



---

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE**  
**CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

MARTA CAROLINE ARAÚJO DE SOUZA

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**  
**POSICIONAMENTO AMBIENTAL DE UM HOTEL NA CIDADE DE CAMPINA**  
**GRANDE -PB.**

CAMPINA GRANDE

2018



MARTA CAROLINE ARAÚJO DE SOUZA

**POSICIONAMENTO AMBIENTAL DE UM HOTEL NA CIDADE DE CAMPINA  
GRANDE -PB.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Bacharelado em Administração, da Universidade Federal de Campina Grande, em cumprimento parcial das exigências para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador(a): Prof(a). Kettrin Farias Bem Maracajá, Dr<sup>a</sup>.

CAMPINA GRANDE

2018

## **POSICIONAMENTO AMBIENTAL DE UM HOTEL NA CIDADE DE CAMPINA GRANDE -PB.**

Marta Caroline Araújo de Souza<sup>1</sup>

Kettrin Farias Bem Maracajá<sup>2</sup>

### **RESUMO**

O presente artigo trata de uma revisão da conjuntura da gestão ambiental em um meio de hospedagem e seus benefícios para a sociedade. A necessidade de buscar mitigar os impactos negativos desempenhados não só por esse segmento, leva a elaboração de ações estratégicas que permitem as organizações avaliarem e controlarem de maneira mais assertiva os impactos ambientais de suas atividades. Deste modo, o objetivo deste estudo foi identificar o posicionamento ambiental de um hotel na cidade de Campina Grande – PB. A metodologia utilizada foi de levantamento bibliográfico e entrevista semiestruturada com observação não participante no local, buscando identificar atividades desempenhadas em quatro dimensões: consumo de água, consumo de energia, produtos e resíduos sólidos, e colaboradores e comunidade. Os resultados encontrados mostram que o hotel tem um posicionamento positivo a questão ambiental, já que foi constatado que o mesmo realiza atividades referentes a mitigação de impactos negativos dentro das quatro dimensões abordadas. Como benefícios, além da redução de custos com desperdícios, pode resultar no fortalecimento da imagem do hotel com a comunidade local, implicando numa vantagem competitiva com os demais hotéis da região. Contudo, as dificuldades que podem impossibilitar a implantação de outras atividades são a complexidade burocrática, a falta de cooperação entre gestores e funcionários e custos iniciais para as mudanças necessárias.

**Palavras chave:** Gestão Ambiental; Hotelaria; Turismo.

## **ENVIRONMENTAL POSITIONING OF A HOTEL IN THE CITY OF CAMPINA GRANDE - PB.**

### **ABSTRACT:**

This article is a review of the situation of environment management in a way of hosting and its benefits to society. The need to seek to mitigate the negative impacts performed not only by this thread, leads the development of strategic actions that enable organizations to assess and control more assertive environment impacts of its activities. Thus, the objective of this

---

<sup>1</sup> Graduanda do curso de Administração pela Universidade Federal de Campina Grande (UFCG). E-mail: mrtaraujo1@gmail.com.

<sup>2</sup> Doutora em Recursos Naturais pela Universidade Federal de Campina Grande. Pesquisadora e Professora em lotação provisória na Unidade Acadêmica de Administração e Contabilidade na Universidade Federal de Campina Grande e do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Campina Grande, Paraíba. E-mail: kettrinfarias@hotmail.com.

study was to identify environment positioning in a hotel in the city of Campina Grande-PB. The methodology used was bibliographical and semi structured interviews with non-participant observation at the site seeking to identify activities in four dimensions: water consumption, energy consumption, and solid waste products, and employees and community. The results show that the hotel has a positive positioning the environment issue, since it has been found that it performs activities related to mitigation of negative impacts within the four dimensions addressed. As benefits, in addition to the cost savings with waste, can result in strengthening the image of the hotel with the local community, implying a competitive advantage with the other hotels of the region. However, the difficulties that can preclude the implementation of other activities are the bureaucratic complexity, lack of cooperation between managers and employees and initial costs for the necessary changes.

Keywords: Environmental administration; Hostelry; Tourism.

## 1. Introdução

Considerado um dos fenômenos socioeconômicos mais relevantes da pós modernidade, devido ao seu grande potencial de geração de emprego e renda, o turismo, segundo Gazoni (apud DIAS e PIMENTA, 2005, p. 96), tem sido alvo de questionamentos por sua iminente capacidade de causar transformações indesejáveis ao meio ambiente.

Com o avanço da tecnologia e da informação, após a segunda guerra mundial, como afirmam Bernardes e Ferreira (2007), surgiu a chamada “revolução ambiental” que promoveu significativas mudanças acerca da visão ambiental no mundo, onde a humanidade passou a ter um maior conhecimento passando a questionar e se preocupar com a gravidade desse problema.

Na década de 1980, as empresas pressionadas pela massa social, sobre as questões ambientais se viram diante de um dilema, pois como colocam Dias e Pimenta (2005, p.107), o desafio ambiental por um lado aspirava inserir a componente ambiental como estratégia, realizando investimentos em pesquisas e tecnologias, gestão de resíduos, capacitação de mão de obra e modificação de processos, entre outros, e por outro lado, a empresa poderia continuar competitiva no mercado, apesar do aparente aumento dos custos e desagrado social.

