

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO

LOUISE MORAIS

POLÍTICAS AMBIENTAIS NOS HOTÉIS DA CIDADE DE PONTA GROSSA/PR

PONTA GROSSA
2009

LOUISE MORAIS

POLÍTICAS AMBIENTAIS NOS HOTÉIS DA CIDADE DE PONTA GROSSA/PR

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado para obtenção do grau
de bacharel na Universidade Estadual
de Ponta Grossa, Área de Turismo.
Orientador: Prof^a. Ms. Larissa
Mongruel Martins

PONTA GROSSA
2009

AGRADECIMENTOS

À Deus, por sua sabedoria que norteia minha vida.

À minha mãe e porto seguro, Luci, por compreender e apoiar minhas decisões.

À Roseni, minha tia e irmã, por me ajudar sempre que preciso.

À Prof.^a Larissa Mongruel Martins, por sua total paciência, ideias, críticas, sugestões que contribuíram na elaboração deste trabalho.

Aos Professores Márcia Maria Dropa e Cláudio Jorge Guimarães, por contribuírem para minha formação como profissional, bem como na contribuição ao presente trabalho ainda na forma de pré-projeto.

À todos os Professores do Departamento de Turismo, que nestes quatro anos mostraram-se mais do que professores, tornaram-se nossos amigos.

Aos gerentes e/ou proprietários dos Hotéis da cidade de Ponta Grossa, Marcelo G. Amaral, Daniel Wagner, Bruno Leão, Marília P. De Souza John, e José Nilson Velasco, por disponibilizar informações sobre os hotéis sem os quais seria inviável a realização deste trabalho.

Aos amigos e futuros turismólogos (2006 - 2009), pela amizade, companhia, apoio, carinho, cafés, bons momentos que passamos juntos.

E a todos que direta ou indiretamente contribuíram para a conclusão deste trabalho.

RESUMO

Um tema que tem sido uma constante em diversos setores da economia, bem como da sociedade refere-se à preservação do meio ambiente. Um novo nicho de mercado surge devido à preocupação ambiental, e as empresas, para seguir a evolução desse mercado, mudam suas estruturas administrativas, comprometendo-se com uma gestão ambiental. Neste contexto, os meios de hospedagem, como empresas que são, passaram a perceber as vantagens de seguir uma política ambiental, e podendo utilizar isso como um diferencial no setor hoteleiro. Este trabalho tem por objetivo analisar a existência ou não de políticas ambientais nos hotéis de Ponta Grossa, Paraná. Dois foram os objetivos específicos definidos para este trabalho, são eles: identificar os benefícios da prática de uma política ambiental para os empreendimentos hoteleiros e verificar quais medidas são adotadas pelos hotéis. A metodologia apresenta-se como descritiva-exploratória com ênfase nas dimensões qualitativas, desenvolvida com base em uma fundamentação teórica, descrição de exemplos na hotelaria, elaboração, aplicação e análise de um questionário como fonte de dados. De acordo com os dados coletados, percebe-se que a maior parte dos hotéis pesquisados tem uma política ambiental própria, mas todos dispõem de alguma ação ambiental. Os que adotaram essa política tiveram significativas mudanças nos aspectos financeiros e sociais, os que ainda não aderiram sabem dos benefícios, porém encontram resistência dos proprietários dos hotéis pelos investimentos a serem feitos para a implantação de programas.

Palavras-chaves: Hotelaria, Políticas Ambientais, Benefícios.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1	- Sistema de Gestão Ambiental objetivando a melhoria contínua (PDCA).....	34
TABELA 1	- Carta Ambiental. Grupo Accor.....	41
GRÁFICO 1	- Gráfico 1 – Hotéis que dispõe de ações ambientais.....	47
GRÁFICO 2	- Gráfico 2 – Hotéis que possuem uma Política Ambiental.....	48

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	6
2	HOTELARIA	12
2.1	HISTÓRICO DA HOTELARIA.....	12
2.2	HOTELARIA ATUAL.....	17
2.2.1	Desenvolvimento e Tendências na Hotelaria no Brasil.....	20
3	POLÍTICA AMBIENTAL	25
3.1	MEIO AMBIENTE PEDE MEDIDAS UNIVERSAIS – AGIR LOCALMENTE, PENSAR GLOBALMENTE.....	25
3.2	POLÍTICA AMBIENTAL X SISTEMA DE GESTÃO AMBIENTAL....	31
3.2.1	Políticas Ambientais na Hotelaria.....	35
3.2.2	Casos na hotelaria.....	41
4	METODOLOGIA	45
5	APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS	47
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	55
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	57
	APÊNDICE A – Modelo de questionário aplicado nos hotéis....	61
	APÊNDICE B – Termo de autorização para o uso do nome.....	66
	ANEXO A – Declaração para efetuar a pesquisa nos hotéis.....	72

1 INTRODUÇÃO

Meio ambiente, uma questão frequentemente discutida devido aos grandes problemas e irregularidades que prejudicam a sociedade, causados pelo uso demasiado dos recursos naturais sem planejamento.

No desenvolvimento deste trabalho, meio ambiente refere-se “ao conjunto de condições, leis, influências e interações de ordem física, química e biológica, que permite, abriga e rege a vida em todas as suas formas.” (BRASIL, Ministério do Meio Ambiente, Lei nº 6.938, de 31 de agosto de 1981, Art 3º, inciso I, 2009).

Entende-se por essa definição, que o meio ambiente compreende o espaço natural e urbano, sendo que sua preservação é dever de toda a sociedade. É o que afirma Barbieri (2006, p.2) que existe:

“meio ambiente natural e o artificial, isto é, os ambientes físico e biológico originais e o que foi alterado, destruído e construído pelos humanos, como as áreas urbanas, industriais e rurais. Esses elementos condicionam a existência dos seres vivos, podendo-se dizer, portanto, que o meio ambiente não é apenas o espaço onde os seres vivos existem ou podem existir, mas a própria condição para a existência da vida na Terra.”

Nesta perspectiva, governos e ambientalistas passam a discutir o meio ambiente e as modificações que se tornaram visíveis e prejudiciais ao planeta. Surgem as organizações não-governamentais – ONG's, que são criadas com o objetivo de difundir as discussões originadas das várias conferências sobre o meio ambiente, seus problemas e soluções, afim de sensibilizar a quem mais interessa, a sociedade.

Um dos resultados que se obteve com as campanhas dessas ONG's foi a sensibilização dos consumidores, que mudaram gradativamente seus hábitos e passaram a optar por empresas ambientalmente corretas. (AMBIENTEBRASIL, 2008)

As indústrias e madeireiras foram as pioneiras a implantar sistemas de gestão ambiental cuja atividade demanda poluentes por seus resíduos químicos e a questão de extração ilegal de madeiras. Motivados a conquistar novos clientes, reduzir custos, manter a competitividade no mercado e ainda preservar o meio

ambiente, isto é, a matéria-prima, estes empreendimentos tornam-se exemplos para todos os outros setores da economia.

A voga de “empresas verdes”, isto é, que visam a sustentabilidade apoiados nos princípios da política ambiental, chega à atividade turística e por consequência aos empreendimentos hoteleiros. Neste trabalho serão expostos alguns conceitos sobre turismo e hotelaria, para entender como essas atividades se interrelacionam com as políticas ambientais.

Dos diversos conceitos formatados para definir o que é turismo, neste trabalho será referenciado o turismo como atividade, por sua classificação no setor de prestação de serviços. Porém, segundo Beni (2000, p. 35)

“[...] a conceituação do Turismo não pode ficar limitada a uma simples definição, pois que este fenômeno ocorre em distintos campos de estudo, em que é explicado conforme diferentes correntes de pensamento, e verificado em contextos vários da realidade social”.

Por esta razão, serão colocadas algumas definições de turismo que cabem na proposta deste trabalho. O conceito geral de turismo envolve o deslocamento de pessoas por motivos diversos não sendo em sua cidade, por mais de 24 horas, e sendo assim, pernoitando no local visitado. Em 1937, a Sociedade das Nações, coloca uma definição similar para definir a categoria de turista como: “Toda a pessoa que viaja durante 24 horas ou mais por qualquer outro país distinto a sua residência atual”. (MOESCH, 2000, p. 11).

Para que seja possível as pessoas viajarem com comodidade, o turismo utiliza diversos setores de produção e serviços como restaurantes, hotéis, infraestrutura local (água, energia elétrica) e todo o meio ambiente em que a atividade está inserida. Moesch define turismo e essa inter-relação que o compõem com uma visão ampla e sociológica.

O turismo é uma combinação complexa de inter-relacionamentos entre produção e serviços, em cuja composição integram-se uma prática social com base cultural, com herança histórica, a um meio ambiente diverso, cartografia natural, relações sociais de hospitalidade, troca de informações interculturais. O somatório desta dinâmica sociocultural gera um fenômeno, recheado de objetividade/subjetividade, consumido por milhões de pessoas, em síntese: o produto turístico. (MOESCH, 2000, p.9).

O turismo não envolve somente o turista, envolve também a comunidade local que convive com essa atividade e que se não for bem planejada, pode gerar impactos ambientais e culturais. Os gestores dessa atividade passam a perceber essa questão, e buscam uma gestão do turismo que minimize esses impactos, surge então o conceito de turismo sustentável.

Este novo conceito preserva todas as características das definições de outrora, mas agrega o compromisso de fazer do turismo uma atividade com o mínimo de impactos no meio natural e urbano, com o propósito de preservar o local para as gerações futuras. Segundo Beni (2000, p.116) o turismo sustentável é “definido como um processo preservacionista estratégico de desenvolvimento interativo e articulado, especialmente delimitado e localizado”. Nesta afirmação o autor menciona o processo de administração tanto no planejamento do setor público nas esferas municipal, estadual, federal e até mesmo mundial, quanto na administração dos empreendimentos privados, para que possam articular suas ações de forma a interagir com o meio ambiente, sem deixar grandes impactos.

De acordo com o Código de Ética Mundial de Turismo formulado pela Organização Mundial do Turismo (OMT), sob o fator de desenvolvimento sustentável tem como dever que todos os agentes da atividade turística desempenhem suas atividades de forma a proteger o patrimônio natural. Os profissionais desse setor devem estabelecer limites às suas atividades quando estas forem exercidas em espaços particularmente vulneráveis. (SENAC, 2004, p. 30).

Em análise aos conceitos expostos, percebe-se que o turismo está em constante mutação acompanhando as tendências do mundo globalizado. O turismo mostra-se como uma atividade dependente de produtos e serviços que são configurados no *trade* turístico, buscando a interação com a cultura, o entorno e o meio natural, princípios da sustentabilidade.

Dos serviços integrantes do *trade* sem o qual o turismo teria dificuldades para existir, encontra-se a hotelaria. O setor também acompanha as tendências globais, sendo um setor atuante na melhoria dos serviços agregando valor a esta atividade. A questão da sustentabilidade passa a ser adotada nos hotéis, pois por sua complexidade de serviços ofertados e quantidade de pessoas que atende, faz como que tenha um maior contato com o hóspede, com a comunidade local e com isso uma maior responsabilidade sócio-ambiental.

O hotel tem como função receber e hospedar pessoas mediante ao pagamento de diárias, que com o tempo adicionou a hospitalidade como fator imprescindível de conquistar o hóspede, entre outras regalias agregadas a isso como alimentação, sauna, piscina, recreadores para as crianças, entre outros. E a tendência é sempre existir mais serviços e modificações na parte estrutural e administrativa pela crescente exigência dos hóspedes. (CASTELLI, 2006, p.14).

Entra como exemplo dessas mudanças e justificativa do presente trabalho, a política ambiental nos hotéis. Os gestores da hotelaria passam a observar através de outros empreendimentos, as vantagens na implantação dessas ações ambientais no funcionamento do hotel revertendo em economia, marketing positivo e efetivamente colaborando como o meio ambiente.

Os hotéis instalados em praias, parque de reserva ecológica, como os *resorts*, tem um compromisso ainda maior com a sociedade, sendo que os impactos gerados refletem diretamente na natureza. Por essa razão, estes foram os empreendimentos que aderiram rapidamente aos sistemas de gestão ambiental, como também buscam pela certificação, como o Hotel das Cataratas localizado dentro do Parque Nacional do Iguaçu em Foz do Iguaçu, Paraná que foi o primeiro hotel a receber a certificação ambiental ISO 14001 na América do Sul. Os demais empreendimentos hoteleiros ao perceberem que essas medidas eram viáveis e válidas, começam a implantar e elabora políticas ambientais para seus estabelecimentos. (GOYA, 2007, p. 18).

O Ministério do Meio Ambiente propõe que as empresas tenham seu desenvolvimento pautado na sustentabilidade previsto no Decreto Nº 99274/1990 – que regulamenta a Lei Nº 6.902, de 27 de abril de 1981, Capítulo IV – Do licenciamento das atividades, Art. 17 -

“A construção, instalação, ampliação e funcionamento de estabelecimento de atividades utilizadoras de recursos ambientais, consideradas efetiva ou potencialmente poluidoras, bem assim os empreendimentos capazes, sob qualquer forma, de causar degradação ambiental, dependerão de prévio licenciamento do órgão estadual competente integrante do Sisnama¹, sem prejuízo de outras licenças legalmente exigíveis”.

¹ O Sistema Nacional do Meio Ambiente é responsável pela proteção e melhoria da qualidade ambiental.

Sendo assim, os hotéis devem verificar o local onde estão instalados e sua estrutura de equipamentos, para que obedeça as leis vigentes sob a ótica da preservação do meio ambiente.

Os meios de hospedagem observam estes pontos de diferenciação no mercado, atingindo novos clientes e fidelizando os demais, com os novos serviços, e com melhor qualidade dos mesmos, agregando a questão ambiental. Desde então, associações como a Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH), que trabalham em prol do crescimento do setor, passam a apoiar a disseminação da elaboração e implantação de políticas ambientais nos hotéis sejam eles *resorts*, hotéis de luxo, econômicos ou de médio porte, pois todos podem adequar uma política de acordo com suas necessidades.

Todas estas questões que envolvem a preservação do meio ambiente e, em paralelo, abordam a evolução da hotelaria, sendo ela agora atuante na sociedade por meio de ações sócio-ambientais, despertaram o interesse de verificar essa dinâmica nos hotéis da cidade de Ponta Grossa, Paraná.

Nesta pesquisa será focado a política ambiental na hotelaria por acreditar ser relevante a discussão de ações ecologicamente corretas na gestão desses empreendimentos para o seu próprio benefício, bem como para a sociedade.

A problemática apresentada foi em que medida a política ambiental está inserida no contexto dos serviços hoteleiros dos hotéis pré-selecionados? As hipóteses levantadas para este problema são que uma política ambiental atuante nos hotéis refletirá diretamente no lucro dos mesmos, os hotéis passam a ser reconhecidos como ecologicamente corretos ganhando visibilidade e credibilidade na sociedade.

Diante dessa realidade, este trabalho tem por objetivo geral analisar a existência ou não de políticas ambientais nos hotéis selecionados conforme a proposta exposta na metodologia dessa pesquisa. Os objetivos específicos definidos foram os seguintes: identificar os benefícios da prática de uma política ambiental para os empreendimentos hoteleiros; verificar quais medidas são adotadas pelos hotéis.

A pesquisa apresenta-se como descritiva-exploratória com ênfase nas dimensões qualitativas, pois descreve conceitos e utiliza-se de questionário para obtenção de dados, trabalha com experiências similares e conteúdo bibliográfico de

forma a verificar a qualidade do objeto de estudo, neste caso os hotéis e sua política ambiental referentes as propostas metodológicas aqui utilizadas.

Optou-se por estruturar o trabalho no modo de numeração progressiva, por essa razão nesta Introdução apresenta-se definições sobre turismo, hotelaria e meio ambiente relevantes para contextualizar o tema dessa pesquisa.

O segundo capítulo apresenta um breve histórico sobre a hotelaria mundial e no Brasil, e a ligação do turismo neste contexto. Discute a situação atual da hotelaria, seu desenvolvimento e algumas tendências colocadas por Castelli (2006) para o setor no Brasil, dentre as quais se destaca a gestão ambiental na administração dos hotéis.

O terceiro capítulo descreve a evolução das discussões mundiais sobre a preservação do meio ambiente, conferências e documentos que revolucionaram os conceitos e a dinâmica de como trabalhar as políticas ambientais. Esclarece definições sobre políticas ambientais e gestão ambiental, mostrando como são elaboradas e implantadas nos empreendimentos. Ainda dispõe de como esses sistemas são implantados na hotelaria e as instituições que prestam consultoria e que são tomados com exemplos para os gestores da hotelaria. Mostra exemplos neste setor e alguns resultados.

No quarto capítulo são descritos os aspectos metodológicos que direcionam a pesquisa abordando os métodos utilizados para a realização da mesma.

