

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL  
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO

Thiago José Costa Alves

RESPONSABILIDADE DE HÓSPEDES EM RELAÇÃO À VARIÁVEL  
AMBIENTAL: ESTUDO DE CASO DE DOIS MEIOS DE HOSPEDAGEM

Caxias do Sul

2008

THIAGO JOSÉ COSTA ALVES

**RESPONSABILIDADE DE HÓSPEDES EM RELAÇÃO À VARIÁVEL  
AMBIENTAL: ESTUDO DE CASO DE DOIS MEIOS DE  
HOSPEDAGEM**

Dissertação submetida à banca examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade de Caxias do Sul, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do título de mestre em Turismo.

Área de Concentração: Desenvolvimento do Turismo Regional

Linha de Pesquisa: Turismo e Hotelaria: Organização e Gestão

Orientadora: Profa. Dra. Suzana Maria De Conto  
Universidade de Caxias do Sul

Caxias do Sul  
2008

**“Responsabilidade de Hóspedes em relação à variável ambiental:  
Estudo de caso de dois meios de hospedagem”**

Thiago José Costa Alves

Dissertação de Mestrado submetida à Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade de Caxias do Sul, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do título de Mestre em Turismo, Área de Concentração: Desenvolvimento Regional do Turismo.

Caxias do Sul, 27 de junho de 2008.

Banca Examinadora:

Profa. Dra. Suzana Maria De Conto (Orientadora)  
Universidade de Caxias do Sul

Profa. Dra. Cláudia Echevengúá Teixeira  
Universidade de Caxias do Sul

Profa. Dra. Rosane Maria Lanzer  
Universidade de Caxias do Sul

Profa. Dra. Celia Maria de Moraes Dias  
Universidade de São Paulo

Aos meus pais, José Alves de Oliveira e Maria do Carmo Gama Costa, pela compreensão dos benefícios humanos relacionados a distância de quem ama.

Aos meus irmãos, Diogo José Costa Alves e Layana Costa Alves, pelo grande incentivo e pela compreensão da importância de se investir em educação.

À minha companheira, Juliane Marques de Souza, pela firmeza e sabedoria que sempre soube tratar as difíceis questões sem muitos problemas, tornando meu mundo mais alegre e por ceder toda a sua família maravilhosa, que nos momentos de saudade supriram a necessidade do aconchego de um lar.

À tia Silvia e Andreza pelo acolhimento quase que pernambucano.

A todos aqueles amigos, funcionários da UCS, entre outros, que de alguma forma fizeram parte desta caminhada, contribuindo para o amadurecimento desta pesquisa. Vocês fazem parte da minha vida.

### **AGRADECIMENTOS:**

À Professora Suzana Maria De Conto, por compreender minhas carências e necessidades ao tornar meu caminho durante essa caminhada e a seus pupilos Marcelo Zaro e Josiane Pistorello.

Ao corpo docente do PPGTUR, em especial os professores Rafael dos Santos, Margarita Barretto e Susana Gastal, pelo apoio nas horas mais difíceis.

Aos que se tornaram amigos fiéis durante o Mestrado (turmas V, VI e VII) e que, nas horas de maior pressão, ajudaram na caminhada, em especial: Gilmar, Tâmis, Tiago Patias (grande companheiro de luta), Rita, Marcelo, Pablo, Élcio, Cardona, Alex e Marieli.

Aos grandes momentos que foram divididos (desesperos e alegrias) com a maior secretária da UCS, Regina.

Aos meios de hospedagem Cosmos Hotel e Pousada Blumenberg, sem eles não seria possível esta pesquisa.

[...] o homem metropolitano, premido pelo exíguo e poluído do espaço, que sempre é dos outros, pelo limitado tempo que é obrigado a viver, pelo sonho que não é mais colorido, pela velocidade dos acontecimentos e pela irreversibilidade vivida no cotidiano, certamente se sente mais impotente, mais amargo e menos criativo. (FERREIRA, 2000, p. 139).

## RESUMO

A presente pesquisa se propõe a analisar informações de hóspedes sobre meio ambiente, considerando a seguinte pergunta: a variável ambiental é contemplada na escolha do meio de hospedagem e do destino turístico? Para tal foram selecionados dois meios de hospedagem: o primeiro localizado na cidade de Canela e o segundo no município de Caxias do Sul. Como objetivos específicos desta pesquisa, podem ser citados, verificar: a) o perfil dos hóspedes dos dois meios de hospedagem; b) como o hóspede obtém informações sobre os municípios e meios de hospedagem; c) o conhecimento dos hóspedes sobre o saneamento básico do município de origem e da destinação turística; d) ocorrência de separação dos resíduos pelos hóspedes em sua residência e no meio de hospedagem; e) se o saneamento básico é fator de escolha do meio de hospedagem pelos hóspedes; f) se “práticas ambientais” é fator de escolha dos meios de hospedagem pelos hóspedes; g) se o hóspede tem compromisso com o meio ambiente e h) se os meios de hospedagem devem ter compromisso com o meio ambiente. Para atender aos objetivos propostos por este estudo, foram aplicados questionários nos dois meios de hospedagem, durante dois períodos distintos, alta e baixa estação, respeitando o calendário turístico de cada município. A primeira parte do questionário está relacionada às perguntas sobre dados pessoais dos hóspedes: a) idade; b) gênero; c) escolaridade; d) motivos da viagem; e) município de origem; f) informação sobre responsabilidade ambiental e g) como obteve informações do município e do meio de hospedagem visitado. Na segunda parte do questionário, intitulado “Motivos para escolha do destino turístico e dos meios de hospedagem”, foram utilizadas questões que buscam identificar motivações e percepções dos hóspedes em relação à variável ambiental. Essa parte contemplou situações como: a) informações sobre o conhecimento da situação de saneamento básico (água de abastecimento, resíduos sólidos e tratamento de esgoto) do município de origem dos hóspedes; b) informações sobre o conhecimento da situação de saneamento básico do destino turístico; c) informações sobre a separação dos resíduos sólidos em casa e nos meios de hospedagem; d) informações sobre o saneamento básico (água de abastecimento, resíduos sólidos e tratamento de esgoto) e práticas ambientais serem fatores decisivos na escolha do destino turístico e e) informações sobre o compromisso do hóspede e dos meios de hospedagem com a preservação do meio ambiente. Os resultados permitem concluir que os hóspedes manifestam interesse pelas relações entre turismo, meio de hospedagem e meio ambiente. Porém, há ainda uma lacuna nas informações dos mesmos sobre a situação ambiental dos destinos turísticos e meios de hospedagem. Cabe destacar que o papel do hóspede é importante na tomada de decisão dos gestores, interferindo na adoção de práticas ambientais no âmbito dos meios de hospedagem.

**Palavras-chave:** Turismo. Responsabilidade ambiental. Meios de hospedagem. Hóspedes.

## ABSTRACT

This research wants to study the relation between the guests' behaviour and the environment, regarding the next question: Is the environmental variable regarded in the choice of the hotel and the touristic destinations? To this, two hotels were selected, the first located in the Canela city, and the second in the Caxias do Sul city. In this research the specific purposes are: a) the guests profile in the both hotels; b) how the guest gets information about the cities and the hotels; c) the guests' knowledge about the hometown's and touristic destination's health measures; d) the occurrence of waste separation by the guest at their houses and at the hotel; e) if the health measures is factor of choice of the hotel by the guests; f) if "environmental practices" is factor of choice of the hotel by the guests; g) if the guests have a commitment with the environment and h) if the hotels should have a commitment with the environment. To attend the purposes of this study, questionnaires were applied with the guests of the two hotels during two different periods, high and low season, respecting the hotels touristic calendar. The questionnaire have two parts: the first with questions about the personal information, where are contemplated data like: a) age; b) gender; c) instruction; d) the motivation to travel; e) the hometown; f) information about environmental responsibility and g) how the tourist gets information about the city and the hotel visited. In the second part entitled "Motivations in the choice of the Touristic Destination and the Hotels" questions intent to identify guests' motivations and perceptions in relation to environmental variable. This part regarded situations like: a) information about the knowledge of the guests hometown health measures situation (supply water, waste and sewerage treatment); b) information about the knowledge of the touristic destination health measures situation; c) information about the waste separation at home and at the hotel; d) information if the health measures and environmental practices are important factors to the choice of the touristic destination and e) information about guests and hotels engagement with environmental preservation. The results allow to conclude that the guests show interest about the relations between the tourism, the hotels and the environment. However, there is a lacuna in the information about the environmental situation of the touristic destinations and the hotels. It is noted that the guest role is important in the make decision of managers, interfering in the adoption of environmental practices in the hotels scope.

