

# TOURISM AND HOSPITALITY TODAY AND TOMORROW

Volume 5 | Número 1 | Setembro 2015  
Volume 5 | Number 1 | September 2015  
Volumen 5 | Número 1 | Septiembre 2015

[www.isce-turismo.com](http://www.isce-turismo.com)

ISSN: 2183-0800



Organização



Departamento  
Turismo@ISCE

Apoios



## **Certificação ambiental na hotelaria: Principais ações mencionadas pelos hóspedes em suas avaliações *online* sobre empreendimentos hoteleiros certificados.**

110

Gabriel Nascimento de Oliveira

Universidade Federal de Pernambuco

Mariana Cavalcanti Falcão de A

Universidade Federal de Pernambuco

Viviane Souza

Universidade de Aveiro

Oliveira, G. N. de, Falcão de A., M. C. & Souza, V. (2015). Certificação ambiental na hotelaria: Principais ações mencionadas pelos hóspedes em suas avaliações *online* sobre empreendimentos hoteleiros certificados. *Tourism and Hospitality International Journal*, 5(1), 110-134.

## Resumo

Ações socioambientais sustentáveis no turismo e na hotelaria são itens cada vez mais presentes no mercado e existem várias certificações que atestam se um hotel é sustentável ou não. Pesquisas demonstram que muitos hóspedes escolhem seus meios de hospedagem levando em consideração as ações sustentáveis dele e o fato de terem certificações de sustentabilidade. Ao mesmo tempo, as avaliações online através de sites que se utilizam de conteúdo gerado pelo usuário (UGC) ajudam a compreender a visão do cliente sobre meios de hospedagem e saber o que ele achou mais interessante e/ou importante nos mesmos. Este estudo visa saber quais ações sustentáveis são mais mencionadas nas avaliações online dos hóspedes que visitam hotéis sustentáveis. Foram lidas várias avaliações dos hotéis selecionados e a depender o texto, foi considerado se o hóspede percebeu ou não as ações, e se as mencionou ou não. Pode-se concluir que as ações mais mencionadas são relacionadas à arquitetura, decoração e construção, alimentos e cultivos orgânicos servidos nos hotéis. Notou-se também um baixíssimo número de menções se comparado ao total de avaliações lidas e aos percentuais mostrados nos estudos utilizados como referência. Esse estudo pode contribuir para meios de hospedagem que queiram realizar ações sustentáveis que tenham um maior impacto positivo na visão que o cliente tem do serviço. A pesquisa pode contribuir também para que hotéis possam repensar a maneira como comunicam suas ações sustentáveis, visto que apesar de terem as certificações, muitas dessas ações ainda passam despercebidas pelos hóspedes.

**Palavras-chave:** Gestão ambiental, *eWOM*, Hospitalidade

## Abstract

Sustainable environmental initiatives in tourism and hospitality items are increasingly present in the actual market and there are several certifications that attest whether a hotel is sustainable or not. Researches shows that many guests choose their lodging facilities taking into account their sustainable actions and the fact that they have sustainability certifications. At the same time, the online reviews through websites that utilize user-generated content (UGC) help to understand the client's vision on hotels and know what he found most interesting and/or important in them. This study seeks to determine which are the most mentioned sustainable actions in online reviews of guests who visit sustainable hotels. Several reviews of the selected hotels were read and depending on the text, it was considered if the guest realized or not the actions, and whether mentioned or not. It can be concluded that the most mentioned actions are related to architecture, decoration and construction, and food and organic crops served in hotels. The study also showed a very low number of entries compared to total read reviews and percentages shown in the studies used as reference. This study may contribute to lodging facilities that wish to undertake sustainable actions that have a greater positive impact on the vision that the customer has about the service of the hotel. The research can also contribute so that hotels can rethink the way they communicate their sustainable actions, since despite the certifications, many of these actions are still unnoticed by guests.

**Keywords:** Environmental management, eWOM, Hospitality

## Introdução

Há algumas décadas, a grande preocupação nas indústrias era como aumentar a produção e ter um crescimento econômico acelerado e onde obter os recursos para atingir esses altos índices de produtividade. No auge do capitalismo, o lucro era o fator levado em consideração no mercado e não havia a preocupação de que os recursos naturais poderiam se esgotar ou que a sua utilização desenfreada pudesse trazer impactos negativos.

113

Foram nas décadas de 60 e 70 que surgiram as primeiras publicações falando da escassez da água e petróleo, por exemplo. Dessa época, até o presente momento foram criadas instituições de controle do meio ambiente, conferências para discutir questões climáticas que foram importantes para criação de documentos de grande relevância para o avanço da preocupação ambiental, como o Protocolo de Kyoto em 1997 e hoje em dia, já existe praticamente uma “indústria” voltada para as questões ambientais. A definição de sustentabilidade mais difundida mundialmente é a do Relatório *Brundtland* publicado em 1987, elaborado pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, o qual considera que o desenvolvimento sustentável deve satisfazer às necessidades da geração presente sem comprometer as necessidades das gerações futuras.

Mesmo sabendo que os recursos naturais não são infinitos e que muitos processos de produção podem ser prejudiciais ao planeta, o homem não pode simplesmente parar toda sua produção. É preciso levar em conta que o crescimento da população e da expectativa de vida também contribui para esse aumento “obrigatório” da produção. Sabendo isso, a partir da década de 90, foram sendo criadas ferramentas e ações para atrelar o crescimento econômico com a sustentabilidade que posteriormente formaram a Gestão Ambiental (GA). Nos dias atuais, a GA é um campo do conhecimento e está inserida em praticamente todas as instituições. Em pesquisa conjunta realizada em 2002 pelo SEBRAE, BNDES e Confederação Nacional das Indústrias (CNI) metade das empresas pesquisadas realizou algum investimento em ações ambientais sendo a maior parte destas em empresas de grande porte.

Muitas empresas se utilizam da GA, como um instrumento de aumento de vendas. Ter a palavra sustentabilidade associada ao nome da empresa, ou realizar ações sustentáveis é algo que facilita a comercialização de produtos. Diversos consumidores tem o ecologicamente correto como um fator determinante de escolha na compra de um produto e serviço. Segundo Voltolini (2010), no Brasil, 21% dos consumidores levam em conta as questões socioambientais no momento das compras.

No turismo e na hotelaria, a realidade não é diferente. O modelo ideal de turismo em si, é uma atividade que busca gerar recursos financeiros sem destruir os recursos naturais ou artificiais, visto que estes são os principais motivadores dos turistas para visitar determinado local. Alguns hotéis e até destinos tem o foco totalmente voltado para o desenvolvimento sustentável e este passa a ser o principal fator mercadológico de

vendas, ou seja, a GA e a sustentabilidade no turismo são excelentes ferramentas de marketing para a promoção turística.

Mas como identificar se um hotel é realmente sustentável? Existem algumas certificações, como a ISO 14.001, NBR 15.401/2006 e selos ambientais que trazem uma série de requisitos que o hotel deve ter para ser considerado sustentável. Esses fatores englobam todos os níveis e setores dentro do empreendimento. Praticamente todos os hotéis que tem essas certificações fazem questão de divulgá-las extensivamente pelo fato de atrair uma grande quantidade de turistas.