No desenvolvimento do quinto capítulo são descritos os resultados alcançados na pesquisa por meio de um questionário aplicado nos hotéis de Ponta Grossa, Paraná.

Por fim, tem-se as considerações finais onde foram apresentadas as questões relevantes desta pesquisa, a fim de verificar se o problema inicialmente proposto foi sanado. Também mostrando a importância que essas ações representam nos hotéis.

2 HOTELARIA

2.1 HISTÓRICO DA HOTELARIA

Os Meios de Hospedagem aparecem na sociedade para suprir as necessidades dos viajantes como descanso e alimentação durante as longas viagens. Por volta do século VII a.C., as viagens eram complexas na relação tempo e espaço, sendo os meios de transporte de baixa velocidade e isentos de conforto, afetando diretamente o tempo dessas viagens. Por esse motivo, nas proximidades das estradas surgiram estruturas de alojamento que começaram a atender esses viajantes no propósito de oferecer alimentação e hospedagem para prosseguir a viagem.

Ainda no século VII a.C. havia deslocamento de pessoas devido os Jogos Olímpicos que ocorriam na Grécia Antiga, onde as residências eram transformadas em hospedarias para atletas e também para as pessoas que viajavam para acompanhar os jogos.

“Os eventos desportivos realizados a cada quatro anos na cidade-estado de Olímpia atraíam não apenas atletas como também espectadores. Os Jogos Olímpicos motivaram as primeiras viagens de lazer, que se tornaram importantes a ponto de se fazer trégua nas guerras para salvaguardar os viajantes. Todos os demais pontos do trajeto, e não apenas Olímpia, adaptaram-se e criaram estruturas de alojamento, alimentação e transporte para esses primeiros turistas”. (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO, 2005, p. 7).

Essas estruturas mais tarde foram denominadas como hospedaria e ofereciam alimentação, hospedagem e estalagens para os animais. Os motivos das viagens eram diversos: negócios, conquista de territórios, a lazer. No Oriente Médio 4.000 a.C por conta das rotas de comércio, existia grande movimentação de caravanas que contavam com uma hospedaria a cada 12 km. (GOYA, 2007, p.100)

Ainda segundo Goya (2007, p. 101), a Grécia Antiga colaborou com a expansão das hospedarias sendo que em Atenas havia 360 estabelecimentos. Estes estabelecimentos, denominados *Lesches* dispunham de boa comida e acomodações em troca de dinheiro.

Com a Revolução Industrial, que tem seu início na Inglaterra por volta do século XVIII², e logo após estendendo esse fenômeno por toda a Europa, estimula-

² Fonte: <http://www.setrem.com.br/ti/trabalhos/historia/historia/revolucao.htm>.

se o desenvolvimento da tecnologia em diversos segmentos socioeconômicos. Essas mudanças refletem no modo de trabalho e na organização desses trabalhadores que exigem uma redução na jornada de trabalho, distinguindo assim o tempo livre do tempo de trabalho. O tempo livre dá origem à atividades de lazer, e mais tarde a uma forma organizada do fenômeno social denominado Turismo. De acordo com a OMT (Organização Mundial do Turismo),

“O turismo compreende as actividades desenvolvidas por pessoas ao longo de viagens e estadas em locais situados fora do seu *enquadramento habitual* por um período consecutivo que não ultrapasse um ano, para fins recreativos, de negócios e outros”. (CUNHA, 1997, p. 9).

A demanda de viagem passou a aumentar pela evolução nos meios de transporte, destaque para as estradas de ferro construídas na metade do século XIX, perfazendo um menor tempo de deslocamento e diminuindo assim os custos de viagem, superando a qualidade das estradas e dos transportes rodoviários no final do século XVIII. (BARBOSA, 2002, p.50).

Tem-se uma nova concepção com relação a transportes e viagem, sendo um dos motivos a velocidade dos trens e a capacidade de passageiros transportados comparando com os carros de tração animal. As viagens mais rápidas e com menos custo possibilitava com que as classes menos favorecidas pudessem viajar, e dessa forma foram criados diferentes categorias de vagões nos trens. (BARBOSA, 2002, p.51).

Com essa maior facilidade de deslocamento, o empreendedor Thomas Cook, percebe um novo nicho de mercado e passa a organizar viagens de trem negociando com as companhias tarifas reduzidas, resultando assim em um aumento da demanda e propiciando mais lucro por viagem para os mesmos.

Cook é considerado o primeiro agente de viagens do mundo. Expandiu sua empresa, e em 1845, ele organiza uma excursão para o litoral em Liverpool, Inglaterra, voltada para o lazer. Nesta viagem volta a inovar, “Cook reservava acomodações nos hotéis e restaurantes (embora os passageiros pudessem fazer suas próprias reservas)” (BARBOSA, 2002, p. 54). Ainda segundo Barbosa (2002) as idéias de Cook foram copiadas emergindo assim no século XIX empresas oferecendo pacotes de viagem, conceituando um novo nicho de mercado: as agências e operadoras de viagens.

Todos estes acontecimentos no desenvolvimento do turismo refletem diretamente no setor hoteleiro. Segundo Cândido e Vieira (2003, p. 41) somente em 1898, tem-se o início da hotelaria moderna com César Ritz que inaugura o primeiro hotel planejado, em Paris na França, com banheiro privativo, funcionários uniformizados, apartamentos luxuosos. Ritz trás essas inovações combinando luxo, modernidade e higiene.

A partir desse momento na história da hotelaria são construídos outros hotéis equivalentes ao *Hotel Ritz*, um exemplo é o *Pennsylvania Hotel*, de Ellsworth Statler, inaugurado em 1927 com 2002 apartamentos. (CÂNDIDO e VIEIRA, 2003, p.43).

Mudanças também ocorrem no transporte favorecendo o turismo e conseqüentemente a hoteleira. Segundo Barbosa (2002, p. 65), em 1920, o transporte aéreo (antes independente) passa a operar com companhias aéreas, isso impulsionou o desenvolvimento do turismo visto que as viagens tornaram-se ainda mais rápidas diminuindo o tempo das mesmas, e atualmente sendo um transporte seguro e de custo reduzido.

Os meios de hospedagem passaram a se profissionalizar pelo crescimento da atividade turística. E em 1952 surgem as corporações hoteleiras internacionais como estratégia de marketing, sendo a rede *Holiday Inn* um dos exemplos, tornando o setor hoteleiro mais competitivo pela oferta de diferentes serviços. (RIBEIRO, 2005, p.24).

Sobre o Turismo no Brasil, o autor Ignarra (2003, p. 6) faz uma analogia com o descobrimento do país.

“As primeiras expedições marítimas que chegaram com Américo Vespúcio, Gaspar Lemos, Fernando de Noronha e outros não deixavam de estar fazendo turismo de aventura. [...] Documentos históricos mostram que navegadores espanhóis, franceses, holandeses e ingleses exploravam as costas brasileiras”.

A necessidade de meios de hospedagem começa com as capitânicas hereditárias, sendo os mandatários de suas capitânicas os precursores a instalar hospedarias pela necessidade de abrigar os viajantes. Com a vinda dos portugueses ao Brasil, passaram eles a instalar novos estabelecimentos que além da função de hospedar, que eram também venda de secos e molhados. (CÂNDIDO E VIEIRA, 2003, p. 38).

De acordo com Ignarra (2003, p.7) na segunda metade do século XVIII não havia hospedarias. Ao final desse mesmo século, surgem os primeiros meios de hospedagem na forma de estalagens no Rio de Janeiro que ofereciam hospedagem e refeição.

“Mas não há dúvida de que a súbita chegada de tão numeroso contingente ao Rio de Janeiro, em função da transferência da corte portuguesa para a colônia do novo mundo, suscitou um verdadeiro “choque de demanda”, a partir do qual a atividade hoteleira encontraria os motivos e condições para surgir e se desenvolver.” (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO, 2005, p.18)

Em 1808, com a vinda do Rei de Portugal para o Rio de Janeiro, os brasileiros nativos tiveram o direito de ter seu próprio comércio, antes disto era permitida só aos portugueses. Com isso tem-se o aumento da demanda, porém uma baixa na qualidade de serviços ofertados. (CÂNDIDO E VIEIRA, 2003, p. 38).

A evolução dos meios de hospedagens é parecida com a que ocorreu na Europa. Segundo Pires (2001, p.146) as hospedarias localizadas no Rio de Janeiro e em São Paulo por volta do ano de 1821 eram de instalações e serviços precários. A grande parte desses estabelecimentos era isento de higiene, hospitalidade e preços altos.

Conforme Pires (2001, p.148) essa atividade era praticada de forma amadora visto que os proprietários das hospedagens cobravam sob os serviços conforme a aparência do viajante. Os portadores de bons modos e boa aparência, certamente pagariam um preço maior em relação a um viajante aparentemente de menos posses.

É difícil afirmar com precisão quando as hospedarias começam a evoluir e passaram a ser conceituados como hotéis, cuja definição de hotel conforme Ribeiro (2005) é “uma empresa, que oferece hospedagem e serviços de suporte para a atividade turística, sendo um componente importante para o turismo”.

Segundo Pires (2001, p.161), há registros em cartas de viajantes de existir nessa época “a presença de ‘alguns hotéis franceses e italianos’ distintos, ao que parece, das hospedarias. É de crer, portanto, que já na década de 1830 os hotéis da capital apresentassem um tipo de serviço diferenciado.”

Em 1849, no Rio de Janeiro, o Hotel dos Estrangeiros dispunha de serviços de aluguel de quartos mobiliados e também de jantar de encomenda. A cidade

contava ainda com outros hotéis como o Pharoux, Ravot e o Universo. (PIRES, 2001, p. 161).

Em 1858, a cidade de São Paulo contava com menos hotéis que a Corte – Rio de Janeiro – sendo que alguns estabelecimentos mesmo com o nome de “hotel” não ofereciam os serviços de aluguel de quartos com pressupõem o próprio nome, eram em sua maioria cafés e bilhares. Dos poucos hotéis conhecidos em São Paulo por oferecer bilhares e hospedagem destacam-se o Hotel Paulistano e o Universal. (PIRES, 2001, p.161). Ignarra (2003, p. 7) relata que só se tem notícias de hotéis de qualidade em São Paulo em torno de 1870.

Como na Europa, a expansão das estradas de ferro fez com que a demanda de viajantes aumentasse da mesma forma isso ocorre no Brasil. Conseqüentemente aumenta-se a demanda e a oferta relativa aos hotéis, segundo Pires (2005, p.168) sendo esse fenômeno mais presente em São Paulo.

Em 1908, no Rio de Janeiro foi inaugurado o Hotel Avenida com 220 quartos, esse empreendimento tornou-se um marco para o desenvolvimento da hotelaria no Brasil. De acordo com Trigo (2002, p.153) em 1920 o governo propõe ações de incentivo para a construção de grandes hotéis com o objetivo de bem receber autoridades governamentais e personalidades que estivessem visitando as principais cidades do país, Rio de Janeiro e São Paulo.

Ainda segundo Trigo (2002, p.153) hotéis de São Paulo como Fraccaroli, Paulista, Esplanada e Terminus são exemplos de resultados das ações governamentais, bem como os hotéis Gloria e o Copacabana Palace, no Rio de Janeiro. Os investimentos do governo se estenderam para a abertura de estradas que permitiriam a expansão geográfica da hotelaria nacional.

Após a crise de 1929, os países começaram a buscar alternativas para novos segmentos para movimentar e recuperar a economia dos mesmos. O Brasil passam a se desenvolver por volta dos anos 1930 e 1940 pelo crescimento das cidades, grandes obras urbanas e os primeiros aeroportos são construídos. A principal fonte economia do Brasil nessa época era a produção de café. Juntamente com os aeroportos, em 1927, é criada a empresa de aviação Condor Syndicat, a qual deu origem à VARIG, isso fez com que o turismo interno e externo viesse a crescer no país. (TRIGO, 2002, p. 154).

Em 1940 surgem os hotéis de lazer de balneários, estâncias, serras, litorais e os hotéis-cassino, conhecidos por seus cassinos e por seu luxo. Eram

empreendimentos de lucrativos até a proibição de jogos de azar pelo governo federal em 1946. Com essa proibição, a hotelaria brasileira ficou estagnada, voltado a progredir em 1963 com incentivos fiscais do Banco Central.

Em 1970 foi criada a Empresa Brasileira de Turismo – Embratur (atualmente Instituto Brasileiro de Turismo) – e o FUNGETUR – Fundo Geral de Turismo – que atua na implantação de hotéis através de incentivos fiscais. Isto incentivou em grande parte a instalação e criação de novos hotéis no país. Um exemplo disso são as cadeias hoteleiras internacionais, que começam a se instalar no país, sendo um dos primeiros o Hotel da Rede Hilton (1972), iniciando a profissionalização da hotelaria brasileira.

Alguns hotéis passaram da administração independente para as redes, é o caso do Copacabana Palace que era administrado pela família Guinle (1923) e em 1989 foi vendido para o grupo Orient-Express Hotels³, grupo que o administra atualmente.

Segundo Cândido e Vieira (2003, p. 39) este cenário fez com que:

“[...] a hotelaria nacional cresce a cada dia mais e gera emprego para muitas pessoas. Os hotéis estão sendo construídos cada vez mais com a finalidade de conforto, comodidade e satisfação para o hóspede. O luxo e a ostentação estão sendo substituídos por itens de segurança, facilidade hoteleiras e soluções informatizadas”.

Dessa forma, a hotelaria vem detectando os desejos e necessidades de seus clientes, aperfeiçoando seu atendimento, investindo em modernas instalações e descobrindo novos nichos de mercado para essa demanda exigente em diversas variáveis, seja no luxo e serviços requintados, ou seja, na política de gestão do hotel para com seus funcionários, clientes e sociedade.

2.2 HOTELARIA ATUAL

Desde as primeiras estalagens os meios de hospedagem tem dois princípios básicos: hospedagem e alimentação. Duarte (2005, p. 28) define meios de hospedagem como:

³ O Grupo Orient-Express Hotels é de origem inglesa. Esse grupo trabalha com a rede de hotéis, trens e cruzeiros. Administra 39 hotéis em 25 países, sendo é considerada uma das marcas de luxo de maior prestígio no mundo.

“Todos os estabelecimentos que em sua atividade comercial oferecem o produto *unidade habitacional*⁴, como: os hotéis (todas as suas categorias), flats, apart-hotéis ou residenciais, pousadas, motéis, colônias de férias, albergues, etc. Doravante, usaremos sempre a palavra *hotel* para designar todos os meios de hospedagem, pois acreditamos que todos os estabelecimentos que alojam clientes e cobram por sua curta permanência deveriam estar no mercado com as mesmas regras.”

Castelli (2006, p. 14) coloca que de acordo com a constituição federal brasileira, Decreto nº. 5.406, art.3º, § 2º, dispõe sobre a regulamentação sobre meios de hospedagem que:

“Os empreendimentos ou estabelecimentos empresariais que explorem ou administrem a prestação de serviços de hospedagem mediante unidades mobiliadas e equipadas e outros serviços oferecidos aos hóspedes, quaisquer que sejam as suas denominações, inclusive os conhecidos com flats, apart-hotel ou condohotel, estão sujeitos às normas legais que regem as atividades comerciais e empresariais hoteleiras, ao cadastramento obrigatório de que trata este Decreto e ao Regulamento Geral dos Meios de Hospedagem em vigor”.

Ainda segundo Castelli (2006, p.14) o hotel, ou como ele define, a “empresa hoteleira” é uma organização que oferece hospedagem à clientela indiscriminada pelo pagamento de diárias. De acordo com as definições de meios de hospedagem e hotel, será utilizado o *hotel* para ambos os termos visto que as definições se completam.

Como já citado anteriormente, a hotelaria no Brasil passa a se profissionalizar com a chegada das redes no início da década de 1970, quando a rede Hilton instalou em São Paulo sua primeira unidade brasileira. Segundo Ribeiro (2005, p. 44), este acontecimento deu abertura para que outras redes adentrassem no mercado brasileiro e também fez com que os hotéis de administração familiar despertassem para a mudança que se iniciava na história da hotelaria do país. É o que afirma Bonfato (2006, p. 17) sobre a hotelaria dessa época:

“O reconhecimento de sua importância como atividade econômica superavitária, geradora de riqueza e, portanto, capaz de suprir as necessidades de um investidor a médio e longo prazos, atraiu novos personagens interessados no desenvolvimento de hotéis”.