**Key words:** Tourism. Environmental responsibility. Hotels. Guests.



## **LISTA DE ILUSTRAÇÕES**

### **QUADROS**

Quadro 1: Calendário de coletas no município de Caxias do Sul .....	52
Quadro 2: Calendário de coletas no município de Canela .....	53
Quadro 3: Controle de questionários no meio de hospedagem do município de Canela .....	53
Quadro 4: Controle de questionários no meio de hospedagem do município de Caxias do Sul.....	54
Quadro 5: Distribuição de frequência e indicações dos hóspedes sobre município e locais de origem do meio de hospedagem em Canela .....	66
Quadro 6: Distribuição de frequência e indicações dos hóspedes sobre município e locais de origem do meio de hospedagem em Caxias do Sul.....	66
Quadro 7: Sobre não realizar a separação dos resíduos sólidos em sua residência e no meio de hospedagem no município de Caxias do Sul.....	79

## TABELAS

Tabela 1 – Distribuição de frequência e porcentagem de indicações dos hóspedes sobre dados pessoais (faixa etária, sexo, escolaridade e informações sobre o meio ambiente) no meio de hospedagem do município de Canela.....	56
Tabela 2 – Distribuição de frequência e porcentagem de indicações dos hóspedes sobre dados pessoais (faixa etária, sexo, escolaridade e informações sobre o meio ambiente) no meio de hospedagem do município de Caxias do Sul.....	57
Tabela 3 – Distribuição de frequência e porcentagem de indicações dos hóspedes sobre as motivações e informações (de viagem, do município e do meio de hospedagem) no meio de hospedagem do município de Canela.....	61
Tabela 4 – Distribuição de frequência e porcentagem de indicações dos hóspedes sobre as motivações e informações (de viagem, do município e do meio de hospedagem) no meio de hospedagem do município de Caxias do Sul.....	64
Tabela 5 – Distribuição de frequência e porcentagem de indicações de hóspedes sobre saneamento básico no município de origem, no meio de hospedagem do município de Canela.....	69
Tabela 6 – Distribuição de frequência e porcentagem de indicações de hóspedes sobre saneamento básico no município de origem, no meio de hospedagem do município de Caxias do Sul.....	70
Tabela 7 – Distribuição de frequência e porcentagem de indicações de hóspedes sobre saneamento básico na destinação turística, no meio de hospedagem do município de Canela.....	71
Tabela 8 – Distribuição de frequência e porcentagem de indicações de hóspedes sobre saneamento básico na destinação turística, no meio de hospedagem do município de Caxias do Sul.....	73
Tabela 9 – Distribuição de frequência e porcentagem de indicações sobre a separação dos resíduos sólidos em sua residência e no meio de hospedagem, no município de Canela.....	77
Tabela 10 – Distribuição de frequência e porcentagem de indicações sobre a separação dos resíduos sólidos em sua residência e no meio de hospedagem, no município de Caxias do Sul.....	78

Tabela 11 – Distribuição de frequência e porcentagem de indicações de hóspedes sobre saneamento básico ser fator decisivo para a escolha do destino turístico, no meio de hospedagem do município de Canela.....	84
Tabela 12 – Distribuição de frequência e porcentagem de indicações de hóspedes sobre saneamento básico ser fator decisivo para a escolha do destino turístico, no meio de hospedagem do município de Caxias do Sul.....	85
Tabela 13 – Distribuição de frequência e porcentagem de indicações de hóspedes sobre práticas ambientais ser fator decisivo para a escolha do meio de hospedagem, no município de Canela.....	88
Tabela 14 – Distribuição de frequência e porcentagem de indicações de hóspedes sobre práticas ambientais ser fator decisivo para a escolha do meio de hospedagem, no município de Caxias do Sul.....	89
Tabela 15 – Distribuição de frequência e porcentagem de indicações sobre ter compromisso com o meio ambiente, no município de Canela .....	93
Tabela 16 – Distribuição de frequência e porcentagem de indicações sobre ter compromisso com o meio ambiente, no município de Caxias do Sul .....	94

## SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	14
2 RELAÇÕES ENTRE O TURISMO E O MEIO AMBIENTE.....	18
2.1 Impactos ambientais do turismo .....	18
2.2 Hóspedes ambientalmente responsáveis.....	24
2.3 Hóspedes x responsabilidade ambiental .....	29
2.4 Meios de hospedagem ambientalmente corretos .....	32
2.5 Meios de hospedagem x responsabilidade ambiental .....	36
2.6 Comportamento do consumidor no processo decisório.....	40
3 MÉTODO DE COLETA DE DADOS.....	46
3.1 Características dos municípios onde os dados foram coletados .....	46
3.1.1 Caxias do Sul.....	46
3.1.2 Canela.....	47
3.2 Seleção dos meios de hospedagem.....	49
3.2.1 Características dos hotéis onde os dados foram coletados .....	49
3.3 Sujeitos .....	50
3.4 Instrumento de coleta de dados.....	50
3.4.1 Ferramenta estatística .....	50
3.4.2 Procedimentos para elaboração do questionário.....	50
3.4.3 Procedimento para aplicação dos questionários .....	51
3.4.4 Frequência de hóspedes em relação aos questionários respondidos.....	53
4 INFORMAÇÕES SOBRE DADOS PESSOAIS E MOTIVAÇÕES DE HÓSPEDES DE DOIS MEIOS DE HOSPEDAGEM.....	55
5 INFORMAÇÕES SOBRE O SANEAMENTO BÁSICO DOS MUNICÍPIOS DE ORIGEM E DOS DESTINOS TURÍSTICOS.....	68
6 A SEPARAÇÃO DOS RESÍDUOS NO DOMICÍLIO E NO MEIO DE HOSPEDAGEM.....	77

7 INFORMAÇÕES SOBRE SANEAMENTO BÁSICO COMO FATOR DECISIVO PARA ESCOLHA DO DESTINO TURÍSTICO PELOS HÓSPEDES DE DOIS MEIOS DE HOSPEDAGEM.....	83
8 INFORMAÇÕES SOBRE PRÁTICAS AMBIENTAIS COMO FATOR DECISIVO PARA ESCOLHA DE MEIOS DE HOSPEDAGEM.....	88
9 A RESPONSABILIDADE DOS HÓSPEDES E DOS MEIOS DE HOSPEDAGEM MEDIANTE A VARIÁVEL AMBIENTAL.....	93
10 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	102
REFERÊNCIAS.....	105
APÊNDICES.....	113
APÊNDICE A – Questionário.....	114
APÊNDICE B – Carta aos recepcionistas .....	117

## 1 INTRODUÇÃO

Os meios de hospedagem são empreendimentos importantes para se entender o comportamento de alguns atores que interagem durante a atividade do turismo. Esse segmento é responsável por grande parte de empregos gerados e por considerável criação de divisas. Porém, assim como qualquer outro empreendimento, um meio de hospedagem também se caracteriza por intervir e modificar o funcionamento natural das variáveis ambientais, sociais, econômicas e culturais. Os meios de hospedagem são empreendimentos que apresentam rotinas bem definidas de operação. É visível que, durante seu funcionamento, acontece o consumo de água, de energia elétrica, geração de resíduos sólidos, emissão de efluentes líquidos, entre outros.

Nessa direção, para se entender como funciona a relação da atividade turística com o meio ambiente, é interessante analisar a postura de outro personagem nessa cadeia de consumo, o hóspede. O hóspede é o principal responsável pelo funcionamento desses estabelecimentos, pois apresenta uma relação de compra e usufruto do produto turístico, o que, por sua vez, caracteriza uma relação de interdependência com os meios de hospedagem.