Nesse sentido, Ruschmann (1997, p.120) reconhece que:

Quando a filosofia de enriquecer rapidamente der lugar a de cuidar dos produtos e dos recursos para proporcionarem lucros maiores, porém contínuos, o problema do impacto ambiental dará lugar a uma era de turismo responsável. (RUSCHMANN 1997 p.120, apud DIAS e PIMENTA, 2005, p.107).

Levando em consideração a questão da atratividade para os turistas, o turismo sustentável deve inserir-se no mercado assegurando a conservação e preservação do meio

ambiente, de seus recursos naturais e socioculturais, mantendo então a lucratividade através do reconhecimento do público a esses esforços, garantindo um período maior de foco as destinações, além do próprio retorno aos investimentos feitos na melhoria de seus processos.

Dias e Pimenta (2005, p.107), ainda observam que cada setor do turismo tem suas próprias questões com relação ao desenvolvimento sustentável da atividade, destacando-se os transportes, as vendas e a gestão das organizações, bem como as instalações e serviços de hospedagem, que serão objeto deste estudo.

Os meios de hospedagem são o maior setor da economia turística visto que eles podem ser compreendidos como “um empreendimento, público ou privado, que fornece entre suas atividades, serviço de acomodação” (SWARBROOK, 2000b, p. 34). É necessário levar em consideração que um meio de hospedagem faz parte de um sistema complexo, onde este relaciona-se diretamente com a comunidade local e o meio ambiente, precisando reconhecer e ultrapassar a barreira da individualidade e visualizar sua interação de modo sistêmico. (apud DIAS e PIMENTA, 2005, p. 106)

As diversas atividades relacionadas aos meios de hospedagem podem ser geridas de modo mais sustentável através das estratégias criadas com o intuito de facilitar e trabalhar de forma sustentável as atividades, de modo que estas possam ser mais assertivas, diminuindo custos, gerando melhoria constante, e protegendo o meio ambiente, tornando-se uma das principais ferramentas econômicas na gestão ambiental.

A partir destas considerações, notando a importância de observar diretamente essa interação sistêmica de um hotel no âmbito sustentável, procurando a adequação de normas que possibilitem a avaliação das atividades realizadas pelo mesmo, que se deu a fomentação desta pesquisa, que pretende-se responder o seguinte questionamento: Como pode ser avaliado o posicionamento ambiental de um hotel? Para responder a essa questão, determinou-se como objetivo geral desta pesquisa, avaliar o posicionamento ambiental de um hotel localizado na cidade de Campina Grande - PB, e pode-se apontar os objetivos específicos:

- a) Avaliar as atividades na dimensão de consumo de água;
- b) Avaliar as atividades na dimensão de consumo de energia;
- c) Avaliar as atividades na dimensão de produtos e resíduos;
- d) Avaliar as atividades na dimensão colaboradores e comunidade;

Esse estudo torna-se significativo por abordar a gestão ambiental, um tema de crescente importância no setor organizacional e educacional, permitindo o estreitamento da academia e as empresas locais, disseminando a troca de conhecimento e parcerias. Corroborando Loures (2009), afirma existir a necessidade de que os administradores tenham bom julgamento nos assuntos que se referem ao meio ambiente, mas que isso só é possível com a introdução de aperfeiçoamentos substanciais nos cursos de administração.

Assim também, faz-se relevante esta pesquisa à contribuição ambiental, visto que traz a possibilidade de acesso ao conhecimento e aplicação da gestão ambiental, observando as necessidades do setor hoteleiro, buscando participação e reconhecimento, melhorando sua imagem e função social como organização de modo que, se possa, em um futuro próximo, que todas as organizações tenham consciência/sensibilidade e oportunidade de serem ambientalmente responsáveis.

Nesse contexto onde cada vez mais busca-se abertura para serem discutidas formas de diminuir os impactos negativos causados pelas organizações, que é de suma importância para estudantes de administração que devem estar atentos a gestão de negócios inovadora e sustentável, justificando assim a importância de pesquisas e trabalhos como este, que são cada vez mais necessários e pertinentes.

## **2. Gestão Ambiental no Setor Hoteleiro**

### **2.1. Um breve histórico sobre o turismo e o setor hoteleiro**

Acredita-se que historicamente os hotéis tenham sido criados na Grécia antiga devido os Jogos Olímpicos, que atraía multidões que necessitavam de lugares para dormir, surgindo assim a primeira hospedagem, que tinha por função acolher esses visitantes (VIEIRA E CANDIDO, 2003, p. 27).

Já durante a Idade Média, na Europa, eram as tabernas e as pousadas que se tornavam populares. Estas eram públicas com fins lucrativos, localizadas em povoados e eram cedidas a viajantes com intenção apenas de repouso por curto período ou para refeição durante uma viagem e eram caracterizadas pelo ambiente simplório e rústico (OTTO, 2017).

A explosão dos intitulados “*Grand Hotels*” se deu no período da Revolução Industrial que, juntamente com o transporte ferroviário e marítimo, despertou além dos viajantes a negócios, uma nova classe de viajantes a lazer que queriam manter o padrão de serviço e estilo de suas luxuosas casas (Otto, 2017). O autor ainda afirma que com o passar do tempo,

os conceitos de hotelaria foram evoluindo conforme a demanda dos clientes, essa demanda se dava pela constante evolução dos meios de transporte que tornavam as viagens ainda mais acessíveis.