⁴ Unidade Habitacional é o espaço, atingível a partir das áreas principais de circulação comum do estabelecimento, destinado à utilização pelo hóspede, para seu bem-estar, higiene e repouso. Embratur, 2002 apud CASTELLI (2006, P.15)

Esta fase coincidiu com a fase de financiamentos de longo prazo facilitados pela EMBRATUR, FINAME⁵ e de incentivos fiscais da SUDENE⁶ e SUDAM⁷ destinados à construção de hotéis. (RODRIGUES, 2002). Ainda de acordo com Rodrigues (2002) como consequência:

[...] foram construídos os primeiros grandes hotéis existentes no país, principalmente nas cidades onde havia um misto de negócios e turismo, como Salvador e Rio de Janeiro. Nas cidades turísticas, além de financiamentos, os hotéis contavam com incentivos fiscais.

A hotelaria internacional quando instalada no Brasil com hotéis luxuosos percebe que excederam a demanda brasileira, sendo que a realidade socioeconômica do país não condizia com os a perspectiva de lucro dos mesmos. Então recorrem a estratégias para atrair o público internacional para seus hotéis. (RIBEIRO, 2005, p. 47).

De acordo com Bonfato (2006, p. 19) na década de 1980 a hotelaria crescia no âmbito mundial, mas no Brasil os incentivos fiscais eram nulos. As instituições financeiras particulares cobravam juros elevados, dificultando novos investimentos na hotelaria.

Rodrigues (2002) confirma essas dificuldades no início desta década juntamente com setor imobiliário:

[...] as perspectivas de novos e lucrativos empreendimentos imobiliários para pequenos e médios investidores não eram nada animadoras. Ainda, o mercado de aluguel estava sensivelmente prejudicado pelos efeitos da "Lei do Inquilinato" que ocasionou a quase total paralisação da indústria imobiliária de locação residencial. Ao mesmo tempo, a indústria hoteleira certificava-se que seria difícil manter o ritmo de crescimento da oferta de novos hotéis, como ocorrera nos anos 70, em função do fim dos financiamentos de longo prazo e dos incentivos fiscais".

⁵FINAME: A Agência Especial de Financiamento Industrial é um órgão subsidiário ao BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social), criado em setembro de 1964. Oferece financiamentos, sem limite de valor, para aquisição de máquinas e equipamentos novos, de fabricação nacional, e *leasing* de equipamentos nacionais através de instituições financeiras credenciadas.

⁶SUDENE - Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste tem o propósito de promover o desenvolvimento includente e sustentável de sua área de atuação e a integração competitiva da base produtiva regional na economia nacional e internacional.

⁷SUDAM: A Superintendência do Desenvolvimento da Amazônia e tem como finalidade promover o desenvolvimento includente e sustentável de sua área de atuação e a integração competitiva da base produtiva regional na economia nacional e internacional.

Em contrapartida, o turismo de negócios cresce e tem-se a necessidade de hotéis de padrão executivo para essa nova demanda que representava a maior parte dos clientes. (BONFATO, 2006, p. 19). Sob estas necessidades e condições de mercado surgem os apart-hotéis ou *flat service*. O apart-hotel tem custo reduzido como imóvel comercial para fins de locação, sendo viabilizado através de comercializações individuais. A vantagem para os usuários é de ter uma hospedagem com menores custos com os mesmos serviços hoteleiros de boa qualidade. (RODRIGUES, 2002).

Beni (2003, p. 176) destaca que:

“[...] nos últimos 10 anos a oferta de apart-hotéis cresceu significativamente. Os apart-hotéis têm diárias em média 40% mais baratas que a hotelaria tradicional, os flats passaram a competir com a hotelaria existente. Além disso, era uma boa opção de investimento, com retorno variado entre 0,8% a 1,5% ao mês.”

A nova demanda vinda do turismo de negócios encontrou nos apart-hotéis uma opção de hospedagem que oferta novas instalações, bons serviços e com preços abaixo dos ofertados pelos hotéis. A procura dos apart-hotéis foi maior nos grandes centros comerciais como São Paulo (SP), Belo Horizonte (MG), Porto Alegre (RS) e Campinas (SP). (RIBEIRO, 2005, p. 50).

Na década de 1990 a hotelaria passa por um momento de desenvolvimento no cenário nacional devido a fatores como incentivos governamentais e a implantação de uma nova moeda no país. O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDS – passou a ofertar linhas de crédito especial para a construção de hotéis, no início do governo Collor. Embora os prazo e juros não fossem favoráveis em relação a financiamentos oferecidos em outros países, muito hotéis foram construídos pelo financiamento do BNDS. (RODRIGUES, 2002).

Os incentivos financeiros fizeram com que as empresas hoteleiras nacional e internacional se motivassem a investir no Brasil. Com isso, a oferta na hotelaria do país passa a se desenvolver de forma ordenada e profissional, e assim, refletindo no turismo como um todo, pois geralmente a prioridade do turista é ter bom local para se hospedar e se alimentar no destino escolhido.

2.2.1 Desenvolvimento e Tendências na Hotelaria no Brasil

A estabilidade econômica que a implantação do plano real trouxe beneficiou também a hotelaria em meados da década de 1990. Investimentos de médio e a

longo prazo antes considerados de risco, tornam-se seguros, fortalecendo a atividade turística. (BONFATO, 2006, p. 18)

Bonfato (2006) ainda afirma que esta estabilidade econômica originou novos eixos geográficos de desenvolvimento empresarial, refletindo assim no turismo de negócios. O aumento do poder aquisitivo fez aumentar a demanda para o turismo de lazer, sobretudo em pacotes turísticos que incluíam pernoites em diversas localidades, o que fortaleceu a atividade turística em novas regiões com potencial turístico.

Percebe-se isso, na análise de Rodrigues (2002) em relação à quantidade de hotéis de luxo inaugurados nos últimos anos, que, para a hotelaria brasileira é o período de maior expansão dessa atividade.

“Vários hotéis de luxo foram inaugurados em São Paulo (Meliá, Inter-Continental, Renaissance e Sofitel), em Belo Horizonte (Ouro Minas), em Porto Alegre (Sheraton), em Pernambuco (Blue Tree Cabo de Santo Agostinho e SummerVille) e em um novo destino turístico na Bahia, o Costa do Sauípe Resort com cinco hotéis de luxo. Na cidade do Rio de Janeiro, que já contava com uma grande oferta de hotéis, foram feitas as reformas de importantes propriedades como o Copacabana Palace, Le Meridien e o Sofitel Rio Palace. Ainda, em abril de 2001 foi inaugurado o Marriott Copacabana, o primeiro hotel de luxo a ser construído no Rio de Janeiro desde a década de 70”.

Neste contexto, explica Ribeiro (2005, p. 57), tem início uma nova fase de investimento por parte das redes hoteleiras internacionais, e que este processo apresenta um alcance superior ao já mencionado na década de 1970. Porém, segundo Bonfato (2006, p. 19), os hotéis independentes no país ainda são em maior número que os de rede nacional e internacional.

Mesmo em maior número, Castelli (2006, p. 6) coloca que em relação à “chegada das grandes cadeias de hotéis, verificou-se certo desconforto por parte dos dirigentes dos hotéis independentes. [...] Esse novo cenário tem gerado angustias e incertezas”.

Para Castelli (2006) os hotéis independentes necessitam de estratégias de diferenciação para competir com os hotéis de cadeias internacionais. Ainda segundo o autor, os hotéis de redes internacionais exercem muito bem a cidadania mundial, mas não conseguem se adaptar a cidadania local. E é na cidadania local que os hotéis independentes devem atuar por possuir fortes laços culturais com a

comunidade local, sendo este diferencial uma tendência no turismo, o contato e o conhecimento de novas culturas pelo turista.

A disputa por espaço de mercado dos hotéis independentes entre os hotéis de rede existe, porém cada qual tem “armas” diferentes para conquistar e manter o seu hóspede, e isso irá depender do desejo e da necessidade do mesmo. As redes, investem na padronização e qualidade de serviços, os independentes, na qualidade dos serviços personalizados.

A competitividade entre as empresas de turismo e hotelaria, segundo Castelli (2006, p. 7), atualmente estão em torno de três variáveis, apresentadas a seguir:

1) A globalização dos mercados e a internacionalização das empresas

No cenário atual, as empresas analisam as estratégias por meio de dois fatores, que seriam a formação de redes de hotéis, por meio de fusões e aquisições e a criação de novas marcas, esta última visa focalizar as necessidades de uma faixa específica da demanda de forma a personalizar os serviços.

2) Os avanços tecnológicos

Em todos os setores a tecnologia da informação está presente, dessa forma a concorrência ganhou dimensões internacionais tanto para as grandes redes de hotéis, como para os hotéis independentes que estão ao alcance dos clientes para comparar preços, fazer reservas, conhecer o hotel e seus serviços.

A tecnologia também trouxe facilidades para a administração dos hotéis que podem efetuar compras com fornecedores específicos e qualificados, reduzindo os custos operacionais, conseqüentemente oferecendo melhores preços.

Dentre as vantagens oferecidas por esses avanços tecnológicos estão o gerenciamento de reservas, interligação de operações, o fluxo de informações em tempo real pelo sistema da Intranet e o Sistema Global Distribution System – GDS.

3) Mudanças nas condições da oferta e da demanda

O turista geralmente a cada viagem busca por novos lugares, novos hotéis e diferentes atrativos, principalmente quando o motivo da viagem é lazer. Por esta razão observa-se que certos destinos turísticos, tiveram em voga e depois perderam esse *status*, por diversos motivos, dentre eles: o destino foi descaracterizado

perdendo a sua atratividade, o desejo natural de buscar novos locais e as novas exigências dos viajantes.

Em análise ao último item citado por Castelli “novas exigências dos viajantes” destacam-se os serviços personalizados, treinamento de colaboradores, hotéis com políticas de responsabilidade social e ambiental, bom atendimento, entre outros, sendo que essas ações englobam o princípio da hospitalidade. Segundo Cruz apud Castelli (2006, p. 1) a hospitalidade: “Envolve um amplo conjunto de estruturas, serviços e atitudes que intrinsecamente relacionados, proporcionam bem-estar ao hóspede”.

A Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH), e o Instituto de Hospitalidade (IH), são órgãos não governamentais que auxiliam os hotéis a se adequarem ao novo cenário do mercado mencionado por Castelli.

A ABIH, criada em 1936, opera como um órgão técnico e de consultoria no estudo e na solução de problemas do setor. Reúne aproximadamente 2.500 meios de hospedagem, de diferentes categorias. A entidade ganhou visibilidade mundial ao implantar em 2001, o programa de responsabilidade ambiental, intitulado “Programa Hóspedes da Natureza”. (ABIH, 2009 e CAMPOS, 2008, p. 3).

O IH, criado em 1997, desenvolve soluções que visam à qualificação de pessoas, empreendimentos e destinos turísticos através de cursos e certificações. Atualmente o IH está reformulando o programa “Hóspedes da Natureza” da ABIH, e desenvolve o Programa de Certificação em Turismo Sustentável (PCTS).

Instituições como as citadas anteriormente auxiliam no desenvolvimento da atividade turística e da hoteleira oferecendo aperfeiçoamento para o *trade* turístico. O poder público, por sua vez, dá subsídios por meio de políticas públicas em turismo e em áreas de interesse.

O meio ambiente é uma das áreas de interesse de todo o *trade* turístico, pois atua como atrativo (praias, montanhas, parques, unidades de conservação), como também se faz presente no bom desenvolvimento dos equipamentos da atividade, como esgoto, energia elétrica, construções de hotéis e restaurantes, etc.

O setor hoteleiro começa a visualizar um novo nicho de mercado, os consumidores ecologicamente corretos que “tendem a dispensar produtos e serviços que agridem o meio ambiente” (AMBIENTE BRASIL, 2008). Cresce, então, o número de empreendimentos que procuram se adequar a uma gestão

ecologicamente correta de modo a contribuir para a qualidade dos serviços ofertados.

Os serviços que o turismo e a hotelaria oferecem, quando tratados por empresas competentes e responsáveis, visam sempre a qualidade de serviços para o bem estar do mesmo. O princípio do marketing, que, se aplica em todos os setores da economia é de atender os desejos e necessidades do cliente, neste caso, o turista. Nesta vertente de pensamento, os hotéis buscam se adequar aos novos desejos, necessidades e preferências de diferentes perfis de demanda, um dos exemplos é o consumidor ecologicamente correto. Esta tendência de consumo responsável chega aos hotéis e aparece em sua administração. Com uma postura de desenvolvimento sustentável, a organização passa a funcionar com o objetivo de reduzir os impactos ambientais causados por ela, e reflete na redução de custos, novos clientes e contribui com o meio ambiente do entorno.

3 POLÍTICA AMBIENTAIS

3.1 MEIO AMBIENTE PEDE MEDIDAS UNIVERSAIS – AGIR LOCALMENTE, PENSAR GLOBALMENTE⁸

Os recursos naturais estão se esgotando a medida que empresas e indústrias crescem visando atender a grande demanda consumista em todo o mundo, sem se preocuparem com o impacto ambiental causado. A já citada Revolução Industrial atua como marco desses problemas ambientais, pois nesta época não havia preocupação com a escassez de recursos naturais. Nesta perspectiva, Rejowski e Costa (ORG. 2003, p.62) afirmam que “a natureza passou a sinalizar sua incapacidade em absorver todos os dejetos e efluentes que lhe são depositados” em decorrência do consumismo aliado ao desperdício.

Em decorrência desses acontecimentos, em 1968, a Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura (UNESCO) promove a Conferência sobre a Biosfera, com o intuito de criar estratégias para conservação da biodiversidade do ecossistema mundial por meio de reservas ambientais, originando pesquisas científicas e promovendo o desenvolvimento sustentável dessas áreas protegidas. (REJOWSKI e COSTA, 2003, p. 62). Como resultado da conferência, em 1972, foi publicado o relatório intitulado *Limits to Growth* (Limites do crescimento), que de acordo com Valle (2004, p. 19) utilizando cálculos matemáticos previa os impactos ambientais decorrente do uso de recursos naturais esgotáveis pelo crescimento econômico permanente.

A Conferência Mundial das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano, realizada em Estocolmo, no ano de 1972, desenvolveu estratégias e princípios em relação ao uso sustentável do meio ambiente com o propósito de refletir em qualidade de vida ao mundo todo. Barbieri (2006, p. 29) argumenta que houve divergências de interesse entre dois grupos:

“[...] países desenvolvidos, preocupados com a poluição e o esgotamento de recursos estratégicos e os demais países, que defendiam o direito de usarem seus recursos para crescer e assim terem acesso aos padrões de bem-estar alcançados pelas populações dos países ricos.”

⁸ Princípio direcionador do documento Agenda 21 de 1992, Rio de Janeiro/Brasil.

Mesmo com essas contradições entre os países participantes, a Conferência de Estocolmo contribuiu com a divulgação dos problemas ambientais relacionados com o modo de vida da sociedade. Barbieri (2006, p. 29) expressa opinião semelhante quando afirma que:

“[...] uma das suas principais contribuições tenha sido a de colocar em pauta a relação entre meio ambiente e formas de desenvolvimento, [...] não é mais possível falar seriamente em desenvolvimento sem considerar o meio ambiente e vice-versa”.

Em 1987, foi elaborado o relatório pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMMAD), criada pela Organização das Nações Unidas (ONU), intitulado *Our Common Future* (Nosso futuro comum), também conhecido como Relatório Brundtland. O relatório evidencia o conceito de desenvolvimento sustentável estabelecendo estratégias ambientais e economicamente viáveis a longo prazo. (ECODESENVOLVIMENTO.ORG, 2009).

Esse relatório define desenvolvimento sustentável como: “[...] aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade das gerações futuras de atenderem às suas próprias necessidades”. Essa definição tornou-se padrão para todos os órgãos que trabalham com a questão da sustentabilidade. (COMISSÃO MUNDIAL SOBRE O MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO - NOSSO FUTURO COMUM APUD BARBIERI, 2006, p. 30).

No Brasil, em 1992, ocorreu no Rio de Janeiro a Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e o Desenvolvimento, a Cúpula da Terra (ECO-92, ou ainda RIO-92) onde se discutiu a dependência entre o desenvolvimento tecnológico e a natureza, sustentabilidade, redução da pobreza e conservação dos recursos naturais. Este encontro gerou a Agenda 21 e a Declaração do Rio sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, documentos que visam implantar o desenvolvimento sustentável nas esferas global, nacional e local.

Neste mesmo ano, empresas passam a se adequar a estas exigências, que não vem somente do governo, mas da sociedade como um todo. Segundo Valle (2004, p. 23) o conceito de ecoproduto⁹ chega ao mercado, com o lançamento de refrigeradores que não utilizam o CFC (clorofluorcarbono)¹⁰ e automóveis que

⁹Conceito apresentado por Valle (p. 22 e 47, 2004) referindo-se a concepção de produtos e suas embalagens visando uma produção sustentável e que após o uso possa ser reciclada.