A questão é que existem dois fatores interessantes de serem analisados. Existem hotéis que mesmo não tendo nenhuma certificação, realizam ações sustentáveis que muitas vezes passam despercebidas pelos hóspedes ou que não são comunicadas da maneira correta. Por outro lado, existem os hotéis que só realizam ações fáceis de serem percebidas e fazem uma propaganda forte em cima dessa ação.

Uma maneira efetiva de verificar quais ações está a ser mais notadas pelos hóspedes, é nas suas avaliações através de sites de reservas online e portais de hospedagem como, *Trip Advisor*, *Booking.com*, *Decolar.com*, entre outros.

Os hotéis que serão analisados neste documento foram selecionados por terem obtido os certificado NBR 15.401 e/ou ISSO 14001, o que significa que os mesmos já utilizam um Sistema de Gestão Ambiental (SGA) e em atividade, e que realizam ações socioambientais em praticamente todas as suas áreas de atuação. Esse estudo tem o intuito de analisar as avaliações de hóspedes que visitam hotéis, nos quais realizam ações de gestão ambiental. Assim, tem-se como finalidade saber: **Quais as ações de gestão ambiental são mais mencionadas pelos hóspedes em suas avaliações online sobre os empreendimentos hoteleiros considerados sustentáveis?** Neste artigo, além desta parte introdutória, seguem o referencial teórico utilizado no estudo, apresenta-se a metodologia aplicada, a análise dos dados, resultados e conclui-se com as considerações finais e as referências.

### A Gestão Ambiental no Turismo e na Hotelaria

Define-se Sistema de Gestão Ambiental como "a 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" ISO 14.001 (1996).

Para Santos e Schmidt (2007) a implementação de um Sistema de Gestão Ambiental (SGA) ajuda no fortalecimento da imagem da empresa; em conquistar e/ou ampliar o mercado; conseguir taxas de créditos mais baixas; conservar atualizadas as legislações, as normas e os regulamentos relativos ao meio ambiente e reduzir custos operacionais e desperdícios.

Dentre as diversas áreas em evidencia no mercado atual, o turismo é um das atividades que mais gera recursos e empregos, e praticamente todos os países se utilizam do mesmo para impulsionar sua economia. Como observado por WTTC (2012,

citado por Malta & Mariani, 2013, p.116), “Atualmente o turismo vem se desenvolvendo e se caracterizando como uma atividade econômica relevante e singular, sendo responsável por: 9% do PIB mundial, 30% das exportações de serviços mundiais e 1 de cada 12 empregos dos países em desenvolvimento.”.

Pode-se dizer que o turismo não deve existir sem a GA, visto que é uma atividade que necessita de ações sustentáveis para a sua consolidação e para que possa ser de longo prazo. Isto é evidenciado com o conceito da OMT (Organização Mundial de Turismo) a proteção do ambiente e o desenvolvimento do turismo sustentável são inseparáveis, pois o Turismo deve ser sustentável tanto a nível ambiental quanto cultural, para ser economicamente viável (OMT, 2001).

Ainda em relação à GA e turismo, Pertschi (2006) faz uma breve análise da importância da sustentabilidade no turismo e como a GA é necessária para que a atividade se estabeleça da maneira correta: no setor do Turismo esta pressão se agrava de forma mais radical, pois destinos turísticos que não possuem gestão ambiental em seus processos, fatalmente estarão determinando uma situação futura de baixa qualidade ambiental, e conseqüente declínio da demanda turística local.

Bohdanowicz et al. (2005) argumentam que existe um crescente número de hoteleiros tendo cada vez mais consciência que o meio ambiente e a sua proteção são cruciais para o desenvolvimento e desempenho da indústria hoteleira. Para Gonçalves (2004) o setor do turismo, em geral, e a hotelaria, em particular, têm a obrigação e a responsabilidade de fazer da ética ambiental parte integrante de suas metas organizacionais e gerenciais, já que o sucesso dos seus negócios depende em boa parte da “saúde” do meio ambiente. Silva et al. (2006) confirmaram as relações entre a gestão ambiental e o desempenho organizacional do setor hoteleiro. Segundo esses autores, as empresas hoteleiras que demonstram melhores níveis de desempenho organizacional tendem a usar mais as práticas de gestão ambiental.

Post e Altman (1994, citado por Freitas 2010, p.408) demonstram como a GA está inserida na hotelaria: um estudo de caso revelou em um serviço de hospedagem dos Estados Unidos da América uma verdadeira ação inovadora: ganhador de inúmeros prêmios ambientais, o hotel pesquisado aumentou sua visibilidade com o sucedido programa ambiental que envolve mais de 120 ações, tornando-o líder na indústria ao envolver de forma criativa seus hóspedes no chamado *greening* (esverdeamento).

Erdogan e Baris (2007) constataram que apenas dois hotéis em Ankara- Turkey de quatro estrelas destinaram parte de seu orçamento para ações ambientais. Da mesma forma, a maioria dos hotéis (76,9%) investigados não tem pessoal responsável pela proteção ambiental. Neste sentido, seria pertinente que as empresas hoteleiras aplicassem metodologias que mensurarem suas políticas (indicadores de comprometimento); gestão (indicam planos, programas, metas e monitoramento); desempenho (indicadores de desempenho) e cumprimento legal (avaliam o cumprimento de normas nas áreas de concorrência, consumidor, trabalhista, gestão ambiental, entre outras) e com isso, garantirem um melhor desempenho empresarial.

É fundamental destacar a importância do comprometimento dos meios de hospedagens quanto ao atendimento da expectativa dos clientes e das partes interessadas, referentes a qualidade dos serviços e produtos oferecidos e aos desempenhos sociocultural e ambiental do negócio (ABNT, 2012).

Esses estudos demonstram que há um grande interesse da indústria hoteleira em tornar ações sustentáveis como um diferencial tanto mercadológico quanto socioambiental. Mas para atestar se esses hotéis são sustentáveis ou não, existem órgãos reguladores que criam normas de certificação para comprovar que um meio de hospedagem realiza o desenvolvimento sustentável.

### **Certificações Ambientais na Hotelaria e a Percepção dos Hóspedes**

Atualmente existem diversas certificações e programas regulamentados para a implantação de ações socioambientais nos meios de hospedagem. Existem certificados oficiais como a ISO 14.001, NBR 15.401/2006, entre outras. Há também certificações criadas pelo próprio trade como uma ferramenta para melhorar a imagem dos hotéis, por revistas voltadas para turismo e sustentabilidade, como o Guia Quatro Rodas, sites voltados para a sustentabilidade como o Portal Eco Hospedagem, entre outros.