Cada vez mais os hotéis tinham a intenção de se apresentar confortáveis e sofisticados, e há um conceito que perdura aos longos anos da indústria hoteleira: a ideia de que o cliente não é simplesmente um cliente, mas um hospede. O relacionamento dos *hoteliers*<sup>3</sup> com os hóspedes deve ser de como tratariam amigos que estão de visita a sua casa, como afirmam HAYES e NINEMEIER (2005).

Assim, Hayes e Ninemeier (2005) apresentam características comuns a todos os bons hotéis, e são elas:

- **Ênfase em segurança, limpeza e serviços:** a segurança e a limpeza são aspectos de suma importância, assim como a amabilidade e atenção dos funcionários com hóspedes.
- **Inseparabilidade:** é impossível separar a construção de um apartamento de sua venda.
- **Perecibilidade:** parte da ideia de que apartamentos não ocupados são como poltronas vazias num avião que acaba de decolar. A receita não será recuperada.
- **Padronização:** Os procedimentos adotados no preparo de um apartamento para ocupação e ao servir determinada refeição ou bebida são basicamente os mesmos. Esse ponto tende a ser um desafio perante a conveniência de atender cada cliente conforme suas necessidades.
- **Qualificação de mão de obra:** grande parte da rotina de um hotel depende de funcionários, e que sejam capacitados para suas funções. É difícil para o ramo de hotelaria substituir em grande número sua mão de obra por tecnologia e equipamentos, por exemplo.

Várias questões são enfrentadas pelos hotéis e seus gestores dizem respeito a muitas vertentes. Pode-se citar principalmente a contenção de custos, onde essa não pode interferir na qualidade do serviço prestado; a competição acirrada entre os hotéis, pois a oferta é maior que a demanda de hóspedes, e cada vez mais os hotéis buscam meios estratégicos para se tornar competitivos e atrativos; e também há questões ligadas ao marketing, crescentes pela facilidade de acesso que a internet proporciona, que pode ser um auxílio ou uma desvantagem se não for bem gerida. Todas essas questões podem ter parcialmente resolução dentro de uma

---

<sup>3</sup> Em tradução livre da língua inglesa, significa hoteleiro, aquele que é responsável pelo funcionamento e pela direção de hotéis.

gestão sustentável bem elaborada para os hotéis de modo que seja sempre focada a questão da sustentabilidade.

## 2.2. Evolução da gestão ambiental no turismo e nos meios de hospedagem

É notável que o turismo não repercute apenas no ambiente físico, mas em outros ambientes passíveis de transformações, como o social, cultural, ambiental e o econômico. A defesa do turismo sustentável vem da premissa de que se por um lado ele pode amenizar problemas socioeconômicos por meio da geração de emprego e renda, por outro pode vir a ser um fator de degradação do meio ambiente e do meio sociocultural.

Sustentando esse argumento, Ruschmann (1997, apud DIAS e PIMENTA, 2005, p. 101), afirma que o conceito de turismo sustentável e o desenvolvimento sustentável estão intimamente ligados. Pode-se entender então que, conforme o turismo depende da preservação dos meios em que se encontra para manter-se atrativo, ele deve encontrar equilíbrio entre essa preservação e suas atividades (de gestão e econômica) de modo que uma seja complemento da outra, e chegar a esse equilíbrio não é uma tarefa fácil, visto que o controle depende de critérios subjetivos, políticas ambientais e turísticas que estão vigentes.

Dentre vários termos e definições para o turismo sustentável, o Conselho Mundial de Viagens e Turismo e a Organização Mundial do Turismo (WTTC/ WTO, 1995) entendem que:

Turismo sustentável é aquele que busca atender as necessidades dos turistas atuais enquanto protege e incrementa as oportunidades para o futuro, por meio de produtos e serviços que sejam operados em harmonia com o meio ambiente local, a cultura e comunidades, de modo que estas se tornem beneficiárias e não vítimas do desenvolvimento do turismo. (WTTC/ WTO, 1995)

A Aiest – *International Association of Scientific Experts in Tourism* (Associação Internacional de Peritos Científicos em Turismo) aponta quatro características para o desenvolvimento sustentável da atividade turística (SEATON, 1991, apud. RUSCHMANN, 1997, p. 112):

- **Respeito ao meio ambiente natural:** o turismo não pode colocar em risco ou agredir irreversivelmente as regiões nas quais se desenvolve.

- **Harmonia entre a cultura e os espaços sociais da comunidade receptora:** sem agredi-la ou transforma-la.

- **Distribuição equitativa:** dos benefícios do turismo entre a comunidade receptora, os turistas e os empresários.

- **Um turista mais responsável e atencioso:** receptivo as questões da conservação ambiental.

Em abril de 1995, segundo Dias e Pimenta (2005, p. 103), houve por iniciativa da ONU – Organização das Nações Unidas, uma conferência sobre Turismo Sustentável. O produto desta conferência foi uma carta elencando princípios e objetivos que devem ser adotados pela comunidade internacional, em especial governos, profissionais da área, associações e instituições públicas e privadas relacionadas ao turismo e aos próprios turistas.