¹⁰Substância com efeito corrosivo a camada de ozônio.

passaram a ser projetados de modo que seus componentes ao fim de sua vida útil, pudessem ser reciclados.

Após a ECO-92, vieram outras conferências com o propósito de aperfeiçoar as estratégias já propostas, porém com mais eficiência. Como o Protocolo de Kyoto, firmado em 1997, na 3ª Conferência das Partes da Convenção sobre Mudanças do Clima, que propõem aos países industrializados reduzir, até 2012, as emissões de gases que contribuem para o aquecimento global, por meio dos Certificados de Redução de Emissões (CREs)¹¹, conhecidos também como créditos de carbono. (BARBIERI, 2006, p. 35).

Novas ações emergem a cada ano, o conceito de sustentabilidade torna-se conhecido e faz com que estas ações antes isoladas originassem meios de preservação do meio ambiente de forma mais efetiva. O conceito anterior de desenvolvimento caminhava com a tecnologia e a utilização dos recursos naturais de modo irracional, pois o pensamento era que estes recursos eram infinitos. As novas conferências, encontros e documentos passam a ter como objetivo converter esse pensamento, sensibilizando para o desenvolvimento aliado a tecnologia, visando a sustentabilidade do meio ambiente.

Em 2002 foi realizada a Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável em Johannesburgo, África do Sul, conhecida como Rio + 10, em decorrência desse evento ser uma retomada dos assuntos discutidos na ECO-92. De acordo com Little (2003, p. 13) os objetivos eram a avaliação dos acordos e convênios ratificados na ECO-92 e delinear os próximos passos para a implementação plena de documentos como a agenda 21. Na visão do autor os resultados mostrados foram mínimos e em alguns casos houve retrocesso.

Essas são algumas das conferências de maior visibilidade no mundo todo, sendo responsáveis pela concepção de políticas ambientais, inicialmente no âmbito governamental, disseminadas com as organizações não-governamentais (ONG's) ambos destinados a conservação e a divulgação de mudanças no cenário ambiental.

As ONG's, como o Greenpeace, S.O.S Mata Atlântica e o Fundo Mundial

¹¹Certificados de Redução de Emissões: Este mercado funciona através da comercialização de certificados de emissão de gases do efeito estufa em bolsas de valores, fundos ou através de *brokers*, onde os países desenvolvidos, que tem que cumprir compromissos de redução da emissão desses gases, podem comprar créditos derivados dos mecanismos de flexibilização. Esse processo de compra e venda de créditos se dá a partir de projetos, que podem ser ligados a reflorestamentos, ao desenvolvimento de energias alternativas, eficiência energética, controle de emissões e outros. (www.carbonobrasil.com)

para a Natureza (WWF-Brasil) contribuem para sensibilização tanto da sociedade como de grandes corporações com campanhas publicitárias, ganhando visibilidade na mídia. Um exemplo é da ONG WWF-Brasil que lançou no ano de 2007 uma campanha publicitária alertando sobre os desastres ambientais. O objetivo do comercial, intitulado como "*Money*" é de "conscientizar a população quanto ao fato de que pequenas ações isoladas, tanto positivas como negativas, podem dar início a um efeito cascata de proporções planetárias." (WWF-BRASIL, 2008). Esta é umas das ações que circulam na mídia e de certo modo contribui para a formação de consumidores ecologicamente corretos.

O consumidor de turismo sabe o que quer e sabe que as empresas procuram atender suas exigências. O pensamento dos novos consumidores estão se transformando devido a influências de fatos do cotidiano, dentre eles estão: a conservação ambiental. Essa mudança de comportamento do consumidor de turismo reflete em atitudes como: um turista mais responsável, receptivo às questões da conservação ambiental, sensível em relação à interação com a comunidade receptora e educado para ser menos consumista. (COBRA, 2001, p.54).

Todas estas ações sejam elas de cunho governamental ou não, refletem diretamente no mercado consumidor, que por sua vez, passa a aderir aos produtos e serviços ambientalmente corretos, fazendo com que as empresas se submetam á mudanças internas nestas mesmas perspectivas. De acordo com Moura (2002, p.28) empresas como a "3M" e "Kodak" são exemplos desse novo nicho de mercado, pois foram as primeiras a implantar programas de sustentabilidade de recursos naturais, e as pioneiras a perceberem também que seus clientes davam preferência a empreendimentos ambientalmente responsáveis, por esse motivo aplicaram Sistemas de Gestão Ambiental (SGA) visando a sustentabilidade e a responsabilidade ambiental.

Barbieri (2006, p. 141) dispõe de opinião similar quando afirma que o surgimento de normas relativas aos SGA:

"deve-se aos seguintes fatores: crescimento da influencia das ONG's que atuam nas áreas do meio ambiente e correlatas; aumento do contingente de consumidores responsáveis, ou consumidores verdes, que procuram cada vez mais utilizar produtos ambientalmente saudáveis [...]"

No Brasil, Moura (2002, p. 43) coloca que a questão ainda é nova, mas algumas empresas já estão inseridas como ambientalmente corretas. A exemplo de empresas de cosméticos internacionais, as brasileiras “O Boticário” e “Colgate Palmolive” acompanham a tendência de interação com meio ambiente.

No turismo esta relação também acontece, todo o *trade* turístico precisa do meio ambiente para se manter, observa-se duas situações que acontecem no turismo. Os atrativos turísticos naturais dependem da preservação por meio de planejamento (exemplo: plano de manejo) para que este destino turístico não sofra grandes impactos com a visitação. Já os hotéis, utilizam água, energia, entre outras matérias-primas, sendo todos estes itens retirados da natureza. Então, para que esses dois setores do *trade* turístico, bem como todos os outros tenham credibilidade e se mantenham no mercado, há a necessidade de um planejamento com o mínimo de impactos ambientais e culturais na comunidade local, nomeado por planejamento Turismo Sustentável.

Nas palavras de Campos (2008, p. 1):

“Entende-se que assim como em qualquer atividade exercida no turismo, a infra-estrutura básica e os equipamentos e serviços turísticos devem atentar para a conservação e manutenção dos recursos naturais, priorizando e preocupando com as questões ambientais, além de prezar por uma alta qualidade dos serviços prestados”.

Nem sempre empresários e turistas tiveram essa preocupação. De acordo com Molina (2002, p. 61) equipamentos hoteleiros e serviços de apoio, assim como residências privadas são algumas das causas de descarga de resíduos poluentes no ar, águas e no solo. A situação se agrava nos destinos turísticos com a presença de turistas contaminadores, descrito por Molina (2002, p. 61) como:

“alguien que visita un lugar que no es el de su residencia habitual, con la convicción de abandonarlo y que de acuerdo con su procedencia puede tener mayor o menor predisposición, consiente o inconscientemente, a deteriorar el medio ambiente natural”¹².

Esta realidade passa a mudar pelas constantes campanhas de sensibilização presentes na mídia voltadas à sociedade, sendo um dos resultados a preferência pelo consumo de produtos ecologicamente corretos. A exigência dos consumidores/turistas alcança os diversos setores do turismo, trazendo benefícios a esta atividade,

¹² “Alguém que visita um lugar que não seja o de sua residência habitual, com a convicção de deixá-lo e que acordo com sua procedência pode ter maior ou menor pré-disposição, consciente ou inconscientemente, à deteriorar o meio ambiente natural”. (MOLINA, 2002, tradução nossa).

por torna-lá organizada, sustentável e economicamente positiva. Campos (2008, p. 2) afirma que:

“A maioria da população tem consciência em relação aos problemas ambientais que o mundo vive, e que esta, munida de informações, já procura consumir produtos que levam em consideração o benefício dos ambientes econômicos, naturais e socioculturais. Os empresários do setor de hospedagem buscam se adequar a esta realidade procurando órgãos competentes e consultorias na área, a fim de promover a gestão ambiental em seus estabelecimentos”.

Molina dispõe de opinião semelhante ao se referir as empresas e ao “*nuevo*” *turista* (referindo-se ao turista com novas exigências de destinos turísticos sustentáveis).

“Pequeñas empresas y grandes operadores se beneficiaron de esta tendencia creciente. Pero también los llamados turistas tradicionales plantearon exigencias claras a los destinos y urbanizaciones ya conocidos, tales como la calidad ambiental, elemento fundamental para seleccionar dónde pasar las vacaciones”¹³. (MOLINA, 2002, p. 63).

O turismo bem como a hotelaria estão inseridos no meio ambiente e consomem recursos naturais, cabe ao *trade* turístico e aos órgãos competentes (o governo nas três esferas, ong's) gerenciar e fiscalizar. O turismo sustentável vem com a proposta de uso responsável do meio ambiente (prioridade para o meio ambiente natural – natureza) conservando-os para as próximas gerações, pois entende a relação de dependência funcional de ambos.

Nesta perspectiva os empreendimentos hoteleiros observaram que dispor de uma política ambiental no setor é conveniente para o hotel, como também para a imagem do mesmo por saber que os resultados são positivos e refletem na escolha de seus hóspedes reais (que são clientes do hotel) e potenciais (que poderão optar pelo hotel, devido as políticas, neste caso ambientais, que o mesmo adota).

Na organização, as mudanças oriundas de programas de gestão ambiental refletem no quadro de colaboradores, que, treinados ajudam no processo de implantação e de comunicação com os hóspedes. Ainda em relação a organização, a médio e longo prazo surtem resultados referentes ao setor financeiro por economizar e reduzir o uso de diversos materiais.

¹³ Pequenas empresas e grandes operadores se beneficiaram desta tendência crescente. Mas também os chamados turistas tradicionais estabeleceram exigências claras aos destinos e urbanizações já conhecidos, tais como a qualidade ambiental, elemento fundamental para selecionar onde passar as férias. (MOLINA, 2002, tradução nossa).

A respeito de como funcionam estas ações, como podem ser implantadas, seus conceitos, e modelos de sistemas de gestão ambiental, serão tratados no decorrer do trabalho.

3.2 POLÍTICA AMBIENTAL X SISTEMA DE GESTÃO AMBIENTAL

No Brasil, a Política Nacional do Meio Ambiente foi sancionada em 31 de agosto de 1981, Lei nº 6.938 que de acordo com o Art. 2º:

“tem por objetivo a preservação, melhoria e recuperação da qualidade ambiental propícia à vida, visando assegurar, no País, condições ao desenvolvimento sócio-econômico, aos interesses da segurança nacional e à proteção da dignidade da vida humana”. (BRASIL, MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE, 2009).

Nesta perspectiva, a Política Nacional do Meio Ambiente de 1981 propõe a preservação do meio ambiente sendo considerado um patrimônio público que deve ser protegido tendo em vista o uso coletivo. Esta lei de alcance federal, apresenta diretrizes para qualquer espécie de empreendimento, no caso deste trabalho - o hotel, para estabelecer sua política ambiental interna, conhecido também como auto-regulamentação.

Será abordado a política ambiental e o sistema de gestão ambiental – SGA, com o objetivo de mostrar que estas formas de gerenciamento podem partir do hotel com a já citada auto-regulamentação. O hotel pode criar um sistema de gestão ambiental próprio ou com base em um modelo já existente, que mais tarde, se for de interesse do empreendimento, pode buscar a certificação de entidades nacionais ou internacionais que serão descritas mais adiante.

Entende-se por política ambiental, uma “declaração da organização, expondo suas intenções e princípios em relação ao seu desempenho ambiental global, que provê uma estrutura para ação e definição de seus objetivos e metas ambientais.” (ISO 14001 apud ASSUMPÇÃO, 2006, p. 50).

A elaboração de uma política ambiental deve fazer parte do planejamento da empresa, documentada por escrito, mantida e comunicada para que todos os colaboradores, fornecedores, e clientes tenham conhecimento dessas ações e contribuam de forma positiva. Ainda quanto à elaboração, Goya (2007, p. 96) coloca que deve-se considerar a relevância para a organização; a abrangência do SGA; o

programa de melhoria contínua e prevenção da poluição; e os objetivos e metas ambientais.

Desse modo, as futuras ações terão um melhor aproveitamento, fornecendo assim uma estrutura para um sistema de gestão ambiental. Valle (2004, p. 71) analisa essa questão de forma semelhante, segundo o autor:

“A política ambiental é uma forma de a organização explicitar seus princípios de respeito ao meio ambiente e sua contribuição para a solução racional dos problemas ambientais. Ela deve fazer parte do planejamento estratégico da empresa e da elaboração de seus planos de marketing”.

A aprovação da alta administração do empreendimento é o passo inicial para que a nova forma de gestão obtenha êxito. O ideal é que profissionais da área, elaborem os documentos, verifiquem quais os programas que deverão ser aplicados, para então ser aprovado ou não pelos administradores.

Observando as questões descritas, conclui-se que a política ambiental deve:

- a) Ser responsabilidade do mais alto nível hierárquico da empresa;
- b) Fornecer uma estrutura para ação;
- c) Auxiliar no estabelecimento dos objetivos e metas;
- d) Ser o fundamento do SGA;
- e) Estabelecer a direção estratégica das ações ambientais da empresa;
- f) Ser referência ou diretriz básica para a comparação de estratégias, planos e ações. (GOYA, 2007, p. 95).

No processo de criação de uma política ambiental, para qualquer que seja o empreendimento, é necessário verificar o perfil do mesmo. Isto consiste em levantar as características relacionadas a esse setor no aspecto ambiental, os requisitos legais em que está inserido, a capacidade de pessoal, de estrutura tecnológica e de recursos financeiros que dispõe.

Se existe algum aspecto ambiental que não possua potencialidade de provocar impactos adversos ao meio ambiente, ao homem ou às instalações e que não seja contrária a legislação ou outro requisito oficial, a organização pode optar por não fazer menção na política ambiental. (ASSUMPÇÃO, 2006, p. 51).

Analisando estes dados, o projeto torna-se viável por ser elaborado conforme suas necessidades, e de acordo a norma ISO 14001¹⁴, a alta administração deve definir a política ambiental e assegurar que ela:

- a) seja apropriada à natureza, escala e impactos ambientais das atividades, produtos e serviços da organização;
- b) inclua um comprometimento de melhoramento contínuo do desempenho ambiental e com a prevenção de poluição;
- c) inclua o comprometimento com o atendimento à legislação e normas ambientais aplicáveis, e demais requisitos subscritos pela organização;
- d) forneça a estrutura para o estabelecimento e revisão dos objetivos e metas ambientais;
- e) seja documentada, implementada, mantida e comunicada a todos os níveis da organização (todos os empregados);
- f) esteja disponível para o público. (MOURA, 2002, p. 67).

Após fazer uma análise da organização e elaborar a política ambiental, o processo que irá efetivamente implantar as práticas ambientais é o sistema de gestão ambiental – SGA. A ideia é que este sistema organize os programas aplicados na empresa visando à melhoria contínua, isto é, verificando os resultados e aperfeiçoando-os a medida que for necessário.

Define-se sistema de gestão ambiental como “um conjunto de atividades administrativas e operacionais inter-relacionadas para abordar os problemas ambientais atuais ou para evitar o seu surgimento”. (BARBIERI, 2006, p. 137).

A definição da ISO 14001 apud Assumpção (2006, p. 24) completa a de Barbieri descrevendo como:

“parte do Sistema de Gestão Global que inclui estrutura organizacional, atividades de planejamento, responsabilidades, práticas, procedimentos, processos e recursos para desenvolver, implementar, atingir, analisar criticamente e manter a Política Ambiental.”

Então, pode-se concluir que o princípio do SGA é aplicar programas de gestão ambiental (PGA), que sejam condizentes com as necessidades da empresa, com o objetivo de reduzir e controlar os impactos sobre o meio ambiente que a mesma produz, levando em consideração os aspectos econômicos e operacionais, reavaliando esses programas de forma a alcançar a melhoria contínua.

Para isso, o SGA necessita de uma estrutura organizacional que administre os programas de forma efetiva estimulando a melhoria do desempenho. O

¹⁴ ISO: *Internacional Organization for Standardization* será abordado no tópico 3.2.1 Políticas Ambientais na Hotelaria. Sobre a norma 14001, é o documento sobre Sistema de Gestão Ambiental de empreendimentos nos diversos setores da economia. É utilizado como modelo para outros programas de certificação ambiental em todo o mundo.

procedimento mais aplicado para essa função e indicado pela ISO 14001 é um ciclo utilizado na área da administração denominado de PDCA (Plan, Do, Check, Act or Review and continually improve).

A Figura 1 mostra um modelo de SGA baseado no PDCA que consiste em implantar o sistema ordenadamente, e permite ao final do mesmo avaliar os pontos fortes e fracos do programa, recomeçando um novo ciclo.