Sob análise da relação existente, é interessante destacar que esse ator exerce considerável influência nas decisões tomadas pelos gestores de meios de hospedagem. Diante dessa afirmativa, o hóspede é o principal objeto de estudo desta investigação. Em busca de restringir ainda mais a abrangência da investigação, o estudo tem como interesse identificar as informações dos hóspedes em relação às práticas ambientais adotadas pelos meios de hospedagem, pelos municípios de origem do hóspede e pela destinação turística.

Diante dessas perspectivas, o estudo se propõe a esclarecer os seguintes questionamentos: a) os hóspedes conhecem a situação de saneamento básico dos municípios de origem e do destino turístico (origem da água de abastecimento, destino dos resíduos sólidos e tratamento de esgoto)?; b) o hóspede costuma separar os resíduos sólidos em sua residência e nos meios de hospedagem?; c) a situação do saneamento básico do município (origem da água de abastecimento; destino dos resíduos sólidos e tratamento de esgoto) é fator decisivo na escolha do destino turístico?; d) os hóspedes e os meios de hospedagem são responsáveis por interferências no funcionamento do meio ambiente?

Esses questionamentos ilustram a existência de lacunas no que tange ao comportamento do hóspede e às práticas ambientais nos empreendimentos hoteleiros. A fim de contextualizar as relações que se encontram neste estudo, foram sistematizadas

informações relacionadas aos impactos ambientais causados pelo turismo; aos hóspedes ambientalmente corretos; à responsabilidade ambiental do hóspede; aos meios de hospedagem ambientalmente corretos; à responsabilidade ambiental dos meios de hospedagem e ao comportamento dos hóspedes em relação ao consumo.

Para a construção do estudo, foram escolhidos dois meios de hospedagem da Serra gaúcha. O primeiro, na cidade de Caxias do Sul e o segundo no município de Canela. Foram aplicados questionários em quatro períodos distintos (baixa e alta temporada turística), com o intuito de contemplar as divergências entre os hóspedes em diferentes motivações e em distintas épocas do ano.

Diante da sistematização do conhecimento, realizada previamente ao estudo nos principais meios de publicações científicas nacionais e internacionais, pode-se verificar que existe visível carência no tratamento do tema relacionado à responsabilidade ambiental do hóspede.

Tendo em vista a existência de um reduzido número de programas de pós-graduação em turismo no Brasil, é oportuno afirmar a necessidade de busca de informações em outros programas. Para tal, foi utilizada a ferramenta Banco de Teses (Capes, 2007) e (UCS, 2008d). Dentre os estudos encontrados, destacam-se os seguintes: Martins (2002), Santos (2002), Palhares (2003), Ziembowics (2003), Lima (2003), Scatena (2005), Silva (2005), Azevêdo (2006), Brito (2006), Ferrari (2006), Genta (2006), Jasper (2006), Romeiro (2006), Zucarato (2006), Pereira (2007), Silva (2007).

A fim de considerar estudos recentes que estão sendo desenvolvidos no Brasil, alguns eventos foram contemplados durante a sistematização do conhecimento (SEMINÁRIOS DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL, 2003, 2004, 2005, 2006; SEMINÁRIO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA EM TURISMO, 2007; ENCONTRO NACIONAL DE TURISMO DE BASE LOCAL, 2004). Alguns artigos foram tratados como interessantes e significativos durante a sistematização do conhecimento. Foram eles: Amorim e Ramos (2003), Bonilla e De Conto (2003); Cesa e De Conto (2003), Petkow, Cury e Grande (2003), Souza (2003), Almeida Junior e Oliveira (2004), Posati (2004), Novaes (2005), Posati (2004), Da Silva et al. (2006) e Alves e Cavalvanti (2006).

Ao tratar dos trabalhos publicados em revistas nacionais e internacionais, é visível a riqueza de informações contidas nos periódicos: Turismo em Análise; Turismo Visão e Ação; Analls of Tourism Research; Tourism Management e Journal of Travel Research. Foram encontrados os seguintes estudos: Guardani, Aruca e Araujo (1996), Gândara (2000), Hassan (2000), Gouvea e Hranalova (2004), De Conto e Posser (2005), Hudson e Miller (2005), Chan

e Wong (2006), Choi e Sirakaya (2006), Kim, Borges e Chon (2006), Le et al. (2006), Erdogan e Baris (2007) e Kelly et al. (2007).

Ressalta-se que nenhum dos trabalhos tratou do tema responsabilidade ambiental do hóspede em meios de hospedagem. Diante desse fato, é significativa a realização da investigação relacionada à responsabilidade ambiental de hóspedes.

A relevância do tema “Responsabilidade ambiental em meios de hospedagem” está fundamentada nos seguintes aspectos: a) carência de estudos que examinem as questões de responsabilidade ambiental dos hóspedes em meios de hospedagem; b) carência de estudos que examinem o saneamento ambiental, como fator de escolha de um produto; c) carência de estudos que examinem o comprometimento dos hóspedes e dos meios de hospedagem no que tange ao ambiente.

Em decorrência da produção desse conhecimento, é possível desenvolver novos estudos voltados ao hóspede e ao funcionamento ambientalmente correto de meios de hospedagem, assim como tentar evitar o surgimento de problemas ambientais relacionados ao seu comportamento.

Diante dessa problemática, emerge como tema central deste estudo: a responsabilidade ambiental dos hóspedes de meios de hospedagem. Define-se, a partir dela, o problema de pesquisa que vai nortear o presente estudo: a variável ambiental é contemplada pelo hóspede na escolha do meio de hospedagem e do destino turístico?

Contudo, para que pudessem ser alcançados os objetivos propostos, buscando-se as elucidações necessárias, foi preciso relacionar os hóspedes de meios de hospedagem com as práticas de saneamento ambiental em meios de hospedagem, estabelecidas dentro de um roteiro: nesse caso, dois meios de hospedagem. Dessa forma, o presente estudo quer identificar:

- (1) o perfil do hóspede de dois meios de hospedagem (idade, escolaridade, sexo, considerar-se bem-informado quanto à questão ambiental e motivação da viagem);
- (2) como o hóspede obtém informações sobre municípios e meios de hospedagem;
- (3) o conhecimento dos hóspedes sobre o serviço de saneamento básico (água de abastecimento, gerenciamento de resíduos sólidos e tratamento de esgoto) do município de origem do hóspede e do mesmo serviço na destinação turística;
- (4) a ocorrência da separação dos resíduos pelos hóspedes em sua residência e no meio de hospedagem;
- (5) se o saneamento básico é fator de escolha dos meios de hospedagem pelos hóspedes;



(6) se as práticas ambientais são fator de escolha dos meios de hospedagem pelos hóspedes;

(7) se o hóspede tem compromisso com o meio ambiente e

(8) se os meios de hospedagem devem ter compromisso com o meio ambiente.

## **2 RELAÇÕES ENTRE O TURISMO E O MEIO AMBIENTE**

Neste capítulo de revisão bibliográfica, apresentam-se, no primeiro tempo, os impactos ambientais motivados e, por vezes, ocasionados pela atividade turística. Nessa parte são abordados conceitos, agentes interferentes e variáveis que devem ser contempladas durante a atividade turística, desde o planejamento até seu acontecimento de forma harmônica. Na segunda parte, o hóspede aparece como principal ponto de debate, quando são discutidas modificações de comportamento para escolha do produto turístico.

Na terceira parte deste capítulo, são discutidas as questões que tratam do comportamento do hóspede em relação às suas responsabilidades ambientais, como agente interferente e participante da cadeia de consumo do turismo. Já na quarta parte, abre-se debate sobre as posturas de meios de hospedagem, que tratam da questão ambiental como sendo prioridade de seu funcionamento.

