÁRIA A REDUÇÃO DO USO DE ÁGUA, ENERGIA E PRODUÇÃO DE LIXO? ( ) N/S**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Discordo Totalmente		Discordo Parcialmente		Nem concordo Nem discordo		Concordo Parcialmente		Concordo Totalmente	

**P22. VOCÊ ESTARIA DISPOSTO A PAGAR MAIS PELA DIÁRIA SE SOUBESSE QUE SERVIRIA PARA A PRESERVAÇÃO DAS AÇÕES AMBIENTAIS DESENVOLVIDAS PELO HOTEL: ( ) N/S**

SE ENTENDESSE A RAZÃO DA CERTIFICAÇÃO DENTRO DO HOTEL.

SE FOSSE INFORMADO FREQUENTEMENTE DAS MELHORIAS AMBIENTAIS OBTIDAS COM A CERTIFICAÇÃO.

NÃO ESTOU DISPOSTO A PAGAR MAIS, PORQUE O VALOR DA DIÁRIA JÁ É SUFICIENTEMENTE ALTO.

JÁ ME SINTO BASTANTE ESTIMULADO.

OUTRO: \_\_\_\_\_

**MUITO OBRIGADO POR SUAS OPINIÕES!!!**



**APÊNDICE 4 - QUESTIONÁRIO DA COMUNIDADE - UnB - Departamento de Economia**  
**Mestrado Profissionalizante em Gestão Econômica do Meio Ambiente**

**Pesquisa:**  
**"Gestão Ambiental em Resorts Brasileiros: avaliando o uso de instrumentos voluntários"**

Nº de processamento:	Hora de início da entrevista:	Nº Pesquisador:
Data de Aplicação:	Hora de término entrevista:	Nº Questionário:
Dia da Semana:	Duração:	Status:

**APRESENTAÇÃO:** Bom(a) dia/tarde. Meu nome é..... Nós estamos fazendo uma pesquisa, você poderia responder a algumas perguntas?

**P1. SEXO:** ( ) MASCULINO ( ) FEMININO ( ) N/S

**P2. QUAL O SEU GRAU DE INSTRUÇÃO?** ( ) N/S

( ) ANALFABETO ( ) 1º GRAU INCOMPLETO ( ) 1º GRAU COMPLETO ( ) GINÁSIO INCOMPLETO  
( ) 2º GRAU INCOMPLETO ( ) 2º GRAU COMPLETO ( ) SUPERIOR INCOMPLETO ( ) SUPERIOR COMPLETO  
( ) ESPECIALIZAÇÃO ( ) MESTRADO OU DOUTORADO

**P3. QUAL A SUA PROFISSÃO?** ( ) N/S

( ) PROFISSIONAL LIBERAL ( ) EMPRESÁRIO(A) ( ) COMERCIÁRIO(A) ( ) ESTUDANTE ( ) DONA DE CASA  
( ) FUNCIONÁRIO PÚBLICO ( ) DOMÉSTICA ( ) PENSIONISTA ( ) MILITAR ( ) DESEMPREGADO(A)