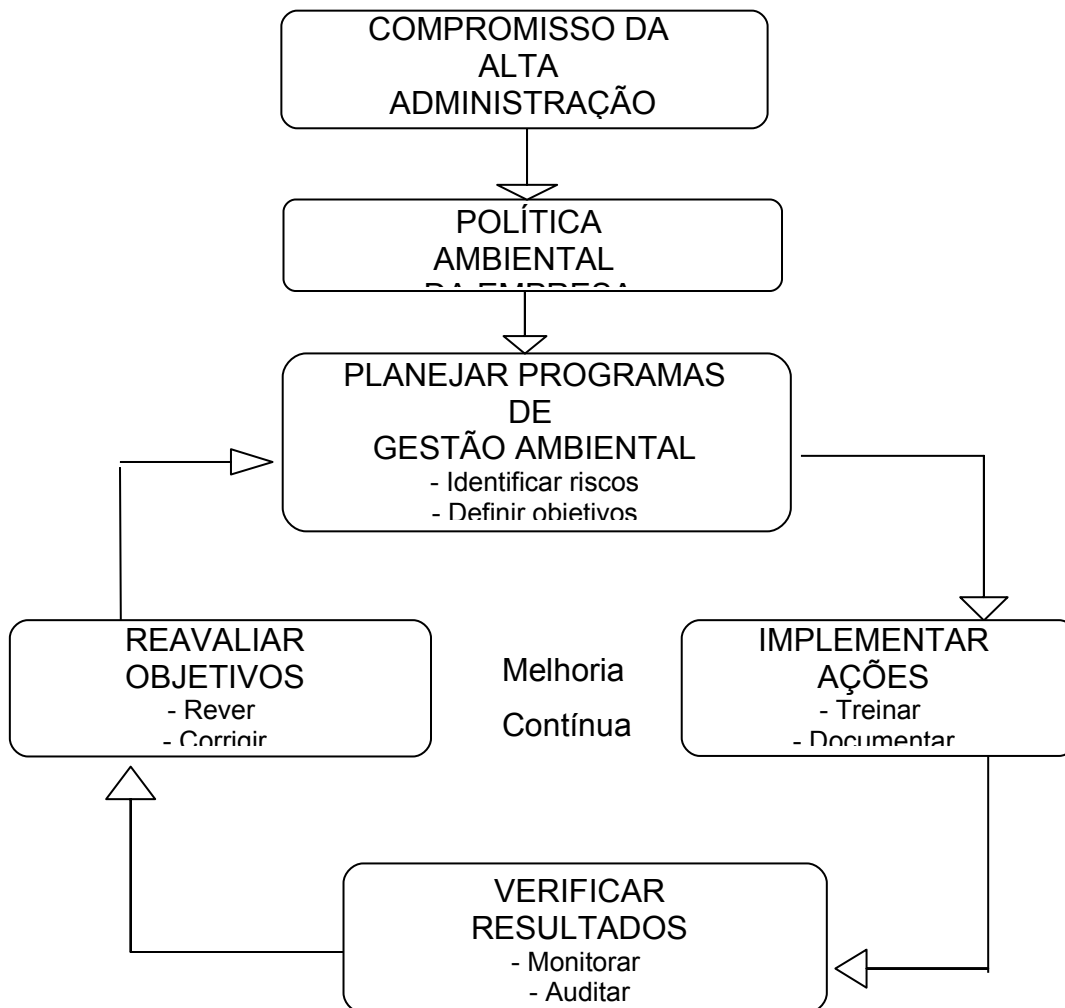


Figura 1 - Sistema de gestão ambiental objetivando a melhoria contínua (PDCA). Fonte: Valle, 2004, p. 70.

Com a aprovação da alta direção sobre a política ambiental, a primeira fase do fluxograma acima é o *Plan* (Planejamento) que visa levantar os aspectos ambientais¹⁵ e os requisitos legais conforme as atividades da organização; definir os

¹⁵Elemento das atividades, produtos e serviços de uma organização que pode interagir com o meio ambiente. Um aspecto ambiental significativo é aquele que tem ou pode ter um impacto ambiental significativo correlacionado. (Assumpção, 2006, p. 53).

objetivos e metas a serem desenvolvidos e verificar quais os programas de gestão ambiental - PGAs¹⁶ são mais adequados com a realidade dessa organização.

A segunda fase, *Do* (fazer/ implementar) tem como função definir estruturas e responsabilidades que foram elaboradas no *Plan*; treinar, conscientizar e tornar competente os colaboradores; controlar a documentação do SGA bem como o andamento operacional; garantir a preparação e o atendimento de emergências.

O *Check* (verificar), a terceira fase, monitora e mede as ações já aplicadas; identifica as não-conformidades, ações corretivas e preventivas; avalia os registros e audita o SGA.

A última fase, o *Act* (Atuar nas falhas/analisar/ reavaliar) analisa e elabora ações corretivas conforme os resultados das três fases anteriores para recomeçar um novo ciclo.

De acordo com Valle (2004, p. 73), esta análise crítica feita na última fase:

“pode resultar na decisão de serem introduzidas alterações na política ambiental, nos objetivos e em outros elementos do SGA, para que fique assegurada a manutenção do compromisso com a melhoria contínua no desempenho ambiental da organização”.

Um SGA para que obtenha êxito em seus programas precisa que todos os setores da empresa esteja integrados no sistema e que as diretrizes deste estejam inter-relacionados com as demais atividades sem afetar o funcionamento, independente do modelo aplicado, como o exemplo da norma ISO 14001 adotado por empresas de diversos setores.

Cabe a cada empreendimento definir uma política e um sistema de gestão ambiental que seja adequado com sua realidade financeira, estrutural e organizacional. Em relação ao tema proposto neste trabalho, os hotéis têm como opção, além da já citada ISO 14001, programas e certificações específicos para a área, como o Programa Hóspedes da Natureza (ABIH) e o Programa Certificação em Turismo Sustentável (IH).

3.2.1 Políticas Ambientais na Hotelaria

Na Hotelaria, as questões ambientais geram discussões sobre as reais vantagens e desvantagens para esses empreendimentos. A princípio a discussão

¹⁶“São instrumentos gerenciais dinâmicos e sistemáticos, com metas ambientais e objetivos a serem alcançados em intervalos de tempo definidos. (...) Para a elaboração de um PGA requer-se a identificação precisa dos processos, matérias-primas e insumos energéticos utilizados na instalação e dos resíduos sólidos, efluentes e emissões gerados”. (Valle, 2004, p. 73).

parte da qualidade de serviços prestados aos hóspedes, que por sua vez estão mais exigentes e observadores.

Como já citado neste trabalho, atualmente, os clientes tendem a dar preferência a empresas que tenham uma postura de preservação dos recursos naturais por estes buscarem qualidade de vida. De acordo com Viera apud Goya (2007, p.111) é uma tendência que os hotéis passem a implantar programas voltados para a qualidade de serviços em todos os setores com programas que visem o treinamento de colaboradores, gestão ambiental e segurança, pois, sem estas ações o hotel perde competitividade, provoca insatisfação do cliente e compromete a imagem do hotel, assim como a sua taxa de ocupação.

Como toda nova política em um empreendimento, isto gera custos, e os resultados podem ser vistos em pequeno, médio e/ou longo prazo. Este é um dos pontos que devem ser analisados, das vantagens e desvantagens antes da implantação. Sobre as vantagens de se manter um SGA, dentre eles estão: a redução de gastos, o marketing positivo, e a conservação do meio ambiente.

A seguir, serão apresentados três SGA que são aplicados nas empresas hoteleiras:

- ISO 14001

Desde 1947, a Internacional Organization for Standardization (ISO), trabalha com normas e padrões relativos a medidas, procedimentos, materiais e seu uso, praticamente em todos os setores empresariais. Em 1992, com base na Carta Empresarial (1991) da Câmara Internacional de Comércio - ICC, a

“British Standards (BS), [...] lançou a Norma BS 7750 visando ordenar os procedimentos de gestão ambiental existentes, permitindo sua certificação. [...] a ISO criou o Grupo Assessor Estratégico sobre meio Ambiente – SAGE, tendo por finalidade propor ações necessárias a um enfoque sistêmico da normalização e certificação ambiental. Tais trabalhos conduziram a criação do Comitê Técnico 207 – Gestão Ambiental que passou a responsabilizar-se pela condução dos trabalhos relativos a normalização no campo da gestão ambiental empresarial.” (SCHENINI; LEMOS; e SILVA, 2005).

A série ISO 14000 propõe normas para um sistema internacional de padrão de gestão ambiental que engloba seis áreas, são elas: sistema de gestão ambiental, auditorias ambientais, avaliação de desempenho ambiental, rotulagem ambiental, aspectos ambientais nas normas de produtos, análise do ciclo de vida do produto.

As empresas que obtêm certificação ISO 14000 se propõem a adotar um conjunto de procedimentos para minimizar os impactos ao meio ambiente em seu processo de produção e/ou serviço, isto é, um SGA. Feito o procedimento de elaboração e implantação, a empresa passa por auditorias e avaliações freqüentes do órgão responsável pela ISO 1400 no país, para que mantenha a qualidade dos serviços e produtos em um nível global padronizado.

É o que afirma Barbieri (2006, p. 145)

“A Auditoria Ambiental tratada pelas normas ISO 14000 é uma avaliação periódica para verificar o funcionamento do SGA. A Avaliação do Desempenho Ambiental é um processo permanente de coleta e análise de dados e informações para verificar a situação atual das questões ambientais pertinentes à organização e prever as tendências futuras, com base em indicadores previamente estabelecidos”.

A ISO 14001 pode ser implantada em qualquer empresa, seja ela de pequeno, médio ou grande porte, pois a norma não estabelece metas exatas para a certificação. No caso de dois hotéis, o primeiro reduz o uso de papel em 25%, e o segundo reduz em apenas 10%, os dois podem estar de acordo com a norma, e isso depende se esses dois hotéis não forem semelhantes (porte, classificação, região, etc.). Caso sejam semelhantes, os resultados também devem se igualar.

Assumpção (2006, p. 53) afirma que a norma não estabelece requisitos de desempenho ambiental, alegando que duas unidades podem possuir desempenhos diferentes e ambas atenderem a todos os requisitos, salvo quando as empresas sejam iguais em relação as suas características físicas e administrativas.

A certificação da norma ISO 14001 não é garantia de qualidade, a ideia da norma é que a empresa busque novas formas de administração e evolua nos setores que propôs na política ambiental, assim atingindo qualidade.

A norma dá subsídios para outros modelos de SGA, por ser flexível em seu processo de planejamento e implementação. Esse processo é semelhante em todos os SGA, elaboração da política ambiental, aprovação da alta gerência, aplicar o PDCA, para depois recomençar o processo.

No Brasil, o órgão responsável pela certificação e vistoria dos programas de gestão da ISO é a ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas.

- *Programa Hóspedes da Natureza - ABIH*

No Brasil, a primeira entidade a formatar ações de cunho ambiental, foi a Associação Brasileira da Indústria de Hotéis, que, segundo Goya (2007, p. 113), em 2001 adquiriu os direitos de tradução e adaptação do *Environmental Action Pack*, um manual prático de ações para redução de impactos dos recursos naturais, este produzido pela *International Hotel Environment Initiative/ IHEI*¹⁷, com sede em Londres, Inglaterra. Este manual propunha ações voltadas para a utilização consciente do meio ambiente.

No mesmo ano, a ABIH formulou com base no projeto da IHEI o Programa Hóspedes da Natureza que vem com o propósito de adaptar as ações propostas pela IHEI com a realidade do Brasil, tendo como objetivos a redução de custos após a implantação do mesmo, viabilidade no processo de execução e a utilização desse programa para o marketing na divulgação do país como destino turístico.

Segundo Amorim e Ramos (2005) a política do programa é definida como um “conjunto de ações planejadas de modo a proporcionar a qualificação de pessoal, a implementação de projetos e a certificação de hotéis e congêneres, em relação ao aprimoramento de suas responsabilidades sócio-ambientais”.

O programa inicialmente era composto de três fases: a primeira seria a conscientização, sensibilização e adesão, capacidade do empreendedor e de seus funcionários; a segunda fase era a realização de diagnósticos; e ao final, desenvolvimento de programas ambientais.

O projeto piloto foi lançado em Foz do Iguaçu/PR na perspectiva de adequar o programa de origem inglesa à realidade brasileira. Onze hotéis participaram nesta primeira fase, e logo depois, foi lançado também em Curitiba/PR, onde quatro hotéis aderiram.

Porém, esse primeiro modelo não alcançou os resultados esperados. Por esse motivo, em 2002, o programa foi reestruturado pelo Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP-PR), visando criar condições de adesões de novos empreendedores. O novo programa ainda relacionou questões de responsabilidade social por acreditar que as ações de proteção ambiental estão inter-relacionadas com a qualidade de vida das pessoas, tanto aos colaboradores, quanto a fornecedores, hóspedes e comunidade.

Os objetivos do Programa Hóspedes da Natureza são:

¹⁷ IHEI - International Hotel Environment Initiative – Programa de Práticas Ambientais.

“utilizar a adequação ambiental do parque hoteleiro como ferramenta de marketing para a promoção dos destinos nacionais junto aos principais centros emissores internacionais; capacitar a mão-de-obra local; reintegrar o destino Brasil ao cenário Internacional do Turismo; permitir que a postura ambiental da hotelaria contribua positivamente para a imagem dos destinos; promover a visão do Turismo Sustentável que considera o uso racional do patrimônio natural e construído, e reduzir o custo operacional do parque hoteleiro, através dos conceitos de gestão ambiental”. (GOYA, 2007, p. 113).

Dentre os resultados que o programa pretende atingir estão: economia de até 30% no consumo de energia elétrica; reduzir até 20% no consumo de água; reduzir até 25% na geração de resíduos sólidos; reduzir até 15% no consumo de gás. Busca difundir o conceito de sustentabilidade na hotelaria, manter a oferta e demanda em equilíbrio, e eliminar a máximo todo e qualquer tipo de desperdício.

Segundo o site da ABIH, o Programa Hóspedes de Natureza está sendo reformulado pelo Instituto de Hospitalidade – IH.

- Programa de Certificação em Turismo Sustentável (PCTS)

O Programa de Certificação em Turismo Sustentável foi elaborado pelo Instituto de Hospitalidade, sendo o processo de desenvolvimento e implementação de 2002 a 2006. O PCTS tem por objetivo atender as micro e pequenas empresas do *trade* turístico, que são responsáveis por mais de 90% de empresas do setor, primando pela qualidade e fortalecer a competitividade das mesmas.

O PCTS já envolveu a participação de oitocentas empresas, desenvolvendo cursos, oficinas, assistência técnica, com o intuito de melhorar o desempenho das organizações nos âmbitos econômico, ambiental e sociocultural, colaborando com a imagem do Brasil no exterior, bem como desenvolvendo o conceito de Turismo Sustentável.

Esse projeto teve a parceria do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), Apex-Brasil, Sebrae e Ministério do Turismo.

Do programa surgiu uma norma técnica para os meios de hospedagem (NHI-54: 2004), que tem como foco requisitos sobre a sustentabilidade, esta foi usada como base para a norma brasileira NBR 15405 – Meios de Hospedagem – Sistema de Gestão – Requisitos para a Sustentabilidade, publicada pela ABNT. Dentre os outros documentos que surgiram do PCTS segue o título e sua respectiva função:

a) Publicação – Estudo de Mercado Internacional de Ecoturismo para o Brasil: o objetivo desse relatório é verificar dados relevantes para o marketing internacional do destino Brasil nos segmentos de ecoturismo e turismo sustentável.

b) Norma NIH-54: Meios de hospedagem – requisitos para a sustentabilidade: tem por objetivo estabelecer critérios mínimos específicos de desempenho em relação à sustentabilidade e auxiliando um empreendimento a formular uma política e objetivos que levem em conta os requisitos legais e as informações referentes aos impactos ambientais, sócio-culturais e econômicos significativos.

c) Guia de Interpretação da Norma: Meios de hospedagem – requisitos para a sustentabilidade: tem a função de orientar os meios de hospedagem a implantar a norma NIH – 54, apoiar os consultores na tarefa de orientação, orientar os auditores na atividade de auditoria de um sistema de gestão da sustentabilidade.

d) Manual de boas práticas – implementação do sistema gestão: este é um roteiro de como implantar os requisitos da norma “Meios de hospedagem – requisitos para a sustentabilidade” com o ciclo PDCA.

e) Manual de boas práticas – aspectos ambientais relacionados ao Turismo Sustentável: dispõem de requisitos ambientais para o desenvolvimento do turismo sustentável como: prevenção e atendimento a emergências ambientais, definições e legislação sobre áreas naturais, fauna e flora (exemplo: o que é plano de manejo, unidade de conservação, etc.), arquitetura e impactos da construção no local, emissões, efluentes e resíduos sólidos, entre outros.

f) Manual de boas práticas - aspectos econômicos relacionados ao turismo sustentável: o objetivo desse documento é organizar as informações e práticas adotadas visando a melhoria contínua da gestão do empreendimento, sob a ótica da sustentabilidade. Sendo assim, o responsável do empreendimento pode modificar e aprimorar as práticas adotadas quando julgar necessário.

g) Caderno de indicadores para sistemas de gestão da sustentabilidade de meios de hospedagens: O objetivo deste documento é apresentar um conjunto de indicadores que poderão ser utilizados pelos meios de hospedagem que desejem implementar a norma: Meios de hospedagem – Requisitos para a sustentabilidade, sejam estes empreendimentos participantes ou não do Programa de Certificação em Turismo Sustentável – PCTS.