Na quinta parte do capítulo, são consideradas as relações entre os meios de hospedagem e a variável ambiental, como empreendimento que tem uma rotina semelhante a de uma indústria, sendo responsável por suas emissões e pelo controle das mesmas. Na sexta e última parte são considerados estudos que têm como foco de debate o comportamento do hóspede, o produto turístico e as motivações de escolha e consumo desse produto.

### **2.1 Impactos ambientais do turismo**

O turismo é um fenômeno complexo, que deve ser considerado, por exercer e sofrer influências nos âmbitos cultural, social, econômico e ambiental. Este estudo analisa o tema atendendo especificamente à variável ambiental, porém sem desconsiderar a importância das outras interfaces. Para Leão e Falcão (2002), o meio ambiente é responsável por novas perspectivas de evolução. Odum (1988, p. 1) explica que, devido aos avanços tecnológicos, parece que se depende menos do ambiente natural para suprir as nossas necessidades diárias; esquece-se que a nossa dependência da natureza continua. Além disso, os sistemas econômicos de toda e qualquer ideologia política valorizam as coisas feitas por seres humanos, que trazem benefício primariamente para o indivíduo, mas desconsideram os produtos e “serviços” da natureza que trazem benefício para toda a sociedade.

Leão e Falcão (2002, p. 21) dizem que “o futuro da nossa sociedade depende da preservação dos elementos naturais, tanto quanto depende da nossa capacidade de inventar o novo, de criatividade”. Com uma perspectiva de conservação ambiental relacionada à

interdependência humana dos recursos ambientais, Odum (1997, p. 649) ressalta que o verdadeiro objetivo da conservação é duplo: a) o de assegurar a preservação de um ambiente de qualidade que garanta tanto as necessidades estéticas quanto as de produtos e b) o de assegurar uma produção contínua de plantas, animais e materiais úteis, mediante o estabelecimento de um ciclo equilibrado de colheita e renovação.

A atividade do turismo, durante seu período de existência, apresenta características de interferências ambientais, na forma como o processo se desenvolve. Trata-se de um fenômeno que necessita, em grande parte, do ambiente para acontecer. Diante de tal fato, é imprescindível a preocupação, por parte dos atores participantes da atividade, em manter reflexões construtivas atreladas aos danos causados ao ambiente, durante sua execução. Para Coriolano (2002, p. 37), qualquer tipo de turismo precisa atender às exigências da ecologia, integrando lazer, conservação da natureza, sociedade e valorização da cultura. Ainda o autor destaca que todo turismo precisa ser ecológico.

Diante de tal acontecimento, é importante entender o que acontece nesse processo e estabelecer esclarecimentos no tocante à responsabilidade ambiental de cada agente, como parte integrante do turismo. Desde o turista, até os empreendimentos turísticos (agências de viagens, operadoras de viagens, meios de hospedagem, restaurantes, etc.), setores públicos até o anfitrião, todos, sem exceção, exercem pressões no meio ambiente e por seus resultados são responsáveis. Para Goeldner, Ritchie e McIntosh (2002, p. 356), o turismo deve preservar e proteger o ambiente e as atrações naturais, além de estabelecer limites, para que as pessoas continuem a viajar para essas localidades, com a finalidade de tornar os destinos turísticos mais sustentáveis.

Perante o questionamento de como ocorre o consumo no turismo, é interessante observar que o turista tem total responsabilidade pelo produto que consome, assim como pelos prejuízos ambientais gerados pelos serviços contratados pela pessoa física do turista. Isso significa que, quando o turista contrata serviços de um hotel, por exemplo, e esse hotel é responsável pelo desvio do curso de um rio, que por sua vez provoca sérios problemas às condições de vida da fauna e flora local, o turista é solidariamente responsável por estar subsidiando, por meio do consumo, um dano ambiental.

Os empreendimentos que estabelecem qualquer relação com o turismo apresentam responsabilidades pelo produto oferecido, assim como a contratação de serviços para desempenhar suas atividades no setor. Uma operadora de viagem, que contrata o serviço de uma rede hoteleira e que não contempla no seu planejamento o gerenciamento de resíduos sólidos, é responsável pelos danos ambientais que o produto causa e também pelo serviço que

contrata.

O setor público, para tal entendam-se prefeituras, órgãos reguladores, estado e Federação, é um importante elemento de regulação ambiental na execução das atividades turísticas. Devem partir dele as limitações e interferências relacionadas a impor conveniências pertinentes ao bem comum social da localidade. Para fins de exemplo, com o objetivo de mensurar os danos causados pela recepção de turistas por um parque nacional, uma prefeitura é responsável por intervenções que forem convenientes: estabelecer critérios de manejo para um melhor aproveitamento do espaço natural e a manutenção da atividade do turismo, incentivando a preservação através da atribuição de incentivos fiscais e multas. Para Rues,

os países em vias de desenvolvimento com o maior crescimento do turismo, especialmente em suas áreas naturais, deveriam aplicar as recomendações existentes das organizações internacionais e associações de ecoturismo integrado. A responsabilidade do meio ambiente é uma responsabilidade universal. (RUES, 1995, p. 10).

Por fim, o anfitrião ou a sociedade civil, tem como responsabilidade cobrar de todas as partes uma postura ambientalmente favorável e indicar qual o melhor caráter para a adoção de práticas ambientalmente corretas. O elemento anfitrião deve funcionar como mola propulsora para a tomada de decisões e refletir sobre questões que possam trazer melhorias para o bem-estar social. Uma comunidade que recebe o turismo, independentemente de estar localizada em uma ilha de pescadores no Nordeste do Brasil ou em Paris, deve, de forma organizada, debater e pensar sobre quais são as melhores condições de execução da atividade do turismo.

O turismo também é caracterizado por permitir a criação de redes de consumo (hotelaria, artesanato, restaurantes, serviços de lazer, etc.), as quais, por sua vez caracterizam-se por ser uma atividade com finalidades econômicas. Apesar de seus principais produtos não pertencerem a uma categoria classificada como estocável, sendo às vezes até abstrata, o turismo permite uma valoração sensível bastante elevada, no qual o preço é atribuído pelo prazer que a atividade pode gerar ao consumidor.

No entanto, é interessante lembrar que o turismo, assim como boa parte dos segmentos, depende de uma matéria-prima para a sua realização. Dessa forma, é correto admitir que sempre esse elemento – o meio ambiente – é necessário para o turismo. Seguindo raciocínio semelhante, Rues (1995) admite que é conveniente estabelecer a importância de um ambiente preservado para o turismo. Segundo estudos do próprio autor, é saliente a expressividade do papel ambiental na atividade do turismo. Rues (1995, p. 7) coloca que “o recurso natural é o primeiro atrativo turístico de muitos países ou regiões que vivem do turismo”.

A fim de ilustrar esse processo, Ferreira (1999), Pereira (2007), Bonilla e De Conto (2003) correlacionam a situação atual à existência de uma sociedade de consumo que, por muitas vezes, não consegue relacionar a dependência vivente do uso dos recursos naturais com a execução de atividades industriais. Esse fato possibilita, por vezes, o consumo exacerbado de bens derivados de recursos naturais não renováveis, como é o caso da água e dos combustíveis fósseis. Por tal motivação, o turismo, assim como qualquer atividade com potencial poluidor, deve ser tratado como uma atividade responsável por emissões ao ambiente, resultantes do processo de funcionamento, podendo ser comparado, dessa forma, a atividades industriais.

Bonilla e De Conto (2003, p. 2), que acreditam que os meios de hospedagem fazem parte de uma cadeia de consumo que tem como resultado do processo de produção a geração de resíduos, afirmam que a indústria hoteleira é constituída como “um grande gerador de resíduos sólidos, um consumidor ineficiente de água e de combustíveis fósseis; utiliza grandes quantidades de papel e emprega também grandes quantidades de plástico e de produtos de limpeza”.

Ao tratar da importância de contemplar a variável ambiental nos eventos turísticos, Pereira (2007, p. 13) admite que estes possuem características de um empreendimento com operações bem definidas, na medida em que consomem energia, água e demais recursos, gerando resíduos sólidos, emissões atmosféricas e efluentes líquidos.