A norma ABNT NBR 15401 foi desenvolvida no âmbito do Comitê Brasileiro de Turismo – ABNT/CB 54 e foi publicada no final de outubro de 2006 pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT). A referência utilizada para sua elaboração foi a norma desenvolvida pela Fundação Instituto de Hospitalidade, dentro do Programa de Certificação em Turismo Sustentável (PCTS), no qual possuem os princípios abaixo (ABNT, 2012):

1. Respeitar a legislação vigente;
2. Garantir os direitos das populações locais;
3. Conservar o ambiente natural e sua biodiversidade;
4. Considerar o patrimônio cultural e valores locais;
5. Estimular o desenvolvimento social e econômico dos destinos turísticos;
6. Garantir a qualidade dos produtos, processos e atitudes;
7. Estabelecer o planejamento e a gestão responsáveis.

A maioria das outras normas e certificações é baseada nas duas certificações demonstradas acima que, em geral, abordam fatores como emissões, efluentes e resíduos sólidos; conservação e gestão do uso da água; eficiência energética; seleção e uso de insumos; saúde e segurança dos clientes e no trabalho; qualidade e satisfação do cliente; trabalho e renda; comunidades locais; aspectos culturais; áreas naturais, flora e fauna; viabilidade econômica.

O quadro 1 (Dimensões da Sustentabilidade) demonstra as três dimensões da sustentabilidade, segundo a ABNT, citando exemplos de ações ambientais, socioculturais e econômicas. Ela elucida quais ações serão levadas em consideração na análise das avaliações dos meios de hospedagem estudados.

No tocante a avaliação de empreendimentos hoteleiros pelo trade, Malta e Mariani (2013) demonstram alguns aspectos utilizados pelo Guia Quatro Rodas (2011), para avaliação destes empreendimentos conforme o quadro 2 (Exemplos de ações de socioambientais). Uma questão importante é saber se os hóspedes levam em conta essas ações realizadas pelos hotéis para a redução de impactos socioambientais.

Freitas e Almeida (2010), em pesquisa realizada sobre consciência ambiental em hotéis no município de Campo dos Goytacazes (RJ) com 116 hóspedes, demonstra que 90% estão atentos a questões de cunho ambiental e 99% consideram importante a preocupação das empresas com a preservação ambiental. 66% dos hóspedes se dispõem a pagar um pouco mais por um serviço de hospedagem que respeite o meio ambiente.

Silva (2005), investigando a responsabilidade ambiental dos hóspedes, verificou que 89% dos mesmos falou que consideram a sustentabilidade um fator muito importante na escolha de um meio de hospedagem. Dolnicar e Leisch (2007, citado por Alves, 2008, p.60), fazem um comparativo entre aspectos ambientais e de consumo no turismo. 54,7% dão pequena importância ao lado ecológico do turismo, 25,9% dão média importância e 19,3% dão grande importância.

De Conto (2006) realizou um estudo em Canela (RS) que demonstrou que hóspedes não escolhem seus meios de hospedagem e destinos turísticos movidos por preocupações ambientais. De 51 pessoas pesquisadas, 23 disseram nunca ter pensado no assunto e somente 20 (39,22%) falaram que influi no processo de decisão. Alves (2008), através de um estudo elaborado com 2 hotéis também em Canela(RS) e em Caxias do Sul (RS) demonstrou um grande interesse dos hóspedes em relação a questões ambientais e sustentabilidade. Em Canela, 81,25% das pessoas considerou que era bem informado sobre o meio ambiente. Já em Caxias do Sul, esse percentual baixou para 57,74%. Em relação à escolha de um meio de hospedagem, 68,75% dos hóspedes em Canela dizem que práticas ambientais é um fator decisivo. Assim como no fator anterior, em Caxias do Sul somente 37,94% das pessoas leva em consideração ações ambiental.

Pode-se notar uma discrepância em relação aos dados expostos pelos autores. Os mais recentes demonstram um maior interesse dos hóspedes nas ações ambientais. Já os estudos entre 2002 e 2006, trazem uma visão diferente, em que não há uma grande atenção para a sustentabilidade como fator de escolha de meios de hospedagem. Não se pode dizer que a questão cronológica é o fator diferencial da mudança nas opiniões, visto que a depender do lugar pesquisado podem variar os tipos de hóspedes e as ações sustentáveis podem estar mais evidenciadas ou não.

É preciso então buscar maneiras de saber o que realmente o hóspede pensa sobre um meio de hospedagem a fim de entender o que ele considera mais importante o que ele vê de positivo ou negativo durante a sua estadia.

## A Importância do *Electronic Word of Mouth (eWOM)* para o Turismo

Atualmente, uma das ferramentas mais efetivas para se conhecer o consumidor ou hóspede e saber quais as impressões que o mesmo tem sobre o hotel, é a internet. As opiniões postadas *online* se destacam no poder de influenciar os indivíduos que as leem e é considerada uma forma de boca a boca, visto que não é um tipo de divulgação ou propaganda estruturada. Na internet, dá-se o nome de boca a boca eletrônico ou *eWOM* - *Electronic Word of Mouth*.

118

Diferentes estudos na área de turismo mostram o poder e a importância do *eWOM* nas mídias sociais. Por exemplo, o estudo aplicado as análises de redes sociais para examinar as características de comunicação de *eWOM* relacionada com viagens (Luo & Zhong, 2015); motivações subjacentes ao comportamento de comunicação boca a boca eletrônica positiva sobre produtos, serviços e marcas no site de redes sociais Facebook, no contexto brasileiro (Tubenchlak, Faveri, Zanini & Goldszmidt, 2014); o estudo visou equiparar as motivações para postar sobre experiências com o mídia *on-line*, identificou as motivações do boca-a-boca eletrônico (*eWOM*) e como a performance do hotel foi afetada (Yen & Tang, 2015); o estudo realizou dois experimentos para determinar a influência da avaliação de valência, avaliação de quantidade, e os efeitos desta interação entre os consumidores designados como conformista e não-conformista (Tsao, Hsieh, Shih & Lin, 2015). Explorar as variadas metodologias e análises de aplicação do *eWOM* contribui para apresenta as motivações do boca a boca eletrônico por parte dos consumidores e o impacto deste na performance empresarial.

A definição mais aceita de *eWOM* é de Hennig-Thurau et al (2004, p.39): “qualquer afirmação positiva ou negativa feita por um potencial, atual ou antigo consumidor sobre um produto ou uma empresa, que está disponível via Internet para uma variedade de pessoas e instituições”.

Para Litvin et al (2008) “o boca a boca eletrônico poderá mudar a estrutura das informações de viagem, seu acesso, e a percepção e conhecimento do viajante sobre produtos de viagem”. Uma das maiores páginas de *eWOM* sobre turismo é o *Trip Advisor*. No site, o hóspede/turista, pode avaliar hotéis, restaurantes e até destinos. O portal foi um dos pioneiros na utilização do UGC para o turismo e entrega vários prêmios anuais para os locais. Com mais de 260 milhões de visitantes por mês e mais de 100 milhões de avaliações e opiniões sobre mais de 2,7 milhões de restaurantes, hotéis e pontos turísticos. O site opera em 34 países em todo o mundo, incluindo a China em daodao.com.

São crescentes o número de estudos que abordam os efeitos do *eWOM* nas decisões de compra. (Luo & Zhong, 2015) explanam que o *eWOM* pode transmitir informações e influenciar na tomada de decisão, embora que o efeito da primeira é mais forte do que o da segunda. Além disso, *eWOM* também afetou as atitudes e tomada de decisões de contatos com fortes laços sociais, uma vez que fortes laços sociais foram propícios para influenciar os outros e construir confiança, enquanto fracos laços sociais foram propício para a transferência de conhecimentos e informações.