OUTRAS

(ANOTE) \_\_\_\_\_

**P4. QUAL O SEU VÍNCULO COM O CHEFE DA FAMÍLIA?** ( ) N/S

( ) É O PRÓPRIO(A) ( ) ESPOSA ( ) FILHO(A) ( ) SOGRA/MÃE ( ) SOGRO/PAI ( ) IRMÃO/IRMÃ

OUTROS

(ESPECIFIQUE) \_\_\_\_\_

**P5. QUAL A SUA RENDA MENSAL PESSOAL?** ( ) N/S

( ) ATÉ 500,00 ( ) 501,00 A 1000,00 ( ) 1001,00 A 2000,00 ( ) 2001,00 A 3000,00 ( ) 3001,00 A 4000,00 ( ) > 4000,00

**P6. QUAL A SUA RENDA MENSAL FAMILIAR?** ( ) N/S

( ) ATÉ 500,00 ( ) 501,00 A 1000,00 ( ) 1001,00 A 2000,00 ( ) 2001,00 A 3000,00 ( ) 3001,00 A 4000,00 ( ) > 4000,00

**P7. QUANTAS PESSOAS RESIDEM EM SUA CASA?(ANOTE) \_\_\_\_\_ ( ) N/S**

**P8. HÁ QUANTO TEMPO MORA NESTA REGIÃO?**

( ) MENOS DE 1 ANO ( ) ENTRE 2 E 5 ANOS ( ) MAIS DE 6 ANOS ( ) N/S

**P9. VOCÊ CONHECE O HOTEL?**

SIM  NÃO  N/S

**P10. VOCÊ TRABALHA OU JÁ TRABALHOU NO HOTEL?**

SIM  NÃO  N/S

**P11. (CASO P10 FOR POSITIVO) QUAL É/FOI SUA ÁREA DE ATUAÇÃO?**

N/S

**P12. DE ACORDO COM A ESCALA APRESENTADA, ONDE A NOTA 1 INDICA UM PÉSSIMO RELACIONAMENTO E 10 INDICA UM ÓTIMO RELACIONAMENTO, QUAL A NOTA QUE EXPRESSA O SEU RELACIONAMENTO COM OS HÓSPEDES DO HOTEL? ( ) N/S**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Relacionamento péssimo		Relacionamento Regular		Nem regular Nem bom		Relacionamento Bom		Relacionamento Ótimo	

**P13. DE ACORDO COM A ESCALA APRESENTADA, ONDE A NOTA 1 INDICA NENHUM CONHECIMENTO E 10 INDICA UM ÓTIMO CONHECIMENTO, QUAL A NOTA QUE EXPRESSA O SEU CONHECIMENTO DA POLÍTICA AMBIENTAL DO HOTEL? ( ) N/S**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nenhum Conhecimento		Pouco Conhecimento		Nem pouco Nem bom		Bom Conhecimento		Ótimo conhecimento	

**P14. DAS ATIVIDADES DE GESTÃO AMBIENTAL DO HOTEL, QUAIS AS QUE VOCÊ CONSIDERA MAIS IMPORTANTE PARA A MELHORIA DO DESEMPENHO AMBIENTAL DO HOTEL? (MARQUE DUAS ATIVIDADES) ( ) N/S**

- EDUCAÇÃO E CONSCIENTIZAÇÃO AMBIENTAL
- PROGRAMA DE ECONOMIA DE ENERGIA
- PROGRAMA DE ECONOMIA DE ÁGUA
- PROGRAMA DE REDUÇÃO DE PRODUTOS QUÍMICOS
- DESIGN DE BAIXO IMPACTO
- GASTOS COM PROJETOS SOCIAIS E AMBIENTAIS ENVOLVENDO A COMUNIDADE
- COLETA SELETIVA DE RESÍDUOS SÓLIDOS, LÍQUIDOS E DE ESCRITÓRIO

**P15. NESTES ÚLTIMOS DOIS ANOS, HOUVE ALGUMA QUEIXA EM RELAÇÃO ÀS AÇÕES SÓCIO-AMBIENTAIS DESENVOLVIDAS PELO HOTEL (ASSINALE OS ITENS EM CASO AFIRMATIVO): ( ) N/S**

- ALTO NÍVEL DE POLUIÇÃO VISUAL
- ALTO NÍVEL DE POLUIÇÃO SONORA
- ESPECULAÇÃO IMOBILIÁRIA
- CONSTRUÇÕES EM DESARMONIA COM A PAISAGEM (DESIGN DE ALTO IMPACTO)
- AGLOMERAÇÃO URBANA
- CONTAMINAÇÃO DAS ÁGUAS
- AUMENTO DE PREÇOS

- DESPEJO DE RESÍDUOS SÓLIDOS E/OU LÍQUIDOS EM LOCAIS INADEQUADOS OU IMPRÓPRIOS
- PRIVATIZAÇÃO DAS ÁREAS DE LAZER, DIFICULTANDO O ACESSO DA COMUNIDADE A OUTRAS REGIÕES
- DIFICULDADES DE RELACIONAMENTO ENTRE HÓSPEDES X COMUNIDADE; FUNCIONÁRIOS X COMUNIDADE
- OUTROS: \_\_\_\_\_