Com o notável crescimento do mercado, por uma corrente na qual se aprecia a preservação do meio ambiente, observa-se que há preocupação de parte dos empreendimentos turísticos em apresentar uma imagem de organização ambientalmente correta, para que, dessa forma, possam atingir o maior número de consumidores. O setor hoteleiro, por exemplo, se resalta pelo pioneirismo ao contemplar práticas ambientais e por inserir propostas de gestão ambiental, como alicerce para um funcionamento sadio do empreendimento e do entorno.

Os impactos ambientais causados pelo turismo podem ser visíveis a partir da constatação de que o comportamento ambientalmente favorável é pouco difundido, por parte de empreendedores, gestores, turistas e dos próprios hóspedes. A carência de informações que remetem à responsabilidade ambiental compromete de forma intensa as localidades onde se pratica a atividade turística. Segundo Cesa e De Conto (2003, p. 1), em estudo que trata do gerenciamento de resíduos sólidos em meios de hospedagem, “o turismo, visto como importante atividade econômica que resulta no movimento em massa de pessoas, necessita de um planejamento eficaz e integrado com a comunidade nas ações voltadas ao gerenciamento de seus resíduos sólidos”.

Ao tratar do comportamento dos agentes interferentes no turismo, mais especificamente o turista, é interessante visualizar que, por lidar com o meio ambiente, paisagens, espaços, comunidades, esses agentes tendem a influenciar o comportamento do ambiente visitado. Isso pode acarretar modificações no meio natural anteriormente existente. Para tal, é importante a incorporação das reais responsabilidades, ao desempenhar essas atividades. Segundo Ruschmann (2001, p. 163), que em seu livro aborda o comportamento como a variável “cultura turística do visitante”, sua falta faz com que os turistas se comportem de forma alienada em relação ao meio que visitam – acreditam que não têm nenhuma responsabilidade com a preservação da natureza e com a originalidade das destinações.

Nessa mesma direção, Coriolano (2002) se preocupa em perfilar alguns impactos ocasionados pelo turismo, com o objetivo de tratar modificações exercidas por um turismo mal planejado. Dentre as principais ações perturbadoras do ambiente natural, podem ser citadas:

a) proliferação congestiva de construções de todo tipo para servirem de alojamento e permanência: hotéis, pousadas, campings, motéis, cafeterias, restaurantes, discotecas, piscinas, marinas e zonas comerciais, que mudam a fisionomia do lugar, alterando a paisagem e modificando, simultaneamente, a flora e a fauna; b) as vias de comunicação: estradas, caminhos, trilhas, portos, aeroportos, pistas e sinaleiras; c) os serviços sociais: religiosos, sanitários, policiais, culturais, informativos e comunicacionais; d) o entretenimento paisagístico: atividades no meio natural com motivação cultural e recreativa: banhos, navegação, observação da natureza, interpretação ambiental, observação de animais e da vegetação, que causam ruídos, pisoteios, mutilações do tipo coleta de flores, conchas, peixes e aves; e) acúmulo de restos de comida e lixo deixados nos ecossistemas, que eutrofizam os biótipos e favorecem o aparecimento de moscas, baratas, ratos; o empobrecimento dos ecossistemas, desequilibrando a cadeia alimentar e produzindo, muitas vezes, o crescimento descontrolado de algumas espécies dominantes; f) as aglomerações urbanas que podem anular o valor turístico da área, pois quase sempre vêm junto com atividades industriais e comerciais; g) a privatização de áreas que ficam impossibilitadas ao uso público; e h) a especulação imobiliária que, na maioria das vezes, prejudica os residentes. (CORIOLANO, 2002, p. 47).

Seguindo o mesmo direcionamento, é interessante notar a motivação de escolha do turista, do qual surgem os seguintes questionamentos: quais fatores levam o turista a escolher um destino e não outro? A variável ambiental é significativa na escolha do destino turístico? A variável “motivação” tem significativa importância para entender o comportamento desse agente. Diante de tal circunstância, é providencial analisar as perspectivas de um comportamento ambientalmente favorável, relacionado às motivações de compra do devido produto. Nessa direção, Barretto ressalta que a

ocorrência de impactos, bem como a intensidade dos mesmos, depende muito do tipo de turista e da sua motivação. Atualmente, ainda prevalecem os turistas psicocêntricos, que são em maior número e que, por conseguinte, acabam por influenciar mais efetivamente os números e estatísticas relacionadas ao turismo.

(BARRETO, 2006, p. 26).

Apesar de ainda existirem questionamentos sobre a postura ideal de turistas em relação à legislação ambiental e às responsabilidades dos agentes envolvidos no fenômeno, o artigo 225, da Constituição da República Federativa do Brasil discute o tema, afirmando: “Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao Poder Público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações.” (BRASIL, 1988).

Além dele, a legislação brasileira prevê a “poluição” na Política Nacional do Meio Ambiente (BRASIL, 1981), como sendo da seguinte forma:

poluição, a degradação da qualidade ambiental resultante de atividades que direta ou indiretamente: a) prejudiquem a saúde, a segurança e o bem-estar da população; b) criem condições adversas às atividades sociais e econômicas; c) afetem desfavoravelmente a biota; d) afetem as condições estéticas ou sanitárias do meio ambiente; e) lancem matérias ou energia em desacordo com os padrões ambientais estabelecidos. (BRASIL, 1981).

O turismo, como qualquer outra atividade, deve ter consciência da sua responsabilidade quanto às emissões resultantes do processo e a um sistema mais equilibrado. Em se tratando de um fenômeno que permite troca direta com o ambiente, é notadamente importante que os empreendimentos desse segmento assumam uma postura mais responsável. Ferreira (1999) identifica as legítimas condições existentes no turismo, quando cita que:

a indústria do turismo em geral e o setor hoteleiro em particular, deve ter sua parcela de responsabilidade em fazer da ética e do desenvolvimento sustentável, partes integrantes de suas metas, já que dependem da qualidade do meio ambiente para o seu crescimento. (FERREIRA, 2006, p. 2).

Ainda se tratando da hotelaria, De Conto e Posser (2005), Petkow, Cury e Grande (2003) ressaltam a responsabilidade por boa parte dos impactos ambientais causados pela atividade. Para eles, é aparente a necessidade de mudanças no sistema de controle dos impactos ambientais acarretados pelos resultados desse segmento. Nesse sentido, De Conto e Posser despertam para os empreendimentos turísticos, no tocante aos impactos ambientais, ao relacionar variáveis relevantes para análise de tais impactos e para uma possível projeção de melhorias ambientais do empreendimento. As autoras comentam que

um meio de hospedagem destaca-se como um empreendimento que gera uma produção significativa de resíduos sólidos, que é determinada por diversos fatores, dentre os quais destacam-se: o número de hóspedes; número de funcionários contratados e terceirizados; variação sazonal; classificação do hotel; serviços

oferecidos aos hóspedes; faixa etária dos hóspedes; poder aquisitivo dos hóspedes; motivo da hospedagem; entre outros. (DE CONTO; POSSER, 2005, p. 494).

Nesse sentido, é necessário lembrar que os meios de hospedagem devem estar prontos para lidar com qualquer espécie de dano causado ao ambiente, considerando variáveis como hóspede, para o melhor controle dos impactos causados. Petkow, Cury e Grande afirmam que

a sustentabilidade do turismo pode ser mantida pela adequada utilização dos recursos necessários para que o turismo aconteça, pelo adequado tratamento dos resíduos sólidos e os efluentes líquidos gerados quando da passagem do turista pelos locais dos atrativos. Os resíduos gerados na atividade devem ter uma seleção e tratamento final. (PETKOW, CURY e GRANDE, 2003, p. 2).

Gezici (2006, p. 452) afirma que o modelo de turismo sustentável deve incluir a satisfação da comunidade, dos turistas e dos investidores, bem como o cuidado com as premissas da ética ambiental.

A fim de explicitar a importância de um turismo ambientalmente favorável, Ferreira (1999, p. 35) afirma que o turismo ambientalmente correto deve ser baseado em um sistema de hospedagem com preocupações ecológicas, sendo capaz de atingir todas as dimensões do desenvolvimento: sustentabilidade social, econômica, ecológica, espacial e cultural.