Mesmo com todo aparato, o conceito do desenvolvimento sustentável para o turismo ainda tem sido associado apenas a capacidade de carga. Para McIntyre (1992) “a capacidade de carga pode ser definida como o número de turistas que determinado espaço pode receber sem prejuízos físicos para seus ecossistemas”, e por essa questão, não seria considerado realmente sustentável, como coloca Coopet et.al. (2001, p. 228) onde se a “capacidade de carga for excedida, com relação a qualquer das áreas de impacto, o processo de desenvolvimento do turismo será limitado e o desenvolvimento poderá ser considerado não sustentável” (apud DIAS e PIMENTA, 2005, p. 104).

Contudo, é importante ressaltar que o turismo é apenas um dos fatores que podem transformar o ambiente, e torna difícil estabelecer quais são os efeitos causados apenas pelo turismo e quais podem ser explicados por outros fatores.

Já os meios de hospedagem têm sido influenciados pelo crescimento dos padrões éticos dos negócios. Ainda há muita resistência como afirmam Dias e Pimenta (2005, p. 106), mas cada vez mais as empresas vêm incorporando questões ambientais de forma estratégica, adquirindo diferencial para competir no mercado.

As certificações que garantem a sustentabilidade dos meios de hospedagem são consideradas caras, como mostra um estudo realizado pela OMT – Organização Mundial do Turismo em 2002 tem impedido o progresso da implementação na maioria dos casos (DIAS E PIMENTA, 2005, p. 111).

Outro ponto que merece atenção é que com o crescente discurso sustentável, existe uma tendência ao modismo, e assim, um incentivo à cultura de desonestidade no cumprimento das normas para alcançar resultados de marketing, quanto também o uso desenfreado e sem sentido da palavra sustentabilidade em toda situação. Alertando esse pensamento, Capra (1975, p. 67), diz:

[...] a nossa sociedade atual, a qual não reflete o harmonioso estado de inter-relacionamento que observamos a natureza. Para se alcançar tal estado de equilíbrio dinâmico, será necessária uma estrutura social e econômica radicalmente diferente: uma revolução cultural na verdadeira concepção da palavra. A sobrevivência de toda nossa civilização pode depender de sermos ou não capazes de realizar tal mudança. (CAPRA, 1975, p. 67 apud DIAS e PIMENTA, 2005)

Com isso, deve-se cada vez mais estar atento ao desempenho das organizações e quais aparatos legais as subsidiam para então, ter a certeza da fidelidade da ação sustentável promovida pela mesma.

### 3. Posicionamento ambiental nas organizações

Para Orsato (2002) a última década foi marcada por um debate entusiasmado na área de dos negócios quanto ao meio-ambiente. A questão principal pertinente a este debate era a justificativa econômica no tocante da lucratividade em investir na questão ambiental por parte das empresas. Ou seja, se vale a pena investir no “verde”.

Impulsionados ainda pelo mercado, governo e a sociedade, as empresas passaram a procurar modos de se adaptar a gestão ambiental. Sanches (2000) aponta que a integração da variável ambiental na empresa pode ocorrer de duas maneiras, sendo:

- a) **Reativa**, ativada por ameaças tecnológicas, punições e sanções legais;
- b) **Proativa**, mediante a incorporação da problemática ambiental no processo de formulação de metas e objetivos de longo prazo da organização.

Para a autora, as empresas que adotam posturas proativas em relação ao meio ambiente agem incorporando os fatores ambientais em suas metas, políticas e estratégias, e considerando os riscos e os impactos ambientais não só de seus processos produtivos como também de seus produtos.

Neste tipo de abordagem, a proteção ambiental passa a fazer parte do objetivo estratégico de das empresas, passando o meio ambiente a não ser encarado como custo aditivo, mas como uma possibilidade de lucros, sendo esta ideia compartilhada por Donaire (1999).

Ainda pode-se firmar a consolidação de um posicionamento proativo pelas seguintes características segundo Rohrich e Cunha (2004):

- Envolvimento da alta gerência para com a problemática ambiental;
- Autoridade ambiental formalizada;

- Influência da variável ambiental no processo de formulação da estratégia da empresa.

Pode-se notar que com essa mudança na percepção da gestão ambiental nas empresas, a questão tem se tornado cada vez mais complexa, exigindo constante atenção e adaptação as novas exigências, que em um considerável espaço de tempo deixaram de ser apenas leis e conformidades legais.

Voltando a atenção para possibilidades de estratégias no contexto da hotelaria e turismo, para desenvolvimento e mensuração de atividades sustentáveis, e partindo de outros estudos sobre a implantação da gestão ambiental em hotéis, são observados alguns meios gerais de minimizar os impactos ambientais causados por essas organizações. Na Tabela 1 a seguir serão mostradas algumas dimensões, que podem nortear estratégias proativas a serem utilizadas, e também exercem a em função de avaliar o posicionamento ambiental dos hotéis.

