

Débora Moura de Castro

Hotelaria sustentável: Uma análise sobre a utilização de práticas sustentáveis nos hotéis da região do Algarve.



UNIVERSIDADE DO ALGARVE

FACULDADE DE ECONOMIA

2022

Débora Moura de Castro

Hotelaria sustentável: Uma análise sobre a utilização de práticas sustentáveis nos hotéis da região do Algarve.

Mestrado em Gestão, Empreendedorismo e Inovação

Trabalho efetuado sob a orientação da Professora Doutora Sílvia Fernandes



UNIVERSIDADE DO ALGARVE

FACULDADE DE ECONOMIA

2022

Hotelaria sustentável: Uma análise sobre a utilização de práticas sustentáveis nos hotéis da região do Algarve.

Declaração de Autoria de Trabalho

Declaro ser a autora deste trabalho, que é original e inédito. Autores e trabalhos consultados estão devidamente citados no texto e constam da listagem de referências incluída.

(Débora Moura de Castro)

.....

(assinatura)

Direitos de cópia ou Copyright © Copyright: Débora Moura de Castro. A Universidade do Algarve tem o direito, perpétuo e sem limites geográficos, de arquivar e publicitar este trabalho através de exemplares impressos reproduzidos em papel ou de forma digital, ou por qualquer outro meio conhecido ou que venha a ser inventado, de o divulgar através de repositórios científicos e de admitir a sua cópia e distribuição com objetivos educacionais ou de investigação, não comerciais, desde que seja dado crédito ao autor e editor.

Dedicatória e Agradecimentos

A elaboração desta dissertação não teria sido possível sem o estímulo e o empenho de diversas pessoas. Por isso, gostaria de expressar a minha gratidão e apreço a todos aqueles que, direta ou indiretamente, contribuíram para que este trabalho se tornasse uma realidade. A todos quero manifestar os meus sinceros agradecimentos:

- Professora Doutora Sílvia Fernandes pela incansável dedicação, competência e orientação, corrigindo e solucionando as dúvidas que surgiram ao longo de todo o percurso e, a todos os docentes do Mestrado de Gestão, Empreendedorismo e Inovação da Universidade do Algarve que comigo se cruzaram e me auxiliaram durante esta jornada académica.

- À minha família, essencialmente à minha mãe, meu marido e meu filho por todo o sacrifício, paciência, carinho e apoio incondicional que permitiram a concretização desta nova etapa.

Resumo

A sustentabilidade no turismo é um caminho sem volta e assumido com crescente consciência pelos agentes do setor, à escala mundial. Existe uma crescente preocupação com o estado do planeta que proporciona uma reflexão maior sobre as ações humanas no quotidiano que, neste sentido, devem minimizar os impactos negativos por meio de práticas mais sustentáveis.

Este trabalho pretende analisar a sustentabilidade na hotelaria 5 estrelas da região do Algarve, determinando como os hotéis comunicam o seu comportamento sustentável nos seus websites, quais são as práticas sustentáveis mais adoptadas, quais são os principais motivadores e os principais obstáculos.

Através da revisão de literatura foi possível obter a base teórica para o trabalho, servindo como meio os conceitos abordados ao longo desta dissertação e dando significado às questões abordadas.

De forma a responder às questões de investigação, este estudo utilizou metodologias qualitativa e quantitativa. Na parte qualitativa, realizou-se observações nos websites próprios dos hotéis e nos sites de reserva hoteleira. Na quantitativa, utilizou-se um questionário e as práticas sustentáveis divulgadas pelos hotéis no site Booking.com.

Os resultados finais evidenciam que as unidades hoteleiras investigadas têm procurado integrar as práticas sustentáveis como estratégia de negócio. Relativamente a comunicação sustentável online, foi possível perceber que existe pouca divulgação nos websites próprios. Porém, no motor de busca Booking.com, que é um ambiente de concorrência, essa percentagem eleva-se consideravelmente. No que diz respeito a práticas sustentáveis, as principais áreas de intervenção são: gestão energética, gestão hídrica, gestão de resíduos e responsabilidade social. Verifica-se que as práticas mais populares implementadas são também as menos dispendiosas. Os principais motivadores para a implementação de práticas sustentáveis é a responsabilidade ambiental, seguida da visão estratégica e ganho de eficiência. Embora o principal obstáculo apontado continue a ser o custo elevado de investimento, a falta de pessoal qualificado e bloqueios técnicos também constituem constrangimentos para adopção de práticas mais eficientes e eficazes.

Assim, com a realização desta investigação, espera-se dar um contributo para que as unidades hoteleiras possam introduzir novas práticas de sustentabilidade, seja por adotarem uma gestão mais eficiente ou introduzirem inovações nas suas operações.

Palavras-chave: Sustentabilidade, Práticas Sustentáveis, Hospitalidade, Gestão Hoteleira, Algarve.

Abstract

Sustainability in tourism is a path of no return and assumed with increasing awareness by agents in the sector, on a global scale. There is a growing concern with the state of the planet, which provides a greater reflection on human actions in everyday life, which, in this sense, must minimize negative impacts through more sustainable practices.

This work intends to analyze sustainability in 5-star hotels in the Algarve region, determining how hotels communicate their sustainable behavior on their websites, which are the most adopted sustainable practices, what are the main motivators and the main obstacles.

Through the literature review it was possible to obtain the theoretical basis for the work, serving as a means of the concepts approached throughout this dissertation and giving meaning to the issues addressed.

In order to answer the research questions, this study used qualitative and quantitative methodologies. In the qualitative part, observations were made on the hotels' own websites and hotel reservation sites. In the quantitative, we used the questionnaire survey and the sustainable practices disclosed by the hotels on the Booking.com website.

The final results show that the investigated hotel units have sought to integrate sustainable practices as a business strategy. Regarding sustainable online communication, it is possible to perceive that there is little disclosure on their own websites. But in the Booking.com search engine, which is a competitive environment, this percentage rises considerably. Regarding sustainable practices, the main areas of intervention are energy management, water and waste management, and social responsibility. The most popular practices implemented are also the least expensive. Main motivators for implementing sustainable practices is environmental responsibility, followed by strategic vision and efficiency gains. This highlights the double advantage, as it allows saving resources at the same time as increasing profitability (by reducing expenses). Although the main obstacle pointed out continues to be high cost of investment, the lack of qualified personnel and technical obstacles also constitute constraints to the adoption of more efficient and effective practices.

Thus, with the accomplishment of this research, it is expected to make a contribution so that hotel units can introduce new sustainability practices, either by adopting more efficient management or introducing innovations in their operations.

Keywords: Sustainability, Sustainable Practices, Hospitality, Hotel Management, Algarve.

Índice Geral

ÍNDICE DE FIGURAS	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xii
ÍNDICE DE TABELAS.....	xiii
LISTA DE ABREVIATURAS E ACRÔNIMOS	xiv
CAPÍTULO 1. INTRODUÇÃO	1
1.1 Contexto e Problemática.....	1
1.2 Objetivos do Estudo.....	1
1.3 Estrutura da Dissertação	2
CAPÍTULO 2. REVISÃO DE LITERATURA.....	3
2.1 Contexto.....	3
2.2 Sustentabilidade na Hotelaria	7
2.3 Dimensões da Sustentabilidade	11
2.4 Sustentabilidade na Perspetiva do Cliente	12
2.5 Hospitalidade e Compromisso Sustentável.....	13
2.6 Hotelaria Sustentável: Exemplos de Boas Práticas.....	15
2.6.1 Consumo Energético.....	15
2.6.2 Sistemas AVAC.....	18
2.6.3 Consumo de Água e Energia	21
2.6.4 Alimentação e Bebidas	26
2.6.5 Resíduos.....	27
2.6.6 Responsabilidade Social Corporativa	28
2.6.7 Relatório de Sustentabilidade	29
CAPÍTULO 3. ESTUDO SOBRE OS HOTÉIS 5 ESTRELAS DO ALGARVE.....	31
3.1 Metodologia.....	31
3.2 Universo e amostra	38

3.3 Desenvolvimento da pesquisa.....	39
3.3.1 Primeiro objetivo	39
3.3.2 Segundo objetivo	40
3.3.3 Terceiro objetivo e quarto objetivo.....	42
CAPÍTULO 4. RESULTADOS E DISCUSSÃO	43
4.1 Primeiro Objetivo	43
4.2 Segundo objetivo	49
4.3 Terceiro objetivo.....	54
4.4 Quarto objetivo	56
CAPÍTULO 5. CONCLUSÃO	59
5.1 Limitações do estudo	60
5.2 Contribuições do estudo.....	61
5.3 Propostas para futuros trabalhos	61
Referências Bibliográficas.....	62
ANEXO 1	70
APÊNDICE 1.....	72
APÊNDICE 2.....	78

ÍNDICE DE FIGURAS

CAPÍTULO 2

- 2.1 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS)..... 3
- 2.2 As três dimensões da sustentabilidade..... 11

CAPÍTULO 3

- 3.1 Metodologia do Objetivo 1 – Análise do Compromisso sustentável nos websites .. 31
- 3.2 Filtro Sustentabilidade 40

CAPÍTULO 4

- 4.1 Exemplo de website que comunica seu comportamento sustentável 44

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CAPÍTULO 2

2.1 Capacidade de alojamento nos estabelecimentos hoteleiros (Portugal)	6
2.2 Contributo do PIB do Algarve para o PIB nacional (%)	6
2.3 Consumo de Energia Final.....	16
2.4 Emissão de Gases de Efeito de Estufa	16
2.5 Distribuição Média de Consumo de Energia (num hotel)	17
2.6 Uso final de água nos hotéis	21

CAPÍTULO 4

4.1 Presença sustentável em websites próprios	44
4.2 Análise do posicionamento sustentável no site de busca Booking.com.....	47
4.3 Práticas de gestão do consumo energético e emissão de gases de efeito estufa	49
4.4 Práticas de gestão do consumo hídrico	51
4.5 Práticas de gestão de resíduos.....	52
4.6 Práticas de Responsabilidade Social.....	54
4.7 Principais Motivadores para adoção de práticas sustentáveis	55
4.8 Principais Obstáculos para a implementação de práticas sustentáveis	57

ÍNDICE DE TABELAS

CAPÍTULO 2

2.1 Compromisso para o Crescimento Verde (em Portugal)	5
2.2 Pilares da Sustentabilidade Empresarial	14
2.3 Boas Práticas de Iluminação	17
2.4 Boas Práticas AVAC	19
2.5 Boas Práticas - Quartos	20
2.6 Boas Práticas - Água e Energia Geral.....	22
2.7 Boas Práticas - Cozinha	23
2.8 Boas Práticas - Lavandarias	24
2.9 Boas Práticas - Jardins e Espaços Exteriores.....	25
2.10 Boas Práticas - Alimentação e Bebidas	26
2.11 Boas Práticas - Resíduos.....	27
2.12 Boas Práticas - Responsabilidade Social	28

CAPÍTULO 3

3.1 Estrutura do questionário	33
3.2 Fundamentação teórica dos objetivos	34

CAPÍTULO 4

4.1 Informações apresentadas nos websites.....	45
4.2 Tipos de Compromissos apresentados no site de busca Booking.com.....	48
4.3 Presença Sustentável online consolidada.....	48

LISTA DE ABREVIATURAS E ACRÔNIMOS

- AVAC - Ventilação Aquecimento e Ar-condicionado
- CCDR Algarve - Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve
- CCV - Compromisso para o Crescimento Verde
- CI - Inteligência Competitiva
- ERSE - Entidade Reguladora dos Serviços Energéticos
- GEE - Gases de Efeito Estufa
- GRI - Global Reporting Initiative
- INE - Instituto Nacional de Estatística
- LED - Light Emitting Diode
- OBSERVE - Observatório da Sustentabilidade da Região do Algarve para Turismo
- ODS - Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
- ONU - Organização das Nações Unidas
- PIB – Produto Interno Bruto
- RSC – Responsabilidade Social Corporativa
- TBL - Triple Bottom Line
- UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura
- WCED - Comissão Mundial para o Ambiente e Desenvolvimento

CAPÍTULO 1. INTRODUÇÃO

1.1 Contexto e Problemática

O turismo é um dos motores globais de desenvolvimento. Com um bom planeamento e gestão, o turismo pode ser uma força positiva, trazendo benefícios para destinos. Se mal planeado e administrado, o turismo pode ser um motor para degradação.

A atividade de destaque do turismo é a hotelaria e tem o papel de planear a sustentabilidade nos âmbitos social, ambiental e económico.

Muito além da falta de consenso sobre a sustentabilidade no mundo dos negócios, existe um desacordo entre executivos quanto à motivação para a sustentabilidade empresarial. Para alguns executivos, é um requisito moral; para outros, uma exigência legal e ainda para alguns outros, a sustentabilidade é percebida como um custo inerente ao facto de se fazer negócios, um ‘mal’ necessário para se manter a legitimidade e o direito de a empresa funcionar. Algumas empresas têm começado a tratar a sustentabilidade como uma oportunidade de negócio, abrindo caminho para a diminuição de custos e riscos, ou até mesmo elevando os seus rendimentos e a sua participação de mercado por meio de práticas inovadoras.

Embora na teoria, todos concordem com a adoção de medidas ambientalmente sustentáveis, aparentemente na prática parece que elas não estão a funcionar tão bem. Este trabalho irá investigar o conhecimento, o compromisso e utilização de práticas ambientalmente sustentáveis na hotelaria 5 estrelas da região do Algarve.

1.2 Objetivos do Estudo

O objetivo dessa dissertação é aprofundar a investigação sobre o tema sustentabilidade na hotelaria, identificando as boas práticas existentes no mercado e aferir as principais ações que estão sendo realizadas pelos hotéis de categoria 5 estrelas da região do Algarve.

Mais concretamente, pretende-se perceber:

- 1) Demonstração do compromisso sustentável através de seus websites;
- 2) Quais são as práticas sustentáveis mais populares na hotelaria cinco estrelas no Algarve;
- 3) Quais são os principais motivadores à implementação de medidas sustentáveis;
- 4) Quais são os principais obstáculos à implementação de medidas sustentáveis.

1.3 Estrutura da Dissertação

A presente dissertação está estruturada em cinco capítulos. O Capítulo 1 tem o início na introdução em que são apresentados a importância do estudo através do contexto e problemática, os objetivos a alcançar e a estrutura da dissertação. No Capítulo 2 apresenta-se a revisão da literatura que possibilitou avaliar o estado da arte referente ao tema, onde foram abordados os conceitos de Sustentabilidade, as boas práticas existentes para os três pilares (Económico, Social e Ambiental) e a importância do relatório de sustentabilidade. O Capítulo 3 apresenta o estudo sobre os Hotéis de 5 estrelas do Algarve, a metodologia e as técnicas de investigação. No Capítulo 4 são expostos os resultados e discussões decorrentes dos dados recolhidos com a investigação e no Capítulo 5, encontram-se a conclusão, limitações de estudo, contribuições e sugestões para pesquisas futuras.

CAPÍTULO 2. REVISÃO DE LITERATURA

2.1 Contexto

O conceito de desenvolvimento sustentável foi proposto no relatório Brundtland pela Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento. Neste documento, de 1987, considera-se sustentável o desenvolvimento que satisfaz as necessidades presentes sem comprometer a capacidade das gerações futuras de suprir suas próprias necessidades. É o desenvolvimento que não esgota os recursos para o futuro (WCED, 1987).

A Assembleia Geral das Nações Unidas definiu, em 2015, a agenda 2030 para o desenvolvimento sustentável e com ela os Objetivos de Desenvolvimento Sustentáveis (ODS). São 17 os objetivos e 169 as metas mediante as quais os estados, a sociedade civil e o setor privado podem se guiar e medir as suas contribuições para o desenvolvimento sustentável até 2030. O resultado esperado desse trabalho conjunto de governos e cidadãos de todo o mundo é que seja desenvolvido um novo modelo global para acabar com a pobreza, promover a prosperidade e o bem-estar de todos, proteger o ambiente e combater as alterações climáticas (Unesco Portugal, 2020).

Figura 2.1 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS)



Fonte: Unesco Portugal (2020)

O Turismo pode contribuir direta e indiretamente para todos os objetivos, mas mais concretamente para os objetivos 8, 12 e 14 que estão relacionados com o desenvolvimento económico inclusivo e sustentável, o consumo e a produção sustentável e o uso sustentável dos oceanos e dos recursos marinhos (Turismo de Portugal, 2020).

Em consonância com isso, o desenvolvimento do turismo sustentável é definido como uma atividade que leva plenamente em conta sua condição atual e o seu futuro económico, social e ambiental, abordando, de forma adequada, as necessidades dos visitantes, da indústria e do meio ambiente e comunidades anfitriãs (Abdou, Hassan & Moustafa, 2020).

Na construção da Estratégia para o Turismo 2027, Portugal decidiu se posicionar como um dos destinos mais competitivos e sustentáveis do mundo, num forte compromisso na concretização dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável definidos pelas Nações Unidas.

O setor do turismo é uma atividade económica fundamental para a geração de riqueza e emprego. Nos últimos 9 anos, o país registou uma taxa de crescimento médio anual de 7,2% nas dormidas o que se traduz num aumento de 37 milhões de dormidas em 2010 para 70 milhões de dormidas, em 2019, o maior valor de que há registo. Observou-se igualmente nas receitas turísticas uma taxa média de variação anual de 10,3%, nos últimos 9 anos, o que permitiu que de 7,6 mil milhões de receitas em 2010 o aumento fosse para 18,4 mil milhões em 2019. Em 2020, como efeito da pandemia por COVID-19, o peso do turismo no PIB nacional desceu para metade de 2019 para 2020 e representou 8% do PIB (Turismo de Portugal, 2021).

O Compromisso para o Crescimento Verde (CCV), documento estratégico que promove uma transformação estrutural do modelo de desenvolvimento, pretende por um lado conciliar o crescimento económico com a utilização eficiente de recursos, a proteção ambiental e a justiça social e, por outro, posicionar Portugal como uma das principais referências mundiais do crescimento verde. O CCV estabelece sete iniciativas para a área de intervenção no Turismo, conforme a tabela 2.1 (Coligação para o Crescimento Verde, 2015).

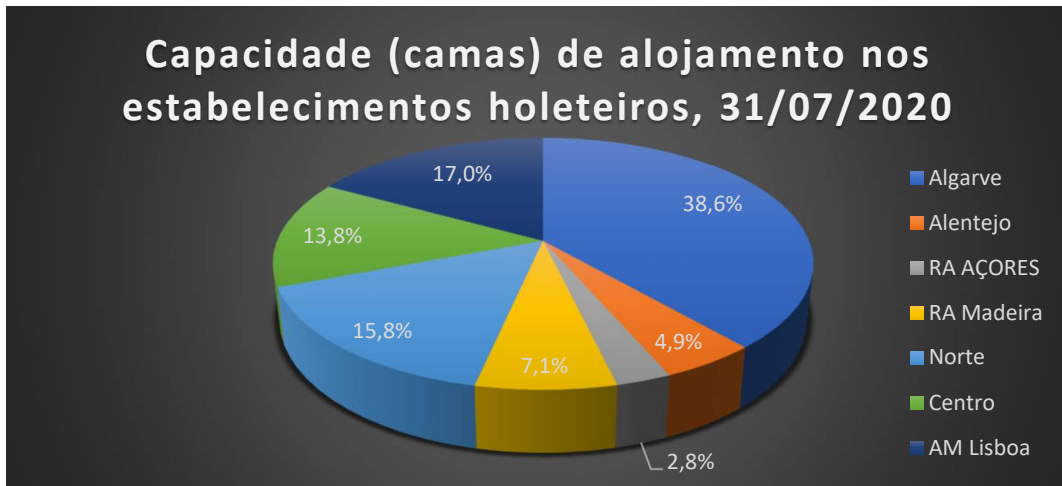
Tabela 2.1 Compromisso para o Crescimento Verde (em Portugal)

1. Posicionar Portugal como um destino turístico mundial de referência no cumprimento dos princípios do desenvolvimento sustentável, suportado em características distintivas e inovadoras do País
2. Replicação de processos através do reconhecimento da mais-valia de recursos naturais, procurar validação no quadro de referência internacional independente, promover a atratividade turística do País
3. Estruturar e aumentar a oferta de turismo de natureza, melhorando as condições de visitação e a formação dos recursos humanos
4. Desenvolver e implementar marcas de serviços destinadas a distinguir os estabelecimentos de hotelaria e restauração que cumpram critérios de sustentabilidade
5. Melhoria da qualidade ambiental dos empreendimentos turísticos
6. Apostar na recuperação dos monumentos e edifícios classificados e sua integração nos roteiros turísticos
7. Promover a oferta de serviços no âmbito do Turismo Azul, em particular ligados ao mergulho e à observação de espécies

Fonte: Coligação para o Crescimento Verde (2015)

O Algarve, região da presente investigação, fica localizado no sul de Portugal, possui 4.996,79 km² de área total, sendo composta por 16 concelhos (INE, 2020). É um importante destino turístico internacional e possui a maior percentagem de camas em estabelecimentos hoteleiros de Portugal, conforme o gráfico 2.1 (INE, 2021).