Coriolano, que trata da importância da educação ambiental no turismo, assegura que

se não forem firmadas em bases educativas, de conservação da natureza e das culturas, o destino está condenado a ser desprestigiado e a desaparecer. Atualmente, os mais exigentes, são, além dos turistas, os próprios investidores que sabem que somente venderão seus pacotes se forem reconhecidos nacional e internacionalmente, pelos selos de conservação ambiental. (CORIOLANO, 2002, p. 36).

Nessa direção, é interessante notar as condições estabelecidas para que o turismo surja como uma atividade eficaz, capaz de interferir positivamente na qualidade de vida das localidades que dependem de tal atividade. Ainda assim, é interessante expressar que uma população ambientalmente saudável corresponde a uma variável capaz de favorecer diretamente a execução da atividade.

## **2.2 Hóspedes ambientalmente responsáveis**

Em um cenário composto por vários agentes interferentes, os hóspedes surgem como atores importantes na estrutura do turismo. Estudos recentes de Alves e Cavalcanti (2006),



Abreu (2001), Lemos (2004), Lopes (2004), Swarbrooke (2000), Willard-Cross (1990), Ottman (1998) e Luchiari (2002) constatam que modificações comportamentais dos empreendimentos, em relação ao meio ambiente, tendem a acontecer por pressões derivadas da mudança de postura dos hóspedes.

Os mesmos estudos verificam que, com o crescimento da preocupação ambiental por parte de diferentes agentes, esse sujeito tem se comportado de forma mais crítica e exigente, constando cada vez mais em suas preocupações a variável ambiental. Na visão de Lopes (2004, p. 91), o cliente é o verdadeiro e único juiz da qualidade em serviços. E o julgamento da qualidade de um serviço recebido depende da expectativa (qualidade esperada) de cada cliente.

Embora ainda faça parte de um grupo restrito, o hóspede que se preocupa com práticas ambientalmente favoráveis já consegue chamar a atenção do segmento de meios de hospedagem, como um mercado bastante promissor. É o que constata o estudo de Alves e Cavalcanti (2006 p. 3), ao sustentar que o segmento hoteleiro, em particular, sofre cada vez mais pressões no que se refere à demonstração de um bom desempenho em relação às questões ambientais.

Estudos referentes à evolução crítica dos hóspedes, em relação a um ambiente equilibrado por Ferreira (1999), Gândara (2000) e Gonçalves (2004), relatam que uma pequena parte dos hóspedes exige dos empreendimentos uma postura mais sustentável ao consumir um produto. Ferreira (1999, p. 2) ressalta existir uma nova classe de consumidores que está valorizando mais produtos e serviços ambientalmente corretos, que de algum modo causem menor dano ao ambiente durante o consumo. Para o autor, esses consumidores por vezes se dispõem a pagar mais pelo produto ou serviço, porém cobram novas posturas das organizações para a manutenção de uma vida mais sustentável.

Gândara (2000, p. 317) acredita que o novo turista, o turista da sociedade pós-industrial, está demandando, cada vez mais, destinos com qualidade ambiental. O mesmo autor (2000, p. 230) afirma que, ao analisar as características do novo turista, é possível identificar a grande oportunidade que têm os destinos que estão planejados para oferecer qualidade ambiental, cultura e patrimônio, infra-estrutura adequada para satisfazer as necessidades, tanto da população quanto dos turistas.

Gonçalves (2004, p. 18), que trata o hóspede como mola propulsora de mudanças na hotelaria, argumenta que o aumento do interesse por questões ambientais estimula o hóspede e outros agentes envolvidos no processo hoteleiro a cobrar não só qualidade na prestação dos serviços hoteleiros, mas também conservação dos recursos naturais.

Alguns autores, como Abreu (2001), Posati (2004), Luchiari (2002) e Willard-Cross (1990), definem o consumidor verde como responsável pela abertura de mercado, no qual as questões ambientais são mais respeitadas. Na presença de tal preocupação ambiental, os hóspedes apontam força para um novo direcionamento de mercado. É denominado de “hóspede verde” por Abreu (2001, p. 5), e definido como o cliente de meios de hospedagem que se preocupa com o meio ambiente, com seus impactos, e que pode ser visto como parte importante no que se refere ao mercado da hotelaria. Segundo a mesma autora, esses sujeitos se definem pelo comportamento atento, mais do que os outros hóspedes, por um comportamento cauteloso, possuindo uma enorme capacidade de solidariedade com os seres que habitam a Terra.

Enquanto Estados e mercados vieram reelaborando estratégias de desenvolvimento e de crescimento, orientados pela nova lógica da sustentabilidade, a organização do turismo, reconhecidamente um dos setores econômicos que mais cresce no período contemporâneo, também passou a se adequar à nova concepção. (LUCIARI, 2002, p. 119).

Já para Posati (2004, p. 8), o turista consciente, o que se enquadra como sendo um novo consumidor, tornou-se mais exigente. Porém, existe a necessidade de informar o mesmo sobre os cuidados que devem ser tomados com o meio ambiente. Para Willard-Cross (1990, p. 64), os consumidores verdes apresentam um olhar crítico em relação a assuntos como resíduos, reciclagem, energias limpas, geração de composto orgânico, entre outros. Além disso, deixam transparecer uma preocupação geral com a degradação ambiental, a poluição das águas, com a qualidade do ar e a qualidade ambiental, que interferem no modo de vida de todos. Para a autora, o consumo verde representa uma fase larval do esclarecimento ambiental. Kinlaw (1993) define, como preferência do consumidor, a busca por empresas e produtos verdes, grupo que procura a cada dia se informar melhor para questionar campanhas maciças de propaganda ambiental.

A existência de turistas que têm como principal motivação viagens a lugares ambientalmente preservados ressalta a importância de conservação desses lugares, mediante estudos. Para Wearing e Neil (2000, p. 24 apud SCHÜTLER 2002, p. 61), as características distintivas dos ecoturistas direcionam-se por uma ética meio-ambiental, por mostrar disposição para não deteriorar os recursos ambientais; por mostrar uma orientação biocêntrica e não antropocêntrica; por esforçar-se para ter uma experiência ou um contato de primeira mão com o entorno natural e por possuírem expectativas referentes à aquisição de conhecimentos e à apreciação do valor dos recursos ambientais que os levam a escolher destinações que apresentam preocupações ambientais.

Para Abreu (2001, p. 14), que em seu estudo adverte várias vezes para uma forma de provocar mudanças, inclusive no mundo dos negócios, fazendo com que as empresas repensem seus produtos, serviços e formas de gestão, o hóspede assume um papel crucial para novas considerações e mudanças positivas, o que põe sob crítica as preocupações ambientais.

Ao tratar da postura do hóspede, que se preocupa com o meio ambiente e suas emissões, Alves e Cavalcanti (2006, p. 3) relatam que esse consumidor começa a exigir dos hotéis um novo tipo de requisito que não está apenas atrelado à qualidade dos serviços diretamente prestados, mas, fundamentalmente, associado à implementação da estrutura de gestão ambiental, ou seja, à qualidade ambiental.

Para alguns autores, como Lemos (2004) e Swarbrooke (2000), o hóspede que segue práticas ambientalmente corretas faz parte de uma minoria e, por conta disso, ainda não consegue ser responsável por mudanças de comportamento dos meios de hospedagem. Como parte de um grupo bastante reduzido, os hóspedes ambientalmente corretos por vezes não conseguem provocar mudanças, pois a maioria dos consumidores desse segmento se destaca pela falta de compromisso com o ambiente.

Assim como em outros segmentos de mercado, o turismo sofre pela falta de comprometimento com o meio ambiente. Para Lemos (2004, p. 7), na atividade do turismo, principalmente o turismo de massa, destaca-se a não-existência de uma consciência crítica formada, por parte dos indivíduos que compõem esse sistema, de que se trata de uma atividade provocadora de grandes impactos ao ambiente.