Diante deste resultado, observa-se o poder e influência que as avaliações *online* possuem diante do consumidor e conseqüentemente da empresa. As opiniões de viagem são importantes para o planejamento de viagem para aqueles que efetivamente as leem. Neste sentido, é possível perceber que um hotel pode realizar o planejamento de novas ações através do UGC e dos sites especializados em opiniões para turismo sendo esses grandes facilitadores para o conhecimento e análise dessas informações (Gretzel & Yoo, 2008).

Esse boca a boca eletrônico é de grande valia tanto para os consumidores quanto para as empresas. O turista pode conhecer muito sobre um hotel através das experiências de outras pessoas, e a empresa pode identificar quais as ações são mais elogiadas, criticadas e quais delas são mais ou menos citadas pelos hóspedes. Yen e Tang (2015) concluem que os hóspedes que partilham suas experiências positivas ou diminuem a sua motivação para compartilhar apenas experiências negativas quando o núcleo (ligados às facilidades) e os atributos (ligados às motivações) geram um bom desempenho ao mesmo momento. Isto sugere que os investimentos esporádicos em atributos individualmente não levariam a qualquer redução significativa das queixas. Operadores de hotéis devem investir sistematicamente em núcleo e facilitar atributos ao mesmo tempo, para ganhar *eWOM* positivo.

Visto os principais autores que tratam sobre os temas de GA no turismo, percepção de hóspedes para a questão ambiental e a importância do *eWOM* para as empresas, o próximo ponto irá expor os procedimentos metodológicos utilizados nesta pesquisa.

## Metodologia

Este estudo possui uma abordagem qualitativa e quantitativa. A perspectiva quantitativa foi utilizada durante a análise dos resultados, pois os dados foram obtidos utilizando uma planilha no software Excel, para a tabulação dos mesmos. Além disso, a natureza da pergunta de pesquisa também aponta para um processo de análise que pretende enumerar as principais ações mencionadas nas avaliações de hóspedes e não pretende entender o fenômeno em profundidade. Para Richardson (1985, p.38) “O método qualitativo difere, em princípio, do quantitativo à medida que não emprega um instrumental estatístico como base do processo de análise de um problema. Não pretende numerar ou medir unidades ou categorias homogêneas”.

Já a perspectiva qualitativa, neste trabalho, se deu no emprego do método de coleta e análise de dados, o primeiro foi à análise de documentos e a última análise de conteúdo de Bardin. A leitura das avaliações dos hóspedes foi analisada de forma a transformá-las em fatores quantitativos.

Quanto às fins, a pesquisa é descritiva, observando as principais ações de sustentabilidade mencionadas através do UGC, no site *Trip Advisor*. Segundo Gil (2008), a pesquisa descritiva tem o intuito de descrever as características de determinadas populações ou fenômenos. Uma de suas peculiaridades está na utilização

de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como o questionário e a observação sistemática.

Quanto aos meios essa pesquisa caracteriza-se por se um estudo *ex-post-facto* pois todos os dados coletados referem-se a experiências passadas dos hóspedes que se hospedaram nos hotéis analisados, além disso, tem caráter de pesquisa documental, pois se utiliza de dados secundários encontrados no site de avaliação de hotéis (Zanella, 2009).

A análise dos dados classificou as avaliações nas variáveis apresentadas no quadro 3 (Variáveis de classificação das avaliações analisadas).

### **Seleção dos Empreendimentos Analisados**

No Brasil, são poucos os meios de hospedagem que tem certificações ambientais oficiais como a NBR 15.401 ou a ISO14001. Dessa forma, o principal critério de avaliação utilizado para escolha dos empreendimentos a serem analisados foi à posse de uma dessas certificações. Sendo assim, nesse estudo foram analisados quatro meios de hospedagem como exposto no quadro 4 (Quantidade de avaliações analisadas).

Com exceção do Hotel A, foram lidas todas as avaliações disponíveis no site *Trip Advisor* dos três meios de hospedagem restantes. O número máximo de 300 avaliações foi pensado no início do estudo, mas, com exceção do Hotel A, os outros empreendimentos só tinham a quantidade que foi analisada, mostrada no quadro 3 (Variáveis de classificação das avaliações analisadas).

Na pesquisa realizada através do *Trip Advisor*, não foram considerados diversos fatores presentes no site, como, localização do avaliador, quantidade de estrelas dadas ao hotel, tipo de acomodação, renda, faixa etária e sexo. O único fator de análise foi o texto das avaliações dos hóspedes.

### **Resultados e Discussões**

Os resultados da pesquisa são apresentados em três partes: na primeira descrevem-se as características dos hotéis estudados ilustrado na Quadro 5 (Características dos hotéis) e suas principais práticas sustentáveis, na segunda são realizadas as análises das avaliações por hotel. E por fim, terceira sessão é apresentada as análises integradas dos resultados.

### **Caracterização dos Hotéis e suas Práticas Sustentáveis**

O número de hotéis não é grande e eles são bastante heterogêneos entre si, impedindo um tratamento estatístico dos dados. Desta forma, as informações serão descritas de maneira a explicitar a amplitude dos dados e, portanto, a heterogeneidade existente.

A lista abaixo, retirada do site de cada hotel, demonstram quais são as principais ações de sustentabilidade realizadas pelos hotéis A, B, C e D:

**Hotel A:** Coleta seletiva de lixo; Passeio reconstruído; Maioria dos fornecedores a menos de 80 km de distância; Cerâmica natural; Uso de madeira de reflorestamento; Materiais ecológicos na ambientação; Valorização do artesanato local; Coleta seletiva de lixo; Iluminação natural em toda área social; Reutilização de água; Sistema de ar-condicionado menos poluente e de baixo consumo; Uso de aquecimento de água através de aquecimento de placas solares; Elevadores inteligentes; Descarga de duplo acionamento; Horta orgânica.

**Hotel B:** Coleta seletiva de lixo, com resultado financeiro da venda para funcionários envolvidos; Controle de troca de enxoval a cada 03 dias; Utilização de produtos Biodegradáveis pela Governança, Cozinha e Lavanderia; Divulgação e valorização da cultura local; Sistema de aquecimento solar em todos os apartamentos; Monitoramento de consumo de energia elétrica e água com registro em planilhas para controle; Compostagem das podas e varrição do jardim; Prioridade à contratação de mão de obra local; Programas de treinamento para os colaboradores. (ILT- Instrutores no Local de Trabalho); Projeto Paisagístico e de Recomposição Ambiental; Informativo para hóspedes e visitantes sobre o programa ambiental, flora, fauna e cultura local; Apoio financeiro mensal a ONGs locais: Grãos de Luz/Griô (vencedora do prêmio Itaú – Unicef 2004), creche Mãe Fifa, Clube de mães; Apoios pontuais a diversas iniciativas de ONGs ou instituições como: Colégio Estadual, Brigada de Combate a Incêndios, Associação de Guias e Condutores, etc; Políticas de compra de produtos e serviços que colaborem com o meio ambiente e que ajudem a promover uma sociedade mais justa; Avaliação de satisfação dos colaboradores; Informativo aos hóspedes e colaboradores de nossa missão e Política de Sustentabilidade; Avaliação de satisfação do cliente (análise e resposta ao opinário); Apoio e incentivo de aprendizagem de línguas estrangeiras para os colaboradores.