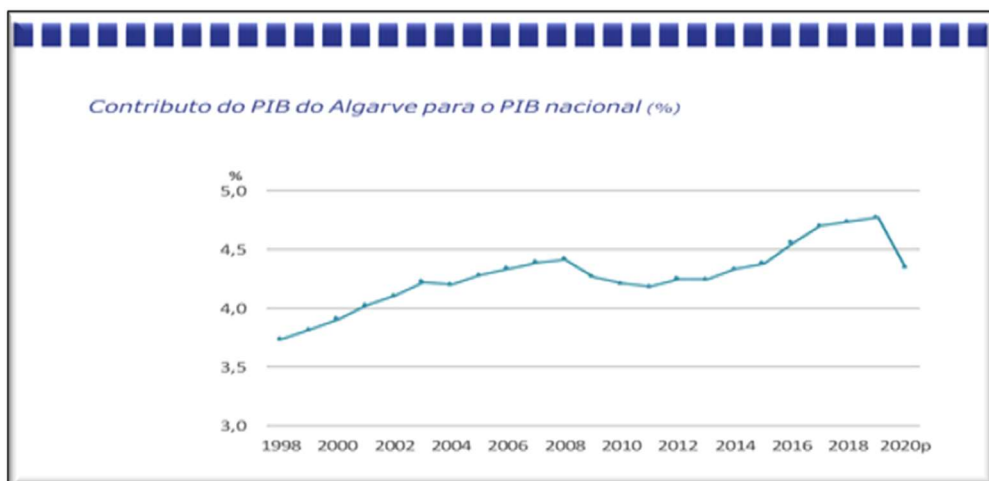
Gráfico 2.1 Capacidade de alojamento nos estabelecimentos hoteleiros (Portugal)



Fonte: INE (2021)

A base económica é quase exclusivamente dependente do Turismo, o que comprovamos através das variações nas contas regionais (gráfico 2.2), que refletiram o fortíssimo impacto da pandemia com uma diminuição do Produto Interno Bruto (PIB) regional em 16,7%, em termos homólogos, e diminuindo o peso relativo do PIB da região em relação ao país de 4,8% para 4,4% (CCDR Algarve, 2020).

Gráfico 2.2 Contributo do PIB do Algarve para o PIB nacional (%)



Fonte: CCDR Algarve (2020)

A região possui um Observatório da Sustentabilidade para o Turismo - OBSERVE, o qual irá pesquisar e avaliar o desenvolvimento sustentável da região (situação e tendências), com base em indicadores que atendem às necessidades estratégicas dos principais usuários do sistema, e às implicações sociais e econômicas. O objetivo principal do projeto OBSERVE é fornecer soluções ambientais, econômicas, socioculturais e indicadores institucionais, a fim de apoiar o processo de tomada de decisão para um crescimento sustentável da região, fornecendo informações e contribuições significativas para o setor de turismo, o principal setor econômico da região (Farinha, Oliveira, Silva, Lança, Pinheiro e Miguel, 2019).

Os autores Farinha, Huertas, Pinheiro, Silva, Lança, Oliveira & Batista (2021) evidenciam uma perspectiva convergente em relação à sustentabilidade, nomeadamente nos recursos naturais e biodiversidade, segurança e cadeia de abastecimento. No entanto, não existe ainda uma uniformidade de todos os setores em relação às iniciativas de sustentabilidade. Essa percepção indica a necessidade de intervenção prioritária das autoridades locais.

Este estudo irá investigar o compromisso voltado para a sustentabilidade em instalações hoteleiras da região, a fim de identificar o nível de implementação das práticas de sustentabilidade.

2.2 Sustentabilidade na Hotelaria

Nas últimas décadas, o turismo tem experimentado um crescimento contínuo e diversificado, marcado por significativos impactos positivos e negativos nos setores econômicos, recursos naturais, culturais e relações sociais (Batle, Sintes & Moon, 2018).

A implementação da sustentabilidade corporativa na indústria da *hospitalidade* fornece um quadro de referência para as organizações pensarem para além dos seus acionistas e trabalharem com as partes interessadas em relação ao seu impacto na proteção ambiental, desenvolvimento econômico e igualdade social (Linneberg, Madsen & Nielsen, 2019).

A indústria hoteleira impacta fortemente no meio ambiente devido ao seu enorme consumo de água, energia e bens não duráveis junto com a descarga de grandes quantidades de resíduos brutos e sólidos. Se estes recursos não forem geridos de forma

adequada, eles terão um impacto negativo sobre o meio ambiente o que irá acrescentar custos operacionais à organização (Kim, Barber & Kim, 2019).

No entanto, isso não significa que todas as empresas hoteleiras sejam ‘predatórias’. Dependendo da sua gestão, as suas operações podem promover a preservação do meio ambiente, melhorando assim a qualidade de vida da comunidade local (Santos, Mexas, Meirino, Sampaio & Costa, 2020). É precisamente neste ponto que se foca o interesse do presente trabalho.

Nos últimos anos, surgiram muitas práticas de sustentabilidade para minimizar e/ou reduzir os impactos negativos. Tais estratégias verdes podem ajudar as empresas a tornarem-se um *condutor verde*, mas também a diferenciarem-se das suas concorrentes, não só beneficiando-se como também mudando a sua imagem corporativa (Chung, 2020).

Utilizar práticas verdes como vantagem competitiva pode auxiliar os operadores hoteleiros a tomar decisões estratégicas que irão melhorar a gestão técnica e ambiental dos hotéis. Muitos deles reconhecem que a adoção de práticas ecológicas não é apenas uma prática ética, mas também benéfica na redução de custos, aprimoramento da sua imagem, diferenciação de mercado e responsabilidade/inação social (Abdou et al., 2020).

O *Green Marketing* é uma poderosa ferramenta de divulgação dos hotéis. Afinal o esforço desenvolvido com as práticas sustentáveis deve ser conhecido pelos seus consumidores, e dessa forma pode estabelecer-se um vínculo mais forte entre a empresa hoteleira e o consumidor que, no final, impactará positivamente nos seus resultados (Mele, Gomez & Garay, 2019).

Corporações hoteleiras multinacionais, que participam ativamente em negócios internacionais, tornaram-se cientes da importância das divulgações de questões de responsabilidade social corporativa (RSC) e de sustentabilidade. Tal desenvolvimento foi impulsionado por públicos externos e endossados pelos internos. Reguladores financeiros em todo o mundo parecem abraçar a tendência internacional de divulgações sobre RSC e sustentabilidade, por empresas de capital aberto (Ng e Tavitiyaman, 2019).

A implementação dessas práticas nas empresas de turismo tem trazido resultados positivos, que se repercutem no bem-estar das comunidades locais, na proteção do meio

ambiente e no fornecimento de boas condições de trabalho para os seus funcionários (Hassan, Shehata, El-Dief & Salem, 2020). A divulgação dos dados financeiros e não financeiros nos seus relatórios anuais e questões como direitos humanos, emissões de carbono, finanças relacionadas ao risco climático e aos ODS das Nações Unidas, são cada vez mais relevantes na agenda de negócios (Miranda, Ortiz & Cardona, 2019).

Nas últimas décadas, a necessidade de melhorias tecnológicas, redução de custos e o alinhamento da estratégia de negócio com o meio ambiente possibilitou a expansão da *Inteligência Competitiva* (IC). A IC ajuda as organizações a detetarem novas oportunidades, criarem valor e melhorarem o seu desempenho (Salguero, Gámez, Fernández & Palomo, 2019). A utilização de soluções inovadoras, desenvolvidas para o mercado sustentável - a chamada inovação verde - afeta positiva e significativamente o desempenho ambiental. É também esperado que atendam as regulamentações governamentais mais facilmente e reduzam o desperdício e a poluição. Assim, ao mesmo tempo que protegem o meio ambiente, melhoram o seu perfil competitivo (Asadi, Pourhashemi, Nilashi, Abdullah, Samad, Yadegaridehkordi, Aljojo & Razali, 2020).

Para exemplificar a importância da implementação de novas tecnologias como facilitadoras de interconectividade entre o hotel e os turistas, pode citar-se o *check-in* virtual, bem útil no contexto pandémico (*contactless technology*), além de reduzir custos relacionados com trabalho, papel, impressora, tinta, entre outros (Foris, Crihălmean & Panoiu, 2020).

Um outro tema relevante é a necessidade de se adotar a ‘certificação verde’. Já existe uma série de padrões de certificação ecológica para o turismo sustentável, tais como: Green Globe, Green Key, Travelife, Earth Check e NEPCon. Um aspeto a frisar aqui é que, embora os turistas estejam cientes dos problemas ambientais, não consideram as práticas ambientais prioritárias na escolha de onde se hospedar por ainda não existir um padrão único e confiável de certificação, optando por hotéis convencionais (Foris, Crihalmean & Foris, 2020).

Por outro lado, a adesão às práticas sustentáveis por parte dos funcionários é um dos fatores de implementação mais importantes na atividade hoteleira. É necessário envolver o pessoal na sustentabilidade ambiental, através de treinamento, conscientização e informação relacionada (Cop, Alola & Alola, 2020). Isso é muito importante porque é mais benéfico assumir o conhecimento sobre sustentabilidade, em vez de apenas absorver

práticas introduzidas sem compreender os princípios inerentes (Oriade, Osinaike, Aduhene & Wang, 2021).

Assim, os hotéis não devem impor a utilização de medidas sustentáveis, mas sim criar um ambiente amigável para os colaboradores. Isso permitirá que a força de trabalho entenda as políticas de proteção ambiental dos hotéis e o comportamento ecológico, e façam das práticas de conservação ambiental uma prioridade (Ahmed, Guo, Qureshi, Raza, Khan & Salam, 2021). A comunicação ambiental tem um impacto quase igual ao da conservação de recursos e energia (Shashi, Cerchione & Bansal, 2019). Alguns estudos sugerem que o conteúdo da sustentabilidade deve ser assunto obrigatório no currículo de todas as instituições de *hospitalidade* - graduação e pós-graduação - incluindo uma forte motivação entre os alunos em estarem pessoalmente envolvidos com questões e práticas de sustentabilidade (Goh, Muskat & Tan, 2017).

As unidades hoteleiras praticam medidas sustentáveis em maior ou menor grau, mas poucas de fato contabilizam o resultado ambiental e social nos seus relatórios. Existe uma necessidade eminente de incluir essas informações que, posteriormente, servirão para padronizar as certificações das empresas hoteleiras (Risco, Merino & Luyo, 2020). A falta de padronização dos resultados da sustentabilidade no setor hoteleiro tem sido uma lacuna que precisa ser preenchida com urgência, para que seja possível identificar o nível de implementação dos hotéis já que alguns estão num estágio avançado e outros não. Um apoio fundamental para esse período de transição é o governamental, que pode oferecer incentivos e benefícios fiscais em reconhecimento dos esforços para sustentabilidade e do compromisso com a causa verde (Jaykumar, 2020).

Os autores Chan, E. S. W., Okumus, F. e Chan, W. (2018) categorizaram as barreiras de implementação de práticas sustentáveis em hotéis em três tipos principais: (1) Barreiras relacionadas ao produto, incluindo altos custos de investimento, altos custos de manutenção e possível risco de adoção; (2) Barreiras da indústria, incluindo informações técnicas, custos de capital, a configuração das operações atuais, pressões competitivas e regulamentos da indústria e (3) Barreiras organizacionais, incluindo atitudes dos funcionários, comunicação deficiente, práticas passadas e liderança inadequada da alta administração.

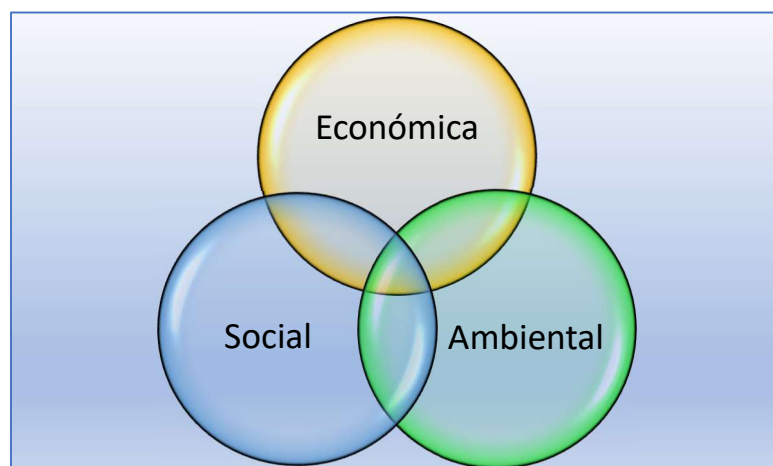
O compromisso com a sustentabilidade pela rede hoteleira tem sido mais pautado pela busca de ganhos de eficiência, que se expressam dentro dos modelos de negócio

existentes centrados no crescimento contínuo. Mas dessa maneira, a indústria está procurando um modelo “fraco” em vez de um modelo “forte” de sustentabilidade (Jones, Hillier & Comfort, 2013). A sustentabilidade na hotelaria é um importante campo de estudo que impacta diretamente no turismo, presente e futuro, pela implementação de boas práticas para que se possa estabelecer o equilíbrio entre a atividade, meio ambiente e comunidade local.

2.3 Dimensões da Sustentabilidade

A sustentabilidade é sustentada por três dimensões (figura 2.2), sendo isso referido como *Triple Bottom Line*. Esta terminologia (TBL) foi cunhada por John Elkington, em meados dos anos 90, e começou como uma estrutura contábil que se esforçou para incluir a dimensão ambiental e social na medição tradicional centrada em finanças do desempenho de negócio. A TBL, no entanto, não tem um método de relatório padronizado para medir holisticamente as três dimensões. É um desafio reconhecido quantificar e avaliar com precisão essas três dimensões, particularmente a ambiental e a social (Goh, Chong, Jack & Faris, 2020).

Figura 2.2 As três dimensões da sustentabilidade



Fonte: Birkel, H. & Müller, J.M. (2020)

Alguns autores alertam que a percepção organizacional sobre a sustentabilidade está ligada apenas ao meio ambiente, o que mostra que os conceitos envolvidos na TBL ainda não foram absorvidos no contexto organizacional investigado. Este facto mostra que todo o potencial dessas organizações está comprometido, sendo limitado e enviesado, não apenas pela equipa em geral, mas principalmente pelos seus papéis de liderança (Alberston, Kieling, Lyra, Hoffmann, Lopez & Stefano, 2020).

Essas três dimensões interagem, sobrepõem-se e às vezes entram em conflito. Por exemplo, a sustentabilidade ambiental pode afetar a sustentabilidade económica devido aos investimentos extra necessários para processos de produção mais limpos. No entanto, as organizações precisam de agir de forma holística para melhores resultados. Cada dimensão representa uma condição necessária, mas não suficiente para alcançar a sustentabilidade: quando as organizações não suportam uma das dimensões, elas não agem de forma sustentável. Mesmo que as organizações consigam ter sinergias entre as dimensões ambiental e económica, elas ainda não alcançaram a sustentabilidade (Braccini e Margherita, 2018).

2.4 Sustentabilidade na Perspetiva do Cliente

Como resultado da crescente preocupação com o ambiente, e as consequências geradas por externalidades (aquecimento global, poluição do ar e da água, esgotamento de recursos, entre outras), bem como o consumo irresponsável a elas associado, uma proporção crescente de consumidores tem considerado mudar o seu padrão de consumo para as chamadas “opções verdes”. Os gestores devem transformar essas pressões em oportunidades para a satisfação das partes interessadas (Papadas, Avlonitis, Carrigan & Piha, 2019).

A indústria da *hospitalidade* está sujeita a novas procuras de clientes por práticas amigas do ambiente. Isso é particularmente importante para hotéis localizados em destinos em que o principal atrativo é a diversidade ambiental, como é o caso do Algarve. Além disso, em tais casos, os clientes estão dispostos a pagar um prémio e estão mais propensos a fazer uma visita repetida (Kularatneuma, Wilson, Mansson, Hoang & Lee, 2019).

O cliente aqui exerce uma dupla função: a primeira é sendo exigente, valorizando e selecionando apenas os meios de hospedagem que utilizem as chamadas práticas verdes, e a segunda função é tendo atitudes sustentáveis, tais como descartando o seu lixo corretamente, respeitando a cultura e costumes locais, adotando um meio de transporte menos poluente, evitando o desperdício de água e de energia, utilizando produtos (protetores solares, repelentes) biodegradáveis, entre outras.

Há um conjunto de estudos recentes que procuram entender e tentam traçar o perfil do consumidor com consciência ambiental. Os resultados indicam que a idade e rendimento dos entrevistados, bem como a força do seu compromisso ambiental, são fatores determinantes para saber se os clientes estão dispostos a pagar mais para ficar num hotel com *pegada ambiental*. Os clientes considerados *millennials* (nascidos na década de 1980 até meados de 1990) apresentam maior disposição para pagar mais. Isso pode dever-se ao facto de que este segmento da procura está mais familiarizado com os conceitos de sustentabilidade e de reciclagem (Moraleda, Ibáñez, Mazón & Molinero, 2019).

Outras pesquisas indicam que existe uma maior satisfação do público feminino e que essa afirmação pode ser explicada pelo grau com que as mulheres se sentem ‘sintonizadas’ com as iniciativas verdes, sugerindo que as hóspedes tendem a ficar mais satisfeitas no contexto de hotéis ecológicos (Moise, Saura & Molina, 2021). Por fim, vários autores apontam que a satisfação dos hóspedes, bem como a sua validação sobre um destino ou hotel sustentável, promove e encoraja outros viajantes a decidirem sobre o seu local de férias (Berezan, Raab, Yoo & Love, 2013). Aqui as redes sociais e outros canais digitais podem ter um papel crescente.

2.5 Hospitalidade e Compromisso Sustentável

As organizações agem de forma sustentável quando apoiam simultaneamente todas as dimensões TBL (ecológica, social e económica) – Tabela 2.2. Cabe às empresas assumir a sua parcela de responsabilidade nas três dimensões, de modo a não comprometerem o uso desses recursos para as próximas gerações (Purvis, Mao & Robinson, 2018).

Existem inúmeros benefícios para as empresas que adotam a sustentabilidade como estratégia, tais como: identificar futuras oportunidades de negócio, sensibilidade para

identificar soluções inovadoras, aumentar o valor da sustentabilidade corporativa através de incentivos económicos, tornar-se mais eficiente na utilização de recursos, fortalecer as relações com os *stakeholders*, acompanhar o desenvolvimento das políticas públicas antecipando riscos legais e de reputação, utilizar a mesma linguagem para uma comunicação mais eficaz com os stakeholders (Coligação para o Crescimento Verde, 2015).