<b>TABELA 1 – Dimensões e estratégias ambientais utilizadas por hotéis</b>	
<b>Dimensões</b>	<b>ESTRATÉGIA</b>
<b>Água</b>	Economia de água
	Utilização de chuveiros de baixo fluxo e aeradores nas pias
	Vasos sanitários com descarga dupla
	Reuso de água
	Tratamento de águas
	Uso de água residual tratada para irrigação de jardins
	Utilização de equipamentos econômicos
<b>Energia</b>	Uso de energia solar
	Sistema de controle e poupança de energia
	Utilização de lâmpadas eficientes
<b>Produtos e resíduos</b>	Reciclagem de resíduos
	Utilização de produtos de limpeza ecológicos
	Utilização de papel reciclado
	Coleta seletiva de resíduos sólidos
	Tratamento de efluentes
	Logística reversa
	Produção mais limpa (P+L)
<b>Colaboradores e comunidade</b>	Eco design
	Educação ambiental
	Organização de atividades ambientais
	Apoio a organizações não governamentais (ONGs) ambientais
	Apoio à comunidade local

Fonte: Tabela reproduzida de Colombo e Salgado (2015), com base em Mensah (2006), Erdogan e Baris (2007), López-Gamero et al. (2009), Borhardt, Wendt, Sellitto e Pereira (2010), Barbieri (2011), Dias (2011), Seiffert (2011) e Ladeira, Maehler e Nascimento (2012).

Deste modo, pretende-se fazer um levantamento de informações junto ao hotel para identificar o que já tem sido posto em prática em suas atividades, de acordo com as estratégias que podem ser utilizadas pelo hotel (Tabela 1) e o que pode vir ser feito para adequar o hotel ao que é estabelecido pelas estratégias, de forma que este venha ser eficiente e eficaz, utilizando-as de maneira correta na sua gestão ambiental.

#### **4. Metodologia**

Essa investigação tem caráter exploratório-descritivo, pois utilizou de dados primários levantados por meio da aplicação da pesquisa, além de não objetivar a elaboração de hipóteses

a serem testadas no trabalho, restringindo-se a definir objetivos e buscar mais informações sobre determinado assunto estudado (CERVO, BERVIAN, & SILVA, 2006). Delineia-se ainda como estudo de caso, tendo um caráter de profundidade e detalhamento em uma unidade organizacional específica, o Hotel X (YIN, 2005).

A metodologia deste estudo tem como diretriz a tabela de Dimensões e estratégias ambientais utilizadas por hotéis. A delimitação deste estudo é avaliar o posicionamento ambiental através da observação das atividades estratégicas que são realizadas ou não pelo Hotel X.

Além disso, para a coleta de dados, as principais técnicas utilizadas foram: entrevista semiestruturada, pesquisa bibliográfica e observação não participativa. A primeira delas foi utilizada por meio de um roteiro preestabelecido com a gerente do hotel X a ser entrevistado, o que possibilitou os esclarecimentos acerca das questões abordadas (MALHOTRA, 2006).

#### **4.1. Caracterização do hotel**

A rede regional de Hotéis X teve início do intuito se seus fundadores em contribuir com o desenvolvimento de sua cidade natal, Garanhuns, PE em 1989. Hoje a empresa conta com seis unidades nas principais cidades dos Estados de Pernambuco e no Estado da Paraíba, além de mais quatro empreendimentos em construção. A empresa possui fortes valores como foco total no cliente, valorização de sua cultura e excelência no serviço. Contam com mais de 300 empregos diretos, como camareiras, cozinheiros recepcionistas entre outros.

O hotel foco deste estudo é o Hotel X na cidade de Campina Grande, que possui 86 Unidades Habitacionais (UH) bem equipadas. Seus valores são a qualidade, eficiência e gentileza e principalmente hospitalidade para que estes se sintam como se estivessem em casa.

### **5. Apresentação dos Resultados**

#### **5.1. Contexto geral do posicionamento ambiental do hotel**

Em vista dos dados apresentados pela entrevista realizada com a gerência, notou-se que há uma disposição do hotel para a realização de atividades sustentáveis, embora não exista fundamentação dessas atividades em um modelo resolutivo de gestão ambiental e nem existam metas pré-estabelecidas que meçam o progresso e efetividade quando realizadas as atividades. Essas atividades avaliadas foram estabelecidas com base na Tabela 1 (pág. 9), que é organizada em quatro dimensões básicas, resultando nos dados que se encontram abaixo

(Tabela 3). Também não há a execução de nenhum sistema de gestão ambiental que permita a organização avaliar e controlar os impactos ambientais que possam estar atrelados a suas atividades.