**Hotel C:** Redução da geração de resíduos e efluentes; Adoção de embalagens retornáveis ou maiores; Separação do lixo para coleta seletiva ou doação para entidades;

Conscientização ambiental dos hóspedes e colaboradores; Reaproveitamento de papéis e embalagens; Reuso de água; Compostagem (aproveitamento de resíduos); Separação e destinação do lixo tóxico; Prioridade para divulgação eletrônica; Priorização de produtos biodegradáveis; Participação em campanhas e entidades ambientais da comunidade.

**Hotel D:** Utiliza um biodigestor que transforma resíduos orgânicos em gás; derrubadas o mínimo de árvores possíveis na construção da pousada; Horta hidropônica.

### **Análise das avaliações hotel A**

O Hotel A, que teve a maior porcentagem de ações percebidas. Uma das principais razões dessa grande quantidade de percepções foi o aluguel de bicicletas, mesmo muitos hóspedes não citando essa ação relacionando-a a sustentabilidade.

Quanto às ações sustentáveis, 127; 42% diz perceber as práticas sustentáveis do hotel A, entretanto 173; 58% não percebem. Apesar do número mais elevado de percepções, o hotel foi o que teve uma das menores porcentagens de menção de ações. Também, pode-se notar que de um total de 300 avaliações, somente 27; 21% mencionaram uma ação específica, contudo 173; 58% não fizeram menção alguma em relação às ações sustentáveis do hotel.

Outro fator que levou para esta grande diferença entre percepções e menções é que a maioria das avaliações citava a sustentabilidade de maneira genérica com termos como: *eco-friendly*, eco sustentável, “ajuda o meio ambiente”, “se preocupa com a natureza”, “é voltado para a sustentabilidade”, entre outros.

A seguir no exemplo em que a sustentabilidade é citada de forma superficial e é falado das bicicletas, mas não fica claro se é uma referência a uma ação sustentável:

Hotel projeta conceito verde/ecológico, dispõe de bicicletas para os hóspedes andar na ciclovia que está logo em frente, na beira mar. Perto de tudo, e profissionais bem cordiais. Quartos bastante confortáveis, com cofre, ar, *wi fi*, e banheiros bem equipados e perfumados. Café da manhã bem variado, muito bom. O preço atende ao esperado, fiquei satisfeita. Recomendo para os amantes de bicicletas que gostam de fazer um ciclotur ([www.tripadvisor.com](http://www.tripadvisor.com)).

Em relação às ações mencionadas, houve um domínio de menções sobre a utilização de alimentos orgânicos e a presença de plantações e hortas; e da arquitetura do hotel. Apesar do aluguel de bicicleta ser um fator extremamente citado, somente 3 hóspedes fizeram menção as bicicletas relacionando essa ação à sustentabilidade.

O hotel A foi o único em que um avaliador citou ações socioculturais conforme o depoimento a seguir:

Apesar de toda propaganda quanto às atitudes ecologicamente corretas do hotel, o que mais encanta mesmo nesse hotel é o fator humano, são as iniciativas para ajudar a comunidade, seja empregando locais e capacitando-os, até o cuidado em manter a cultura local na decoração, gastronomia, roupas de cama. Os quartos são novos, limpos (gostei do cheirinho de limpeza que se mantém no quarto o dia todo). Ar condicionados silenciosos. Localização excelente, próximo a restaurantes e centros de artesanato. A praia em frente deixa a desejar, mas isso não é culpa do hotel, além do que o bom de João Pessoa é passear de *buggy* ou carro alugado pelas outras praias da região ([www.tripadvisor.com](http://www.tripadvisor.com)).

Em geral houve um equilíbrio nas ações mencionadas, com um pequeno destaque para fatores relacionados a alimentos e cultivos orgânicos.

## **Análise das avaliações hotel B.**

O Hotel B teve uma percentagem muito reduzida de menções em relação à quantidade de avaliações lidas. Somente 13% de um total de 120 avaliações perceberam alguma ação de sustentabilidade, no entanto 104; 87% dizem não perceber.

Apesar da pequena quantidade de ações percebidas, o hotel obteve um percentagem mais elevada em relação às ações mencionadas, com um total de 5 menções, das 16 percebidas. Referente ao total de avaliações, o hotel obteve um número muito pequeno de menções com um percentual de aproximadamente 4%. Na maioria das ações percebidas, também houve uma grande quantidade de pessoas citando termos genéricos referentes à sustentabilidade como na avaliação:

123

Um lugar encantador! A sua área comum de lazer é deslumbrante e ao mesmo tempo a preocupação com a sustentabilidade faz com que se sinta em casa. Até mesmo o mais simples dos tipos de quarto se tornam muito bons, pois o barulho do rio que passa em frente parece uma chuvinha pela manhã...nem dá vontade de levantar. Serviço muito bom, me senti mal em uma das noites e me receberam no restaurante oferecendo frutas etc para que eu melhorasse. Recomendadíssimo! Um charme total! Localização nem se fala, no centro de Lençóis (www.tripadvisor.com).

Em relação ao *Chef* de cozinha local de Lençóis, o avaliador não deixa clara a referência à sustentabilidade social:

Estou hospedado com minha família neste hotel especial a localização e maravilhosa fica ao lado de rio de agua corrente e você pode dormir ouvindo este som das aguas escorrendo pelas pedras, o quarto é super limpo e muito confortável. A piscina fica bem ao lado do rio e parece fundir com a paisagem, a sauna em vidro e muito bacana, agora o restaurante e fantástico chefe beto (local de lençóis)prepara tudo com extrema habilidade e competência além do sabor com toque baiano misturado com alta gastronomia, não deixe de pedir o carré de carneiro com cuscuz marroquino e molho de figo, outra boa pedida e o temporã de camarão com risoto de abobora, e se houver espaço para sobremesa não deixe de pedir o *ganache* de chocolate com *wasabi* e sorvete de coco preparado no próprio hotel! Com certeza irei retornar a este que na minha opinião e um dos melhores hotéis do brasil (www.tripadvisor.com).

As ações mencionadas no Hotel Pousada Canto das Águas tiveram um resultado com somente 4 tipologias de ações. O predomínio foi de fatores relacionados à decoração, arquitetura e construção, seguido dos alimentos e cultivos orgânicos. Nota-se que houve uma semelhança nos fatores dominantes com o Hotel A.