Tabela 2.2 Pilares da Sustentabilidade Empresarial

Pilar ambiental	Pilar social	Pilar econômico
Conservação Ambiental	Bem Estar	Vantagem competitiva
Educação Ambiental	Postura ética	Qualidade e custo
Ecoeficiência e Inovação	Transparência	Prosperidade
Tecnologia Sustentável	Dignidade Humana	Respeito aos
Gestão de Resíduos	Envolvimento Comunitário	fornecedores
Gestão dos Riscos	Promoção e participação	Competitividade de
Qualidade de vida	em projetos de cunho	Mercado
Biodiversidade	social	Excelente relação com os
	Compromisso com o	clientes
	desenvolvimento do RH	

Fonte: Ashrafi, M., Adams, M., Walker, T. R. & Magnan, G. (2018).

A estrutura da *hospitalidade* e a intensa competição neste setor tornam as inovações altamente importantes e valiosas para as empresas. Os serviços inovadores parecem ser a pedra angular da persistência dos negócios por causa das suas contribuições, como a melhoria da qualidade do serviço, aumento do retorno, diminuição de custos e produtos/ serviços diversificados (Ozturkoglu, Sari & Saygili, 2019).

Atualmente, existe um portfólio de opções para a gestão sustentável na rede hoteleira, quer através de inovações disruptivas ou incrementais, quer na adoção de boas práticas. Adotar práticas conducentes à sustentabilidade é um passo seguro para reforçar a

competitividade do negócio das empresas hoteleiras e turísticas, e contribuir para tornar Portugal um destino cada vez mais sustentável, capaz de assegurar às gerações seguintes o usufruto dos ativos que hoje nos distinguem (Turismo de Portugal, 2020).

2.6 Hotelaria Sustentável: Exemplos de Boas Práticas

A sustentabilidade é frequentemente entendida como um fator muito importante na tomada de decisão do setor da hotelaria, contudo não se encontra totalmente assimilado no pensamento empresarial. Embora algumas mudanças necessitem de um esforço financeiro adicional, existem pequenas mudanças ou investimentos que podem trazer inúmeros benefícios para a empresa.

No pilar económico, podemos destacar o aumento da eficiência e da rentabilidade de forma a poder continuar a operar, gerar emprego e a remunerar adequadamente o capital investido.

No pilar ambiental, podem reduzir a pegada ecológica, diminuir as emissões de gases poluentes, reduzir os consumos de energia e de água, entre outros.

E no pilar social, podemos destacar a valorização do relacionamento com a comunidade local, fornecedores, parceiros estratégicos. Todo esse envolvimento traz sinergias positivas e potencializa a imagem/marca do hotel.

Existem inúmeros guias de Boas Práticas para o setor, disponíveis na Internet, bem como para todas as áreas do turismo. Os pontos seguintes descrevem algumas dessas boas práticas.

2.6.1 Consumo Energético

O setor de alojamento utiliza 53% do total da energia consumida pelo setor do turismo e emite 51% dos GEE - Gases de Efeito de Estufa (gráficos 2.3 e 2.4). O consumo varia conforme a quantidade de quartos, a localização, a taxa de ocupação, área de lazer, estrutura, dimensão, entre outros (ERSE 2020).

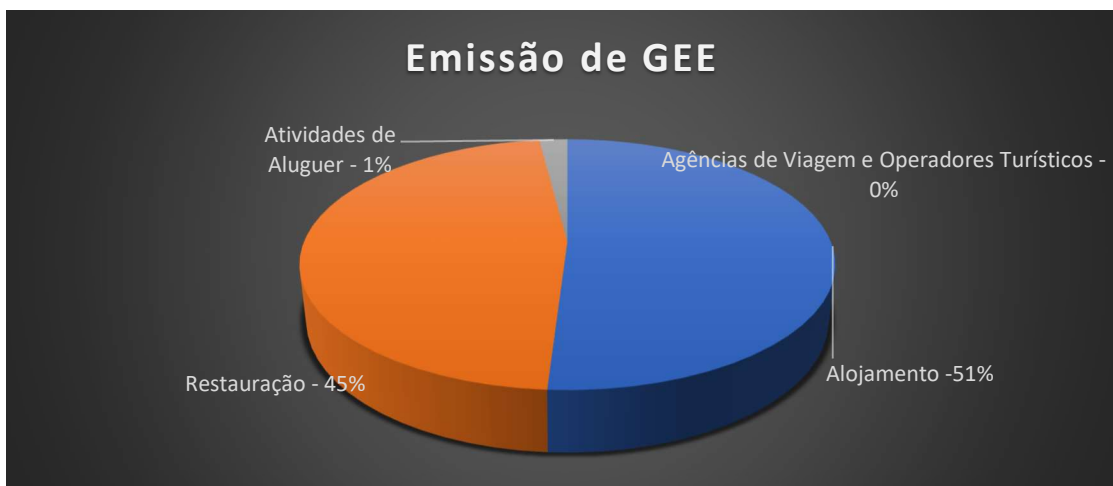
.

Gráfico 2.3 Consumo de Energia Final



Fonte: ERSE (2020)

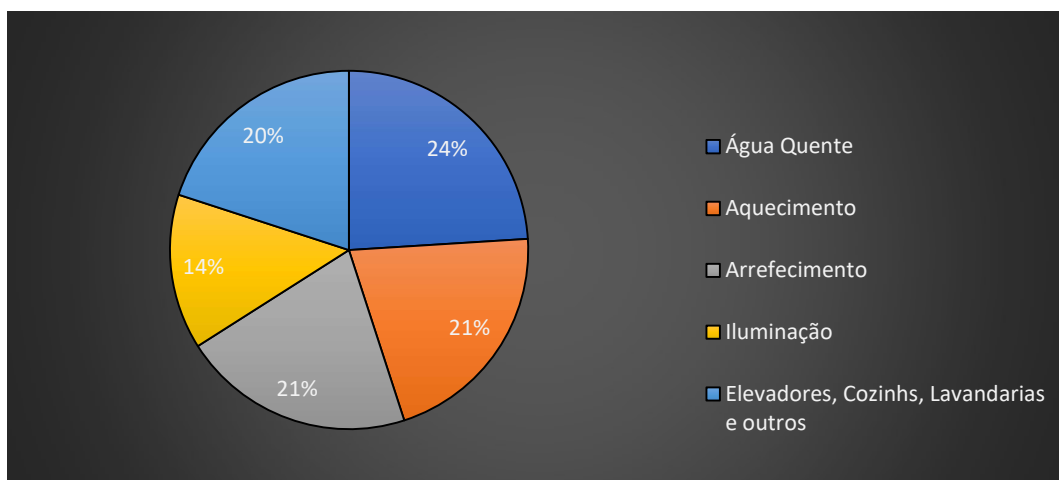
Gráfico 2.4 Emissão de Gases de Efeito de Estufa



Fonte: ERSE (2020)

A eletricidade é a principal fonte de energia correspondendo a 96% do consumo total, seguida por 3% do Gás Natural e 1% do Gás Propano. O consumo de energia está intimamente ligado com as emissões de GEE, isso devido às alterações climáticas. ERSE (2020). A eficiência energética tem como objetivo promover a redução do consumo de energia e da emissão de GEE, sem comprometer as condições de conforto. O gráfico 2.5 mostra a distribuição média do consumo energético num hotel.

Gráfico 2.5 Distribuição Média de Consumo de Energia (num hotel)



Fonte: Adaptado de ERSE (2020)

Neste enquadramento, a tabela seguinte incide por exemplo nas boas práticas quanto a iluminação.

Tabela 2.3 Boas Práticas de Iluminação

Medidas	Nível de Investimento	Nível de Poupança
Remover obstáculos e utilizar métodos de privacidade que interfiram o menos possível com a entrada de luz natural	Baixo	Médio
Utilizar sensores que detetem a luz natural e adequem a iluminação artificial às reais necessidades de utilização do espaço	Médio	Médio
Utilizar cores claras nas paredes e tetos de modo a maximizar a eficiência da iluminação	Baixo	Médio
Utilizar equipamentos de rendimento elevado (LED) dimensionados e de potência adequada face às diferentes necessidades dos locais a iluminar	Médio	Alto

Tabela 2.4 Boas Práticas de Iluminação (continuação)

Medidas	Nível de Investimento	Nível de Poupança
Definir corretamente períodos de substituição dos equipamentos de iluminação, optando pelo método de substituição em grupos (plano de manutenção).	Baixo	Baixo
Sensibilização dos Clientes	Nível de Poupança	
Utilização de notas adesivas nos interruptores para identificar a localização das zonas a iluminar	Médio	
Utilização de material informativo positivo de modo a consciencializar o cliente para o impacto ambiental do uso da iluminação e promover o uso da iluminação natural	Alto	

Fonte: Adaptado de ERSE (2020)

2.6.2 Sistemas AVAC

Os sistemas AVAC caracterizam-se por serem sistemas de ar condicionado que realizam funções de forma conjugada, ou seja, funções de aquecimento ou arrefecimento, desumidificação e ventilação, permitindo ao utilizador regular a temperatura de acordo com a sua preferência. As tabelas seguintes sistematizam as boas práticas nesta área.

Tabela 2.4 Boas Práticas AVAC

Medidas	Nível de Investimento	Nível de Poupança
Substituição dos equipamentos existentes (se obsoletos) por outros mais eficientes	Alto	Alto
No caso de existir caldeira alimentada a gasóleo, se possível, deverá ser reconfigurada para a utilização de gás natural, biomassa ou bomba de calor consoante for mais adequado	Alto	Alto
Regularização do funcionamento dos sistemas e manutenção periódica.	Médio	Alto
Utilização de sistemas inverter em equipamentos de ar condicionado (permitem que o compressor em vez de parar, reduza o regime de funcionamento, evitando arranques e paragens frequentes mantendo a temperatura interior com menos variações face à temperatura-alvo e com menor nível sonoro)	Médio	Alto
Instalar sistemas de recuperação de calor que retirem calor/frio do ar que é extraído do edifício e o reintroduzam no ar novo que é insuflado no edifício.	Médio	Médio
Competências dos Colaboradores	Nível de Poupança	
Formação sobre o ajuste da temperatura e temporizadores de modo a reduzir o consumo de energia	Médio	
Consciencialização sobre o funcionamento e custos do sistema de climatização da unidade hoteleira	Alto	

Fonte: Adaptado de Turismo de Portugal (2020)

Tabela 2.5 Boas Práticas – Quartos

Medidas	Nível de Investimento	Nível de Poupança
Aquisição de equipamentos elétricos com nível de eficiência energética superior a A+	Médio	Médio
Realização de serviços de manutenção programada dos equipamentos elétricos presentes no quarto e sistema de ventilação.	Médio	Médio
Eliminação de barreiras à iluminação natural e de candelabros que diminuam o nível de iluminação instalado	Baixo	Médio
Deverá existir um sistema de gestão integrado que regule o nível de funcionamento da temperatura do quarto, nos seguintes momentos: abertura de janelas, não existam clientes no espaço, períodos noturnos e/ou que o termostato não seja utilizado	Médio	Alto
Utilização de sistema de cartão (ou semelhante) para permitir exclusivamente a utilização do sistema elétrico do quarto por parte do cliente nos momentos em que se encontra presente	Médio	Médio
Sensibilização dos Clientes	Nível de Poupança	
Sensibilização dos clientes para aspetos como: iluminação, consumo de água, regulação dos painéis de controlo de temperatura e manutenção dos quartos (limpeza e substituição de toalhas)	Alto	

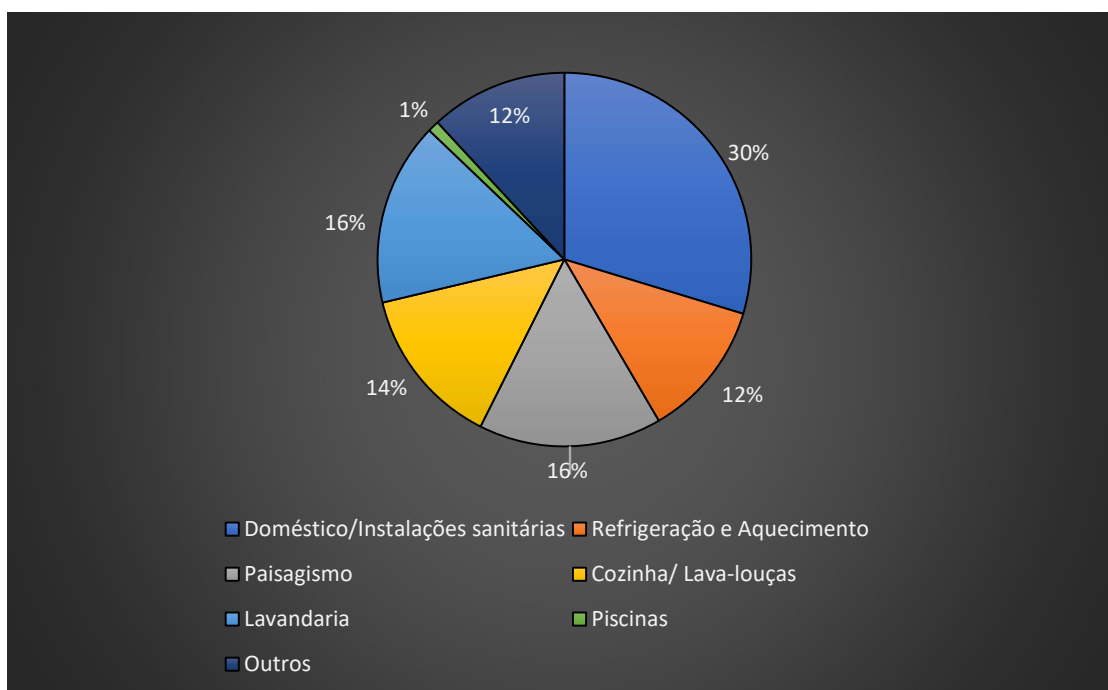
Fonte: Adaptado de Turismo de Portugal (2020)

2.6.3 Consumo de Água e Energia

Em determinadas áreas dos hotéis, existe um consumo abundante de água e energia, como por exemplo nas lavandarias, cozinhas e áreas recreativas (piscinas, spa, entre outras).

No aspeto da água, é importante destacar que não é necessário investir em equipamentos sofisticados para reduzir o consumo de água. Basta conhecer o perfil de consumo do hotel, monitorar a fatura mensal e introduzir algumas políticas e práticas simples, do bom senso. Essas simples mudanças podem fazer uma grande diferença. Depois de definir o plano de ação para economizar água, é vital que o hotel envolva e dê formação a toda a sua equipa para que todos entendam como economizar água e porque é importante fazê-lo. No gráfico 2.6 é possível conhecer o consumo de água por departamento.

Gráfico 2.6 Uso final de água nos hotéis



Fonte: Turismo de Portugal (2020)

Nas próximas tabelas aparecerão detalhadas as boas práticas em áreas que consomem tanto energia como água no seu funcionamento.

Tabela 2.6 Boas Práticas - Água e Energia Geral

Medidas	Nível de Investimento	Nível de Poupança
Instalação de painéis solares fotovoltaicos para aquecimento de águas sanitárias	Médio	Alto
Recuperação do calor de condensação de equipamentos frios ou bombas de calor através da instalação de um recuperador de calor	Médio	Alto
Implementação de bombas de água com sistema de regulação do nível da água e motores com velocidade variável de modo a evitar picos de energia	Médio	Alto
Executar plano de manutenção para caldeiras, condutas, tubagens e torneiras	Médio	Médio
Isolar tubagens e depósitos de armazenamento	Baixo	Médio
Instalar torneiras programáveis nas casas de banho e nas zonas comuns	Baixo	Médio
Instalar sistemas de baixo consumo nos chuveiros e lavatórios	Baixo	Médio
Competências dos Colaboradores	Nível de Poupança	
Formação sobre a utilização do sistema de água quente e seu consumo energético.	Médio	
Consciencialização da equipa de limpeza sobre as metodologias a usar na atividade operacional para maior eficiência energética (utilização de água quente vs. água fria)	Alto	
Sensibilização dos Clientes	Nível de Poupança	
Utilização de material informativo de modo a consciencializar o cliente para o impacto ambiental do consumo de água	Alto	

Fonte: Adaptado de Turismo de Portugal (2020)

A cozinha, e outras áreas do setor, também são estratégicas na utilização de boas práticas, tanto no que diz respeito ao consumo de energia como de recursos hídricos (tabelas seguintes).

Tabela 2.7 Boas Práticas – Cozinha

Medidas	Nível de Investimento	Nível de Poupança
Aquisição de equipamentos de cozinha com elevado nível de eficiência energética (classe energética A+ ou superior).	Médio	Médio
Realização de serviços de manutenção programada dos equipamentos de cozinha.	Médio	Médio
Utilização de sensores (luz e som) para câmaras frigoríficas de modo a alertar a existência de fugas de energia	Baixo	Médio
Criação de uma divisória para a zona de frio e calor, para que não existam transferências de calor entre as diversas fases de confeção.	Baixo	Baixo
Utilização de torneiras programáveis (sensores de movimento)	Baixo	Alto
Competências dos Colaboradores	Nível de Poupança	
Aproveitar o calor residual das cozinhas na confeção dos pratos	Baixo	
Deixar arrefecer os pratos realizados à temperatura ambiente antes de serem colocados na câmara frigorífica	Médio	
Vigiar de forma contínua se existem equipamentos não utilizados ligados (atribuir responsabilidades pela manutenção desta atividade)	Médio	

Fonte: Adaptado de Turismo de Portugal (2020)

Tabela 2.8 Boas Práticas – Lavandarias

Medidas	Nível de Investimento	Nível de Poupança
Aquisição de equipamentos de lavandaria com elevado nível de eficiência energética (sistemas de lavagem por ozono, máquinas de secar por micro-ondas e máquinas de secar com bomba de calor)	Médio	Alto
Realização de serviços de manutenção programada dos equipamentos de lavandaria (máquinas de lavar, secar e central de engomar) de modo a consumirem menos energia	Médio	Médio
Utilização de um sistema centralizado de produção de água quente (preferencialmente AQS) em vez de utilizar as resistências elétricas de cada equipamento	Alto	Alto
Recuperação do calor residual da água quente e do ar quente do processo de secagem através de uma bomba de calor	Médio	Médio
Competências dos Colaboradores	Nível de Poupança	
Sensibilização para a utilização do sistema AQS e programação dos ciclos de lavagem em períodos nos quais exista uma menor utilização por parte dos clientes	Médio	
Sensibilização para a programação da capacidade utilizada dos ciclos de lavagem para garantir eficiência energética superior de cada lavagem	Médio	

Fonte: Adaptado de Turismo de Portugal (2020)

Tabela 2.9 Boas Práticas - Jardins e Espaços Exteriores

Medidas	Nível de Investimento	Nível de Poupança
Utilização de iluminação natural e/ou artificial de sistema fotovoltaico	Baixo	Médio
Utilização de água das chuvas e águas residuais para rega de espaços verdes	Médio	Alto
Utilização de sensores eletrónicos para monitorização do nível de humidade do solo, programando os sistemas de rega de modo a serem utilizados quando a flora atingir um nível de humidade inferior à recomendada	Médio	Alto
Utilização de temporizadores e sistemas de rega automáticos	Médio	Alto
Programação dos períodos de rega automática para períodos do dia com menos calor (do entardecer ao amanhecer)	Baixo	Médio
Competências dos Colaboradores	Nível de Poupança	
Sensibilização para o controlo de pontos de fuga no sistema de irrigação	Alto	
Sensibilização para o controlo de temporizadores e pontos de rega automáticos, considerando a duração e locais da rega	Médio	
Adoção de espécies autóctones, menos consumidoras de água	Médio	
Sensibilização para o elevado consumo de água no tratamento de jardins	Médio	

Fonte: Adaptado de Turismo de Portugal (2020)

2.6.4 Alimentação e Bebidas

A alimentação é uma necessidade humana e é bem complicado reduzir o seu consumo. O que deve ser feito é mitigar o desperdício em toda a cadeia de valor. Neste item, a tabela seguinte mostra um conjunto de medidas que procuram mitigar os desperdícios alimentares, procurando maximizar as externalidades positivas, tanto ambientais como económicas (Turismo de Portugal, 2020).