**P16. DE ACORDO COM A ESCALA APRESENTADA, ONDE A NOTA 1 REPRESENTA RUIM E A NOTA 10 ÓTIMO, QUAL A NOTA QUE MELHOR EXPRESSA SUA OPINIÃO NO QUE SE REFERE A A AVALIAÇÃO DAS AÇÕES SOCIO-AMBIENTAIS DESENVOLVIDAS PELO HOTEL? ( ) N/S**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ruim		Regular		Nem regular Nem bom		Bom		Ótimo	

**P17. DE ACORDO COM A ESCALA APRESENTADA, ONDE A NOTA 1 REPRESENTA NENHUMA IMPORTÂNCIA E A NOTA 10 REPRESENTA MUITA IMPORTÂNCIA, QUAL A NOTA QUE MELHOR EXPRESSA SUA OPINIÃO NO QUE SE REFERE A IMPORTÂNCIA DE RECEBER INFORMAÇÕES AMBIENTAIS DESTA HOTEL? ( ) N/S**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nenhuma importância		Pouca importância		Nem pouca Nem alguma		Considera importante		Muito importante	

- P18. VOCÊ JÁ FOI CONVIDADO A PARTICIPAR DE ALGUMA AÇÃO SÓCIO-AMBIENTAL DESENVOLVIDA PELO HOTEL? ( ) N/S**
- SIM, E PARTICIPEI. CITE QUAL AÇÃO: \_\_\_\_\_  SIM, MAS NÃO TIVE INTERESSE EM PARTICIPAR
  - NÃO, MAS CONHEÇO ALGUMAS PESSOAS QUE FORAM CONVIDADAS  NÃO, MAS GOSTARIA DE SER CONVIDADO
  - NÃO E NÃO TENHO INTERESSE EM PARTICIPAR

- P19. VOCÊ SE SENTIRIA MAIS ESTIMULADO A PARTICIPAR DAS AÇÕES SÓCIO-AMBIENTAIS DESENVOLVIDAS PELO HOTEL? ( ) N/S**
- SE RECEBESSE ALGUM ESTÍMULO FINANCEIRO  JÁ ME SINTO BASTANTE ESTIMULADO
  - SE ENTENDESSE A RAZÃO DA CERTIFICAÇÃO DENTRO DO HOTEL
  - SE FOSSE INFORMADO FREQUENTEMENTE DAS MELHORIAS AMBIENTAIS OBTIDAS COM A CERTIFICAÇÃO
  - NÃO ME SENTIRIA ESTIMULADO, POIS NÃO VEJO NENHUM BENEFÍCIO PARA A COMUNIDADE.
  - OUTRO: \_\_\_\_\_

**P20. DE ACORDO COM A ESCALA APRESENTADA, ONDE A NOTA 1 INDICA NENHUMA VONTADE DE UTILIZAR PROCEDIMENTOS ANTERIORES A IMPLANTAÇÃO DO SISTEMA DE GESTÃO AMBIENTAL E 10 INDICA MUITA VONTADE DE UTILIZAR PROCEDIMENTOS ANTERIORES A IMPLANTAÇÃO DO SISTEMA DE GESTÃO AMBIENTAL DO HOTEL, ASSINALE A NOTA QUE REPRESENTA SUA VONTADE QUANTO A VOLTAR À ROTINA COMETENDO OS MESMOS DANOS AMBIENTAIS ANTERIORES A IMPLANTAÇÃO DO SISTEMA DE GESTÃO AMBIENTAL DO HOTEL? ( ) N/S**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nenhuma vontade		Pouca vontade		Nem pouca Nem muita		Sentiu vontade		Muita vontade	

**MUITO OBRIGADO POR SUAS OPINIÕES!!!**

## APÊNDICE 5 – ESTATÍSTICA DESCRITIVA – TABELAS DE CARACTERIZAÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS, HÓSPEDES E COMUNIDADE