Nesta avaliação, o hóspede descreve com detalhes a construção e os fatores observados na decoração do hotel:

Um lugar único onde é possível encontrar sofisticação e simplicidade, ambos em plena harmonia com a natureza. Muitos viajantes pensam na Chapada Diamantina como uma terra de aventuras onde cabem somente hotéis *off-road*. Sem toalhas felpudas, sem décor, sem gastronomia. Ledo engano. Na cidade de Lençóis, ao longo de seus 20 anos de existência, o Canto das Águas foi lapidando sua hospitalidade e sua localização absolutamente privilegiada – no centro histórico da cidade, a margem do rio Lençóis – em um hotel absolutamente surpreendente pelo seu conforto, por sua beleza e pela sofisticação de sua cozinha. Construído como um mosaico de detalhes onde cada peça tem uma beleza particular mas é ao mesmo tempo essencial para a beleza do todo, abraçando a diversidade e a mistura seus ambientes harmonizam paredes de pedras erguidas ao modo tradicional, madeiras reutilizadas criando estruturas ou acabamentos e pinturas contemporâneas junto a cações (www.tripadvisor.com).

### **Análise das avaliações hotel C.**

O Hotel C foi onde se obteve o menor número de percepções e menções. Sendo, 3; 5% percebem ações sustentáveis do hotel C, entretanto 56;95% não percebem.

No hotel, somente uma menção foi encontrada, representando um percentual de menos de 2% do total. Ao mesmo tempo, foi neste meio de hospedagem que encontramos a única referência a uma ação econômica de sustentabilidade. O avaliador citou o cartão Hóspede *VIP* que é utilizado no hotel, que entra como uma iniciativa de fidelização do cliente e dá descontos em outras atrações na cidade, incentivando o turismo local e consta na NBR 15.401.

Na avaliação abaixo, o hóspede cita que há uma dificuldade em perceber a sustentabilidade do hotel visto que ela não é visível (Esse fator será discutido posteriormente nas considerações finais):

Atendimento de primeira. Todo o pessoal era muito gentil e prestativo. Mas o quarto que ficamos era bem básico e embora estivesse muito limpo era um pouco escuro e tinha um recorte no teto acima da bancada das malas que incomodava e você tinha que ficar desviando para não bater a cabeça. No banheiro, pelo preço da diária, deveria ter secador e ao menos *shampoo*, mas não tinha nada além de sabonete e toalhas. O hotel se diz sustentável, mas não é visível o que de fato eles fazem para se dizer sustentável. Estão catalogados para atender na copa do mundo, mas acho que precisam melhorar a qualidade dos quartos para atender melhor, pois o serviço não condiz com o valor cobrado (www.tripadvisor.com).

## **Análise das avaliações hotel D**

Por último, a Pousada Zé Maria obteve baixos percentuais de percepções. Somente 10% das 90 avaliações lidas perceberam alguma ação de sustentabilidade. Mesmo com o baixo percentual, houve uma diminuição na utilização de termos genéricos referentes à sustentabilidade. Foi possível encontrar 6 referências a horta, mas que não ficava claro se era uma referência a uma ação sustentável, assim como o aluguel de bicicletas no Hotel A.

Podem-se compreender as referências a horta na avaliação: “Muito boa à pousada, o restaurante é fantástico, a horta hidropônica linda. Todos muito atenciosos. Um pouco cara, mas vale o investimento. As instalações são excelentes e todos atendem muito bem e fazem você se sentir em casa.”

O total de menções foi igualmente baixo, mas foi o meio de hospedagem com o maior percentual de menções, com 33% de um total de 9 percepções, também devido a baixo número de percepções.

As ações mais percebidas na Pousada Zé Maria foram relacionadas à decoração, arquitetura e construção, mostrando uma predominância desta tipologia em todos os hotéis exceto o Hotel C. Na avaliação seguinte pode-se notar que os hóspedes conseguem perceber a importância da arquitetura do hotel, concordando com o entorno da localidade:

A Pousada Zé Maria, de Fernando de Noronha, é o exemplo perfeito entre o conforto dos recursos tecnológicos e ambiental. Situada ao lado do Morro do Pico, local ideal. O traçado arquitetônico respeita a vegetação primitiva, a piscina em níveis aproveita o declive do terreno, e os bangalôs sobre palafitas evitam interferências no curso da água quando chove ([www.tripadvisor.com](http://www.tripadvisor.com)).

## **Análise Integrada de Resultados**

No geral, o percentual encontrado em todos os meios de hospedagem foi baixo, quando comparados com o total de avaliações lidas. Somente 27% de 595 avaliações perceberam alguma ação relacionada à sustentabilidade. A quantidade de menções encontradas também foi baixa, com somente 23% de um total de 155 percepções. Se for feito um comparativo de quantidade total de avaliações lidas com as ações mencionadas, a porcentagem é de cerca de 6%, que representa somente 36 menções.

Por fim, a maior parte das menções como já foi demonstrado anteriormente, foram relacionadas à decoração, arquitetura e construção e aos alimentos e cultivos orgânicos com 12 menções cada. A dimensão ambiental foi de longe a mais mencionada, visto que só houve 1 menção a dimensão social e 1 a econômico. Só 2 pessoas citaram especificamente a certificação, ambas a ISO 14.0001. A NBR 15.401 não foi citada. A reciclagem também foi um fator que recebeu uma maior quantidade de menções com 7 ao todo.

A quantidade de menções em relação à água e energia foi abaixo do esperado, visto que são temas em grande evidência no cenário mundial atual. Somente 5 pessoas citaram fatores relacionados à energia e apenas 3, do consumo da água.

Apesar de o objetivo principal do estudo ser o conhecimento das ações mais mencionadas, entende-se que os baixíssimos percentuais de menções encontrados no resultado final do estudo, diferem das pesquisas elaboradas por Freitas e Almeida (2010), Silva (2005) e Alves (2008), onde foram apresentados altos percentuais de envolvimento dos hóspedes com questões socioambientais e que levam isso em consideração no momento da escolha de um meio de hospedagem.

### Considerações Finais

Através dos resultados demonstrados neste estudo, conclui-se que os fatores de sustentabilidade mais mencionados por hóspedes que realizaram avaliações *online* dos meios de hospedagem analisados nesta pesquisa, são relacionados à arquitetura, decoração e construção e ações de utilização de alimentos e cultivos orgânicos. A razão de esses fatores serem os mais notados é pela facilidade com que os hóspedes conseguem percebê-los.

Pôde-se notar que ainda não há uma cultura de comentar iniciativas de desenvolvimento sustentável em avaliações *online*. A maioria dos comentários encontrados era simples comentários utilizando termos genéricos referentes à sustentabilidade que não deixavam claro o que foi notado e qual ação chamou mais atenção dos hóspedes. É necessário entender que uma das razões do baixo número de menções, pode ser uma falha na divulgação e comunicação das ações de sustentabilidade pelos hotéis para os hóspedes. Recomenda-se a realização de estudos em relação à divulgação dessas ações a fim de entender como torná-las mais perceptíveis aos clientes.

É possível também fazer a relação entre o tipo de destino, com a quantidade de menções encontradas. O fato de o Hotel B estar localizado na Chapada Diamantina e a Hotel D estar em Fernando de Noronha, destinos conhecidos principalmente pelo ecoturismo, pode aumentar a atenção do hóspede em relação a questões ambientais, o que não aconteceu no estudo.