**TABELA 3 – Dimensões e estratégias ambientais utilizadas por hotéis - Resultado**

<b>Dimensões</b>	<b>Estratégia</b>	<b>Realiza</b>	<b>Como?</b>
<b>Água</b>	Economia de água	Sim	Em alguns ambientes internos do hotel. Nos apartamentos são colocadas apenas notificações sobre consumo consciente.
	Utilização de chuveiros de baixo fluxo e aeradores nas pias	Não	Não realizam, pois pode influenciar negativamente na avaliação de qualidade pelos hóspedes.
	Vasos sanitários com descarga dupla	Sim	Em alguns apartamentos recentemente reformados, os sanitários já foram trocados por esse modelo mais econômico.
	Reuso de água	Sim	Recolhem a água que ainda pode ser útil para reutilizar em processos internos do hotel.
	Tratamento de águas	Não	Não possuem estação de tratamento própria.
	Uso de água residual tratada para irrigação de jardins	Sim	Um dos destinos da água coletada para reuso é a irrigação dos jardins.
	Utilização de equipamentos econômicos	Sim	São utilizados alguns equipamentos classificados como econômicos (selos do INMETRO)
<b>Energia</b>	Uso de energia solar	Sim	Utilizam placas solares, responsáveis apenas pelos aquecimentos dos chuveiros dos apartamentos. Quando não são suficientes são ligados os disjuntores de energia elétrica.
	Sistema de controle e poupança de energia	Sim	Sistemas de sensores de presença para lâmpadas.
	Utilização de lâmpadas eficientes	Sim	São utilizadas lâmpadas econômicas fluorescentes.
<b>Produtos e resíduos</b>	Reciclagem de resíduos	Sim	Possuem vínculo com cooperativas que fazem a coleta dos resíduos sólidos, eletrônicos e óleos utilizados no hotel.
	Utilização de produtos de limpeza ecológicos	Não	Não fazem uso desse tipo de produto.
	Utilização de papel reciclado	Não	Não fazem uso desse tipo de produto.
	Coleta seletiva de resíduos sólidos	Sim	Os resíduos são separados por um colaborador e destinados de maneira correta. Não existem lixeiras seletivas no ambiente.
	Tratamento de efluentes	Não	Não possuem estação de tratamento de seus efluentes.
<b>Colaborado-res e comunidade</b>	Educação ambiental	Não	Não realizam atividades do tipo.
	Organização de atividades ambientais	Não	Não realizam atividades do tipo.
	Apoio a (ONGs) ambientais	Sim	Possuem parceria com as cooperativas de reciclagem.
	Apoio à comunidade local	Sim	As cooperativas são locais, e tem ligação direta com a comunidade. Não são realizadas outras atividades ligadas a esse público.

Fonte: Alterações feitas pela autora com base em: Colombo e Salgado (2015), com base em Mensah (2006), Erdogan e Baris (2007), López-Gamero et al. (2009), Borchardt, Wendt, Sellitto e Pereira (2010), Barbieri (2011), dias (2011), Seiffert (2011) e Ladeira, Maehler e Nascimento (2012).

## 5.2. Revisão das dimensões estratégicas ambientais utilizadas por hotéis

Para Colombo e Salgado (2015), as dimensões estratégicas são meios de minimizar os impactos ambientais causados pelas organizações. Essas práticas ou ações ambientais são estabelecidas pelos SGA's e comumente são encontradas em hotéis, além disso, podem atuar como linhas de ações de modo a operacionalizar um sistema de gestão ambiental.

As estratégias foram divididas em quatro dimensões sendo elas: consumo de água, consumo de energia, produtos e resíduos sólidos, e colaboradores e comunidade. A seguir elas serão explanadas de maneira mais ampla, a se fazer entender melhor cada etapa de análise.

### I. Consumo de água

Esta dimensão tem como objetivo estabelecer estratégias para minimizar o desperdício no consumo de água. Pode-se observar que o Hotel X faz uso de algumas dessas estratégias, sendo elas:

- **Economia de água:** realiza nos ambientes internos do hotel. A estratégia não é utilizada nos apartamentos pois pode influenciar negativamente na percepção dos clientes sobre as acomodações.
- **Utilização de chuveiros de baixo fluxo e aeradores nas pias:** Do mesmo modo ocorre com esse método, e não é utilizado pois pode diminuir a percepção de qualidade dos clientes.
- **Vasos sanitários com descarga dupla:** Após reformas feitas em alguns apartamentos, os vasos sanitários foram trocados por modelos mais recentes, que possuem a descarga dupla. Acredita-se que mais adiante, conforme forem sendo feitas as reformas, todas as acomodações terão esse tipo de o sistema de economia.
- **Reuso de água:** É feito recolhimento da água de ambientes internos e que ainda pode ser útil para o consumo em outras atividades sem necessidade de tratamento.
- **Tratamento de águas:** Não possuem nenhum tipo de estação de tratamento interna pelo custo elevado de se adquirir equipamentos, estrutura e mão de obra qualificada para atividade.
- **Uso de água residual tratada para irrigação de jardins:** Uma das destinações da água recolhida no tópico de reuso é a irrigação dos jardins, além de ser utilizada para limpeza de áreas comuns e banheiros do hotel.

- **Utilização de equipamentos econômicos:** Segundo a gerencia, são utilizados aparelhos econômicos, mas não foi informado por quais parâmetros os aparelhos são classificados.

## II. Consumo de energia

Quanto ao consumo de energia, temos as seguintes estratégias de mitigação de desperdícios:

- **Uso de energia solar:** o hotel faz uso de placas solares, mas a energia destas é revertida para uso exclusivo do aquecimento dos chuveiros dos apartamentos. Ainda assim, quando a captação das placas não é suficiente, são ligados os disjuntores de energia elétrica.
- **Sistema de controle e poupança de energia:** é utilizado o sistema de sensores nos ambientes, além de alertas didáticos de conscientização nos apartamentos.
- **Utilização de lâmpadas eficientes:** são utilizadas nos ambientes do hotel lâmpadas fluorescentes, consideradas de consumo eficiente.