### FUNCIONÁRIOS

**Tabela 50 – Funcionários: Sexo**

		Freqüência	Percentual	Percentual Válido	Percentual Acumulado
Valid	FEMININO	36	67,9	67,9	67,9
	MASCULINO	17	32,1	32,1	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa

**Tabela 51 - Funcionários: Grau de instrução**

		Freqüência	Percentual	Percentual Válido	Percentual Acumulado
Valid	PRIM GRAU INCOMP	24	22,6	22,6	72,6
	SUP INCOMP	8	7,5	7,5	80,2
	SEG.GRAU COMPLETO	7	6,6	6,6	86,8
	PRIM GRAU COMP	6	5,7	5,7	92,5
	SEG.GRAU INCOMPLETO	5	4,7	4,7	97,2
	SUP COMP	3	2,8	2,8	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa

**Tabela 52 - Funcionários: Vínculo**

		Freqüência	Percentual	Percentual Válido	Percentual Acumulado
Valid	PROPRIO	27	50,9	50,9	50,9
	ESPOSA	14	26,4	26,4	77,4
	FILHO	10	18,9	18,9	96,2
	SOGRA/MÃE	1	1,9	1,9	98,1
	SOGRO/PAI	1	1,9	1,9	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa "Qual o seu vínculo com o chefe de família"?

**Tabela 53 - Funcionários: Renda mensal pessoal**

		Freqüência	Percentual	Percentual Válido	Percentual Acumulado
Valid	ATE 500	35	66,0	66,0	66,0
	501 A 1000	16	30,2	30,2	96,2
	1001 A 2000	1	1,9	1,9	98,1
	3001 a 4000	1	1,9	1,9	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa "Qual a sua renda mensal pessoal"?

**Tabela 54 - Renda mensal familiar**

		Freqüência	Percentual	Percentual Válido	Percentual Acumulado
Valid	501 A 1000	29	54,7	54,7	54,7
	ATÉ 500	11	20,8	20,8	75,5
	1001 A 2000	7	13,2	13,2	88,7
	N/S	4	7,5	7,5	96,2
	2001 a 3000	1	1,9	1,9	98,1
	3001 a 4000	1	1,9	1,9	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa "Qual a sua renda mensal familiar"?

**Tabela 55 - Funcionários: Tempo de residência em Bonito**

		Freqüência	Percentual	Percentual Válido	Percentual Acumulado
Valid	MAIS DE 6 ANOS	39	73,6	73,6	73,6
	MENOS DE 1 ANO	7	13,2	13,2	86,8
	ENTRE 2 E 5 ANOS	5	9,4	9,4	96,2
	N/S	2	3,8	3,8	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa "Há quanto tempo mora nesta região"?

**Tabela 56 - Funcionários: Tempo de trabalho no hotel**

		Freqüência	Percentual	Percentual Válido	Percentual Acumulado
Valid	MENOS 1 ANO	27	50,9	50,9	50,9
	ENTRE 2 E 5 ANOS	19	35,8	35,8	86,8
	MAIS DE 6 ANOS	5	9,4	9,4	96,2
	N/S	2	3,8	3,8	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa "É funcionário no hotel há quanto tempo"?

**Tabela 57 - Funcionários: Função**

		Freqüência	Percentual	Percentual Válido	Percentual Acumulado
Valid	SERV. GERAIS	7	13,2	13,2	13,2
	GARÇOM	5	9,4	9,4	22,6
	ATENDENTE	3	5,7	5,7	28,3
	RECEPCIONISTA	3	5,7	5,7	34,0
	COPEIRA	3	5,7	5,7	39,6
	PASSADEIRA	3	5,7	5,7	45,3
	JARDINAGEM	2	3,8	3,8	49,1
	AUX. MANUTENÇÃO	2	3,8	3,8	52,8
	AUX. DE COZINHA	2	3,8	3,8	56,6
	CAMAREIRA	2	3,8	3,8	60,4
	MONITOR DE LAZER	2	3,8	3,8	64,2
	LAVADEIRA	2	3,8	3,8	67,9
	OUTROS	17	32,1	32,1	100,00

Total	53	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

FONTE: Dados da pesquisa "Qual função"?