Estudos recentes (OTTMAN, 1994 apud SOUZA, 2003; SWARBROOKE, 2000) tratam da importância de se conhecerem as tipologias de consumidores existentes sob a ótica ambiental, a fim de esclarecer a funcionalidade e os impactos ocasionados pelos grupos. Com a finalidade de analisar as tipologias de consumidores existentes no mercado sob a égide ambiental, Ottman (1994), apud Souza (2003, p. 6) considera variáveis, como a preocupação com o ambiental; apoio a práticas ambientais; as relações habituais de comportamento mediante o meio ambiente, classificando-os da seguinte maneira:

- a) **Verdes Verdadeiros:** indivíduos com fortes crenças ambientais efetivamente vivenciadas. Evitam consumir de uma companhia com reputação ambiental questionáveis, escolhem produtos e serviços ecologicamente corretos. Acreditam que podem fazer pessoalmente uma diferença na resolução de problemas ambientais;
- b) **Verdes do dinheiro:** apóiam o ambientalismo, através de doação de dinheiro e muito pouco com doação de tempo ou ação. Sentem-se ocupados demais para mudar seus estilos de vida, entretanto, são felizes e conseguem expressar suas crenças com carteiras e talões de cheque;
- c) **Quase-verdes:** querem mais legislação pró-ambiental, porém, não acreditam que eles mesmos possam fazer muito para exercer um impacto ambiental positivo. Não desejam pagar mais por produtos pró-ambientais. Ficam incertos quando forçados a escolher entre o ambiente e a

economia. Este é o grupo da liberdade de ação e da indefinição, que pode ir de um lado a outro em qualquer questão ambiental; **d) Resmungões:** realizam poucas ações ambientais, mas acreditam que outros consumidores também não estejam cumprindo sua parte. Pensam que a empresa deveria resolver os problemas e que, além de custarem muito mais do que seus correspondentes não-verdes, os produtos verdes não funcionam tão bem. Sentem-se confusos e desinformados sobre questões ambientais, achando que toda a coisa é problema de outra pessoa e que um terceiro deveria resolvê-la; **e) Marrons básicos:** é o menos envolvido com o ambientalismo. Acreditam basicamente que não há muito que os indivíduos possam realizar para fazer uma diferença; são os indiferentes. (OTTMAN, 1994 apud SOUZA, 2003, p. 6).

Diante dessa situação, Souza (2003, p. 7) diz que o mercado permite a leitura de que há uma demanda crescente, porém ainda pequena, de consumidores que contemplam a variável ambiental durante a escolha de um produto, como é o caso do tipo “verdes verdadeiros” proposto por Ottman (1994 apud SOUZA, 2003, p. 6). Para Souza (2003, p. 7), a categoria como os “quase verdes” faz parte do grupo maior de pessoas que, na verdade, são indecisas ou mal-esclarecidas e inseguras e que, por sua vez, podem se tornar consumidores ambientalmente ativos, se forem devidamente estimulados e obtiverem informação que os faça mais comprometidos com o meio ambiente.

Com o mesmo objetivo de Ottman (1994 apud SOUZA, 2003), Swarbrooke e Horner (2002, p. 263), sob a ótica ambiental, relatam que os turistas podem ser divididos em gradações, de acordo com as atitudes relacionadas à responsabilidade ambiental. Trata-se de um modelo para tentar enquadrar as perspectivas de um planejamento mais sustentável. Para o autor, os turistas podem ser divididos em:

**Não-verde (0%):** a) Nunca lêem o que as brochuras dizem sobre questões verdes e turismo sustentável; b) nunca substituem seus automóveis particulares por transporte coletivo; c) não possuem nenhum interesse sobre as questões verdes e/ou sociais; d) não fazem nenhum sacrifício devido as idéias ambientais e/ou sociais; e) Grande parcela da População. **Verde-claro (25%)** - a) Pensam sobre as questões verdes e tentam reduzir o consumo normal de água e energia nas localidades turísticas onde estão, caso estes recursos sejam escassos; b) raramente substituem seus automóveis por transporte coletivo; c) interesse superficial por todas as questões verdes e/ou sociais; d) raros sacrifícios são feitos em função de suas idéias.

**Verde-médio (50%)** - a) Procuram agir conscientemente e descobrir mais sobre uma questão específica, além de envolver-se de modo mais ativo na questão, unindo-se a grupos de pressão, por exemplo; b) costumam com freqüência substituir seus automóveis por transporte coletivo; c) interesse médio pelas questões ambientais e sociais; d) sacrifícios médios são feitos por causa de suas férias.

**Verde-escuro (75%)** - Boicotam hotéis e locais de veraneio que tenham reputação ruim quanto a questões ambientais e/ou sociais; b) usam transporte público para chegar à destinação e para se deslocarem pela região durante as férias; c) profundo interesse por todas as questões verdes; d) realizam sacrifícios importantes em função de suas idéias, pagam viagens de férias para trabalhar em causas ambientais e/ou sociais. **Totalmente verdes (100%)** - a) Não viajam nas férias, de modo algum, a fim de não agredir o meio ambiente natural e cultural como turistas; b) interesse muito profundo por alguma questão específica, relacionada ao meio ambiente ou ao social; c) grandes sacrifícios são feitos por causa de suas idéias. (SWARBROOKE; HORNER, 2002, p. 263).

Essa divisão que Swarbrooke; Horner (2002) faz em relação ao comportamento do consumidor é de suma importância, pois as posturas conseguem ser identificadas com maior precisão, colocando soluções em prol de um desenvolvimento desejado.

Jarvis (1998, p. 46), em estudo que tem como objeto de pesquisa o consumidor verde, admite a criação de grande número de selos verdes e vê isso como uma possibilidade para a divisão do mercado para quem prevê os impactos ambientais gerados durante a produção de um bem. O autor elencou alguns selos verdes, tais como: a) sistemas de certificação científica; b) selo verde; c) energia limpa; d) produção orgânica de alimentos; e) preservação de florestas e matas e f) Eco-OK entre outros.

Conforme Goeldener, Ritchie e MacIntosh (2002 p. 362), para que o turismo ecologicamente sustentável se torne uma realidade, serão necessárias iniciativas por parte de todos os envolvidos no cenário turístico, começando com os próprios turistas. Eles são responsáveis e devem ser educados em relação a essas obrigações e responsabilidades, no sentido de contribuir para o turismo social e ambientalmente responsável.

Nessa direção, Novaes (2005, p. 11) diz que o surgimento da consciência e da sensibilização da sociedade fará com que surjam novos produtos turísticos que integrem valores ambientalmente corretos. O autor continua dizendo que o nível de consciência ambiental dos turistas tende a ser cada vez mais exigente em relação às práticas ambientais, que dependem de fatores culturais, educacionais e econômicos.

Para que melhorias ambientais possam fazer parte da realidade dos empreendimentos turísticos, diante de um modelo de economia neoclássica, faz-se necessária a participação ativa dos hóspedes. Dessa forma, é interessante ressaltar que o consumidor é agente importante para desacelerar os impactos ambientais causados pelo turismo.

### **2.3 Hóspedes x responsabilidade ambiental**

Ao adquirir um produto que gere danos ao meio ambiente, o consumidor termina por estabelecer relação com os danos gerados por esse produto. A isso dá-se o nome de responsabilidade ambiental solidária. No caso dos meios de hospedagem, o hóspede que adquire um produto que impacta de forma negativa o ambiente, compartilha a culpa pelo dano ambiental causado. Dessa forma, mesmo que indiretamente, é possível afirmar que o hóspede é co-responsável pelo dano causado.

Ao tratar das condições dos direitos e dos deveres previstos na legislação, é oportuno destacar que o artigo 3º, inciso 4º, da Lei 6.938 / 81, da Política Nacional do Meio Ambiente, considera como poluidor a pessoa física ou jurídica, de direito público ou privado, responsável, direta ou indiretamente, por atividade causadora de degradação ambiental. (BRASIL, 1981).