Tabela 2.10 Boas Práticas - Alimentação e Bebidas

Medidas
Criar menus sazonais, adaptados às estações do ano e ao tipo de colheitas disponíveis que privilegiam opções de aquisição locais ou produzidas na sua quinta/horta
Reduzir a dependência de carne e laticínios nos seus pratos
Comprar ingredientes que de outra forma seriam resíduos (frutas/legumes fora de calibre ou com pequenos ‘defeitos’)
Privilegiar a compra de produtos locais e regionais
Preferir adquirir a sua matéria-prima a granel
Identificar e adotar estratégias para reduzir o desperdício alimentar
Considerar a implementação de meias-doses e/ou menus infantis
Medidas
Antes de transformar em desperdício, encaminhar os alimentos que tenham sobrado (e que não tenham sido servidos ou expostos) a instituições de solidariedade social (exº: ReFood, Zero Desperdício) ou a mais económico (exº: Phenix, Fair Meals, Too Good To Go). Ter sempre presente a hierarquia dos resíduos alimentares

Fonte: Adaptado de Turismo de Portugal (2020)

2.6.5 Resíduos

A produção de resíduos, depois da energia e água, é o terceiro grande fator que impacta negativamente o setor hoteleiro, já que um turista produz o dobro de resíduos sólidos do que um residente. São na sua maioria alimentos, plásticos, vidros e papel, sendo assim recicláveis. Os resíduos precisam ser tratados para não afetar as fontes de água, os solos e os ecossistemas locais (Han, Lee, Trang & Kim, 2018).

Tabela 2.11 Boas Práticas – Resíduos

Medidas
Comprar a granel, mudar para recargas e trabalhar com os seus fornecedores para reduzir o consumo de embalagens para transporte
Eliminar ou reduzir o plástico e outras embalagens não necessárias
Reduzir a produção de resíduos de papel, substituindo os papéis para secagem de mãos nas instalações sanitárias por um toalheiro têxtil de secagem de mãos retrátil (em algodão)
Aderir a faturas eletrónicas em detrimento das faturas em papel
Optar por proceder ao reenchimento dos tinteiros, quando ficam vazios, em vez da compra de novos tinteiros
Encaminhar gorduras e óleos alimentares para serem transformados em outro produto (como biodiesel)
Estar atento aos fornecedores, pois muitos possuem sistemas de fornecimento e recolha fechados para os seus fluxos específicos de resíduos (exº: Nespresso para as cápsulas de alumínio, Amorim para as rolhas de cortiça)
Sensibilizar e dar formação aos colaboradores com foco na redução de resíduos e na sua correta separação

Fonte: Adaptado de Turismo de Portugal (2020)

2.6.6 Responsabilidade Social Corporativa

A Responsabilidade Social Corporativa (RSC) está relacionada com a consciencialização das empresas, no que diz respeito ao relacionamento com a sociedade, visando o bem comum, considerando que ambos beneficiam desse relacionamento (Lopes e Devile, 2012).

No contexto da RSC, o compromisso das organizações com a comunidade local oferece benefícios tanto para a empresa quanto para a própria comunidade, com a primeira ganhando legitimidade e gerindo o risco social e a segunda ganhando acesso a intervenções de habilidades, capacitação e melhorias de problemas sociais (Stirling, Prangley, Hamilton & Olivier, 2016).

A RSC possui duas dimensões: interna e externa. A primeira diz respeito a práticas focadas nos colaboradores e a segunda refere-se essencialmente a práticas direcionadas para a comunidade local, meio ambiente e consumidores. A tabela seguinte apresenta algumas boas práticas nas duas dimensões. A tabela 2.12 apresenta as boas práticas nas dimensões externa e interna.

Tabela 2.12 Boas Práticas - Responsabilidade Social

Medidas – Dimensão Externa
<ul style="list-style-type: none">• Participar em projetos sociais;• Investir na educação local através do apoio a escolas, promoção de visitas de estudo e inserção dos habitantes locais no mercado de trabalho;• Contribuir para eventos sociais, disponibilizando as instalações para receber os mesmos ou oferecendo patrocínios;• Criar estratégias de cooperação para um destino mais sustentável junto com as entidades locais;• Promover pequenos comércios locais, como restaurantes, serviços de <i>delivery</i>, agências de passeios, etc.;• Respeitar as tradições socioculturais dos destinos, preservar o património e valores culturais.

Tabela 2.12 Boas Práticas - Responsabilidade Social (continuação)

Medidas – Dimensão Interna
<ul style="list-style-type: none">• Praticar a inclusão social através da contratação de colaboradores portadores de algum tipo de limitação ou deficiência;• Promover o compromisso dos colaboradores, fazendo-os sentir parte da missão e da visão da organização e assim aumentar a sua motivação;• Encorajar o desenvolvimento de competências entre funcionários;• Tratar os funcionários igualmente e não haver preconceito (de raça, idade, género ou religião);• Oferecer formação para os colaboradores se tornarem ambientalmente mais conscientes, através de workshops ou outras atividades (exº: cursos, palestras, campanhas, etc.);• Remunerar de forma justa (e proporcional à contribuição destes) na empresa.

Fonte: Stirling et al. (2016)

2.6.7 Relatório de Sustentabilidade

A elaboração de relatórios de sustentabilidade é uma importante ferramenta de gestão. O seu objetivo é descrever os impactos económicos, ambientais e sociais (*triple bottom line*) de uma organização, o que na prática significa: medir, divulgar e prestar contas do desempenho organizacional visando o desenvolvimento sustentável. É importante salientar que essas informações são do interesse de diferentes públicos da empresa, incluindo o mercado, trabalhadores, organizações não-governamentais, investidores, etc. Esse tipo de documento deve oferecer uma descrição equilibrada e sensata do desempenho de sustentabilidade da organização relatora, incluindo as informações tanto positivas como negativas. O Anexo 1 apresenta os requisitos importantes para a elaboração de um eficiente relatório de sustentabilidade. Um modelo muito utilizado no mercado é o *Global Reporting Initiative* (GRI, 2006).

Segundo autores de referência na área, os relatórios de sustentabilidade no setor hoteleiro ainda se encontram numa fase inicial (Medrado e Jackson, 2015; Pommier e Engel, 2021). Os especialistas de sustentabilidade na indústria hoteleira em geral afirmam que o fator funcionários (envolvimento, formação) é importante, e que a economia de custos não tanto. Porque a justificação de uma análise custo-benefício neste contexto não é clara, sendo necessária mais investigação usando a “lente” das partes interessadas.

CAPÍTULO 3. ESTUDO SOBRE OS HOTÉIS 5 ESTRELAS DO ALGARVE

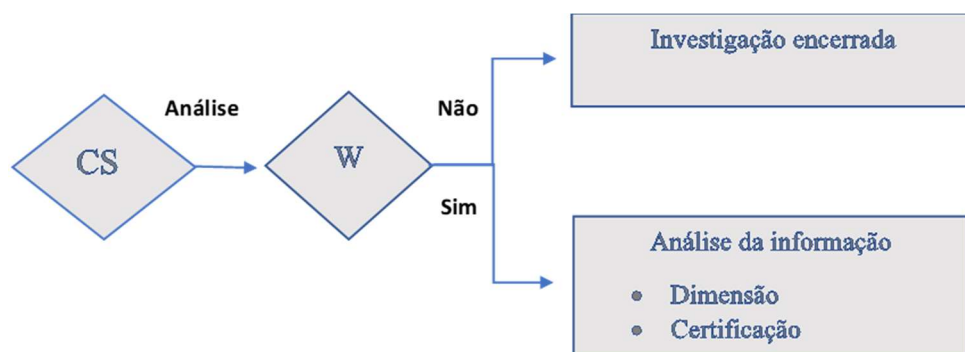
Esta investigação tem como objetivo principal entender o compromisso das unidades hoteleiras com a sustentabilidade nas suas três dimensões referidas. Para responder a essa questão, quatro objetivos específicos foram inicialmente propostos:

- 1) Demonstração do compromisso sustentável através de seus websites;
- 2) Quais são as práticas sustentáveis mais populares na hotelaria cinco estrelas no Algarve;
- 3) Quais são os principais motivadores à implementação de medidas sustentáveis;
- 4) Quais são os principais obstáculos à implementação de medidas sustentáveis.

3.1 Metodologia

A metodologia a ser aplicada no primeiro objetivo específico será qualitativa – figura 3.1. Serão analisados os websites (W), de cada hotel de categoria 5 estrelas, para perceber se o hotel comunica o seu comportamento sustentável através desse meio. Após esta primeira análise, se a resposta for positiva, verificaremos o tipo de informação fornecida, a que dimensão a informação pertence e se o hotel possui certificação ou rótulo de qualidade ambiental. Este tipo de método já tem sido usado e sustentado na literatura como é o caso do trabalho de Moreo, Cobanoglu e DeMicco (2007), entre outros.

Figura 3.1 Metodologia do Objetivo 1 – Demonstração do compromisso sustentável (CS) através de seus websites



Fonte: Elaboração própria

Na pesquisa qualitativa, diz-se que o pesquisador é o instrumento de recolha de dados. Em vez de usar um instrumento padronizado ou dispositivo de medição, o pesquisador qualitativo faz as perguntas, recolhe os dados, faz interpretações e regista o que é observado. O objetivo do pesquisador qualitativo é obter uma visão interna do grupo em estudo (Kasim e Antwi, 2015). O objetivo da pesquisa qualitativa é descrever e interpretar questões ou fenômenos sistematicamente, do ponto de vista do indivíduo ou da população estudada, e gerar novos conceitos e teorias. A escolha da metodologia é direcionada pelas questões levantadas (Mashizha, 2014).

É um método de análise de mensagens de comunicação escrita, verbal ou visual. É um exame detalhado e sistemático do conteúdo de um determinado corpo de materiais com o objetivo de identificar padrões, temas ou vieses. O pesquisador tem a oportunidade de recolher dados diretamente dos participantes por meio de encontros com indivíduos, através de entrevistas individuais ou entrevistas em grupo ou por observação (Mohajan, 2018).

Para os demais objetivos, será aplicado o método quantitativo que envolve a recolha de dados a partir de inquéritos enviados aos hotéis de 5 estrelas da região do Algarve (tabela 3.1). O método de pesquisa quantitativa é uma estratégia de pesquisa que enfatiza a quantificação na recolha e análise de dados. A pesquisa quantitativa concentra-se nos aspetos do comportamento social que podem ser quantificados e padronizados, em vez de apenas descobri-los e interpretar os seus significados que as pessoas trazem para as suas próprias ações (Rahman, 2016).

O inquérito será elaborado através da plataforma *Google Docs* e consiste nos seguintes grupos de perguntas: importância da gestão ambiental do hotel, consumo energético, consumo hídrico, resíduos, compras, responsabilidade social, relatório de sustentabilidade, motivação para a adoção de práticas sustentáveis, principais obstáculos para a implementação de medidas sustentáveis, estrutura sustentável da região do Algarve e caracterização do gestor.

Tabela 3.1 Estrutura do questionário

Objetivo	Questões
1. Conhecer as principais práticas sustentáveis implementadas na gestão energética, gestão hídrica, gestão de resíduos, compras e responsabilidade social.	1-6
2 Compreender como é feito a apuração dos resultados financeiros e se possui um processo formal de controlo sobre o desempenho ambiental, social e económico.	7
3. Quais são os principais motivadores à implementação de medidas sustentáveis	8
4. Quais são os principais desafios à implementação de medidas sustentáveis	9
5. Entender se região do Algarve possui as condições necessárias para a implementação de medidas sustentáveis nas dimensões ambiental, económica e social na visão dos hotéis.	10
5. Perfil do Gestor	11-14

Fonte: Elaboração própria

A escala a ser utilizada na primeira pergunta terá 5 pontos (5. O mais relevante ... 1. O menos relevante). Da segunda à nona questão, deverão ser escolhidas todas as opções aplicáveis ao contexto do hotel e também é possível adicionar algum novo aspeto no item “Outros”. A décima questão é uma pergunta aberta sobre a sustentabilidade na região do Algarve e nas restantes questões deverá ser escolhida apenas uma das opções, já que se destina a traçar o perfil do gestor. Os dados recolhidos serão analisados através do programa de cálculo Microsoft Excel.

As perguntas do questionário foram elaboradas com base na revisão bibliográfica. A ideia é que, de posse dos dados obtidos, seja possível responder às questões de investigação - objetivos específicos. A tabela seguinte apresenta a fundamentação teórica dos mesmos.

Tabela 3.2 Fundamentação teórica dos objetivos

Objetivo 1	Fundamentação teórica – referência(s)
Demonstração do compromisso sustentável através de seus websites	
<p>O <i>Green Marketing</i> é uma poderosa ferramenta de divulgação dos hotéis, o esforço desenvolvido com as práticas sustentáveis deve ser conhecido pelos seus consumidores</p>	<p>Mele et al. (2019)</p>
<p>Um outro tema relevante é a necessidade de se adotar a ‘certificação verde’. Um aspeto a frisar é que, embora os turistas estejam cientes dos problemas ambientais, não consideram as práticas ambientais prioritárias na escolha de onde se hospedar por ainda não existir um padrão único e confiável de certificação (optando por hotéis convencionais)</p>	<p>Foris et al. (2020)</p>
Objetivo 2	Fundamentação teórica– referência(s)
Quais são as práticas sustentáveis mais populares na hotelaria cinco estrelas no Algarve?	
<p>A indústria hoteleira impacta fortemente no meio ambiente devido ao seu enorme consumo de água, energia e bens não duráveis junto com a descarga de grandes quantidades de resíduos brutos e sólidos</p>	<p>Kim et al. (2019)</p>

Tabela 3.2 Fundamentação teórica dos objetivos (continuação)

Objetivo 2	Fundamentação teórica– referência(s)
<p>Quais são as práticas sustentáveis mais populares na hotelaria cinco estrelas no Algarve?</p>	
<p>Dependendo da sua gestão, as suas operações podem promover a preservação do meio ambiente, melhorando assim a qualidade de vida da comunidade local</p>	<p>Santos et al. (2020)</p>
<p>A implementação da sustentabilidade corporativa na indústria da hospitalidade fornece um quadro de referência para as organizações pensarem para além dos seus acionistas e trabalharem com as partes interessadas em relação ao seu impacto na proteção ambiental, desenvolvimento económico e igualdade social</p>	<p>Linneberg et al. (2019)</p>
<p>Reguladores financeiros em todo o mundo parecem abraçar a tendência internacional de divulgações sobre RSC e sustentabilidade, por empresas de capital aberto</p>	<p>Ng e Tavitiyaman (2019)</p>
<p>A implementação dessas práticas nas empresas de turismo tem trazido resultados positivos, que se repercutem no bem-estar das comunidades locais, na proteção do meio ambiente e no fornecimento de boas condições de trabalho para os seus funcionários</p>	<p>Hassan et al. (2020)</p>

Tabela 3.2 Fundamentação teórica dos objetivos (continuação)

Objetivo 3	Fundamentação teórica– referência(s)
Quais são os principais motivadores à implementação de medidas sustentáveis?	
<p>Existem inúmeros benefícios para as empresas que adotam a sustentabilidade como estratégia, tais como: identificar oportunidades de negócio, sensibilidade para soluções inovadoras, aumentar o valor da sustentabilidade corporativa através de incentivos económicos, tornar mais eficiente a utilização de recursos, fortalecer as relações com <i>stakeholders</i>, acompanhar o desenvolvimento das políticas públicas antecipando riscos legais e de reputação, utilizar a mesma linguagem para uma comunicação mais eficaz com os <i>stakeholders</i></p>	<p>Coligação para o Crescimento Verde (2015)</p>
<p>O compromisso com a sustentabilidade pela rede hoteleira tem sido mais pautado pela busca de ganhos de eficiência, que se expressam dentro dos modelos de negócio centrados no crescimento contínuo</p>	<p>Jones et al. (2013)</p>
<p>Muitos gestores reconhecem que a adoção de práticas ecológicas não é apenas uma prática ética, mas também benéfica na redução de custos, aprimoramento da sua imagem, diferenciação de mercado e responsabilidade/inação social</p>	<p>Abdou et al. (2020)</p>

Tabela 3.2 Fundamentação teórica dos objetivos (continuação)

Objetivo 4	Fundamentação teórica
Quais são os principais obstáculos à implementação de medidas sustentáveis?	
<p>Alguns estudos evidenciam uma perspectiva convergente em relação à sustentabilidade, nomeadamente nos recursos naturais e biodiversidade, segurança e cadeia de abastecimento. No entanto, não existe ainda uma uniformidade de todos os setores em relação às iniciativas de sustentabilidade</p>	<p>Farinha et al. (2021)</p>
<p>Um apoio fundamental para esse período de transição é o governamental, que pode oferecer incentivos e benefícios fiscais em reconhecimento dos esforços para sustentabilidade e do compromisso com a causa verde</p>	<p>Jaykumar (2020)</p>
<p>Um aspeto importante a ser destacado é que, embora os turistas estejam cientes dos problemas ambientais, não consideram as práticas ambientais prioritárias na escolha de onde se hospedar por ainda não existir um padrão único e confiável de certificação</p>	<p>Foris et al. (2020)</p>

Fonte: Elaboração própria

Cada método de pesquisa tem as suas vantagens e limitações, independentemente de quanto tempo ou quão amplamente foi usado no domínio. Se mais de um método é usado

em um único estudo, os métodos podem complementar-se entre si e ser integrados. Dessa maneira, eles podem resolver limitações de um único método (Chu, 2015).

3.2 Universo e amostra

Tendo em consideração os objetivos de investigação, definiu-se como população neste estudo todas as unidades hoteleiras de categoria 5 estrelas (hotéis, resorts e apartamento) presentes na região Algarve. Os hotéis são classificados pelo Turismo de Portugal e esta categoria foi escolhida pela natureza dos serviços que prestam, uma vez que se acredita que, por estarem no topo, possuem uma preocupação maior com a imagem, satisfação dos clientes, além de recursos financeiros e administrativos.

Inicialmente, foram identificadas 55 unidades situadas na região, mas após a avaliação dos critérios de investigação, esse número foi reduzido para 48 unidades. Para ser avaliado individualmente, o hotel precisa ter um website próprio e uma administração independente. Para definir se o website é elegível, analisou-se cada endereço constatando que, em alguns casos, os hotéis fazem parte de uma rede hoteleira que utiliza apenas um website para os hotéis que estão sob a sua administração. Assim, redefiniram-se os critérios da amostra: se o website for de uma rede hoteleira com website único para todos os hotéis do grupo, será considerado como apenas 1 unidade. Caso pertença a uma rede, mas o hotel apresentar uma gestão individual e possuir um website próprio, será analisado individualmente. A composição final dos hotéis consta no Apêndice 2.

A estratégia da Região do Algarve para 2030 é percorrer um caminho de mudança em direção a competitividade e sustentabilidade. Essa busca implica na aposta de uma sociedade mais capacitada, coesa e informada, com níveis mais elevados de formação e mais participativa. Dentro deste contexto, pela literatura e prática relacionada, acredita-se que a hotelaria 5 estrelas possua os recursos necessários para adaptar-se e usufruir dessa nova conjuntura e absorver as novas ideias, práticas e negócios inovadores nas suas atividades diárias.