Todos estes documentos estão disponíveis para *download* no site: <http://www.pcts.org.br/>, pois é o objetivo do IH que as empresas tenham acesso aos documentos, para que possam elas mesmas iniciar ao processo de implantação de um sistema de gestão desenvolvendo três setores: ambiental, sócio-cultural e econômico.

3.2.2 Casos na hotelaria

Grande parte dos meios de hospedagem que adotam políticas ambientais são *resorts* por geralmente estarem situados em locais de entorno natural, como praias e campos. Porém, como já citado neste trabalho, qualquer meio de hospedagem pode aderir a uma gestão ambiental. Serão descritos a seguir exemplos de políticas ambientais e/ou sistemas de gestão na hotelaria.

O grupo *Accor* é de origem francesa e atua nas áreas de serviços, hospedagem e turismo. A multinacional implementou projetos de gerenciamento ambiental com o objetivo de desenvolver ações de proteção ao meio ambiente, baseado na Carta Ambiental lançada na França em 1997. Este projeto foi intitulado como “Projeto Ecologia” tendo por objetivo alcançar a melhoria da qualidade do meio ambiente.

No Brasil, há uma grande adesão a este projeto por parte das equipes operacionais, provocando um envolvimento de todos os colaboradores. Castelli (2006, p.147) coloca como um exemplo a Carta Ambiental do Grupo *Accor*, onde dispõe em uma tabela as práticas efetuadas nos hotéis:

Carta Ambiental Essa unidade preocupa-se com o meio ambiente e pratica as seguintes medidas
I – Gestão dos Resíduos e Reciclagem
<i>1. Organizamos a coleta seletiva de papéis, jornais e revistas, para respectiva reciclagem.</i>
<i>2. Organizamos a coleta seletiva de papelão, para respectiva reciclagem.</i>
<i>3. Organizamos a coleta seletiva de vidro, para respectiva reciclagem.</i>
<i>4. Organizamos a coleta seletiva de cartuchos de tinta das impressoras e das fotocopiadoras, para respectiva reciclagem.</i>
<i>5. Organizamos a coleta seletiva dos óleos de fritura usados, para respectiva reciclagem.</i>
<i>6. Organizamos a coleta seletiva de latas de alumínio, pilhas e baterias, para respectiva reciclagem.</i>
<i>7. Priorizamos a utilização de papel reciclado.</i>
II – Controles Técnicos
<i>8. Realizamos um autocontrole do consumo de energia elétrica.</i>
<i>9. Realizamos um autocontrole do consumo de água.</i>
III – Arquitetura e Paisagem

<i>10. Respeitamos a Carta Estética do Grupo Accor referente à sinalização interna e externa da unidade.</i>
<i>11. Mantemos boas condições e valorizamos os espaços verdes de nossa unidade.</i>
<i>12. Plantamos pelo menos uma árvore, anualmente, nas imediações da unidade.</i>
IV – Sensibilização e Formação
<i>13. Todos os nossos colaboradores participam, pelo menos uma vez por ano, de uma reunião de sensibilização sobre nossa política de proteção ambiental.</i>
<i>14. Somos sócios de uma associação ou coletividade, no âmbito de uma ação em prol do meio ambiente.</i>
<i>15. Informamos nossos clientes sobre as medidas implantadas em nossa unidade na defesa do meio ambiente.</i>

Tabela 1- Fonte: Carta Ambiental. Grupo Accor. (CASTELLI, 2006, p. 147)

O empreendimento pioneiro na adoção de políticas ambientais, sendo considerado o primeiro hotel da América do Sul a receber a certificação ambiental ISO 14001 (2000), foi o Tropical Cataratas ECO Resort – na época gerenciado pela rede Tropical Hotels & Resorts Brasil, em Foz do Iguaçu/Paraná. O *resort* encontra-se dentro do Parque Nacional do Iguaçu em frente às trilhas de acesso para Cataratas do Iguaçu, daí a necessidade de se adequar ao plano de manejo do parque.

De acordo com Goya (2007, p.143), o *resort* contava com os seguintes programas referentes ao gerenciamento ambiental, são eles: Programa de Manutenção Preventiva de Instalações prediais e de equipamentos (com *software* específico); Sistema de Redução de consumo de energia; Sistema de Gerenciamento de Luz (sensor de presença); Sistema de gerenciamento de Energia Elétrica (controle); Sistema de gerenciamento de temperatura/ar condicionado; e como projeto futuro, implantar um sistema de captação de água da chuva e sistema de reaproveitamento de água.

Para que o sistema de gestão ambiental fosse aplicado no *resort*, envolvendo colaboradores, fornecedores, hóspedes, acionistas e comunidade local, foram necessários 10 meses de trabalho, com o objetivo de focar na conservação de recursos hídricos; coleta seletiva de lixo; conservação de energia elétrica; uso e conservação de outros recursos naturais; prevenção a poluição e melhoria contínua dos processos.

Mensalmente o Comitê de Gestão do *resort* avalia e monitora os programas e ações como os de redução de energia, redução de uso de produtos químicos, tratamento da ETE – Estação de Tratamento de Efluentes, entre outros. (GOYA, 2007, p.147)

Após a implantação desses programas de gestão ambiental, a gerencia observou que a imagem do *resort* principalmente para hóspedes estrangeiros tornou-se positiva. De acordo com Goya (2007, p.150) “O Relatório de 2006 das ações de Gestão Ambiental informa [...] que os clientes consideram que o cuidado com o meio ambiente deveria ser um objetivo de cada iniciativa turística e que os investimentos têm retorno garantido.”

Além da satisfação dos hóspedes, os resultados refletiram na redução do consumo de água, que no início da implantação do sistema era de 66 litros de água por quilo de roupa, e em 2006 a média de consumo foi de 32,82 litros. A água utilizada no hotel vem dos poços artesianos, é a ETE é responsável por coletar e tratar a água a ser utilizada no *resort* e posteriormente devolve ao Rio Iguaçu a água devidamente tratada.

O consumo de energia também teve alteração, a cada 12 meses economiza-se o equivalente a 01 mês de consumo de energia para manter o hotel (período considerado 2005/2006). Os benefícios citados refletem diretamente na economia do capital da empresa, aumentando o lucro da mesma, a médio e longo prazo.

Desde 2008, o hotel segue agora sob a direção do grupo Orient-Express Hotels, deixando de ser Tropical das Cataratas e mudando seu nome para Hotel das Cataratas. Neste processo de transformação não alterou as Políticas do hotel em relação ao gerenciamento ambiental.

Segundo o artigo “Hóspedes da Natureza: Uma Ferramenta para a Educação Ambiental” (AMORIM e RAMOS, 2003) o Hotel Mabu Thermas & Resorts situado em Foz do Iguaçu/Paraná, é adepto ao programa Hóspedes da Natureza da ABIH.

O programa, como já referenciado, visa dispor medidas práticas direcionadas aos meios de hospedagem do Brasil, com os seguintes princípios: conscientizar os colaboradores sobre o uso de recursos naturais e a forma correta de utilizar produtos químicos; orientar para a redução do consumo de recursos naturais como água, luz, gás; tratamento de resíduos sólidos de forma a minimizar os impactos na natureza; política de relacionamento com fornecedores referente aos produtos

utilizados no hotel. Todas estas propostas são direcionadas a filosofia do 3 Rs (redução, reutilização e reciclagem).

O Hotel Mabu Thermas & Resorts leva o selo do Programa Hóspedes da Natureza, por atender aos requisitos propostos a implantação e gerenciamento do programa. Entre as ações do hotel estão a redução do consumo de energia elétrica, que se deu por uma medida simples, trocar as lâmpadas dos apartamentos que eram de 40 watts para lâmpadas de 9 watts. Outras ações como coleta seletiva do lixo, redução do consumo e reutilização da água, também são aplicados no hotel.

A implantação de um Reator Anaeróbico de Lodo Fluidizado (RALF) fez com que reduzisse a emissão de poluentes gerados por meio do esgoto, que proporciona o lançamento do esgoto com 90% de pureza, assim minimizando os impactos ao meio ambiente. (AMORIM e RAMOS, 2003).

Os hóspedes também contribuem com o programa sem estar diretamente envolvidos, um exemplo seria as placas informativas deixadas nas unidades habitacionais dando a opção de trocar ou não as roupas de cama e banho. A redução na utilização de produtos de limpeza devido à reutilização de roupas de cama e banho, conseqüentemente redução de energia e água, que também por instalação de redutores de vazão nas torneiras dos lavabos e irrigação pré-programada diminuiu o consumo.

Os benefícios resultantes para o hotel, mostraram-se positivos, tanto no âmbito econômico como no ambiental. Alguns dos programas de gestão ambiental acabam por requerer equipamentos modernos como captação de energia solar, ou o já citado reator RALF, enquanto outros têm um baixo custo e fácil implantação, como trocar as lâmpadas. Esses exemplos mostram que grandes investimentos não são fatores de decisão quanto implantar ou não um sistema de gestão ambiental em um hotel, cabe a organização cumprir as metas que se propôs de acordo com suas condições econômicas e físicas.

Com base no referencial teórico, nos exemplos de políticas ambientais e verificando os programas que os hotéis implantam foi possível elaborar um questionário que será aplicado junto aos gerentes e/ou proprietários de hotéis da cidade de Ponta Grossa/Paraná. A finalidade do questionário é observar se os hotéis pesquisados tem o conhecimento dos benefícios que um política ambiental traz aos empreendimentos, e se isto é desenvolvido na gestão dos mesmos.

4 METODOLOGIA

Nos capítulos anteriores, desenvolveu-se um referencial teórico como base para a pesquisa, de forma a contextualizar o problema inicialmente proposto: Em que medida a política ambiental está inserida no contexto dos serviços hoteleiros dos hotéis pré-selecionados?

A pesquisa caracteriza-se por descritiva-exploratória com ênfase nas dimensões qualitativas, o que resultou em um questionário estruturado, aplicado junto aos gerentes e/ou responsáveis pela administração dos hotéis pré-selecionados da cidade de Ponta Grossa, Paraná. Realizado o questionário nestes hotéis, analisou-se o conteúdo das respostas dos entrevistados.

Trata-se de uma pesquisa descritiva, pois “procura descrever fenômenos ou estabelecer relações entre variáveis. Utiliza técnicas padronizadas de coleta de dados como o questionário”. (DENCKER, 1998, p. 124).

A pesquisa aqui desenvolvida, procura sincronizar as informações que os hotéis disponibilizaram, por meio de um questionário, para descrever a situação dos mesmos sobre as políticas ambientais.

Também caracteriza-se como exploratória por ter apoio em pesquisas bibliográficas e análise de exemplos. Dencker (1998, p.124) completa que este tipo de pesquisa procura aprimorar ideias ou descobrir intuições, com o levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas experientes e análise de exemplos similares.

É de caráter qualitativo, pois “é adequada para se obter um conhecimento mais profundo de casos específicos, porém não permite a generalização em termos de probabilidade de ocorrência”. (DENCKER, 1998, p.107).

Para delimitação da pesquisa, como critério de seleção dos hotéis, foram analisados os seguintes pontos: estabelecimentos cadastrados no Ministério do Turismo, que possuem número igual ou superior a 45 unidades habitacionais, localizados na cidade de Ponta Grossa.

Neste trabalho, utilizou-se o questionário como técnica de coleta de dados, onde as questões são predeterminadas, gerando dados para posterior análise do conteúdo. De acordo com Dencker (1998, p. 146), “a finalidade do questionário é obter, de maneira sistemática e ordenada, informações sobre as variáveis que

intervem em uma investigação, em relação a uma população ou amostra determinada”.

A técnica utilizada propõe a elaboração de perguntas fixas, cuja a ordem e a redação das mesmas permanecem igual para todos os entrevistados. Dessa forma, as informações obtidas apresentam-se uniformes devido ao caráter padronizado das perguntas.

De acordo com os critérios de pré-seleção, seis foram os hotéis que se enquadravam no perfil estabelecido, dentre os quais, cinco se disponibilizaram a participar, sendo que um dos hotéis alegou não ter interesse de participar da pesquisa.

O primeiro contato com os entrevistados se deu por telefone afim de verificar a disponibilidade em participar da pesquisa. Em seguida, foram distribuídos os questionários (APÊNDICE A) com 15 questões sendo 12 questões abertas e 3 com alternativas fixas.

5 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Neste capítulo serão expostos os resultados obtidos na realização da pesquisa ao analisar o questionário que foi aplicado junto aos hotéis de Ponta Grossa, de acordo com os procedimentos descritos anteriormente.

Para a aplicação do questionário foram pré-selecionados seis hotéis, no entanto apenas cinco se disponibilizaram a participar da pesquisa, são eles: Barbur Plaza Hotel, Hotel Planalto, Hotel Princess Express Ltda, Slaviero Executive Ponta Grossa, Ponta Grossa Plaza Hotel.

Apresentam-se a seguir, as perguntas e respostas dos cinco hotéis, sendo que para manter a privacidade sem deixar que o leitor possa acompanhar o perfil dos mesmos, serão identificados como Hotel “nº 1”, Hotel “nº 2”, Hotel “nº 3”, Hotel “nº 4” e Hotel “nº 5”, dispostos aleatoriamente da ordem em que foram citados acima.

Na primeira pergunta da pesquisa, foi questionado se: *O hotel dispõe de ações de cunho ambiental?* Obteve-se três respostas positivas e duas negativas, conforme gráfico abaixo.

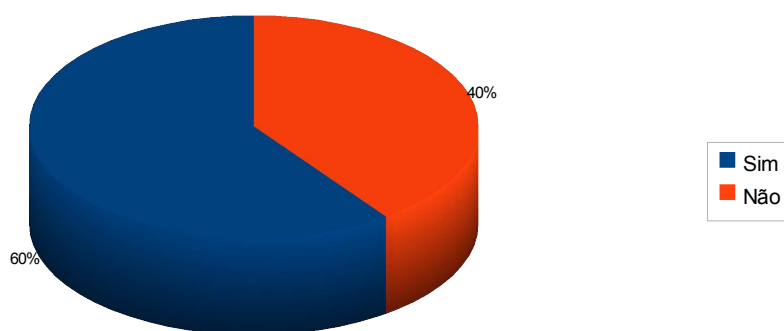


Gráfico 1 – Hotéis que dispõe de ações ambientais.

Na pergunta 2, *O hotel segue uma política ambiental própria?* Os hotéis mantiveram as mesmas alternativas anteriores, de acordo com o gráfico apresentado a seguir.

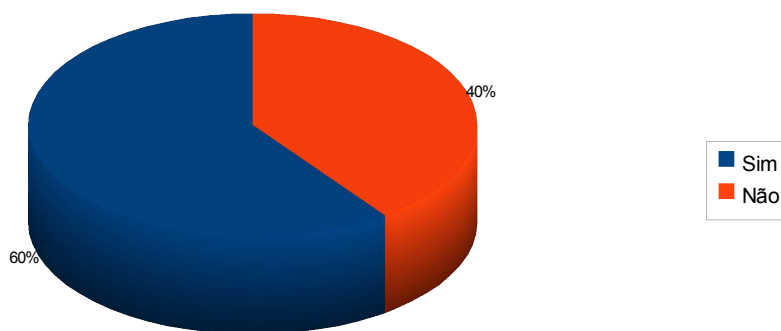


Gráfico 2 – Hotéis que possuem uma Política Ambiental.

Quando indagados sobre a elaboração dessa política ambiental, e como se deu esse processo, o entrevistado do H nº1, colocou que foram apresentados no hotel algumas propostas, mas nada foi implantado. A única medida tomada é referente a lavanderia na reutilização da água para serviços de limpeza pesada. O H nº 2 respondeu que desde o ano de 2006 foi elaborado um Plano de Gerenciamento de Resíduos Sólidos, pela empresa Ambisul Engenharia Ambiental. Conforme o entrevistado do H nº 3, um biólogo elaborou todas as práticas adotadas pelo hotel. O H nº 4 dispõe de algumas ações que tentam melhorar as condições locais sócio-ambientais, desde a concepção do empreendimento e a partir de 2005 passaram a valorizar e reutilizar tudo o que fosse possível, evitando assim desperdícios. O H nº 5 coloca que a única coisa que a rede toda implantou foi a adoção de sacolas ecológicas para vender aos seus hóspedes, e a separação dos lixos reciclados e orgânicos.