É de grande importância ressaltar como as ações socioculturais passam despercebidas nas avaliações dos hóspedes. Como já foi mostrado anteriormente, de 595 avaliações, somente uma pessoa falou da preocupação do hotel com a capacitação dos trabalhadores e das iniciativas de incentivo à cultura local e projetos sociais. Entende-se que o fato da questão ambiental ser muito mais trabalhada em mídias globais do que questão social levou a esse número quase nulo.

Outro fator relevante que foi percebido no estudo, é que os hóspedes só citaram iniciativas sustentáveis quando tiveram uma experiência positiva no meio de hospedagem. Todas as avaliações com notas de 1 ou 2 estrelas, não citaram ações

sustentáveis. O que se conclui disso é que a sustentabilidade ainda não é um fator considerado primordial e importante para atingir a satisfação com o serviço na hotelaria.

Uma recomendação de estudo é a realização de pesquisa de maneira semelhante a essa, mas em hotéis de outros países e continentes, para que possa ser feito um comparativo a fim de saber se há uma diferença em relação ao cenário do nordeste brasileiro.

Este estudo pode auxiliar os meios de hospedagem que tenham interesse em iniciar a instalação de equipamentos e serviços de sustentabilidade, visto que as ações mais notadas descritas anteriormente são mais prováveis de agradar a um hóspede e despertar seu interesse pela sustentabilidade e aumentar sua percepção de qualidade do empreendimento. Ao mesmo tempo, pode desmotivar empresas a aplicar sistemas de gestão ambiental, visto que são pouquíssimos os hóspedes que levam isso em consideração nas avaliações *online*.

O estudo não pode concluir que não há um interesse dos hóspedes pela sustentabilidade socioambiental, visto que há a possibilidade de ele ter notado algo, mas simplesmente preferiu não comentar na avaliação *online* por diversos fatores, sendo essa uma das principais limitações desse estudo. Além disso, limitações como a não realização de visita técnica aos meios de hospedagem e a pouca quantidade de avaliações no site *Trip Advisor*.

## Referências

- ABNT (2012). Meios de hospedagem: Sistema de gestão da sustentabilidade. Associação Brasileira de Normas Técnicas, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Rio de Janeiro, 82.
- ABNT (2006). NBR 15401: Meios de hospedagem — Sistema de gestão da sustentabilidade — *Requisitos*. Rio de Janeiro.
- Alves, T. J. C (2008). Responsabilidade de hóspedes em relação a variável ambiental: Estudo de caso de dois meios de hospedagem. *Tede*. Caxias do Sul.
- Barozzo, M. M. A (2013). Impacto dos comentários em sites de viagem na intenção de reserva de hotel *online* – *il. Monografia* (Bacharelado em Administração), Universidade de Brasília, Brasília.
- Cooper, C., Gilbert D., Wanhill, S., Fletcher, J. & Shepherd, R. (2007). Turismo princípios e práticas (3. ed.). *Porto Alegre*: Brookman.
- De Conto, S. M. & Posser, L. (2005). Informações de hóspedes de um meio de hospedagem em relação à escolha do destino turístico determinada pela variável ambiental. *Turismo Visão e Ação*, 7(3), 493-503.
- Dias, R. (2008). Marketing ambiental: Ética, responsabilidade social e competitividade nos negócios. *Atlas*, São Paulo.
- Erdogan, N. & Baris, E (2007). Environmental protection programs and conservation practices of hotels in Ankara, Turkey. *Tourism Management*, 604–614.

- Freitas, A. L. P. & Almeida, G. M. M. (2010). Avaliações do nível de consciência ambiental em meios de hospedagem: Uma abordagem. *Sociedade & Natureza*, 22(2), 405-417.
- Gerondi, G. (2005). Ecoturismo e sistemas de gestão ambiental: Medidas corretivas estão sendo tomadas nos hotéis ecológicos da Serra do Japi / SP. *Caderno Virtual de Turismo*, 5(2).
- Gonçalves, L. C. (2004). Gestão ambiental em meios de hospedagem. *Aleph*, São Paulo.
- Gretzel, U. & Yoo, K. H.(2008). Use and impact of online travel reviews. In P. O'Connor, W. Höpken & U. Gretzel, *Information and Communication Technologies in Tourism* (pp.35-46). New York: Springer.
- Guimarães, C. S.(2006). *Práticas de gestão ambiental aplicadas em serviços de hotelaria: Um estudo de caso*. Dissertação de Mestrado em Gestão Integrada em Saúde do trabalho e Meio Ambiente – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial, Centro Universitário Senac, Campus Santo Amaro, São Paulo.
- Han, H., Hsu, L. J. & Sheu, C. (2010). Application of the theory of planned behavior to green hotel choice: Testing the effect of environmental friendly activities. *Tourism Management*, 31, 325-334.
- Hotel Pousada Canto das Águas. Retirado de <<http://www.lencois.com.br/>>.
- Hotel Verde Green. Retirado de <<http://www.verdegreen.com.br/>>.
- Ideia Sustentável. Retirado de <<http://www.ideiasustentavel.com.br/>>.
- Litvin, S. W., Goldsmith, R. E. & Pan, B. (2008). Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management. *Tourism Management*, 29(3), 458-468.
- Luo, Q. & Zhong, D. (2015). Using social network analysis to explain communication characteristics of travel-related electronic word-of-mouth on social networking sites. *Tourism Management*, 46, 274-282.
- Malta, M. C. M. & Mariani, M. A. P.(2013). Estudo de caso da sustentabilidade aplicada na gestão de hotéis de Campo Grande-MS. *Revista Turismo Visão e Ação – Eletrônica*, 15(1), 112–129.
- Marconi, M. A. & Lakatos, E. M. (2003). Fundamentos de metodologia científica (5ª ed.). *São Paulo*: Atlas.
- NBR ISO 14001, (1996). Sistemas de gestão ambiental: Especificações e diretrizes para uso. *ABNT*, Rio de Janeiro.
- Organização Mundial do Turismo (2003). Guia de desenvolvimento do turismo sustentável. Tradução: Sandra Netz. *Bookman*, Porto Alegre.
- Palme, U. & Tillman, A. M. (2008). Sustainable development indicators: How are they used in Swedish water utilities? *Journal of Cleaner Production*, (16), 1346-1357.
- Pertschi, I. K (2006). Gestão ambiental na hotelaria: Um estudo da aplicação de indicadores ambientais. Mestrado em Turismo. *Caxias do Sul*, RS, Brasil.
- Pousada Blumenberg. Retirado de <http://www.hotelblumenberg.com.br/>.
- Pousada Zé Maria. Retirado de <<http://www.pousadazemaria.com.br/>>.