Uma outra razão para o estudo desta categoria em especial é o seu público alvo, formado por consumidores mais “exigentes”, com um alto poder aquisitivo e habituados a um nível elevado de qualidade nos serviços e com uma maior percepção ambiental (Islam et al.,

2022). São assim *influenciadores* dos alojamentos em modificar e melhorar a sua atitude em relação às questões da sustentabilidade

3.3 Desenvolvimento da pesquisa

3.3.1 Primeiro objetivo

Para responder ao primeiro objetivo, foi construída uma tabela com o nome e endereço eletrônico de cada propriedade e iniciou-se a investigação através de observação estruturada com o objetivo de verificar se os hotéis objeto de estudo divulgam o seu *compromisso sustentável* através dos seus websites. Também se analisou se possuem alguma certificação, estratégia ou política em matéria de sustentabilidade.

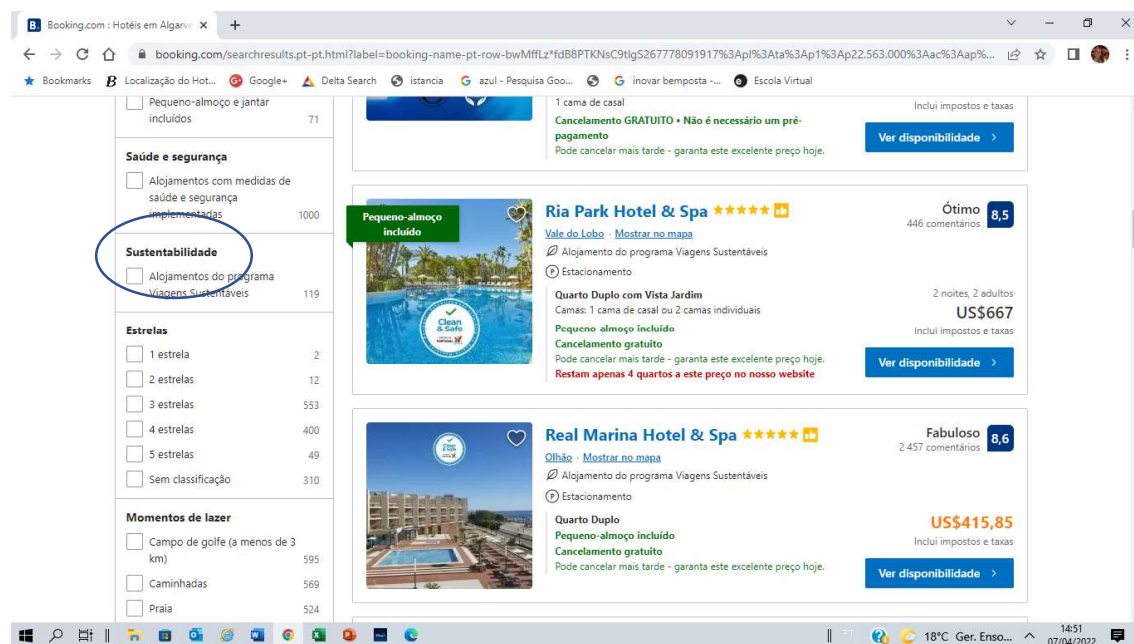
Para que a análise ficasse mais completa, também foram analisados os sites de busca de hotéis. Hoje em dia, essa é uma forma de seleção muito utilizada pelos potenciais hóspedes para escolher, comparar e classificar as suas preferências. Com base nessa importante informação, também irá verificar-se se, nesses sites de reserva de hotéis, é possível selecionar unidades hoteleiras sustentáveis e, em caso afirmativo, qual é a informação comunicada.

Para essa pesquisa, utilizou-se a classificação dos doze principais canais de reserva online em Portugal (Sapo Viagens, 2022):

1. Booking.com
2. Websites de hotel (Reservas diretas)
3. Grupo Expedia
4. Hotelbeds
5. Abreu Online
6. Jet2holidays
7. TraveItino
8. EC Travel
9. OTS Globe
10. World 2 Meet
11. Portimar
12. Tour10

Apenas o site de busca de hotéis *Booking.com* apresentou a opção Sustentabilidade (figura 3.2). É considerado o N° 1 no ranking e também possui a plataforma mais amigável para uma escolha direta dos consumidores. Com base nessas informações, utilizaremos essa plataforma como parte da presente investigação.

Figura 3.2 Filtro Sustentabilidade



Fonte: *Booking.com*

3.3.2 Segundo objetivo

Para responder ao segundo objetivo, o primeiro passo foi fazer um levantamento do e-mail e do telefone de cada unidade hoteleira da nossa amostra. O segundo passo foi elaborar o inquérito por questionário (Apêndice 1), na ferramenta *Google forms*, testá-lo e depois encaminhá-lo para os hotéis.

No primeiro dia, foi recebida apenas uma resposta; então no terceiro dia foi feita uma ligação para cada unidade hoteleira, explicando o motivo e a importância da investigação. Foi pedida a confirmação do recebimento do e-mail com o inquérito e solicitado o preenchimento do mesmo. Alguns hotéis confirmaram o recebimento, outros informaram

um novo e-mail para envio e ainda outros disseram que não respondem a inquéritos por norma da empresa. Após todo o esforço, o número de respostas aumentou para 5. Sem o avanço esperado, foi feita uma redução no número de questões (de 14 para 10). Novamente, procedeu-se ao envio do inquérito para os endereços eletrônicos e o resultado final foi de 10 respostas.

Deste modo, foram enviados e-mails a 48 hotéis, dos quais foram obtidas 10 respostas, representando uma taxa de resposta de 20,83%. Com esta baixa taxa de retorno, foi adotada uma nova estratégia. Durante a pesquisa para responder ao primeiro objetivo, percebeu-se que no site *Booking.com* existe um filtro “Alojamentos participantes do Programa de Viagens sustentáveis”. Utilizando esta seleção percebeu-se que cada hotel participante informa as suas práticas sustentáveis, bem como se possui uma certificação ou se participa de um programa de sustentabilidade.

Com esta nova abordagem, tem-se uma amostra de 22 unidades, o que corresponde a 45,83% da amostra. As práticas sustentáveis divulgadas dividem-se em 6 categorias, que são:

- Resíduos
- Consumo Hídrico
- Energia e emissão de gases de efeito de estufa
- Destino e comunidade local
- Natureza
- Certificados e Programas de sustentabilidade

Essas informações são suficientes para responder ao segundo objetivo – ‘Quais são as práticas sustentáveis mais populares na hotelaria cinco estrelas no Algarve?’.

Foi realizada a recolha de dados de cada hotel, inserindo-os numa folha de cálculo e apurados os resultados da análise das informações obtidas.

3.3.3 Terceiro objetivo e quarto objetivo

Para responder a estes dois objetivos, foram utilizados os resultados dos inquéritos. Apenas as respostas das questões 8 e 9 serão utilizadas, que respetivamente respondem aos objetivos 3 e 4. Embora a taxa de retorno das respostas tenha sido baixa (20.83%), não convém descartá-las. Assim, trata-se de usar uma *amostra por conveniência*.

A amostra por conveniência é utilizada quando consiste em selecionar-se uma amostra da população que é acessível, ou seja, utilizar as respostas que estão disponíveis. Existem algumas limitações desta abordagem, como por exemplo, não ser possível generalizar os resultados como se fosse um reflexo para o universo analisado. Mas os resultados podem refletir uma boa imagem dele. Porque também são usadas referências, nomeadamente na área e recentes, de modo a corroborar estas reflexões como foi o caso das características dos clientes deste tipo de hotéis objeto do estudo.

CAPÍTULO 4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

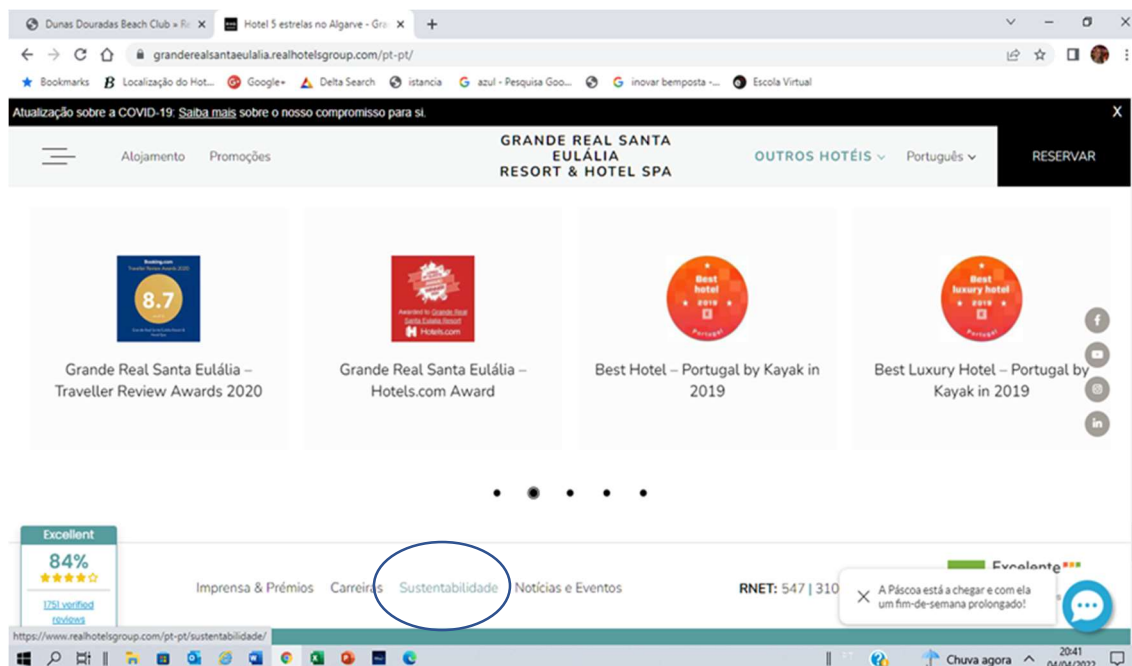
Nesta secção, são apresentados e discutidos os resultados obtidos através da aplicação das análises anteriormente referidas. Portanto, criou-se uma metodologia composta, refletida na integração que se descreve a seguir. Devido à crescente presença digital e ao impacto das redes e motores de busca associados ao setor, foi importante considerar os websites próprios, motores de busca hoteleiros, e as respostas de gestores dos empreendimentos objeto de estudo. Trata-se de uma abordagem que permite auxiliar na interpretação dos resultados.

A abordagem interpretativista enfatiza a análise qualitativa sobre a análise quantitativa. Enquanto interpretativa, uma pesquisa é reconhecida pelo seu valor em fornecer profundidade contextual (Chowdhury, 2014). Contudo, muitas vezes os seus resultados são ‘criticados’ em termos de validade, confiabilidade e generalização. Para ultrapassar esse obstáculo, é sugerida uma proposta que combine métodos quantitativos e qualitativos, similar a uma “triangulação”. Os estudos interpretativos geralmente concentram-se no significado e podem empregar vários métodos para refletir os diferentes aspetos de uma questão.

4.1 Primeiro Objetivo

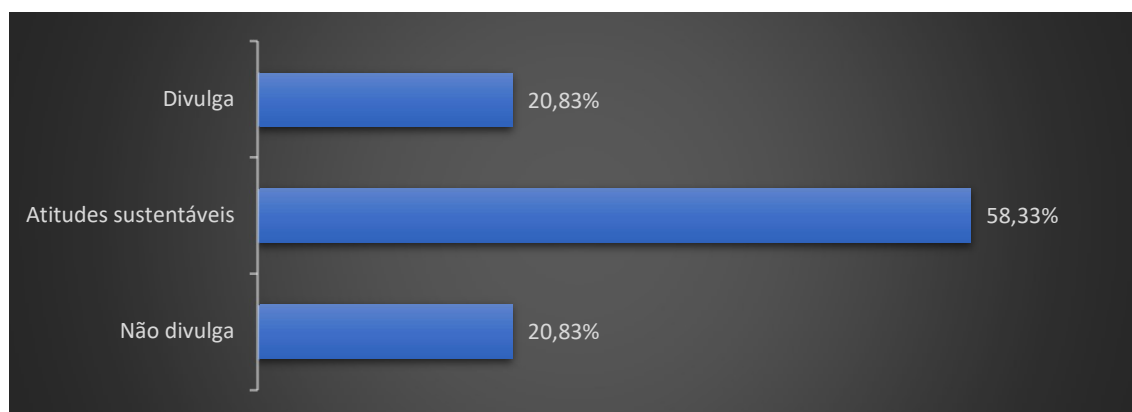
O primeiro objetivo específico desta investigação procurava saber se os hotéis divulgam seu compromisso sustentável através de seus websites. Pode observar-se, no gráfico 4.1, que apenas 20.83% da amostra usada comunica, de forma clara e assertiva, o seu posicionamento sustentável no seu próprio website (exemplo na figura 4.1). E que os restantes respondentes, ou seja 79.17%, não consideram essa informação relevante ou não a praticam. Este dado é preocupante, já que essa informação normalmente é utilizada como uma estratégia de marketing para atrair clientes com consciência ambiental.

Figura 4.1 Exemplo de website que comunica seu comportamento sustentável



Fonte: Grande Real Santa Eulalia (2022)

Gráfico 4.1 Presença sustentável em websites próprios



Fonte: Websites dos hotéis analisados

Entretanto, foi percebido que 58.33% da amostra comunicou algum tipo de atitude sustentável. Considera-se *atitude sustentável* qualquer ação que esteja inserida em uma das três dimensões referidas. Pode perceber-se que todas estão voltadas para a atratividade turística. As principais práticas são:

- Promove pequenos comércios locais como restaurantes, serviços de *take-away*, agências de passeios, entre outros
- Utiliza produtos da região na preparação de suas refeições
- Valoriza a culinária local
- Valoriza a cultura e a beleza da região
- Incentiva passeios de bicicleta ou caminhadas
- Cultiva a própria horta
- Disponibiliza estações de carregamento de carros elétricos.

Um outro aspeto interessante observado é que não existe uma padronização na comunicação sustentável. Na tabela seguinte, é possível verificar os diferentes tipos de abordagens sustentáveis divulgadas. A grande variedade de informações praticada pode confundir o consumidor, já que fica difícil fazer uma comparação entre as práticas divulgadas pelos hotéis nos seus websites próprios.

Tabela 4.1 Informações apresentadas nos websites

Unidade Hoteleira	Tipo de comunicação
5H13	Política Ambiental e Política RSC
5H17	Sustentabilidade como compromisso e um relatório de Responsabilidade Ambiental e Social
5H20	Apresenta um programa de sustentabilidade chamado <i>Wave of Change</i>
5H22	Define sustentabilidade como um princípio fundamental; informa que o empreendimento foi construído e planeado segundo as diretrizes da construção sustentável e segue práticas sustentáveis no dia-a-dia

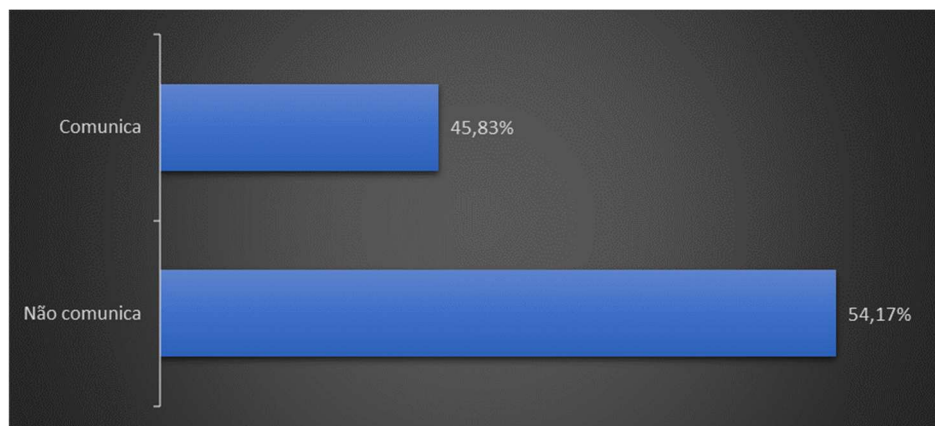
Tabela 4.1 Informações apresentadas nos websites (continuação)

Unidade Hoteleira	Tipo de comunicação
5H30	Certificação <i>Green Key</i> - é um galardão internacional que promove o turismo sustentável em Portugal através do reconhecimento de estabelecimentos turísticos que implementam boas práticas ambientais e sociais, que valorizam a gestão ambiental nos seus estabelecimentos e que promovem a Educação Ambiental para a Sustentabilidade. Green Key (2020)
5H35	Selo WE SHARE 2019 - reconhecimento do compromisso do hotel no cumprimento de políticas de responsabilidade social Selo WE CARE 2019 - reconhecimento do compromisso do hotel na aplicação de boas práticas ambientais. O reconhecimento é feito pela AHP (Associação de Hotelaria de Portugal)
5H37	Política de Sustentabilidade <i>More Future</i> ; desenvolve-se em 3 áreas: desenvolvimento humano (mais responsável, solidário e humano), proteção do ambiente (mais consciente, eficiente, verde) e desenvolvimento da economia local (mais genuíno, transparente, justo)
5H38	Política de Sustentabilidade <i>More Future</i>
5H39	Política de sustentabilidade: o hotel trabalha com um modelo de gestão e melhoria contínua que se preocupa com a implementação de boas práticas ambientais e sociais, valorizando a gestão ambiental nos seus estabelecimentos e promovendo a educação ambiental para o Turismo Sustentável, com o objectivo de contribuir para um futuro melhor e para um planeta mais verde
5H46	O hotel possui o certificado <i>Green leader</i> concedido pelo Tripadvisor (2022). O Programa EcoLíderes certifica a propriedade de acordo com o seu empenho em práticas sustentáveis como a reciclagem, a comida local e orgânica e as estações de carregamento de automóveis elétricos.

Fonte: Elaboração própria

Os resultados apurados no site *Booking.com* mostram que 45.83% da amostra divulga o seu compromisso sustentável através desse canal e que o restante, ou seja 54.17%, ainda não faz essa comunicação (gráfico 4.2). É interessante observar que nessa plataforma existe uma competição direta entre os hotéis, já que o consumidor pode fazer diversos tipos de filtros e escolher a opção que traz maior satisfação ou esteja de acordo com os seus interesses e possibilidades.

Gráfico 4.2 Análise do posicionamento sustentável no Booking.com



Fonte: Elaboração própria

Uma outra diferença é que existe uma maior padronização. Todas as unidades hoteleiras que participam do filtro sustentabilidade, estão sinalizadas como alojamento do programa de viagens sustentáveis (tabela 4.2). Isso valoriza e diferencia o seu posicionamento em relação aos seus concorrentes.

Quando se seleciona a unidade hoteleira do programa de viagens sustentáveis e se procura pelo campo “Alojamento do programa Viagens Sustentáveis”, é possível saber que medidas foram tomadas pelo alojamento para garantir uma viagem mais sustentável e ‘amiga do ambiente’. Em suma, podemos saber quais são as boas práticas de cada hotel.

Tabela 4.2 Tipos de Compromissos apresentados no site de busca Booking.com

Tipo de comunicação	Unidades
Medidas do Programa de Viagens Sustentáveis – boas práticas em relação ao consumo de energia, água, resíduos, emissão de gases de efeito estufa, destino e comunidade local e natureza. Essas atitudes variam conforme o empreendimento.	22
Hotéis com certificação <i>Green Key</i> - 7 e	
Hotel com programa próprio de sustentabilidade -1	

Fonte: Adaptado do site de busca Booking.com (2022)

Quando se consolidam as informações dos websites próprios com as do motor *Booking.com* pode perceber-se que existe uma preocupação de 54.17% dos hotéis em divulgar o seu compromisso sustentável em uma destas plataformas ou em ambas (tabela 4.3 e apêndice 2). Diante dessa informação, é possível perceber se existe um movimento de adequação aos princípios da sustentabilidade empresarial nas três dimensões, o que significa um grande avanço nesse sentido, embora ainda esteja longe do ideal.