## III. Produtos e resíduos

Nas estratégias de produto e resíduos, as organizações devem ter atenção ao ciclo de vida de produtos, principalmente quanto a seu descarte, assegurando que seja feito conforme as normas de preservação do meio ambiente.

- **Reciclagem de resíduos:** o hotel possui vínculo com cooperativas locais, que fazem a coleta dos resíduos sólidos, aparelhos eletrônicos e também de óleos residuais da cozinha do hotel periodicamente. É muito importante para o hotel que seja feita essa coleta, evitando que grande quantidade de resíduos seja descartada incorretamente no meio ambiente.
- **Utilização de produtos de limpeza ecológicos:** não fazem uso desse tipo de produto, por não possuírem conhecimento sobre utilização de produtos ecológico alternativos. Pode-se sugerir que sejam feitas pesquisas quanto ao uso desses produtos e seus benefícios, e gradualmente sejam inseridos nas atividades do hotel, chegando a substituição completa dos produtos tradicionais pelos ecológicos.
- **Utilização de papel reciclado:** Também não fazem uso de papel reciclado em nenhum dos ambientes do hotel. É interessante que seja feita progressivamente o uso do papel reciclado, mesmo que esse seja focado nos processos internos. Atualmente

existe uma gama de papeis que não deixam a desejar na qualidade e que possuem certificação de contribuição efetiva para a mitigação de impactos negativos.

- **Coleta seletiva de resíduos sólidos:** Segundo a gerente do hotel, é feita a coleta seletiva, porém é realizada por um colaborador, responsável pela separação e destinação final correta dos resíduos. Não há em nenhum ambiente do hotel lixeiras seletivas. É sugerível que sejam utilizadas lixeiras seletivas nos ambientes comuns do hotel, de modo que contribuam para a facilidade na seleção e separação dos resíduos. Há modelos de lixeiras que não “agridem” visualmente o ambiente e cumprem com sua função.
- **Tratamento de efluentes:** Não tem estações de tratamento de efluentes pelo elevado custo de instalação de estação desse modelo.

#### IV. Colaboradores e comunidade

Esse ponto diz respeito a organização como agente na comunidade local, agindo através de ações conscientes e solidas de responsabilidade ambiental e social.

- **Educação ambiental:** Não existe nenhum tipo de atividade ligada a educação ambiental no hotel X. Sabe-se que a educação ambiental empresarial ainda pode ser considerada “improdutiva”, e parar o trabalho para realizar atividade desse cunho sejam pesarasas. Porém, só se pode chegar a resultados de gestão ambiental satisfatórios quando todos os colaboradores estão engajados. Assim, é importante reforçar que sejam feitas ações de educação ambiental na empresa. Existem consultorias, atividades de extensão, cursos ligados a área que podem ser uma opção de inserção da educação ambiental na empresa.
- **Organização de atividades ambientais:** Também não é feita nenhuma ação por parte do hotel quanto a atividades de cunho ambiental.
- **Apoio a (ONGs) ambientais:** A gerencia considera que existe apoio, já que possui vínculo com cooperativas locais de coleta e reciclagem de resíduos.
- **Apoio à comunidade local:** Também é visto como apoio a comunidade local, já que as ONGs são ligadas a comunidade. Porém, não são realizadas outras atividades direcionadas a esse público. É interessante que se fomentem projetos junto a escolas, a outras ONGs que possibilitem uma participação mais satisfatória junto a comunidade.

Deste modo, após a análise conjunta das atividades já realizadas pelo hotel dentro das dimensões estratégicas de ações sustentáveis pode-se constatar que é o posicionamento

ambiental do Hotel X é positivo, pois a estrutura que o hotel oferece é favorável a gestão sustentável das atividades. É notório que o conhecimento sobre as estratégias pelos gestores é limitado, e para ser posta em prática a gestão ambiental no hotel, requer um trabalho conjunto de conscientização e engajamento dos colaboradores como um todo.

A comunicação e demonstração dos resultados positivos que são possíveis com esse modelo de gestão, devem ser entendidas e inseridas no hotel, englobando de suas atividades cotidianas a seu planejamento a longo prazo. É importante ressaltar o fundamental auxílio de profissionais especializados que possam dar apoio ao Hotel X na melhoria de suas ações ambientais.

## 6. Considerações Finais

O hotel X apresentou um contexto favorável a explanação desta pesquisa sobre a avaliação do posicionamento ambiental em meios de hospedagem. O posicionamento do hotel é favorável a gestão sustentável e contribuíram para que os objetivos traçados neste estudo fossem alcançados com uma boa margem de êxito.

Pode-se identificar a conjuntura da questão ambiental nos meios de hospedagem e seus impactos para a sociedade, além de analisar a possibilidade de o hotel em questão aprofundar suas atividades de gestão sustentável através da implantação de estratégias a partir dos esforços já realizados.