**Tabela 58 - Funcionários: Setor**

		Freqüência	Percentual	Percentual Válido	Percentual Acumulado
Valid	GOVERNANÇA	11	20,8	20,8	20,8
	MANUTENÇÃO	5	9,4	9,4	30,2
	RESTAURANTE	4	7,5	7,5	37,7
	COFFEE SHOP	4	7,5	7,5	45,3
	COZINHA	4	7,5	7,5	52,8
	AGÊNCIA TURISMO	3	5,7	5,7	58,5
	RECEPÇÃO	3	5,7	5,7	64,2
	A&B	3	5,7	5,7	69,8
	BOUTIQUE	2	3,8	3,8	73,6
	LAVANDERIA	2	3,8	3,8	77,4
	INFRA-ESTRUTURA	2	3,8	3,8	81,1
	LAZER E RECREAÇÃO	2	3,8	3,8	84,9
	CONTROLADORIA	2	3,8	3,8	88,7
	OUTROS	6	11,3	11,3	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa "Qual setor"?

## HÓSPEDES

**Tabela 59 – Hóspedes: Sexo**

		Freqüência	Percentual	Percentual Válido	Percentual Acumulado
Valid	Feminino	13	65,0	65,0	65,0
	Masculino	7	35,0	35,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa

**Tabela 60 - Hóspedes: Grau de instrução**

		Freqüência	Percentual	Percentual Válido	Percentual Acumulado
Valid	Superior completo	12	60,0	60,0	60,0
	Especialização	3	15,0	15,0	75,0
	Superior incompleto	2	10,0	10,0	85,0
	M/D	2	10,0	10,0	95,0
	2º grau completo	1	5,0	5,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa

**Tabela 61 - Hóspedes: Profissão**

		Freqüência	Percentual	Percentual Válido	Percentual Acumulado
Valid	Empresário	11	55,0	55,0	55,0
	Funcionário público	4	20,0	20,0	75,0

Estudante	3	15,0	15,0	90,0
Produtora rural	1	5,0	5,0	95,0
Agente de Viagem	1	5,0	5,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa

**Tabela 62 - Hóspedes: Vínculo**

	Freqüência	Percentual	Percentual Válido	Percentual Acumulado
Valid próprio	8	40,0	40,0	40,0
esposa	7	35,0	35,0	75,0
Filho	5	25,0	25,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa "Qual o seu vínculo com o chefe da família"?

**Tabela 63 - Hóspedes: Renda pessoal mensal**

	Freqüência	Percentual	Percentual Válido	Percentual Acumulado
Valid > 4000	6	30,0	30,0	30,0
1001 a 2000	6	30,0	30,0	60,0
2001 a 3000	5	25,0	25,0	85,0
3001 a 4000	3	15,0	15,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa "Qual a sua renda pessoal mensal"?

**Tabela 64 - Hóspedes: Renda familiar mensal**

	Freqüência	Percentual	Percentual Válido	Percentual Acumulado
Valid > 4000	16	80,0	80,0	80,0
3001 a 4000	1	5,0	5,0	85,0
N/S	1	5,0	5,0	90,0
2001 a 3000	1	5,0	5,0	95,0
1001 a 2000	1	5,0	5,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa "Qual a sua renda familiar mensal"?

**Tabela 65 - Hóspedes: Permanência no hotel**

	Freqüência	Percentual	Percentual Válido	Percentual Acumulado
Valid Uma semana	9	45,0	45,0	45,0
Quatro dias	3	15,0	15,0	60,0
Cinco dias	3	15,0	15,0	75,0
Dois dias	2	10,0	10,0	85,0
Dois a Quatro dias	2	10,0	10,0	95,0
Três dias	1	5,0	5,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa "Qual o tempo de permanência no hotel"?