Tabela 4.3 Presença Sustentável online consolidada

Website próprio	Booking.com	Consolidado	Consolidado (%)
10	22	26	54.17%

Fonte: Elaboração própria

A comunicação online representa assim uma ferramenta muito importante na indústria turística. As unidades hoteleiras devem divulgar as suas práticas sustentáveis de uma

maneira clara e perceptível. Dessa forma, poderão atrair um maior número de consumidores interessados em sustentabilidade.

4.2 Segundo objetivo

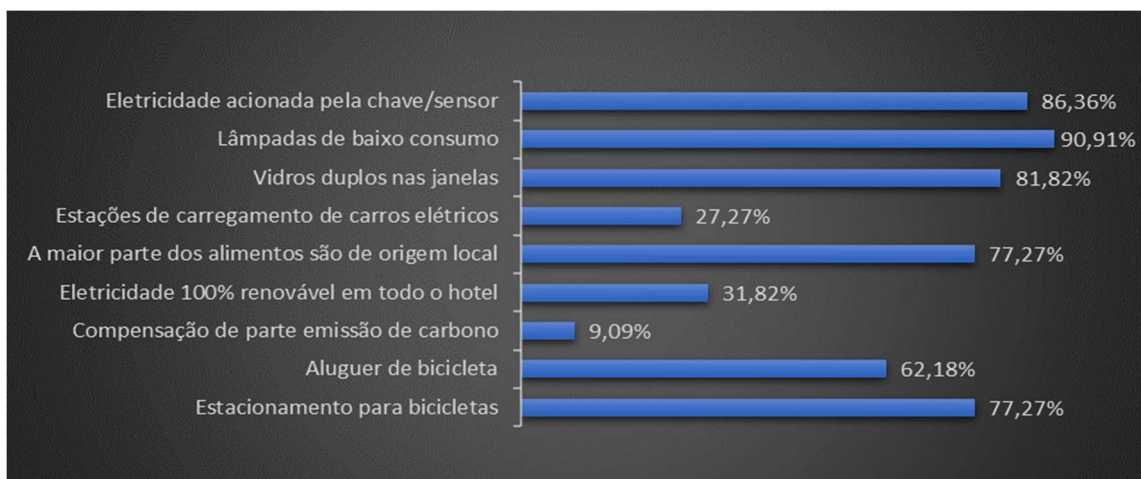
O segundo objetivo específico desta investigação procurava conhecer quais são as práticas sustentáveis mais populares na hotelaria cinco estrelas no Algarve.

No que diz respeito à aplicação de práticas sustentáveis dentro dos hotéis observados podem ser apresentados os seguintes resultados dentro dos principais grupos: consumo energético e emissão de gases de efeito estufa, consumo hídrico, gestão de resíduos, responsabilidade social e certificados ou programa de sustentabilidade.

Consumo energético e emissão de gases de efeito estufa

No que concerne as práticas gestão de energia, é importante salientar que as unidades hoteleiras respondem pelo consumo de 53% da energia total do setor de turismo e emitem 51% dos gases de efeito estufa. No gráfico 4.3 é possível verificar as práticas mais utilizadas pelos alojamentos para amenizar essas questões.

Gráfico 4.3 Práticas de gestão do consumo energético e emissão de gases de efeito estufa



Fonte: Elaboração própria

No que diz respeito às práticas sustentáveis de gestão de energia, foi possível observar que 90.91% dos hotéis utilizam lâmpadas de LED, este resultado não é surpreendente, já

que é necessário um baixo investimento inicial relativamente aos ganhos que resultam dessa prática. A segunda prática mais utilizada é a eletricidade acionada pela chave da acomodação/ detetor de movimento (86.36%), essa é uma boa prática, pois a gestão da energia do quarto não fica dependendo da atitude do hóspede. A terceira prática diz respeito a colocação de vidros duplos (81.82%), essa ação é relativamente dispendiosa, mas muito eficaz já que isolamento térmico obtido com estas janelas permite uma poupança energética e económica significativa.

No que concerne as boas práticas na redução de gases de efeito estufa, 77.27% dos hotéis informam que a maior parte dos alimentos são de origem local, essa atitude é ótima em vários aspectos, com a redução da distância, se reduz o consumo de combustíveis, que na maioria das vezes é de origem fóssil, além de valorizar os produtores locais. Uma outra prática nesse sentido é o de possuir estacionamento para bicicletas (77.27%), essa ação possibilita que seus funcionários, hóspedes e fornecedores possam utilizar dessa forma de transporte. O aluguer de bicicleta (62.18%) estimula os hóspedes a utilizarem essa modalidade para conhecer a região de forma sustentável.

Ter em suas instalações estações de carregamento de carro elétrico é uma prática adotada em 27.27% dos hotéis, essa atitude é excelente em vários sentidos, pois atrai turistas que já possuem veículos elétricos, possibilita que a frota de veículos utilizada pelos hotéis em suas operações diárias seja substituída por energia renovável.

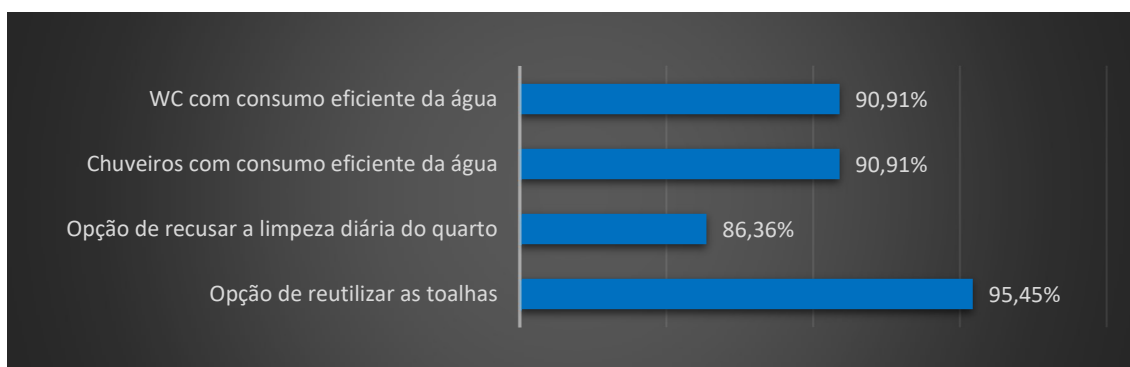
Utilizar eletricidade renovável em todo o hotel é uma prática aplicada por 31.82%, esse é um passo gigante em relação a sustentabilidade. Portugal já possui empresas que fornecem energia proveniente de fontes renováveis, tais como, energia eólica, energia hidroelétrica, biomassa e a fotovoltaica.

Embora apenas 9.09% dos hotéis estão a praticar a compensação de carbono, esse é um passo muito importante em relação a conscientização ambiental. Considerado commodity ao redor de todo o mundo, 1 crédito de carbono equivale a 1 tonelada de gás carbônico e pode ser negociado em um mercado regulado, entre países, ou cedido por uma empresa através do que é conhecido como mercado voluntário. Este mercado voluntário assenta, atualmente, na confiança que as empresas têm em projetos de compensação de emissões de CO₂ (plantação de árvores, agricultura e outros que possam sequestrar carbono da atmosfera) ou projetos que possam evitar emissões de CO₂ (Jornal de Negócios, 2022).

Consumo hídrico

O segundo eixo crítico é a gestão hídrica. O consumo de água, por parte das unidades hoteleiras é bastante elevado e o fornecimento desse bem essencial é uma questão preocupante na região do Algarve. Algarve poderá enfrentar uma grave situação de stress hídrico já nos próximos anos e só uma real mudança nos nossos hábitos pode travar esta realidade (Sul Informação, 2021). No gráfico 4.4, pode verificar-se as práticas mais utilizadas para um consumo mais eficiente deste recurso.

Gráfico 4.4 Práticas de gestão do consumo hídrico



Fonte: Elaboração própria

Relativamente ao consumo hídrico, a prática mais utilizada é a opção de reutilizar as toalhas (95.45%), essa é a ação mais recorrente e fácil de ser implementada, o apelo à não troca de toalhas diariamente, gera poupança energética e hídrica.

A segunda e a terceira prática mais utilizadas pelos hotéis são o WC e chuveiros com consumo eficiente de água, ambos com 90.91%. Para que se atinja essa eficiência, normalmente são instalados autoclismo de baixo consumo (cargas diferenciadas), redutores de caudal de água em torneiras e chuveiros de pouca intensidade.

A quarta prática é a opção de recusar a limpeza diária do quarto, igualmente fácil de implementar como a primeira, diminui o consumo de produtos de limpeza, água, energia e horas trabalhadas.

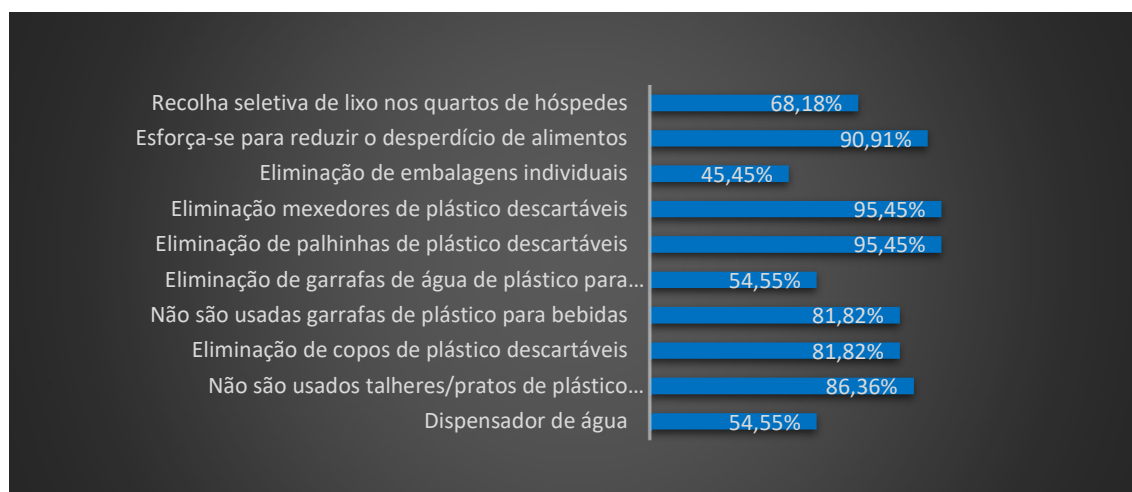
Todas as práticas divulgadas na gestão hídrica são consideradas básicas, para uma atitude mais efetiva e eficiente é preciso investir em reutilização da água cinzenta, usar sistemas

de purificação e revitalização de água, armazenar a água da chuva, além de efetuar um controle do consumo para evitar eventuais fugas e desperdícios.

Gestão de resíduos

A gestão de resíduos em hotéis é o terceiro eixo crítico do setor hoteleiro. Preparados para receber um fluxo elevado de indivíduos em todas as épocas do ano, os hotéis são responsáveis por gerar um volume expressivo de resíduos por cada hóspede. No gráfico 4.5, é possível verificar as práticas mais utilizadas de gestão de resíduos.

Gráfico 4.5 Práticas de gestão de resíduos



Fonte: Elaboração própria

Relativamente à gestão de resíduos, as práticas mais adotadas estão concentradas na eliminação de plásticos de uso único. As práticas de eliminação de mexedores de plástico descartáveis e eliminação de palhinhas de plástico descartáveis são utilizadas por 95.45% da amostra, 86.36% não utilizam talheres e pratos descartáveis, 81.82% não utilizam garrafas de plástico para bebidas e copos de plástico descartáveis. Apenas 54.55% da amostra elimina totalmente o uso de garrafas de água de uso único, uma explicação plausível para a essa baixa adesão é que alguns hotéis não estão dispostos a perder a receita gerada pela venda de água engarrafada.

Um ponto interessante a ser observado é que apenas 45.45% dos hotéis eliminam as embalagens de uso individual. Existe uma tendência para substituir o uso de *amenities* por dispensadores de champô e gel duche nas casas de banho de hóspedes.

O esforço para a redução do desperdício de alimentos é uma atitude de 90.91% da amostra. Estima-se que no setor hoteleiro, o desperdício de alimentos representa 25% das compras em alimentação (Publituris.hotelaria, 2020). Esta atitude representa a diminuição de gases de efeito estufa, economia de água, energia e redução nos gastos com compras de alimentos. Existem diversos programas como o *Refood*, organizado por empresas sem fins lucrativos, onde voluntários recolhem comidas em hotéis, restaurantes, supermercados e pastelarias e depois organizam a distribuição para pessoas carenciadas.

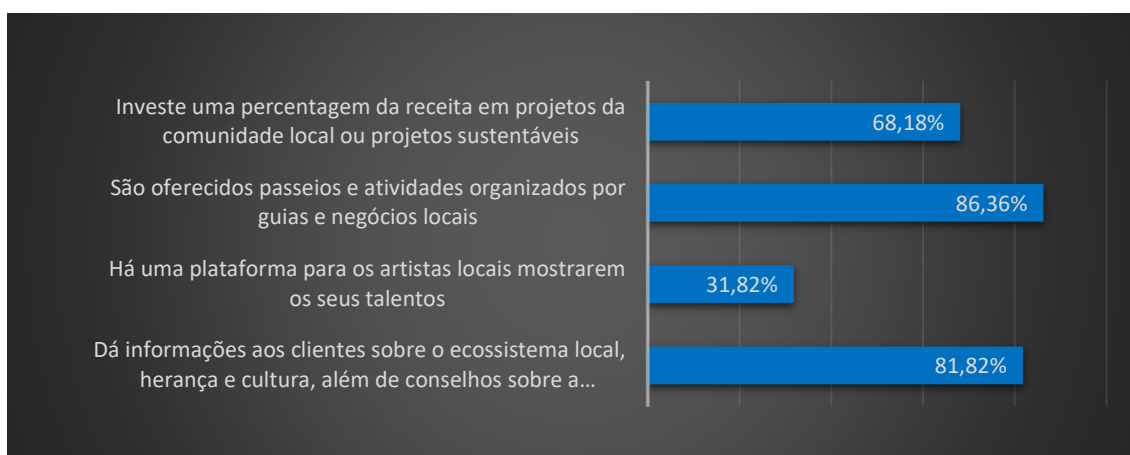
Uma atitude que agrada muito aos hóspedes é disponibilizar dispensadores de água (54.55%). Essa ação reduz a quantidade de garrafas utilizadas, já que normalmente é disponibilizada uma garrafa de vidro no quarto e o próprio hospede se encarrega de recarregá-la no dispensador.

A recolha seletiva de lixo no quarto dos hóspedes, bem como a sua reciclagem, é uma prática de 68.18% da amostra.

Responsabilidade Social

A responsabilidade social revela o compromisso da empresa com a sociedade; o social é um pilar fundamental da sustentabilidade. Pode verificar-se, no gráfico 4.6, as práticas de responsabilidade social mais utilizadas.

Gráfico 4.6 Práticas de Responsabilidade Social



Fonte: Elaboração própria

A principal prática adotada, por 86.36% dos hotéis, é oferecer passeios e atividades organizadas por guias e negócios locais. Essa ação é de suma importância para o desenvolvimento e manutenção das pequenas empresas da região, geração de empregos, diretos e indiretos, além de fornecer mais atrativos turísticos para os hóspedes. A segunda prática de responsabilidade social utilizada é informar os clientes sobre o ecossistema local, herança e cultura, além de conselhos sobre o modo de vida local.

Uma ação muito interessante, praticada por 68.18% dos hotéis da amostra, é investir uma percentagem da receita em projetos da comunidade local ou projetos sustentáveis. Tais esforços empoderam as comunidades locais e fortalecem a economia local.

Disponibilizar uma plataforma para artistas locais mostrarem o seu talento é uma boa prática, realizada por 31.82% dos hotéis. Essa é uma excelente maneira de valorizar e incentivar a produção artística da região.

4.3 Terceiro objetivo

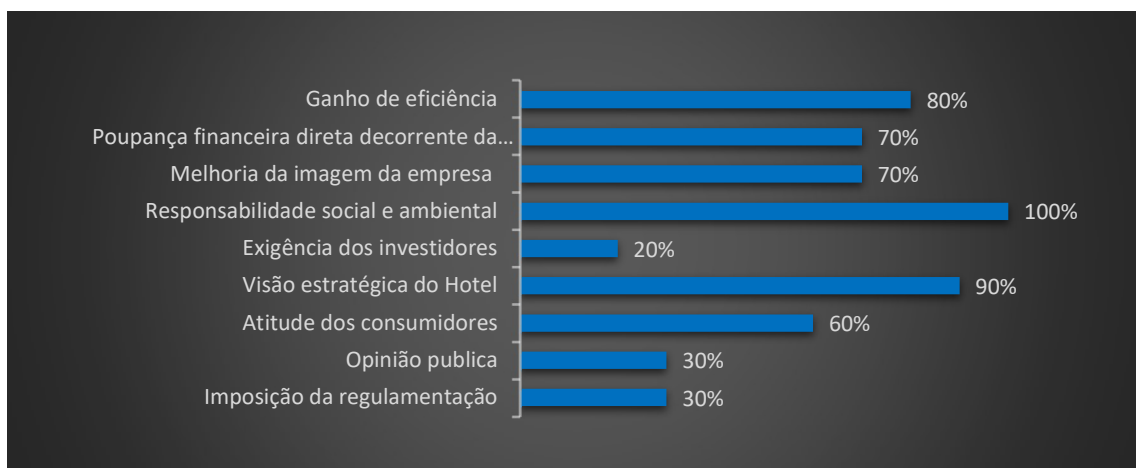
O terceiro objetivo específico desta investigação procura compreender quais são os principais motivadores para adoção de práticas sustentáveis. Pode verificar-se os principais motivadores através do gráfico 4.7.

Todos os respondentes apontam a responsabilidade social e ambiental como o principal motivador para a implantação de tais práticas. A responsabilidade socio-ambiental expressa um compromisso das empresas na realização dos seus serviços, levando em consideração a sociedade e o meio ambiente, procurando evitar/reduzir riscos sem a redução de lucros.

Visão estratégica da empresa é o segundo motivador (90%); este é interessante porque a implementação de práticas sustentáveis passa a compor a estratégia empresarial, definida a partir da percepção de que tais práticas podem prover uma vantagem competitiva sustentável.

O Ganho de eficiência é o terceiro motivador mais apontado (80%). De facto, com uma pegada ecológica menor e uma relação custo-eficiência melhor, o hotel gera mais lucro com soluções mais eficazes de gestão.

Gráfico 4.7 Principais Motivadores para adopção de práticas sustentáveis



Fonte: Elaboração própria

A poupança financeira direta decorrente da redução da utilização de materiais (70%) é o quarto motivador. Ser um hotel sustentável não é só apostar em formas de melhorar o ambiente, é também ter uma saúde financeira saudável que significa ter um negócio sustentável (alinhado com o pilar econômico).

A melhoria da imagem da empresa (70%) é apontada como quinto motivador e a atitude dos consumidores (60%) como sexto motivador. Estes dois motivadores complementam-se. Com o aumento dos problemas ambientais gerados pelo crescimento desordenado nas

últimas décadas, os consumidores ficaram mais conscientes da importância da defesa do meio ambiente. As práticas sustentáveis têm a capacidade de mudar de forma positiva a imagem de uma empresa junto aos consumidores.