É notável através do que foi constatado que as ações realizadas nas dimensões de consumo de água e energia possuem um bom desempenho no Hotel X, podendo trazer ótimos resultados na redução de custos operacionais. Porém as atividades ligadas a gestão de resíduos e a participação dos colaboradores e comunidade local são passíveis de mais atenção. Nessa condição, foram dadas algumas sugestões de ações que podem ser postas em prática, e cabe aos gestores do hotel considerarem essas sugestões e planejarem sua implementação a médio e longo prazo.

Ademais, este trabalho contribui para um campo de estudo que ainda requer bastante atenção e participação da academia como fomentadora das boas práticas ambientais por meio das organizações, mostrando que é possível haver sustentabilidade, estratégia e vantagem competitiva no meio empresarial.

Assim, pode-se sugerir para estudos futuros: 1. Uma avaliação da implementação das atividades sugeridas; 2. uma avaliação por outras estratégias de cunho ambiental; 3. Aplicação do estudo em outros meios de hospedagem.

## Referencias

- BERNARDES, J. A.; FERREIRA, F. P. M. Sociedade e natureza. In: CUNHA, S. B.; GUERRA, A. J. T. **A questão ambiental: diferentes abordagens**. Rio de Janeiro: Bertrand, 2007. cap. 1, p. 17-42
- Blog da Gabriela Otto - **A história e futuro dos hotéis**. Disponível em: <<http://gabrielaotto.com.br/blog/3605-2/>>. Acesso em: 26 de setembro 2018.
- BORGES, F. H.; TACHIBANA, W. K. **A Variável Ambiental e as Organizações: Um estudo de caso**. Pontifícia Universidade de São Paulo - PUC-CAMPINAS. São Paulo.
- CÂNDIDO, Í. V., VIEIRA, E. **Gestão de Hotéis: técnicas, operações e serviços**. EDUCS, Caxias do Sul, 2003 (Coleção Hotelaria).
- Centro europeu profissões e idiomas - Breve história da hotelaria. Disponível em: <<http://centroeurop.eu.com.br/blog/breve-historia-da-hotelaria/>>. Acesso em: 26 de setembro de 2018.
- CERVO, A. L., BERVIAN, P. A., & SILVA, R. (2006). **Metodologia científica** (6a ed.). São Paulo: Pearson Prentice Hall.
- CHAN, E. S. W., & HAWKINS, R. (2010). **Attitude towards EMSs in an international hotel: an exploratory case study**. International Journal of Hospitality Management, 29, 641-651.
- COLOMBO, R.C.; C. C. R. SALGADO. **Sistema de gestão ambiental no Verdegreen Hotel – João Pessoa/PB: um estudo de caso sob a perspectiva da Resource-Based View**. 2015. Rev. Adm. Mackenzie. São Paulo, SP. set./out. 2015.
- DIAS, R.; PIMENTA, M. A. **Gestão de Hotelaria e Turismo**. São Paulo: Pearson, 2005.
- DONAIRE, D. (1999). **Gestão ambiental na empresa**. 2.ed. São Paulo: Atlas.
- GAZONI, J. L. Sustentabilidade em meios de hospedagem. In: DIAS, R.; PIMENTA, M. A. (Org.). **Gestão de Hotelaria e Turismo**. 1ed.São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005, v, p. 96-126.
- HAYES, D. K.; NINEMEIER, J. D. **Gestão de Operações Hoteleiras**. São Paulo: Pearson, 2005.
- LOURES, R. C. da R. **Sustentabilidade XXI: educar e inovar sob uma nova consciência**. São Paulo: Gente, 2009
- LOZANO, M.; VALLÉS, J. **An analysis of the implementation of environmental management system in a local public administration**. Journal of Environment Management 82, 2007, p. 495-511.
- MACHADO, G. S. **Implantação de um sistema de gestão ambiental (SGA) em uma concessionária de veículos**. 2011. Trabalho de Conclusão de Curso (Pós-Graduação em Economia e Meio Ambiente com Ênfase em Negócios Ambientais). Universidade Federal do Paraná – UFPR. PARANÁ, 2011.

MALHOTRA, N. K. (2006). **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada** (6a ed.). Porto Alegre: Bookman.

Métodos de pesquisa / [organizado por] Tatiana Engel Gerhardt e Denise Tolfo Silveira; coordenado pela Universidade Aberta do Brasil – UAB/UFRGS e pelo Curso de Graduação Tecnológica – Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural da SEAD/UFRGS. – Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

ORSATO, R. J. **Posicionamento Ambiental Estratégico: Identificando Quando vale a pena investir no verde**. REAd – Edição Especial, Vol. 8 No. 6, nov-dez 2002.

ROHRICH, S. S.; CUNHA, J. C. (2004) - **A proposição de uma taxonomia para a análise da gestão ambiental no Brasil**. Revista de Administração Contemporânea (RAC), Curitiba: Anpad, v.8, n.4, p.86-95, 2004.

SANCHES, C. S. - **Gestão Ambiental Proativa**. Revista de Administração de Empresas, São Paulo, v.40, n.1, p. 76-87, jan-mar. 2000.

SEIFFERT, M. E. B. **ISO 14.001 Sistemas de Gestão Ambiental – Implantação objetiva e econômica**. 3ª Edição, Editora Atlas, São Paulo, 2010.

YIN, R. K. (2005). **Estudo de caso: planejamento e métodos** (3a ed.). Porto Alegre: Bookman