**Tabela 66 - Hóspedes: Freqüência da utilização do hotel**

		Freqüência	Percentual	Percentual Válido	Percentual Acumulado
Valid	Mais três vezes	10	50,0	50,0	50,0
	Primeira vez	8	40,0	40,0	90,0
	Segunda vez	2	10,0	10,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa "Você frequenta este hotel"?

**Tabela 66 – Hóspedes: Meses que visita**

		Freqüência	Percentual	Percentual Válido	Percentual Acumulado
Valid	Julho	7	35,0	35,0	35,0
	N/S	7	35,0	35,0	70,0
	Janeiro	2	10,0	10,0	80,0
	Dezembro	1	5,0	5,0	85,0
	outubro	1	5,0	5,0	90,0
	Abril	1	5,0	5,0	95,0
	Todo o ano	1	5,0	5,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa "Em que meses você costuma visitar este hotel"?

**Tabela 67 - Hóspedes: Motivos da viagem**

		Freqüência	Percentual	Percentual Válido	Percentual Acumulado
Valid	Manifestações culturais	6	30,0	30,0	30,0
	Passeios ao ar livre	6	30,0	30,0	60,0
	Infra-estrutura da cidade	3	15,0	15,0	75,0
	Bares, boates, shows musicais	2	10,0	10,0	85,0
	Paisagens naturais	2	10,0	10,0	95,0
	Outros	1	5,0	5,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa "Quais são os principais motivos que o fazem escolher um destino de viagem"?

**Tabela 68 - Hóspedes: Indicação do hotel**

		Freqüência	Percentual	Percentual Válido	Percentual Acumulado
Valid	Internet	7	35,0	35,0	35,0
	Outros	5	25,0	25,0	60,0
	Agência	5	25,0	25,0	85,0
	Guias de viagens	3	15,0	15,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa "A escolha do seu hotel se deu por indicação"?

## COMUNIDADE

**Tabela 69 – Comunidade: Sexo**

		Freqüência	Percentual	Percentual Válido	Percentual Acumulado
Valid	Feminino	228	60,3	60,3	60,3
	Masculino	144	38,1	38,1	98,4
	N/S	6	1,6	1,6	100,0
	Total	378	100,0	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa

**Tabela 70 - Comunidade: Profissão**

		Freqüência	Percentual	Percentual Válido	Percentual Acumulado
Valid	Comerciário	75	19,8	19,8	19,8
	Estudante	55	14,6	14,6	34,4
	Profissional Liberal	46	12,2	12,2	46,6
	Vendedor	39	10,3	10,3	56,9
	Empresário	32	8,5	8,5	65,4
	Funcionário Público	22	5,8	5,8	71,2
	Desempregado	13	3,4	3,4	74,6
	Pensionista	6	1,6	1,6	76,2
	N/S	5	1,3	1,3	77,5
	Gerente	5	1,3	1,3	78,8
	Outros	80	21,2	21,2	100,0
	Total	378	100,0	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa "Qual a sua profissão"?

**Tabela 71 - Comunidade: Grau de instrução**

		Freqüência	Percentual	Percentual Válido	Percentual Acumulado
Valid	Seg Grau Comp	113	29,9	29,9	29,9
	Superior Incomp	112	29,6	29,6	59,5
	Prim Grau Incomp	66	17,5	17,5	77,0
	Seg Grau Incomp	30	7,9	7,9	84,9
	Especialização	17	4,5	4,5	89,4
	Superior Comp	16	4,2	4,2	93,7
	Prim Grau Comp	13	3,4	3,4	97,1
	Analfabeto	7	1,9	1,9	98,9
	Mestrado ou Doutorado	2	,5	,5	99,5
	N/S	2	,5	,5	100,0
	Total	378	100,0	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa "Qual o seu grau de instrução"?