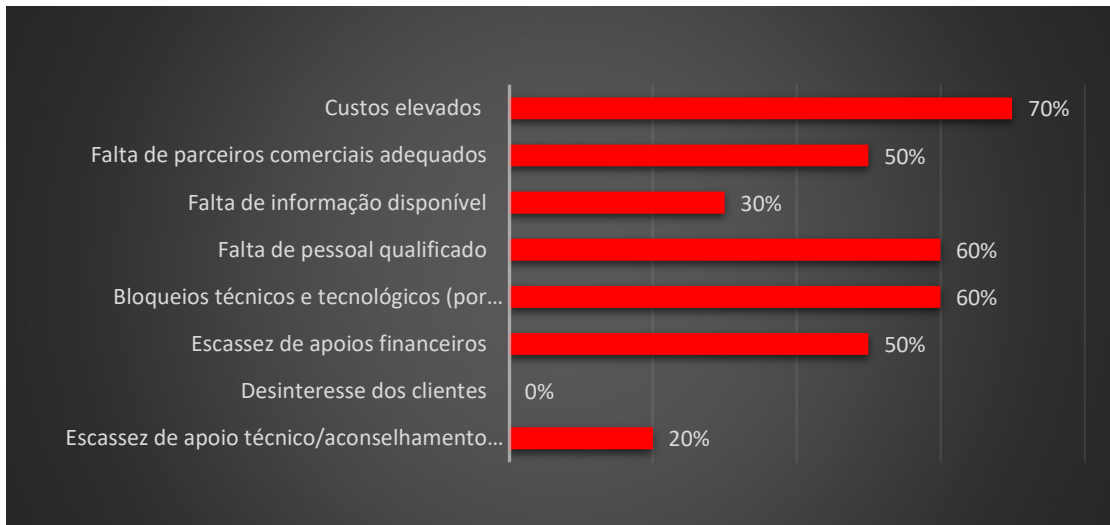
Os motivadores menos importantes para os respondentes são: opinião pública (30%), imposição de regulamentação (30%) e exigência dos investidores (20%). Uma explicação para que a opinião pública seja um baixo motivador deve-se ao facto de ser difícil de quantificar. A imposição da regulamentação é outro fator pouco relevante, o que pode significar que existe espaço para uma mudança na legislação e posterior ‘imposição’ de algumas boas práticas por parte de todos os hotéis. A exigência dos investidores é o motivador menos importante, talvez porque a maioria dos hotéis ainda não trabalha com um relatório de sustentabilidade onde constem os resultados nas três dimensões.

4.4 Quarto objetivo

O quarto objetivo específico desta investigação procura conhecer quais são os principais obstáculos para a implementação de práticas sustentáveis. No gráfico 4.8, é possível verificar os principais obstáculos à implementação de práticas sustentáveis nos hotéis.

O primeiro obstáculo diz respeito a custos elevados, segundo a resposta de 70% dos hotéis da amostra. De facto, em geral consideram que o processo para se tornar mais ‘amigo do ambiente’ de modo eficiente e eficaz possui custos elevados associados, apesar de rentável a longo prazo.

Gráfico 4.8 Principais Obstáculos para a implementação de práticas sustentáveis



Fonte: Elaboração própria

A falta de pessoal qualificado (60%) e os bloqueios técnicos e tecnológicos (60%) são considerados como o segundo e terceiro obstáculos para se tornar sustentável, na visão dos respondentes. Investir no treinamento de funcionários do próprio hotel pode resolver parte desse problema e uma consultoria adequada poderia sugerir formas inovadoras de fazer ajustes nas instalações antigas a fim de ser possível adequar a estrutura para funcionar segundo o modelo de sustentabilidade.

A falta de parceiros comerciais adequados (50%) e escassez de recursos financeiros (50%) representam, respetivamente, o quarto e quinto obstáculos. O crescimento de novos negócios na área da sustentabilidade deve suprir em breve a falta de parceiros comerciais e a escassez de recursos é uma questão persistente dos empresários.

A falta de informação disponível constitui um obstáculo para 30% dos respondentes. Existe muita informação disponível online: o Turismo de Portugal tem vários guias para apoiar os gestores na questão da sustentabilidade, porém tem de haver interesse e tempo para que os gestores estudem, planeiem e implementem tais práticas algumas com baixo (ou nenhum custo).

A escassez de apoio técnico/aconselhamento sobre soluções mais benéficas (20%) é o sétimo obstáculo referido. De facto, existe custo para a contratação de consultorias especializadas.

Portanto, o principal constrangimento para a implementação de medidas sustentáveis é o financeiro. Pode perceber-se que apoios na forma de subsídios, empréstimos e redução de impostos são necessários para fomentar a implementação de práticas avançadas de sustentabilidade no setor.

As questões ambientais e implicações de comportamento associado podem ser alcançadas através de campanhas de comunicação e conscientização direcionadas aos hóspedes existentes e a potenciais clientes (Islam et al., 2022). Os materiais publicitários devem enfatizar o importante papel que os clientes podem desempenhar no apoio a alojamentos verdes, sem perder a qualidade do serviço recebido. A percepção de que os hotéis verdes oferecem ofertas menos competitivas deve ser alterada, explorando plenamente as vantagens de custo das práticas ecológicas.

CAPÍTULO 5. CONCLUSÃO

A presente dissertação tem como principal objetivo analisar as principais práticas sustentáveis nos hotéis de 5 estrelas da região do Algarve. Através da investigação de 4 objetivos específicos decorrentes, foi possível responder à questão investigada de modo mais completo e atual.

O primeiro objetivo consistia em averiguar de que forma as unidades hoteleiras 5 estrelas no Algarve, comunicam o seu posicionamento sustentável através de seus websites. Para a concretização deste objetivo, realizaram-se duas análises relacionadas com a comunicação: a primeira no website próprio e a segunda no motor *Booking*.

Nos websites próprios, apenas 20.83% comunicam o seu comportamento sustentável e no motor Booking essa percentagem sobe para 45.83%. O consolidado apresenta o resultado de 54.17% da amostra realizando algum tipo de comunicação sustentável.

No que concerne a comunicação do compromisso sustentável online, é possível concluir que os hotéis estão a utilizar a comunicação sustentável para mostrar o seu posicionamento, comprometimento e para atrair hóspedes com consciência ambiental. Esta é uma estratégia fundamental para a indústria hoteleira, mas que apresenta grandes desafios, já que ainda não existe um padrão de comunicação entre os hotéis. Poucos possuem certificação ambiental e existem diferentes tipos de certificações disponíveis.

O segundo objetivo da investigação foi perceber quais são as práticas mais populares na hotelaria 5 estrelas do Algarve. Foi realizada uma análise no compromisso sustentável divulgado pelo hotel no motor Booking.com relativamente a práticas de consumo energético e emissão de gases de efeito estufa, consumo hídrico, gestão de resíduos e responsabilidade social.

Destacam-se as unidades hoteleiras que começam a revelar preocupações com a sustentabilidade em suas três dimensões. Existem medidas que são transversais a duas ou três dimensões, tais como a maior parte dos alimentos ser de origem local, a eletricidade 100% renovável em todo o hotel e o aluguer de bicicletas.

Verificou-se que as práticas mais populares, na sua maioria, são as menos dispendiosas. Ou seja, em que os hotéis não precisam de fazer grandes investimentos para implementá-las. Mas é de realçar que na prática de responsabilidade social, 68.18% afirmam investir uma percentagem da receita em projetos da comunidade local ou projetos sustentáveis.

O terceiro objetivo foi entender quais são os principais motivadores para a adoção de medidas sustentáveis. Para analisar esse objetivo foi utilizado um questionário. Para as questões do mesmo contribuíram ilações dos outros objetivos e a literatura na área.

Para as unidades hoteleiras respondentes, o motivador de destaque é a responsabilidade ambiental, seguida da visão estratégica e ganho de eficiência. De facto, a implementação de práticas sustentáveis representa uma dupla vantagem, na medida em que permite a poupança de recursos e, simultaneamente, um aumento da rentabilidade (pela diminuição das despesas). É importante observar que o nível de consciência ambiental tem crescido nos últimos anos e tem se desdobrado em atitudes sustentáveis em todas as indústrias.

O quarto objetivo específico procurou compreender quais os principais obstáculos à implementação de práticas sustentáveis.

Na opinião dos respondentes, o custo elevado é o principal obstáculo para implementação de práticas ‘amigas do ambiente’, o que explica o facto de as práticas mais populares serem as de menor custo de implementação. Dois outros importantes constrangimentos dizem respeito a falta de pessoal qualificado e bloqueios técnicos. Estes dois últimos são complicados de ser resolvidos a curto prazo, mas representam oportunidades de negócio a desenvolver na região.

Em síntese, a hotelaria 5 estrelas do Algarve tem procurado integrar as práticas sustentáveis na estratégia de negócio. Os hotéis estão atentos e conscientes à temática da sustentabilidade em suas três dimensões, tendo incorporado práticas sustentáveis no seu dia-a-dia e demonstrado disposição para contribuir para o desenvolvimento de mais ações. Embora ainda existam constrangimentos para conseguir implementar práticas mais efetivas e eficazes.

5.1 Limitações do estudo

A principal limitação desta investigação foi a dimensão da amostra, condicionada pela falta de participação e resposta dos gestores hoteleiros. Esta limitação impactou na

mudança de estratégia no objetivo 2 e limitou que se pudesse fazer a generalização dos resultados dos objetivos 3 e 4.

A segunda limitação prende-se com o facto de só ser possível analisar as práticas divulgadas no site do motor Booking, que é um conjunto restrito de práticas. No entanto, podem existir outras práticas que sejam igualmente importantes, para além das que foram divulgadas.

5.2 Contribuições do estudo

A realização desta investigação possibilitou a obtenção de informações relevantes sobre as práticas voltadas para a sustentabilidade em instalações hoteleiras de 5 estrelas do Algarve. Espera-se que este trabalho possa contribuir para que os gestores hoteleiros locais entendam a necessidade de promover a sustentabilidade organizacional e que ações podem ser tomadas nessa direção para aprimorar as práticas nos eixos económico, ambiental e social.

A revisão da literatura e a metodologia composta usada são outros contributos importantes. Constam neste tópico vários casos de boas práticas em diferentes setores de um hotel, algumas simples de ser implementadas e com ganhos para o ambiente e resultados financeiros e de imagem muito positivos.

5.3 Propostas para futuros trabalhos

Como proposta de futuras investigações, considera-se que seria relevante aplicar o estudo a unidades hoteleiras de outras categorias, na mesma região. Desse modo, será possível compreender os diferentes estádios de implementação das práticas sustentáveis na hotelaria da região e elaborar uma política relacionada para o setor. Também seria relevante aplicar o estudo a unidades hoteleiras com outra distribuição geográfica. E visto que os hoteleiros respondentes consideram que o processo para se tornar mais ‘amigo do ambiente’ possui custos elevados associados, são necessários mais estudos sobre impactos de práticas sustentáveis e ainda sobre a disposição de pagar mais para se hospedar em hotéis com sistema de gestão ambiental (Fuentes-Moraleda et al., 2019).

Referências Bibliográficas

Abdou, A.H., Hassan, T.H. & Moustafa, M.E.D. (2020). A Description of Green Hotel Practices and Their Role in Achieving Sustainable Development. *Sustainability*, 15, 1-20.

Ahmed, M., Guo, O., Qureshi, M.A., Raza, S. A., Khan, K. A. & Salam, J. (2021). Do green HR practices enhance green motivation and proactive environmental management maturity in hotel industry? *International Journal of Hospitality Management*. 9, 1-11.

Alberton, A., Kieling, A., Lyra, F. R., Hoffmann, E.M., Lopez, M.P.V. & Stefano, S. R. (2020). Competencies for sustainability in hotels: insights from Brazil. *Emerald Insight*, 15, 1-21.

Asadi, S. Pourhashemi, S. O., Nilashi, M., Abdullah, R., Samad, S., Yadegaridehkordi, E., Aljojo, N. & Razali, N. S. (2020). Investigating influence of green innovation on sustainability performance: A case on Malaysian hotel industry. *Journal of Cleaner Production*, 11, 1-15.

Ashrafi, M., Adams, M., Walker, T. R. & Magnan, G. (2018). How corporate social responsibility can be integrated into corporate sustainability: a theoretical review of their relationships. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 675, 672–682. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/13504509.2018.1471628> (acedido em: 07.06.2022)

Batle J., Sintes F. O. & Moon, C.J. (2018). Environmental management best practices: Towards social innovation. *International Journal of Hospitality Management*, 14, 14-20.

Berezan, O., Raab, C., Yoo, M. & Love, C. (2013). Sustainable hotel practices and nationality: The impact on guest satisfaction and guest intention to return. *International Journal of Hospitality Management*, 228, 227-233.

Birkel, H. & Müller, J.M. (2020). Potentials of industry 4.0 for supply chain management within the triple bottom line of sustainability e A systematic literature review. *Journal of Cleaner Production*, 2, 1-14.

Booking.com (2022). Disponível em: www.booking.com/searchresults.pt-pt.html?ss=Vale+d%27Oliveiras+Quinta+Resort+%26+Spa%2C+Carvoeiro%2C+Algar

ve%2C+Portugal&ssne=Algarve&ssne_untouched=Algarve&label=booking-name-pt (acedido em 02 de Abril de 2022).

Braccini, A. M. & Margherita, E. G. (2018). Exploring Organizational Sustainability of Industry 4.0 under the Triple Bottom Line: The Case of a Manufacturing Company. *Sustainability*, 3, 1-17.

CCDR Algarve (2020). Observatório das Dinâmicas Regionais. Disponível em: www.ccdr-alg.pt/site/info/observatorio-das-dinamicas-regionais (acedido em 11 de fevereiro de 2022).

Chan, E. S. W., Okumus, F. & Chan, W. (2018). Barriers to Environmental Technology Adoption in Hotels. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 835, 829-852

Chowdhury, M. (2014). Interpretivism in aiding our understanding of the contemporary social world. *Open Journal of Philosophy*, 4, 43-438. Doi: 10.4236/ojpp.2014.43047.

Chu, H. (2015). Research methods in library and information science: A content analysis. *Library & Information Science Research*, 40, 36-41.

Chung, K. C. (2020). Green marketing orientation: achieving sustainable development in green hotel management. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 14, 1-16.

Coligação para o Crescimento Verde (2015). Compromisso para o Crescimento Verde. Disponível em: <https://www.crescimentoverde.gov.pt/compromisso/> (acedido em 02 de março de 2022).

Cop, S., Alola, U.V. & Alola, A.A. (2020). Perceived behavioral control as a mediator of hotels' green training, environmental commitment and organizational citizenship behavior: A sustainable environmental practice. *Business Strategy and The Environment*, 1, 1-18.

ERSE - Entidade Reguladora dos Serviços Energéticos (2020). Guia de Boas Práticas. Disponível em: www.erse.pt/media/4s4gfdv/mbp_setorhoteleiro_ena_ppec2017_2018.pdf (acedido em 21 de fevereiro de 2022).

Farinha, F., Huertas, D. H., Pinheiro, M. D., Silva, E. M. J., Lança, R., Oliveira, M. J. & Batista, R. (2021). Sustainable Competitiveness of Tourism in the Algarve Region. Critical Stakeholders' Perception of the Supply Sector. *Sustainability*, 1, 1-24.

- Farinha, F., Oliveira, M. J., Silva, E. M. J., Lança, R., Pinheiro, M.D. & Miguel, C. (2019). Selection Process of Sustainable Indicators for the Algarve Region - OBSERVE Project. *Sustainability*, 14, 1-24.
- Foris, D., Crihălmean, N. & Panoiu, T. M. (2020). The New technologies and sustainable practices in Hospitality. *Bulletin of the Transilvania University of Braşov*, 8, 1-10.
- Foris, D., Crihalmean, N. & Foris, T. (2020). Exploring the Environmental Practices in Hospitality through Booking Websites and Online Tourist Reviews. *Sustainability*, 14, 1-18.
- Fuentes-Moraleda, L., Lafuente-Ibáñez, C., Muñoz-Mazón, A. & Villacé-Molinero, T. (2019). Willingness to pay more to stay at a boutique hotel with an environmental management system. A preliminary study in Spain. *Sustainability*, 11(18), 5134. Doi: 10.3390/su11185134.
- Global Reporting Initiative - GRI (2006). *Sustainability Reporting Guidelines*, Amsterdam, Global Reporting Initiative.
- Goh, E., Muskat, B. & Tan, A. H. (2017). The nexus between sustainable practices in hotels and future Gen Y hospitality students' career path decisions. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 12, 1-16.
- Goh, C. S., Chong, H. Y., Jack, L. & Faris, A. F. M. (2020). Revisiting triple bottom line within the context of sustainable construction: A systematic review. *Journal of Cleaner Production*, 2, 1-10.
- Grand Real Santa Eulalia (2022). Sustentabilidade. Disponível em: <https://www.granderealsantaeulalia.realhotelsgroup.com/pt-pt> (acedido em 07 de Abril de 2022).
- Green key (2022). Programa Green Key Turismo sustentável em Portugal. Disponível em: <https://greenkey.abae.pt> (acedido em 29 de Março de 2022).
- Han, H., Lee, J. S., Trang, H. L. & Kim, W. (2018). Water conservation and waste reduction management for increasing guest loyalty and green hotel practices. *International Journal of Hospitality Management* 59, 58-66.
- Hassan, T. H., Shehata, H. S., El-Dief, M. & Salem, A. (2020). The Social Responsibility of Tourism and Hotel Establishments and Their Role in Sustainable Tourism Development in Al-Ahsa, Saudi Arabia. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 7, 1-8.

Hotelaria de Portugal (2022). Programa Hospes. Disponível em: <https://www.hoteis-portugal.pt/content/108/5> (acedido em 29 de março de 2022).

INE - Instituto Nacional de Estatística (2020). Anuário Estatístico de Portugal – 2020. Instituto Nacional de Estatística, Lisboa.

INE - Instituto Nacional de Estatística (2021). Estatísticas do Turismo – 2020. Instituto Nacional de Estatística, Lisboa.

Islam et al. (2022). Investigating the role of green hotel sustainable strategies to improve customer cognitive and affective image. *Sustainability*, 14, 3545. Doi: 10.3390/su14063545.

Jaykumar, P. (2020). The Triumphs & Challenges in the Path of Green Hotel Housekeeping. *Journal of Services Research*, 14, 1-16.

Jones, P., Hillier, D. & Comfort, D. (2013). Sustainability in the global hotel industry. *Emerald Insight*, 10, 1-13.

Jornal de Negócios (2022). O negócio do mercado de carbono. Disponível em: jornaldenegocios.pt/sustentabilidade/ambiente---descarbonizacao/detalhe/o-negocio-do-mercado-de-carbono (acedido em 29 de março de 2022).

Kasim, H. e Antwi, S. K. (2015). Qualitative and Quantitative Research Paradigms in Business Research: A Philosophical Reflection. *European Journal of Business and Management*, 220, 217-226.

Kim, Y. H., Barber, N. & Kim, D. K. (2019). Sustainability research in the hotel industry: Past, present, and future. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 577, 576-597.

Kularatneuma, T., Wilson, C., Mansson, J., Hoang, V. & Lee, B. (2019). Do environmentally sustainable practices make hotels more efficient? A study of major hotels in Sri Lanka. *Tourism Management*, 1, 1-13.

Linneberg, M. S., Madsen, M. T. & Nielsen, J. A. (2019). Micro-level translation of corporate sustainability: When strategy meets practice in the Danish hospitality sector. *Journal of Cleaner Production*, 2, 1-11

Lopes, S. D. S. R. & Devile, E. L. (2012). Um comportamento socialmente responsável no setor turístico: o caso da Associação Lousitânea. *Revista Turismo e Desenvolvimento*, 1197, 1195-1210.