- Santos, N. C. R. & Schmidt, A. S.(2007). A certificação da NBR ISO 14001 e sua implementação: Um estudo de caso. In XIV *Simpósio de Engenharia de Produção*, Bauru-SP.
- Seiffert, M. E. B. (2011). *Gestão ambiental: Instrumentos, esferas de ação e educação ambiental* (2ª ed.). São Paulo: Atlas.
- Silva, L. M. T., Da Silva, M. P. & Enders, W. T. (2006). Gestão ambiental e desempenho hoteleiro. Um estudo no Pólo Costa das Dunas — RN. *Observatório de Inovação do Turismo*, I(3).
- Swarbrook, J. & Horner, S. (2002). O comportamento do consumidor no turismo. *Aleph*, São Paulo.
- Tsao, Wen-Chin, Hsieh, Ming-Tsang, Shih, Li-Wen, Lin, Tom M. Y. (2015). Compliance with eWOM: The influence of hotel reviews on booking intention from the perspective of consumer conformity. *International Journal of Hospitality Management*, 46, 99-111.
- Trip advisor. Retirado de <http://www.tripadvisor.com.br/>.
- Tubenchlak, D. B., Faveri, D. de, Zanini, M. T. & Goldszmidt, R. (2015). Motivações da comunicação boca a boca eletrônica positiva entre consumidores no Facebook. *RAC*, 19(1) 107-126.
- Yen, Chih-Lun A., Tang, Chun-Hung H. (2015). Hotel attribute performance, eWOM motivations, and media choice. *International Journal of Hospitality Management*, 46, 79-88.

## Quadro 1

### *Dimensões da sustentabilidade*

<b>Dimensões da sustentabilidade</b>		
Ações Ambientais	Ações socioculturais	Ações económicas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conservação de áreas naturais. Proteção da fauna e flora</li> <li>• Eficiência energética – Controle de gastos e criação de metas de redução de consumo.</li> <li>• Redução e monitoramento do uso da água, além do reaproveitamento da mesma</li> <li>• Arquitetura e decoração condizente com a paisagem natural do local.</li> <li>• Reciclagem e coleta seletiva. Redução do uso de materiais descartáveis.</li> <li>• Tratamento de esgoto e prevenção de contaminação por produtos químicos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitação e investimentos em funcionários.</li> <li>• Priorização de contratação de mão de obra local.</li> <li>• Contribuir para o desenvolvimento da comunidade local.</li> <li>• Apoio a manifestações culturais que representem a população local.</li> <li>• Medidas de prevenção a prostituição infantil e turismo sexual.</li> <li>• Promover a cultura local para os clientes.</li> <li>• Assegurar a manutenção e o respeito a populações tradicionais.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Criação e manutenção de plano de negócio que garanta a sustentabilidade econômica da empresa.</li> <li>• Manter procedimentos para verificar as características dos clientes e para avaliar a satisfação do mesmo.</li> <li>• Estabelecer um padrão de qualidade na prestação de serviços.</li> <li>• Manter registro de hóspedes.</li> <li>• Informativos sobre os programas e certificações de sustentabilidade.</li> <li>• Garantir a segurança do hóspede e dos funcionários</li> <li>• Programas de fidelização do cliente, como estratégia de promoção.</li> </ul>

Fonte: ABNT NBR 15.401

## Quadro 2

### *Exemplos de ações de socioambientais*

<b>Exemplos de ações de socioambientais</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilização de lâmpadas fluorescentes.</li> <li>• Chuveiros e vasos sanitários com baixo fluxo de água.</li> <li>• Recipientes fixos para xampu condicionador e sabonete.</li> <li>• Equipamentos eletroeletrônicos com baixo consumo de energia.</li> <li>• Reaproveitamento de lixo orgânico como adubo.</li> <li>• Esgoto tratado</li> <li>• Reaproveitamento da água da chuva na lavanderia, na piscina e na irrigação dos jardins;</li> <li>• Sistema de energia solar ou eólica;</li> <li>• Cartão-chave para ativar o controle de luz e regular a temperatura do ambiente;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Objetos que decoram os ambientes feitos com material reciclado.</li> <li>• Madeira de origem certificada de reflorestamento.</li> <li>• Azulejos ou pisos reciclados.</li> <li>• Sistema de reciclagem de lixo</li> <li>• Projeto arquitetônico que aproveite a iluminação natural, com paredes envidraçadas e ambientes abertos e bem-ventilados;</li> <li>• Funcionários treinados para práticas sustentáveis;</li> <li>• Investimento na comunidade local;</li> <li>• O hóspede escolhe se quer ter as toalhas e os lençóis trocados diariamente;</li> <li>• Utilização de alimentos produzidos na região.</li> </ul>

Fonte: Malta e Mariani (2013)

### Quadro 3

*Variáveis de classificação das avaliações analisadas.*

<b>Depoimento</b>	<b>Avaliações <i>online</i></b>
Percebe	Este parâmetro foi utilizado quando o hóspede citou alguma ação sustentável, mencionando ou não, e se ele falou de uma ação, mas não deixou claro se foi uma referência à sustentabilidade.
Não percebe	Parâmetro utilizado quando o hóspede não falou nada relacionado à sustentabilidade.
Menciona	Parâmetro utilizado quando o cliente mencionou uma ação específica, deixando claro que estava se referindo a sustentabilidade.
Não menciona	Parâmetro utilizado quando um hóspede citou a sustentabilidade de maneira genérica, não mencionou nenhuma ação específica ou falou de uma ação, mas não deixou claro se foi uma referência à sustentabilidade.
Ações mencionadas	Espaço para as ações mencionadas.
Observações	Termos genéricos utilizados ou menções que não ficaram claras a referência à sustentabilidade.

Fonte: Elaboração própria (2014)

#### Quadro 4

*Quantidade de avaliações analisadas.*

<b>Critério</b>	<b>Meio de hospedagem</b>	<b>Quantidade de avaliações</b>
Hotel A	Hotel Verde Green	300
Hotel B	Hotel Pousada Canto das Águas	120
Hotel C	Pousada Blumenberg	59
Hotel D	Pousada Zé Maria	90

Fonte: Elaboração própria (2014)

Quadro 5

*Características dos hotéis*

	<b>Hotel A</b>	<b>Hotel B</b>	<b>Hotel C</b>	<b>Hotel D</b>
<b>Localização</b>	João Pessoa – PB	Lençóis-BA	Canela-RS	Fernando de Noronha-PE
<b>Certificação</b>	ISO 14.001	NBR 15.401	NBR 15.401	ISO 14.001
<b>Quantidade de UH's</b>	140	44	15	21
<b>Estrutura</b>	Internet wi-fi; Cofre digital; TV de LCD a cabo; Frigobar; Ar-condicionado; Móveis multifuncionais em madeira certificada	Cama box; Ar condicionado; Ducha com aquecimento central; Salão de Convenções; Piscina; Atendimento bilíngue; Projeto paisagístico	Ar condicionado; aquecimento de água central; adega; internet wireless; móveis de fontes renováveis; unidade disponível adaptada para portadores de necessidades especiais.	TV a cabo; telefone; frigobar; ar condicionado; aquecimento solar; horta hidropônica
<b>Observações</b>	Disponibilizadas bicicletas para os hóspedes utilizarem na ciclovia que fica em frente ao hotel	Roteiro de Charme	Hotel credenciado da FIFA para a Copa do Mundo de 2014.	Utiliza um biodigestor que transforma resíduos orgânicos em gás; Roteiros de Charme

Fonte: Coleta de dados (2014)