As três primeiras questões mostram que todos os hotéis efetuam algum tipo de ação ambiental, mesmo não tendo uma política ambiental estruturada, ou programas com essa finalidade. Lembrando que existe diferenças entre ação, programa, sistema de gestão e política ambiental. Ação é uma atividade organizada ou não por um programa; um programa estabelece ações preventivas e corretivas; o SGA é um conjunto de programas, sendo que o sistema é elaborado baseado em uma política ambiental. (VALLE, 2004, p.73).

A quarta questão era: *Quais os motivos que levaram o empreendimento a implantar as ações de gestão ambiental?* O entrevistado do H nº 1 coloca que o hotel ainda não implantou concretamente um sistema de gestão ambiental, porém que estão abertos a projetos, e que os motivos para uma futura implantação seriam

o financeiro e a consciência geral ambiental. Segundo o entrevistado nº 2, o motivo foi o interesse em aumentar o aproveitamento dos recursos naturais com maior eficiência, bem como gerar economias para a empresa. Explica o H nº 3, que os motivos principais foram por já ter um conhecimento dessas ações ambientais que aplicadas em empresas geram vantagens, bem como para a preservação do meio ambiente. A preocupação com o Planeta Terra foi a primeira razão do H nº4, pois desejam que futuras gerações ainda possam usufruir das mesmas condições que se tem atualmente. Questões econômicas e de conscientização são alguns destes motivos também. O H nº 5 não respondeu a esta questão.

Para a pergunta nº 5, *Há um programa interno de separação de resíduos sólidos?* Todos os hotéis responderam que existe sim um programa.

E como complemento da pergunta anterior, indagou-se ainda: *Como funciona esse programa?* O entrevistado do H nº 1 relatou que existe um pequeno sistema de separação do lixo dos apartamentos pelas camareiras e na cozinha dos materiais recicláveis (latas, plásticos, vidro). No H nº 2 é feita a separação dos materiais recicláveis – papel, metal, plástico e vidro, os quais são coletados semanalmente por empresa de logística ambiental. No H nº 3, as lixeiras são separadas de acordo com o seu material (vidro, plástico, papel). O óleo utilizado na cozinha também é reciclado e recolhido pela empresa Vitare Ambiental. Separamos de acordo com a teoria dos 3 Rs, afirma o entrevistado do H nº 4, isso é feito acordo com a especificação de cada objeto ou material que pode ser reaproveitado (em recipientes distintos), e logo após despachado para reciclagem. O H nº 5 funciona com uma orientação aos funcionários para descartar cada coisa em seu devido lugar, restos de gordura, recicláveis, restos de comida, todos tem um ambiente próprio para armazenamento.

Na sétima questão, *Há um monitoramento sobre o consumo de água? Como é feito esse controle?* Todos os hotéis responderam que sim, fazem este controle. O H nº 1 tem um monitoramento financeiro, com meta de consumo a ser atingida. No H nº 2 é feita a leitura periódica, alimentando uma planilha de consumo. O controle do H nº 3 parte de verificar vazamentos e outros problemas, e a manutenção dos equipamentos para evitar desperdícios. Através de averiguações contínuas ao relógio da empresa o H nº 4 controla e compara com contas anteriores. Caso haja um exagero, é observado e sanado. No H nº 5 foram implantados em todas as

torneiras um sistema que reduz a pressão de água, com isso, obteve-se uma economia considerável.

A questão de nº 8 é similar a anterior, mas agora em relação ao monitoramento da energia elétrica. Novamente foram unânimes, respondendo que monitoram sim a energia elétrica utilizada pelo hotel. Há um monitoramento financeiro, nos moldes do consumo de água respondeu o H nº1. No H nº 2 é feita leitura periódica, alimentando uma planilha de consumo, como no monitoramento de água. No H nº 3 há um controle para que as luzes fiquem acessas somente conforme a necessidade, nos corredores o sistema de sensor de presença, e a energia elétrica dos apartamentos é acionado por cartão-chave. O controle feito pelo H nº 4 apresenta-se nos moldes do monitoramento água, mas com pessoas sempre apagando as luzes onde não há uso de ambientes, desligando máquinas em horários de baixa rotatividade, lâmpadas com sensor de presença, sistema cartão-chave-energia. No H nº 5 nos apartamentos e nas áreas do hotel tem-se medidores individuais, também é controlado para que as luzes não fiquem acessas sem necessidade.

A questão de nº 9 é sobre a reutilizar ou não recursos como papel, água, entre outros, nos hotéis. Estes recursos são separados no H nº1 conforme a possibilidade de reutilizá-los, mas sem programa específico de reuso ou de transformação em espécie (dinheiro) para aplicar em benefícios aos colaboradores. O H nº 2 reutiliza os papéis – impressão frente e verso, bem como de papel reciclado. A água utilizada na lavanderia e as sobras de sabonete dos apartamentos do H nº 3 são reutilizados para a limpeza pesada, na limpeza do estacionamento é utilizado água de um poço artesiano. Já o H nº 4 atua de acordo com os princípios dos 3 Rs com todos os materiais que podem aproveitar – verso de papel para borrão, água da lavanderia para lavar calçadas, aquecimento solar, reaproveitamento da água da chuva por cisterna. O H nº 5 reutiliza os papéis quando possível.

Com relação à redução do uso de recursos naturais, e quais práticas o hotel efetua, o H nº 1 afirma que ainda não dispõe um programa de práticas de redução específico. O H nº 2 procura seguir a filosofia Hóspedes da Natureza, onde só é feita a troca de toalhas e enxoval mediante solicitação do hóspede, ou a cada 2 dias, ao invés de trocar diariamente. Também é priorizada a iluminação natural nos diversos ambientes, e o uso de lâmpadas econômicas em áreas de circulação. O entrevistado

nº 3 relata que o hotel procura controlar o uso de produtos de limpeza; a lavanderia terceirizada utiliza produtos ecologicamente corretos; a lavanderia do hotel controla as lavagens de forma que se tenha um mínimo de peças, para evitar desperdício de água e energia. Quanto as práticas do H nº 4 para com a redução estão o telhado que é feito de resina asfáltica, o que reduz os resíduos provenientes da indústria petroquímica, lâmpadas fluorescentes, caixas do banheiro com baixa vazão de água, esgoto direcionado ao depósito da SANEPAR para tratamento. O H nº 5 não efetua nenhuma ação neste âmbito.

Os hotéis foram questionados em relação a redução de despesas depois da implantação dos programas ambientais e qual seria esse percentual. O H nº 1 respondeu que sempre há reduções, mas como o controle é somente financeiro ainda não tem como mensurar uma porcentagem. O H nº 2 teve uma redução em torno de 5%, com custos relativos a água e energia elétrica. Como o H nº 3 desde sua inauguração, há dois anos, tem feito esse controle, não há como estabelecer uma porcentagem de redução de despesas. Já o H nº 4 relata um resultado significativo, quase que 50% de redução de despesas. Para o H nº 5 houve redução de água, em torno de 20%.

Na décima segunda pergunta, *Quais são as dificuldades para a melhoria ambiental no hotel?* Segundo o H nº 1 a dificuldade está na conscientização ambiental dos colaboradores e da administração central. Para o H nº 2 é o investimento em novas tecnologias, como por exemplo a aquisição somente de aparelhos com o selo Procel A. A manutenção de equipamentos, foi a opinião do H nº 3. A conscientização de cada ser humano de que é dele que depende a continuação da vida no planeta, foi o problema apontado pelo H nº 4. Na opinião do entrevistado nº 5, o grande empecilho para uma melhoria geral são os investimentos, e estes são considerados altos pelos proprietários do hotel.

Nesta perspectiva, a pergunta de nº 13 dizia respeito se os hotéis pretendem ampliar essas ações de gestão ambiental em seus empreendimentos. O H nº1 coloca que deveriam ainda implantar. O H nº 2 afirmou que sim. Já o H nº 3 respondeu que pretende ampliar sempre que o hotel tiver condições, uma ação que está sendo pensada é a elaboração de avisos nos apartamentos para os hóspedes optarem sobre a troca ou não de suas roupas de banho. Futuramente H nº 4 pretende aproveitar a luz solar para a climatização de ambientes. Também incentivar

o hóspede a reutilizar sua toalha de banho caso a mesma esteja seca. O H nº 5 pretende ampliar essas ações na medida do possível.

A situação ambiental do hotel já foi questionada por algum hóspede, fornecedor, funcionário, comunidade, ou outra empresa? Quando indagados sobre isto, as respostas foram diversas. Segundo o entrevistado nº1, alguns hóspedes que costumam viajar com frequência, questionam sobre a lavagem de toalhas, devido a programas de algumas administrações que reutilizam toalhas para os mesmos hóspedes. Alguns clientes já questionaram o H nº 2 sobre seu posicionamento ambiental. Por outra empresa, respondeu o H nº 3. Pelo fato de algumas práticas do H nº 4 serem visíveis já foram questionados e elogiados pelo diferencial. O H nº 5 até o momento, nunca foi questionado neste aspecto.

Por fim, deixou-se um espaço para que os entrevistados pudessem opinar, dar sugestões, ou completar alguma informação que fosse relevante para o estudo. A apresentação de um programa para aplicar nos hotéis seria bem vinda para o H nº 1. O H nº 2 coloca que toda empresa precisa desenvolver ações em prol da preservação do meio ambiente – e se possível divulgá-las como “boas práticas” a serem seguidas. Na opinião do H nº 3 os projetos ambientais aplicados nas empresas auxiliam a preservação do meio ambiente, para que amanhã não acabem esses recursos. O H nº 4 não opinou. O entrevistado do H nº 5, acredita que tem de existir uma ação maior do Poder Público para reger todo o sistema e para dar direção aos empreendimentos de como agir, com uma orientação e fiscalização.

A questão da parceria do Poder Público junto ao Privado é distante ainda no Brasil, mas o governo trabalha com políticas públicas com o objetivo de auxiliar os empreendimentos a implantar políticas ambientais nos mesmos. Porém, cabe à alta administração do hotel a decisão de implantar ou não essas políticas, lembrando que isso irá beneficiar o próprio empreendimento.

Os cinco hotéis pesquisados apresentam em sua administração ações e programas ambientais que resultam em redução de custos, conscientização de colaboradores para que os programas funcionem, e em alguns casos, levando essa ações ao conhecimento do hóspede e da sociedade – “marketing verde”.

No decorrer do trabalho e com os resultados dos questionários percebe-se que os motivos relatados pelos hotéis pesquisados para implantar tais programas coincidem com a proposta dos SGAs apresentados na fundamentação teórica do presente trabalho. São eles: agregar valor aos serviços conquistando assim novos

clientes; obter retorno financeiro; utilizar de forma correta os recursos naturais; e a preservação do meio ambiente. A questão da economia como consequência é forte quando se trata de empreendimentos privados, pois nenhum empresário irá investir sem que isto reverta em lucro para sua empresa.

Todos os hotéis pesquisados fazem a separação de resíduos sólidos, porém alguns hotéis como o nº 1 e o nº 5 não deixaram claro qual é a destinação final desse material. Um programa eficiente para resíduos inclui a separação e coleta por uma empresa, ou uma parceria com cooperativas de reciclagem para que realmente sejam destinados para a reciclagem ou para reuso.

A utilização consciente da água e da energia elétrica é vantajosa para os empreendimentos hoteleiros, pois acarreta em uma grande economia a cada mês. Para tanto, é fundamental estabelecer uma meta de consumo/mês, averiguar e se preciso fazer manutenção de equipamentos, e se houver possibilidade, optar por sistemas que ajudam a minimizar gastos como sistema cartão-chave-energia, sensor de presença (para ligar e desligar a luz no corredores), aquecimento solar, reaproveitamento da água da chuva por cisterna, entre outros. Nos resultados da presente pesquisa, o H nº 5 se destaca pela economia de água, obtida pela instalação de um sistema que reduz a vazão de água. Já o H nº4 mostra-se mais a frente por dispor de todos estes sistemas citados a cima, fazendo controles regulares como nos demais hotéis pesquisados.

Todos os hotéis são adeptos da prática do reuso ou reaproveitamento direto, isto é, na forma do produto, como o uso do verso do papel, a água utilizada na lavanderia é reutilizada em processos de lavagem pesada, água da chuva captada por cisterna é usada para regar o jardim e outros fins. Estes programas são de fácil implantação pois não requer investimentos (exceto a instalação de uma cisterna), visto que uma das maiores dificuldades para ampliar os programas em hotéis são os altos investimentos em equipamentos e sistemas.

Os programas de redução têm por objetivo a prevenção orientada para diminuir a quantidade e os impactos causados por estas sobras de resíduos (sólidos, efluentes líquidos, etc). Nesta condição, somente os hotéis nº 1 e nº 5 não efetuam nenhuma ação de redução, os demais pesquisados, buscam controlar no hotel o uso de alguns materiais como papel e água, de modo não intervir na qualidade dos serviços prestados.

O objetivo da implantação de um SGA ou de um PGA deixa de ser um “boa ação” para preservar meio ambiente, pois os benefícios gerados aos empreendimentos são consideráveis. Nesta pesquisa, os hotéis participantes confirmaram isto, alguns deles mostram-se satisfeitos por seus programas darem resultados de 20% a 50% de redução de gastos.

Além dessas vantagens de cunho econômico, os programas podem reverter em marketing positivo para os empreendimentos. Quatro dos hotéis pesquisados afirmaram terem sido questionados e até mesmo elogiados por clientes e por outras empresas sobre a situação ambiental da mesma. Essa preocupação com o meio ambiente torna-se um diferencial, alguns destes hotéis divulgam seus programas e resultados obtidos no *site* do hotel com a finalidade de promover e divulgar como “boas práticas” a serem seguidas, e para atrair novos hóspedes e manter os atuais.

Diante da análise dos dados expostos os hotéis pesquisados na cidade de Ponta Grossa, Paraná, exercem ações e programas ambientais que contribuem para a redução de gastos sem afetar a qualidade de serviços dos mesmos. Toma-se como exemplo desta situação um dos hotéis pesquisados que não dispõe de elevador (grande economia de energia), mas não compromete a qualidade de atendimento aos cadeirantes, pois existe uma entrada adaptada pelo estacionamento.

O objetivo da política ambiental não é a de restringir o uso dos equipamentos e produtos prejudicando os serviços e o funcionamento do hotel, ou qualquer que seja a empresa. Mas sim, organizar ações e programas ambientais através de um sistema de gestão formatado de acordo com os serviços e condições do hotel de forma a implantar e manter tais medidas, proporcionando qualidade de vida para as pessoas, sejam elas hóspedes, colaboradores, fornecedores ou comunidade local.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo propôs-se a identificar em que medida a política ambiental está inserida no contexto dos serviços hoteleiros dos hotéis pré-selecionados. Os dados obtidos com o questionário aplicado junto aos hotéis Barbur Plaza Hotel, Hotel Planalto, Hotel Princess Express Ltda, Slaviero Executive Ponta Grossa e Ponta Grossa Plaza Hotel, localizados na cidade de Ponta Grossa, Paraná, e embasados teoricamente por conceitos de hotelaria, política ambiental e gestão ambiental permitiram afirmar que a política ambiental nestes empreendimentos trazem benefícios rentáveis, tanto na forma econômica como na melhoria da imagem na sociedade e principalmente com os hóspedes.

Foram confirmadas as hipóteses levantadas como resposta ao problema, que colocavam que uma política ambiental atuante nos hotéis poderia refletir diretamente no lucro dos mesmos, e que os hotéis passam a ser reconhecidos como ecologicamente corretos ganhando visibilidade e credibilidade na sociedade. Esta última tendo um resultado parcial, pois a pesquisa foi elaborada e direcionada para os gestores dos hotéis, não atingindo os hóspedes de forma direta.

A pesquisa atingiu seu objetivo geral que consistiu em analisar a existência ou não de políticas ambientais nos hotéis selecionados de forma que 3 entre os 5 hotéis pesquisados possuem uma política ambiental, porém todos os hotéis em questão realizam alguma ação de cunho ambiental em seus empreendimentos. Quatro dos hotéis, independente das ações que efetuam nos estabelecimentos, tem resultados positivos com a implantação dessas ações.

Os objetivos específicos também foram sanados, sendo as que propostas eram de identificar os benefícios da prática de uma política ambiental para os empreendimentos hoteleiros, que em um primeiro momento buscou-se uma fundamentação teórica, exemplos similares em outros hotéis e logo após comparando com a realidade dos hotéis de Ponta Grossa. A outra proposta era de verificar quais medidas são adotadas pelos hotéis, novamente com um embasamento teórico e empírico. Entre as medidas efetuadas nos hotéis pesquisados como programas de reciclagem, reuso de materiais, se destacam as tecnologias limpas, como o uso de energia solar, sistemas de controle de vazão de água e sistema de captação da água da chuva. Lembrando que toda e qualquer

ação ou programa ambiental traz benefícios sejam eles visíveis ou não em relação a administração do hotel, mas qualquer ação reverte positivamente para a recuperação do meio ambiente.