**Tabela 72 - Comunidade: Vínculo**

		Freqüência	Percentual	Percentual Válido	Percentual Acumulado
Valid	Próprio	149	39,4	39,4	39,4
	Filho	124	32,8	32,8	72,2

Esposa	87	23,0	23,0	95,2
Sogro/pai	5	1,3	1,3	96,6
Outros	4	1,1	1,1	97,6
Sogra/mãe	4	1,1	1,1	98,7
N/S	4	1,1	1,1	99,7
Irmão/Irmã	1	,3	,3	100,0
Total	378	100,0	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa "Qual o seu vínculo com o chefe da família?"

**Tabela 73 - Comunidade: Renda Pessoal Mensal**

		Freqüência	Percentual	Percentual Válido	Percentual Acumulado
Valid	Até 500	188	49,7	49,7	49,7
	501 a 1000	84	22,2	22,2	72,0
	N/S	44	11,6	11,6	83,6
	1001 a 2000	42	11,1	11,1	94,7
	2001 a 3000	11	2,9	2,9	97,6
	>4000	7	1,9	1,9	99,5
	3001 a 4000	2	,5	,5	100,0
	Total	378	100,0	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa "Qual a sua renda pessoal mensal"

**Tabela 74 - Comunidade: Renda Familiar Mensal**

		Freqüência	Percentual	Percentual Válido	Percentual Acumulado
Valid	501 a 1000	106	28,0	28,0	28,0
	Até 500	83	22,0	22,0	50,0
	1001 a 2000	67	17,7	17,7	67,7
	N/S	54	14,3	14,3	82,0
	2001 a 3000	29	7,7	7,7	89,7
	>4000	20	5,3	5,3	95,0
	3001 a 4000	19	5,0	5,0	100,0
	Total	378	100,0	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa "Qual a sua renda familiar mensal"

**Tabela 75 - Comunidade: Número de pessoas da residência**

		Freqüência	Percentual	Percentual Válido	Percentual Acumulado
Valid	3	100	26,5	26,5	26,5
	4	85	22,5	22,5	48,9
	2	76	20,1	20,1	69,0
	5	51	13,5	13,5	82,5
	1	24	6,3	6,3	88,9
	6	18	4,8	4,8	93,7
	n/s	10	2,6	2,6	96,3
	7	8	2,1	2,1	98,4
	10	4	1,1	1,1	99,5
	13	2	,5	,5	100,0
	Total	378	100,0	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa "Quantas pessoas residem em sua casa?"

**Tabela 76 - Comunidade: Tempo de residência em Bonito**

		Freqüência	Percentual	Percentual Válido	Percentual Acumulado
Valid	Mais de 6 anos	261	69,0	69,0	69,0
	Entre 2 e 5 anos	77	20,4	20,4	89,4
	Menos de 1 ano	25	6,6	6,6	96,0
	N/S	14	3,7	3,7	99,7
	Não mora	1	,3	,3	100,0
	Total	378	100,0	100,0	

FONTE: Dados da pesquisa "Há quanto tempo mora nesta região?"



Universidade de Brasília  
Departamento de Economia  
Pós-Graduação em Economia  
Mestrado em Gestão Econômica do Meio Ambiente

Esta dissertação é resultado de um convênio entre duas instituições de ensino superior, uma pública e a outra privada, situadas em duas diferentes unidades da federação. Em 2002, a Universidade de Brasília (UnB) e o Centro Universitário de Goiás Uni-Anhangüera deram início a um relacionamento acadêmico. A UnB passou a ministrar nas instalações da Uni-Anhangüera em Goiânia, Goiás, um dos seus cursos de mestrados profissionalizantes. O Mestrado em Gestão Econômica do Meio Ambiente do Departamento de Economia selecionou cinquenta candidatos, por meio exames elaborados e aplicados em colaboração com o Centro de Seleção e Promoção de Eventos (CESPE) da UnB. Esses 50 alunos cursaram durante 48 (quarenta e oito) semanas todas disciplinas do Mestrado. Ao final desses dois anos, 20 (vinte) mestrandos obtiveram aprovação em **todas** as disciplinas e foram matriculados como alunos de mestrado profissionalizante do Departamento de Economia da Universidade de Brasília. Esta dissertação é apenas um dos resultados positivos do Convênio UnB/Uni-Anhangüera.