- Mashizha, S. (2014). The Strengths and Weaknesses of Research Methodology: Comparison and Complimentary between Qualitative and Quantitative Approaches. *Journal of Humanities and Social Science*, 102, 99-104.
- Medrado, L. & Jackson, L.A. (2015). Corporate non-financial disclosures: An illuminating look at the corporate social responsibility and sustainability reporting practices of hospitality and tourism firms. *Tourism and Hospitality Research*, 16(2), 116-132. Doi: 10.1177/1467358415600210.
- Mele, P. R., Gomez, J. M. & Garay, L. (2019). To Green or Not to Green: The Influence of Green Marketing on Consumer Behaviour in the Hotel Industry. *Sustainability*, 12, 1-17.
- Miranda, D. D. P., Ortiz, J. A. & Cardona, J. R. (2019). Article Determinants of CSR Application in the Hotel Industry of the Colombian Caribbean. *Sustainability*, 15, 1-19.
- Mohajan, H. K. (2018). Qualitative research methodology in social sciences and related subjects. *Journal of Economic Development, Environment and People*, 36, 23-48.
- Moise, M. S., Saura, I.G. & Molina, M. E. R. (2021). The importance of green practices for hotel guests: does gender matter?. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 16, 1-22.
- Monchique Resort (2022). Reduce, Reuse & Recycle. Disponível em: <https://www.monchiqueresort.com/dhm-green> (acedido em 29 de março de 2022).
- Moraleda, L. F., Ibáñez, C. L., Mazón, A. M. & Molinero, T.V. (2019). Willingness to Pay More to Stay at a Boutique Hotel with an Environmental Management System. A Preliminary Study in Spain. *Sustainability*, 11, 1-15.
- Moreo, A., Cobanoglu, C. & DeMicco, F. (2007). A comparative analysis of restaurant websites and hospitality school restaurant websites. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 19(3), 40-47. Doi: 10.1080/10963758.2007.10696896.
- Ng, A. W. & Tavitiyaman, P. (2019). Corporate Social Responsibility and Sustainability Initiatives of Multinational Hotel Corporations. *International Business, Trade and Institutional Sustainability*, 1, 1-8.
- Oriade, A., Osinaike, A., Aduhene, K. & Wang, Y. (2021). Sustainability awareness, management practices and organisational culture in hotels: Evidence from developing countries. *International Journal of Hospitality Management*, 10, 1-12.

- Ozturkoglu, Y., Sari, F. O. & Saygili, E. (2019). A New Holistic Conceptual Framework for Sustainability Oriented Hospitality Innovation with Triple Bottom Line Perspective. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 41, 39-57.
- Papadas, K. K., Avlonitis, G. J., Carrigan, M. & Piha, L. (2019). The interplay of strategic and internal green marketing orientation on competitive advantage. *Journal of Business Research*, 641, 632-643.
- Pommier, B. & Engel, A. (2021). Sustainability reporting in the hospitality industry. *Research in Hospitality Management*, 173-175. Doi: 10.1080/22243534.2021.2006937.
- Publituris.hotelaria (2020). Opinião: a prioridade do grupo Accor é lutar contra o desperdício alimentar. Disponível em: <https://www.publiturishotelaria.pt/2020/11/25/opiniaoprioridade-do-grupo-accor-lutar-desperdicio-alimentar/> (acedido em 13 de abril de 2022).
- Purvis, B. Mao, Y. & Robinson, D. (2018). Three pillars of sustainability: in search of conceptual origins. *Sustainability Science*, 685, 681-695.
- Rahman, M. S. (2016). The advantages and disadvantages of using qualitative and quantitative approaches and methods in language “Testing and Assessment” Research: A literature review. *Journal of Education and Learning*, 106, 102–112. Doi: 10.5539/jel.v6n1p102.
- Risco, A. A., Merino, A. E. & Luyo, R. P. (2020). Sustainable Development Goals in Hospitality Management. *Sustainable Hospitality Management*, 1, 1-19.
- Salguero, G. C., Gámez, M. A. F., Fernández, I. A. & Palomo, D. R. (2019). Competitive Intelligence and Sustainable Competitive Advantage in the Hotel Industry. *Sustainability*, 8, 1-12.
- Santos, R. A., Mexas, M. P., Meirino, M. J., Sampaio, M. C. & Costa, H. G. (2020). Criteria for assessing a sustainable hotel business. *Journal of Cleaner Production*, 2, 1-10.
- Sapo Viagens (2022). As 12 principais plataformas de reserva de hotéis em Portugal em 2021. Disponível em: <https://viagens.sapo.pt/ficar/noticias-ficar/artigos/as-12-principais-plataformas-de-reserva-de-hoteis-em-portugal-em-2021> (acedido em 31 de Março de 2022).

Shashi, S., Cerchione, R. & Bansal, C. H. (2019). Measuring the impact of sustainability policy and practices in tourism and hospitality industry. *Business Strategy and The Environment*, 1, 1-17.

Stirling, L., Prangle, A. W., Hamilton, G. & Olivier, J. (2016). Antecedents to transformational community engagement in South Africa. *South African Journal of Economic and Management Sciences*, 19(4), 514-532.

Sul Informação (2021). Águas do Algarve lança nova campanha de sensibilização. Disponível em: <https://www.sulinformacao.pt/2021/08/aguas-do-algarve-lanca-nova-campanha-de-sensibilizacao> (acedido em 06 de abril de 2022).

Tivoli Hotéis (2022). Sustentabilidade. Disponível em: <https://www.tivolihotels.com/pt/sustainability> (acedido em 29 de março de 2022).

Tripadvisor (2022). Programa EcoLíderes Green. Disponível em: <https://www.tripadvisor.pt/GreenLeaders> (acedido em 29 de março de 2022).

Turismo de Portugal (2017). Estratégia Turismo 2027. Disponível em: https://www.turismodeportugal.pt/pt/Turismo_Portugal/Estrategia/Estrategia_2027/Paginas/default.aspx (acedido em 09 de fevereiro de 2022).

Turismo de Portugal (2020). Guia de Boas Práticas para uma Economia Circular no Alojamento Turístico. Disponível em: <https://business.turismodeportugal.pt/SiteCollectionDocuments/sustentabilidade/guia-boas-praticas-para-economia-circular-no-alojamento-turistico.pdf> (acedido em 02 de março de 2022)

Turismo de Portugal (2020). Os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável. Disponível em: <http://business.turismodeportugal.pt/pt/crescer/sustentabilidade/Paginas/objetivos-desenvolvimento-sustentavel.aspx> (acedido em 02 de março de 2022).

Turismo de Portugal (2021). Visão Geral. Disponível em: https://www.turismodeportugal.pt/pt/Turismo_Portugal/visao_geral/Paginas/default.aspx (acedido em 02 de março de 2022).

Unesco Portugal (2020). Objetivos do Desenvolvimento Sustentável. Disponível em: <https://unescoportugal.mne.gov.pt/pt/temas/objetivos-de-desenvolvimento-sustentavel/os-17-ods> (acedido em 02 de março de 2022).

WCED – World Commission on Environmental and Development (1987). *Our Common Future*. Oxford: Oxford University Press.

ANEXO 1

Boas Práticas - Relatório de sustentabilidade

Princípios de conteúdo	<ul style="list-style-type: none">▪ Materialidade▪ Inclusão de stakeholders▪ Contexto da sustentabilidade▪ Abrangência
Princípios de Qualidade	<ul style="list-style-type: none">▪ Equilíbrio▪ Comparabilidade▪ Exatidão▪ Periodicidade▪ Clareza▪ Confiabilidade
Perfil da empresa	<ul style="list-style-type: none">▪ Nome da organização▪ Estrutura operacional da organização▪ Localização da sede▪ Tipo e natureza jurídica da propriedade▪ Porte da organização, incluindo número de empregados, vendas líquidas, capitalização total discriminada em termos de dívida e patrimônio líquido
Abordagens da Gestão	<ul style="list-style-type: none">▪ As informações sobre a forma de gestão devem fornecer uma breve visão da abordagem da gestão da organização no que tange aos aspectos definidos sob cada categoria de indicador, visando estabelecer o contexto para informações sobre desempenho
Desempenho Econômico	<ul style="list-style-type: none">▪ desempenho econômico▪ presença no mercado▪ impactos econômicos indiretos
Sociedade	<ul style="list-style-type: none">▪ Comunidade▪ Corrupção▪ políticas públicas▪ concorrência desleal▪ conformidade

Boas Práticas - Relatório de sustentabilidade (continuação)

<p>Desempenho Ambiental</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Materiais ▪ Energia ▪ Água ▪ Biodiversidade ▪ Emissões, efluentes e resíduos ▪ produtos e serviços ▪ conformidade ▪ transporte ▪ geral
<p>Práticas Laborais e Trabalho Condigno</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ emprego ▪ relações entre os trabalhadores e a governança ▪ saúde e segurança no trabalho ▪ treinamento e educação ▪ diversidade e igualdade de oportunidades.
<p>Direitos Humanos</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ não-discriminação ▪ liberdade de associação e acordo de negociação coletiva ▪ abolição do trabalho infantil ▪ prevenção de trabalho forçado e escravo ▪ práticas de reclamações e queixas ▪ práticas de segurança ▪ direitos dos indígenas
<p>Responsabilidade pelo Produto</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ saúde e segurança do cliente ▪ rotulagem de produtos e serviços ▪ comunicações de marketing ▪ privacidade do cliente ▪ conformidade

Fonte: Adaptado de GRI (2006)

APÊNDICE 1

Inquérito – primeira versão

Dissertação no âmbito do Mestrado em Gestão, Empreendedorismo e Inovação.
Faculdade de Economia, Universidade do Algarve

Estudo sobre as Práticas Sustentáveis na Hotelaria 5 estrelas do Algarve

- Por favor, responda apenas com base na sua sensibilidade (não é necessário recorrer a nenhuma documentação).
- Não há respostas certas ou erradas a nenhuma questão. Caso alguma questão não se aplique ao seu hotel, deixe-a em branco e considere as próximas.
- Um pequeno investimento do seu tempo representa uma ajuda preciosa para a investigação nesta área. Este questionário demora cerca de 5 minutos a preencher.
- Se precisar de alguma informação adicional, queira contactar: Débora Castro por email deboramc12@gmail.com.
- **Assegura-se a confidencialidade da informação prestada e o compromisso de a utilizar apenas nesse estudo académico.**

Agradeço a sua disponibilidade e colaboração!

Questionário

1. Classifique a importância dos seguintes aspetos na gestão ambiental do hotel.

Por favor, escolha **uma resposta** apropriada para cada item:

	1	2	3	4	5
Gestão do consumo energético	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestão do consumo água	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestão de resíduos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestão de efluentes e emissões	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestão de ambiente exterior	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Política de Compras orientada pelo ambiente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comunicação Ambiental	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5 - o mais relevante e 1 - o menos relevante

2. Consumo energético. Assinale as iniciativas que estão implementadas na unidade hoteleira.

Por favor, escolha todas as que se aplicam:

- Monitoração diferenciada de todo o consumo energético
- Equipamentos de baixo consumo energético
- Interruptor geral no quarto dos hóspedes
- Eletricidade acionada pela chave da acomodação/ detetor de movimento
- Lâmpadas de baixo consumo
- Sensores de iluminação
- Sistema de Ventilação eficiente
- Sistema solar térmico para aquecimento de água para fins sanitários
- Sistema de recuperação de calor
- Realização de serviços de manutenção programada dos equipamentos elétricos
- Vidros duplos nas janelas
- Exploração de energias renováveis
- Utilização de frota de veículos elétricos
- Bom isolamento térmico
- Estações de carregamento de carros elétricos
- Secagem ecológica de roupas (ao ar livre, sem o uso de máquinas)
- Outros

3. Consumo Hídrico. Assinale as iniciativas que estão implementadas na unidade hoteleira.

Por favor, escolha todas as que se aplicam:

- Monitoração diferenciada de todo o consumo de água
- Autoclismo de baixo consumo (cargas diferenciadas)
- Redutores de caudal de água em torneiras
- Chuveiros de pouca intensidade
- Torneiras com temporizador/ sensor
- Programa de reutilização de roupa de banho e cama
- Otimização de cargas das máquinas de roupa
- Otimização de cargas das máquinas de louça
- Sistema de rega automática com controlo de humidade
- Reutilização de água cinzenta
- Recolha e utilização de água da chuva
- Outros

4. Resíduos. Assinale as iniciativas que estão implementadas na unidade hoteleira.

Por favor, escolha todas as que se aplicam:

- Dispensadores de champô e gel duche nas casas de banho de hóspedes
- Eliminação de embalagens individuais
- Recolha seletiva de lixo nos quartos de hóspedes
- Recolha seletiva de lixo nos escritórios
- Recolha seletiva de lixo na cozinha
- Recolha e eliminação de resíduos especiais (óleo usado, pilhas, baterias...)
- Compostagem de resíduos orgânicos
- Eliminação mexedores de plástico descartáveis
- Eliminação de palhinhas de plástico descartáveis
- Eliminação de garrafas de água de plástico descartáveis para bebidas
- Eliminação de copos de plástico descartáveis
- Check-in 100% virtual
- Programa de redução de papel
- Tratamento de água residuais
- Refood
- Outros

5. Compras. Assinale as iniciativas que estão implementadas na unidade hoteleira.

Por favor, escolha todas as que se aplicam:

- Utiliza produtos de limpeza amigos do ambiente
- Oferece champô e gel duche biológicos
- Utiliza produtos da região na preparação de suas refeições
- Preferência por fornecedores com certificação de qualidade e ambiente
- Preferência por produtos reciclados
- Outros

6. Responsabilidade Social. Assinale as iniciativas que estão implementadas na unidade hoteleira.

Por favor, escolha **todas** as que se aplicam:

- Participa em projetos sociais
- Promove a doação de materiais para a população carente
- Apoia a educação local através das escolas, promovendo visitas de estudo e inserção dos habitantes locais no mercado de trabalho
- Contribui para eventos sociais, disponibilizando as instalações para receber os mesmos ou oferecendo patrocínios
- Cooperpara para um destino mais sustentável junto com as entidades locais
- Promove pequenos comércios locais, como restaurantes, serviços de delivery, agências de passeios, etc.

- Respeita as tradições socioculturais da região, apoiando na preservação do património cultural e dos valores tradicionais.
- Oferece formação para os colaboradores se tornarem ambientalmente mais conscientes, através de workshops ou de outras atividades como por exemplos cursos, palestras, campanhas, entre outros.
- Trata os funcionários igualmente e não há preconceito por raça, idade, sexo ou religião
- Pratica a Inclusão social através da contratação de colaboradores portadores de algum tipo de limitação e/ou deficiência.
- Encorajar o desenvolvimento de competências entre funcionários
- Outros

7. Relatório de sustentabilidade. Assinale as iniciativas que estão implementadas na unidade hoteleira.

Por favor, escolha **todas** as que se aplicam:

- A empresa possui processos formais de avaliação de resultados financeiros e/ou de mensuração de desempenho
- A empresa publica regularmente relatórios sobre o desempenho ambiental, social e económico
- A empresa possui alguma fonte de controlo sobre os resultados ambientais (economia de energia, pegada de carbono, outros)
- A empresa possui algum certificado ou rótulo de qualidade ambiental
- A empresa possui contratos com empresas de auditoria
- Outros

8. Assinale os motivos para a adoção de práticas sustentáveis.

Por favor, escolha **todas** as que se aplicam:

- Ganho de eficiência
- Poupança financeira direta decorrente da redução da utilização de materiais, água, energia e outros recursos
- Melhoria da imagem da empresa
- Responsabilidade social e ambiental
- Exigência dos investidores
- Visão estratégica do hotel
- Atitude dos consumidores
- Opinião pública
- Imposição da regulamentação
- Outros

9. Identifique os obstáculos para a implementação de medidas sustentáveis na unidade hoteleira.

Por favor, escolha **todas** as que se aplicam:

- Custos elevados
- Falta de parceiros comerciais adequados
- Falta de informação disponível
- Falta de pessoal qualificado
- Bloqueios técnicos e tecnológicos (por exemplo, infraestrutura antiga)
- Escassez de apoios financeiros
- Desinteresse dos clientes
- Escassez de apoio técnico/aconselhamento sobre soluções mais benéficas (ambientais, económicas e sociais)
- Outros

10. Na sua opinião, a região do Algarve possui as condições necessárias para a implementação de medidas sustentáveis nas dimensões ambiental, económica e social? Cite os pontos positivos e os que necessitam de melhoria.

Caracterização do Gestor do Hotel

11. Habilitações académicas:

Escolha **apenas** uma das opções seguintes:

- 12º ano de escolaridade (Ensino Secundário)
- Bacharelado ou Licenciatura
- Pós-graduação
- Mestrado
- Doutoramento

12. Idade:

Escolha **apenas** uma das opções seguintes:

- Menos de 30 anos
- 30-39 anos
- 40-49 anos
- Mais de 50 anos

13. Sexo:

Escolha **apenas** uma das opções seguintes:

- Feminino
- Masculino

14. Gostaria de receber a síntese dos resultados da pesquisa?

Escolha **apenas** uma das opções seguintes:

- Sim
- Não

APÊNDICE 2

Amostra consolidada

Numeração	Hotel	Website próprio	Booking.com	Consolidado
5H1	3HB Faro		x	x
5H2	Algarve Casino Hotel			
5H3	Algarve Race Resort - Hotel			
5H4	Anantara Vilamoura Algarve Resort		x	x
5H5	As Cascatas Golf Resort & Spa			
5H6	Bela Vista Hotel & Spa - Relais & Chateaux			
5H7	Boavista Golf & Spa - Bela Colina Village			
5H8	Cascade Wellness Resort			
5H9	Conrad Algarve		x	x
5H10	Crowne Plaza Vilamoura		x	x
5H11	Dona Filipa Hotel			
5H12	Domes Lake Algarve			
5H13	Dunas Douradas Beach Club	x	x	x
5H14	EPIC SANA Algarve Hotel		x	x
5H15	Grand House - Relais & Chateaux			
5H16	Rede Grand Muthu*			
5H17	Grande Real Santa Eulalia Resort & Hotel Spa	x	x	x
5H18	Hilton Vilamoura		x	x
5H19	Hotel Quinta do Lago		x	x
5H20	Iberostar Selection Lagos Algarve	x	x	x
5H21	Longevity Health & Wellness Hotel - Adults Only			
5H22	Martinhal Sagres Beach Family Resort Hotel	x		x
5H23	Monchique Resort & Spa			
5H24	Monte Rei Golf & Country Club		x	x
5H25	Monte Santo Resort			
5H26	Palmares Beach House Hotel - Adults Only			
5H27	Penina Hotel & Golf Resort			
5H28	Pestana Alvor Praia Premium Beach & Golf Resort			
5H29	Pestana Vila Sol Golf & Resort Hotel		x	x
5H30	Rede Pine Cliffs	x	x	x
5H31	Pousada Palacio de Estoi – Small Luxury Hotels of the World			
5H32	Praia do Canal Nature Resort			
5H33	Real Marina Hotel & Spa		x	x
5H34	Ria Park Hotel & Spa		x	x
5H35	Rede Nau	x		x
5H36	The Residences at Victoria by Tivoli		x	x
5H37	Tivoli Carvoeiro	x		x
5H38	Tivoli Marina Vilamoura	x	x	x
5H39	Vale da Lapa Village Resort	x	x	x
5H40	Vale d'Oliveiras Quinta Resort & Spa			
5H41	VidaMar Resort Hotel Algarve		x	x
5H42	Vila Alba Resort			
5H43	Vila Balaia - Luxury Villas Resort			
5H44	Vila Monte Farm House		x	x
5H45	Vila Valverde Design Country Hotel		x	x
5H46	Vila Vita Parc Resort & Spa	x		x
5H47	Vilalara Thalassa Resort			
5H48	Wyndham Grand Algarve		x	x
Total		10	22	26

Fonte: Elaboração própria

Amostra consolidada (continuação)

*Rede Grand Muthu é composta pelos seguintes hotéis:
Grand Muthu Forte do Vale
Grand Muthu Oura View Beach Club
**Rede Pine Cliffs é composta pelos seguintes hotéis:
Pine Cliffs Gardens
Pine Cliffs Hotel, a Luxury Collection Resort, Algarve
Pine Cliffs Ocean Suites, a Luxury Collection Resort & Spa, Algarve
Pine Cliffs Residence, a Luxury Collection Resort, Algarve
Pine Cliffs Village & Golf Suites
***Rede Nau é composta pelos seguintes hotéis:
Salgados Dunas Suites
Sao Rafael Atlantico
Sao Rafael Suites - All Inclusive

Fonte: Elaboração própria