Em análise aos hotéis pesquisados, há uma diferença em como estas questões são avaliadas pelos gestores e pelos proprietários do empreendimento. Percebe-se que alguns hotéis não buscam maiores ações ambientais por falta de conhecimento e por pensar que os investimentos são altos, sem pesar que estes gastos efetuados agora serão “pagos” pela economia gerada depois.

Já em outros hotéis, que sentem os benefícios de atualizar seus programas, acabam por buscar outros diferenciados usando essa situação como vantagem competitiva.

De acordo com os autores utilizados nesta pesquisa, como Barbieri (2006), Goya (2007), Valle (2004), dentre outros, confirma-se que os empreendimentos que estão a frente, buscando novas tecnologias, novos programas ambientais, estabelecem uma vantagem competitiva com os demais empreendimentos, neste caso, hoteleiros, por perceber este novo nicho de mercado.

A título de contribuição, a autora do presente trabalho sugere que os hotéis que participaram dessa pesquisa, em principal os que não tem ações ordenadas em relação ao meio ambiente, que passem a observar o hotel elencando seus gastos e o que poderia ser feito para reduzir os mesmos. Após essa análise, recorrer a programas específicos que sejam viáveis para as condições do hotel, com o auxílio interdisciplinar entre gestores ambiental e gestores em turismo e hotelaria.

A implantação desses programas devem igualar ou melhorar a qualidade de serviços já prestados nestes hotéis, sem haver deficit no atendimento ao hóspede. A gestão ambiental vem com o propósito de gerar ganhos para ambos os lados, seja o hotel ganhando em produtividade, a sociedade sem perder a qualidade de vida, e o meio ambiente recuperando-se gradativamente dos grandes impactos já causados no decorrer de anos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

AMBIENTE BRASILEIRO. Disponível em: <<http://www.ambientebrasil.com.br/composer.php3base=./gestao/index.html&conteudo=./gestao/sistema.html>>. Acesso em: 13 out. 2008.

AMORIM, C. G; RAMOS, S. E. V. C. **Programa Hóspedes da Natureza: Uma Ferramenta para a Educação Ambiental**. Observatório de Turismo do Paraná. <<http://www.obsturpr.ufpr.br/artigos-hotelaria.html>>, Curitiba, 2005.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE HOTÉIS – ABIH, disponível em: <http://www.abih.com.br/Inst_ABIH.php> e <<http://www.abih.com.br/site.php>>. Acesso em: 19 ago. 2009.

ASSUMPÇÃO, Luiz Fernando Joly. **Sistemas de Gestão Ambiental: Manual Prático para Implementação de SGA e Certificação ISO 14.001**. 1º ed. (ano 2004), 3ª tir. Curitiba: Juruá, 2006.

BARBIERI, José Carlos. **Gestão ambiental empresarial: conceitos, modelos e instrumentos**. 1º edição (2004), 2º tir. São Paulo. Saraiva, 2006.

BARBOSA, Ycarim Melgaço. **História das Viagens e do Turismo**. São Paulo: Aleph, 2002. (Coleção ABC do Turismo).

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 3ª ed. São Paulo: Editora SENAC, 2000.

_____. **Globalização do Turismo: megatendências do setor e a realidade brasileira**. São Paulo: Aleph, 2003. (Turismo).

BONFATO, Antonio Carlos. **Desenvolvimento de Hotéis: Estudo de Viabilidade**. São Paulo: Editora Senac, 2006.

BRASIL. Constituição Federal do Brasil de 1988. Capítulo VI do Meio Ambiente – Art. 225. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/port/conama/legiano1.cfm?codlegitipo=6&ano1988>>. Acesso em: 27 nov. 2008.

_____. Ministério da Integração Nacional. SUDENE, disponível em: <<http://www.sudene.gov.br/site/menu.php?idioma=ptbr&cod=202>>. Acesso em: 18 ago. 2009.

_____. Ministério da Integração Nacional. SUDAM, disponível em: <http://www.ada.gov.br/index.php?option=com_content&task=view&id=12&Itemid=42>. Acesso em: 18 ago. 2009.

_____. Ministério do Meio Ambiente. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/sitio/index.php?ido=legislacao.index&tipo=4>>. Acesso em: 09 abr. 2009.

_____. Programa de Gestão Ambiental. Disponível em: <<http://pga.pgr.mpf.gov.br/pga/gestao/que-e-ga/o-que-e-gestao-ambiental>>. Acesso em: 13 out. 2008.

CAMPOS, Suzana Santos. **Gerenciamento e práticas ambientais em meios de hospedagem**. V Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo (ANPTUR). Belo Horizonte/MG. Dias 25 e 26 de agosto de 2008.

CÂNDIDO, Índio e VIEIRA, Elenara de Viera. **Gestão de Hotéis: Técnicas, operações e serviços**. Caxias do Sul/RS: Educs, 2003.

CARBONO BRASIL, Disponível em: <<http://www.carbonobrasil.com>>. Acesso em: 5 set. 2009.

CASTELLI, G. **Gestão Hoteleira**. São Paulo: Saraiva, 2006.

COBRA, M. Marketing de Turismo. São Paulo: Cobra, 2001.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO. **Breve história do turismo e da hotelaria**. Conselho de Turismo. Rio de Janeiro: Copyright Senac Nacional, 2005.

CUNHA, Licínio. **Economia e Política do Turismo**. Lisboa : McGraw-Hill, 1997.

D'ISEP, Clarissa Ferreira Macedo; JUNIOR, Nelson Nery; MEDAUAR, Odete (Org.). **Políticas Públicas Ambientais: estudos em homenagem ao professor Michel Prieur**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2009.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. São Paulo: Futura, 1998.

DUARTE, Vlado Vieira. **Administração de sistemas hoteleiros: conceitos básicos**. 3. ed. São Paulo: Senac, 2005.

ECODESENVOLVIMENTO.ORG. Disponível em: <<http://www.ecodesenvolvimento.org.br/ecodesenvolvimento>> . Acesso em: 2 set. 2009.

FINAME. Disponível em: <<http://www.bertolo.pro.br/matfin/HTML/FINAME.htm>>. Acesso em: 18 ago. 2009.

FUNDO MUNDIAL PARA A NATUREZA (WWF-Brasil). Disponível em: <<http://www.wwf.org.br/index.cfm?uNewsID=9460>>. Acesso em: 12 abr. 2008.

GOYA, S. C. **Gestão Ambiental e Responsabilidade Social: Estratégias de competitividade em resorts. Estudo de Caso Tropical das Cataratas ECO Resort em Foz do Iguaçu/PR.** Universidade do Vale do Itajaí – Dissertação de Mestrado em Turismo e Hotelaria. Balneário Camboriú/SC, 2007.

HOTEL DAS CATARATAS. Disponível em: http://www.hoteldascataratas.com.br/web/ogua_pt/hotel_das_cataratas_history.jsp. Acesso em: 23 abr. 2009.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do Turismo.** 2º ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

LE MOS, Leandro de. **O Valor Turístico: (Re)Definindo a Economia do Turismo (Out/03).** Disponível em: <<http://www.revistaturismo.com/artigos/valortur.html>>. Acesso em: 5 ago. 2009.

LITTLE, Paul E. (Org). **Políticas ambientais no Brasil: análises, instrumentos e experiências.** São Paulo: Editora Peirópolis; Brasília, DF. 2003.

MOESH, M. M. A Produção do Saber Turístico. São Paulo: Contexto, 2000.

MOLINA E., Sergio. **Turismo y ecología.** 6ª ed. México: Editorial Trillas, 1998. (reimp. 2002).

MOURA, Luiz Antônio Aballa. **Qualidade e Gestão Ambiental.** 3ª ed. São Paulo: Editora Juarez de Oliveira, 2002.

MUNDO SUSTENTÁVEL. Disponível em:

<<http://www.mundosustentavel.com.br/globo150309.asp>>. Acesso em: 12 set. 2009.

NETTO, Alexandre Panosso e TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **Reflexões sobre um novo turismo: política, ciência e sociedade.** São Paulo: Aleph, 2003. (Série Turismo).

PIRES, Mário Jorge. **Raízes do Turismo no Brasil.** Barueri/SP: Editora Manoele, 2001.

REJOWSKI, Mirian; COSTA, Benny Kramer, (Org). **Turismo contemporâneo: desenvolvimento, estratégia e gestão.** São Paulo: Atlas, 2003.

REVOLUÇÃO INDUSTRIAL. Disponível em:

<<http://www.setrem.com.br/ti/trabalhos/historia/historia/revolucao.htm>>. Acesso em: 21 jun. 2009.

RIBEIRO, Charko Helena. **A Hotelaria na Cidade de Porto Alegre: Gestão de Redes e Gestão Familiar**. Universidade de Caxias do Sul. Dissertação de Mestrado em Turismo e Hotelaria – Organização e Gestão. Caxias do Sul/RS, 2005.

RODRIGUES, Ricardo M. **Histórico do Desenvolvimento de Hotéis no Brasil**. (2002). Disponível em: <http://www.hia.com.br/artigo_historico_do_desenvolvimento.htm>. Acesso em: 17 ago. 2009.

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

SENAC, DN. **Turismo no Brasil: um guia para o guia**. Alexandre Raposo; Marcia Capella; Cláudia Cardoso dos Santos. Rio de Janeiro : Ed. Senac Nacional, 2004.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **Viagem na Memória: guia Histórico das Viagens e do turismo no Brasil**. 2ª ed. São Paulo: Editora SENAC, 2002.

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA. Biblioteca Central Prof. Faris Michael. **Manual de normalização bibliográfica para trabalhos científicos**. Ponta Grossa: UEPG, 2005.

VALLE, Cyro Eyer do. **Qualidade ambiental: ISO 14000**. 5ª ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2004.

VAZ, G.N. **Marketing Institucional: O Mercado de Idéias e Imagens**. São Paulo: Pioneira, 1995.

PROGRAMA DE CERTIFICAÇÃO EM TURISMO SUSTENTÁVEL. Instituto de Hospitalidade. Disponível em: <<http://www.pcts.org.br>>. Acesso em: 12 set. 2009.

PROGRAMA MAB-MAN AND BIOSPHERE. Disponível em: <<http://www.iflorestsp.br/rbcv/mab.htm>>. Acesso em: 2 set. 2009.

APÊNDICE A – Modelo de questionário aplicado nos hotéis

Prezado(a) Sr.(a),

Este questionário faz parte do trabalho de conclusão do curso de Bacharelado em Turismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa e tem como objetivo, através das informações obtidas, identificar e analisar as políticas ambientais nos hotéis da cidade de Ponta Grossa/PR com mais de 45 unidades habitacionais e cadastrados no Ministério do Turismo. Agradecemos antecipadamente a sua valiosa contribuição e colocamo-nos a sua inteira disposição para quaisquer esclarecimentos que se façam necessários.

Atenciosamente,

Pesquisadora: Louise Moraes

Orientadora: Profa. Ms. Larissa Mongruel Martins

Hotel: _____

Data da entrevista/pesquisa ___/___/___

Nome legível e cargo do principal responsável pelas informações _____

1) O hotel dispõe de ações de cunho ambiental?

sim não

2) O hotel segue uma política ambiental própria?

sim não

3) Em caso afirmativo, sobre a elaboração dessa política ambiental, descreva resumidamente o processo. (Ano de criação, fontes que deram subsídio para o documento).

4) Quais os motivos que levaram o empreendimento a implantar as ações de gestão ambiental?

5) Há um programa interno de separação de resíduos sólidos?

sim não

6) Como funciona esse programa?

7) Há um monitoramento sobre o consumo de água? Como é feito esse controle?

8) Há um monitoramento sobre o consumo de energia elétrica? Como é feito esse controle?

9) Com relação a reutilizar recursos (papéis, água, etc.), o hotel efetua alguma pratica?

10) Com relação à redução do uso de recursos naturais, que praticas o hotel efetua?

11) Houve redução de despesas depois da implantação dos programas ambientais? Qual o percentual?

12) Quais são as dificuldades para a melhoria ambiental no hotel?

13) Pretende-se ampliar essas ações de gestão ambiental?

14) A situação ambiental do hotel já foi questionada por algum hóspede, fornecedor, funcionário, comunidade, ou outra empresa?

15) Existe algum comentário, sugestão ou informação que seja relevante para o estudo e que o (a) Sr. (a) gostaria de apresentar?

Assinatura do principal responsável pelas informações

APÊNDICE B – Termo de autorização para o uso do nome

TERMO DE AUTORIZAÇÃO

Por meio deste, solicito a permissão formal para utilizar o nome do hotel Barbur Plaza Hotel, e a entrevista realizada no mesmo, para o desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso que tem como tema Políticas Ambientais nos Hotéis da cidade de Ponta Grossa/PR, elaborado pela acadêmica Louise Moraes como requisito para a obtenção da graduação de Bacharel em Turismo, na Universidade Estadual de Ponta Grossa/PR.

E por estar de acordo, firma o presente

Ponta Grossa, 15 de outubro de 2009.



Responsável pelo Hotel

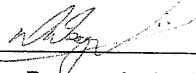
05299328/0001-74
BARBUR PLAZA
HOTEL LTDA.
Av. Visconde de Mauá, 1001
Oficinas
FONE (41) 3010-290 • Ponta Grossa - PR

TERMO DE AUTORIZAÇÃO

Por meio deste, solicito a permissão formal para utilizar o nome do hotel HOTEL PENNINO, e a entrevista realizada no mesmo, para o desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso que tem como tema Políticas Ambientais nos Hotéis da cidade de Ponta Grossa/PR, elaborado pela acadêmica Louise Moraes como requisito para a obtenção da graduação de Bacharel em Turismo, na Universidade Estadual de Ponta Grossa/PR.

E por estar de acordo, firma o presente

Ponta Grossa, 18 de outubro de 2009.



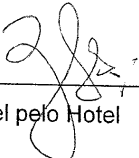
Responsável pelo Hotel

TERMO DE AUTORIZAÇÃO

Por meio deste, solicito a permissão formal para utilizar o nome do hotel Ponta Grossa Plaza Hotel, e a entrevista realizada no mesmo, para o desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso que tem como tema Políticas Ambientais nos Hotéis da cidade de Ponta Grossa/PR, elaborado pela acadêmica Louise Moraes como requisito para a obtenção da graduação de Bacharel em Turismo, na Universidade Estadual de Ponta Grossa/PR.

E por estar de acordo, firma o presente

Ponta Grossa, 21 de outubro de 2009.



Responsável pelo Hotel

TERMO DE AUTORIZAÇÃO

Por meio deste, solicito a permissão formal para utilizar o nome do hotel Hotel Princess Express Ltda, e a entrevista realizada no mesmo, para o desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso que tem como tema Políticas Ambientais nos Hotéis da cidade de Ponta Grossa/PR, elaborado pela acadêmica Louise Moraes como requisito para a obtenção da graduação de Bacharel em Turismo, na Universidade Estadual de Ponta Grossa/PR.

E por estar de acordo, firma o presente

Ponta Grossa, 28 de outubro de 2009.



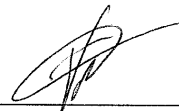
Responsável pelo Hotel

TERMO DE AUTORIZAÇÃO

Por meio deste, solicito a permissão formal para utilizar o nome do hotel SLAVIANO EXECUTIVE, e a entrevista realizada no mesmo, para o desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso que tem como tema Políticas Ambientais nos Hotéis da cidade de Ponta Grossa/PR, elaborado pela acadêmica Louise Moraes como requisito para a obtenção da graduação de Bacharel em Turismo, na Universidade Estadual de Ponta Grossa/PR.

E por estar de acordo, firma o presente

Ponta Grossa, 26 de outubro de 2009.



Responsável pelo Hotel

ANEXO A – Declaração para efetuar a pesquisa nos hotéis



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO

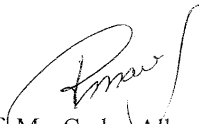
DECLARAÇÃO

Declaro, para fins de direito que LOUISE MORAIS RA
061012188,acadêmica do Curso de Turismo está realizando uma pesquisa
da disciplina “Trabalho de Conclusão de Curso”, o referido trabalho é uma
atividade do Currículo do Curso de Turismo- UEPG

Por ser verdade, firmo a presente declaração.

Ponta Grossa, 10 de outubro de 2009.




Prof. Ms. Carlos Alberto Maio
Coordenador de OTCC-UEPG