Alguns autores (NOVAES, 2005; SWARBROOKE, 2000; PETROCCHI, 2001; GOELDNER; RITCHIE; MCINTOSH, 2002; DE CONTO; POSSER, 2005; ZIEMBOWICS, 2003) consideram que o homem é o principal agente impactante do meio natural e que, por isso, estabelece relação de responsabilidade sobre o meio ambiente. Diante dessa perspectiva, Novaes (2005, p. 3) acredita que o homem, ao invés de violentar e desrespeitar as regras que levam à estabilidade do ecossistema, pode muito bem servir de fator exógeno ao sistema ecológico, assegurando sua estabilidade, conseqüentemente contribuindo para o desenvolvimento sustentável.

Para Ziembowics (2003), a sociedade civil deve partir à procura de melhorias ambientais. O autor (p. 78) afirma que, para se concretizarem todas as atitudes éticas a serem assumidas pela empresa, e sua conseqüente participação na efetiva construção do bem-estar coletivo, é exigência imprescindível que a sociedade demonstre a consciência de seus direitos e a capacidade de cobrar posturas socioambientais corretas, vislumbradas em todas as etapas de produção e comercialização.

Já para Goeldner, Ritchie e McIntosh (2002, p. 368), em seus estudos, é visível a importância da responsabilidade individual dos turistas. Nesse sentido, os autores destacam que os turistas precisam ser educados em relação a essas obrigações e responsabilidades, no sentido de contribuírem para o turismo social e ambientalmente responsável. Eles devem fazer parte da destinação turística como hóspedes e, como tal, co-responsáveis pela manutenção do destino.

Compartilhando idéia semelhante, sobre a responsabilidade do homem, que o autor trata como turista, Swarbrooke (2000, p. 90) acredita que o turista é portador de responsabilidade e de direitos enquanto exerce esse papel. Para o autor, o turista é responsável por dois tipos de postura: a primeira, trata da responsabilidade básica como meio ambiente e que fala da responsabilidade de não danificar propositalmente o meio ambiente físico local e a responsabilidade de minimizar o uso dos recursos locais escassos e, uma segunda responsabilidade, trata de aspectos especificamente relacionados ao turismo sustentável, destacando-se a responsabilidade de proteger a vida selvagem natural, não comprando *souvenirs* feitos com seres vivos. (SWARBROOKE, 2000, p. 91).

Ao tentar estabelecer relações entre os autores, Petrocchi (2001, p. 99) afirma que os turistas têm a responsabilidade de obter informações, antes mesmo de sua partida, sobre as características dos países a que se propõem visitar. Devem ainda ter consciência dos riscos em saúde e segurança, inerentes a todo o deslocamento para fora do seu meio habitual, e ter um comportamento que minimize esses riscos.

Com a preocupação de estabelecer critérios conscientes de planejamento, Goeldner, Ritchie e McIntosh (2002, p. 359) destacam que deve existir uma maior atenção de como as áreas devem ser abordadas, contemplando as seguintes características: a) as premissas nas quais deve basear-se a política de desenvolvimento sustentável do turismo; b) as áreas mais críticas do desenvolvimento sustentável aplicado ao turismo; c) como devem ser alocadas as responsabilidades no desenvolvimento responsável do turismo e d) uma agenda para ações sugeridas de desenvolvimento sustentável para o setor turístico.

Para melhor demonstrar as responsabilidades intrínsecas à atividade do turismo, a *American Society of Travel Agents* (Asta), a *Tourism Association of Canada* e a *National Round Table* produziram um “código de ética”, dele fazendo parte dez mandamentos do ecoturismo. São eles:

a) Respeite a fragilidade da Terra. Entenda que, a menos que todos estejam dispostos a ajudar na preservação, as destinações únicas e belas podem não estar aqui para as futuras gerações; b) Deixe apenas pegadas. Tire fotografias. Não escreva nada. Não jogue lixo. Não leve “lembranças” de locais históricos e áreas naturais; c) Para tornar as suas viagens mais significativas, eduque-se sobre a geografia, os costumes, as maneiras e culturas da região que você está visitando. Tire um tempo para ouvir as pessoas. Estimule iniciativas locais de conservação; d) Respeite a privacidade e dignidade dos outros. Peça às pessoas antes de fotografar; e) Não compre produtos fabricados a partir de plantas ou animais em extinção, como marfim, casco de tartaruga, peles de animais e penas. Solicite a lista da alfândega sobre produtos que não podem ser importados; f) Siga sempre as trilhas indicadas. Não perturbe animais, plantas ou seus habitantes naturais; g) Conheça e apóie programas de organizações voltados à conservação que estejam trabalhando para preservar o meio ambiente; h) Sempre que possível, caminhe ou utilize métodos de transporte compatíveis com o ambiente. Estimule motoristas de veículos públicos a desligar o motor ao estacionar; i) Prestigie aqueles (hotéis, companhias aéreas, *resorts*, empresas de cruzeiro, operadoras turísticas e fornecedores) que apostam em economia de energia e conservação ambiental; qualidade do ar e da água; reciclagem; gerenciamento seguro de detritos e materiais tóxicos; diminuição de ruídos; envolvimento comunitário; prestigie também aqueles que mantêm equipes experientes e bem treinadas, dedicadas a princípios sólidos de conservação; j) Peça a seu agente de viagem que identifique aquelas organizações que assinam as diretrizes ambientais da associação para o transporte aéreo, terrestre e marítimo. (IHEI, 1995, p. 13).

Segundo De Conto e Posser (2005, p. 497), esses códigos auxiliam a perceber a extensão das responsabilidades que devem ser desenvolvidas com os turistas. Com relação aos meios de hospedagem, também fica evidente o compromisso com o meio ambiente. As

autoras também destacam que esses meios devem desenvolver seus programas de responsabilidade ambiental e oferecer aos hóspedes todas as condições para que eles participem e colaborem efetivamente com ações implantadas nesses programas.

Diante da perspectiva da responsabilidade do turista, visitante e hóspede, em relação ao meio ambiente e ao turismo, os meios de hospedagem podem funcionar como agente multiplicador das questões ambientais envolvidas no processo do turismo. Certamente, a partir do momento em que o hóspede se considerar responsável pelo dano, a proposta de respeito pelo meio ambiente passa a ser uma característica ética dele. Além de considerar que, desde a escolha do meio de hospedagem até o pós-consumo do bem; compreender e analisar os serviços prestados, contemplando a variável ambiental, são deveres destinados a esse sujeito. Além disso, é válido considerar que os meios de hospedagem apresentam papel fundamental para que ocorra um comportamento ambientalmente mais responsável.

#### **2.4 Meios de hospedagem ambientalmente corretos**

Os meios de hospedagem são elementos importantes quando comparados a outros empreendimentos turísticos, pois são responsáveis pelo maior número de empregos criados e por boa parte das divisas geradas na atividade do turismo. Segundo Cooper (2001, p. 350), “a hospedagem, ou acomodação, é o maior setor dentro da economia turística, e também o mais presente. Com poucas exceções, os turistas querem um local em que possam descansar e recuperar suas energias durante as viagens ou estadas em uma destinação”. Para Erdogan e Baris (2007, p. 604), os meios de hospedagem constituem um elemento-chave das atividades relacionadas à viagem e à indústria do turismo, além de ocupar um lugar crucial, no que diz respeito à preservação ambiental relacionada à indústria de viagens e turismo.

Por tratar-se de empreendimento imprescindível na infra-estrutura de uma localidade turística e potencialmente poluidor, existe a necessidade de que os meios de hospedagem admitam e repensem sua postura, beneficiando a variável ambiental.

Alguns estudos (FERREIRA, 1999; AMORIM; RAMOS, 2003; DE CONTO, 2001; SATTler, 2004; GONÇALVES, 2004; PETKOW; CURY; GRANDE, 2003; ZIEMBOWICS, 2003; LEÃO; FALCÃO, 2002; STEVENS, 1992) que tratam da forma de produção do turismo ressaltam a importância de contemplar a variável ambiental em seu planejamento.



Segundo Ferreira,

a globalização das questões ambientais está mudando o comportamento de alguns setores produtivos, mas a imensa maioria das empresas brasileiras ainda não tem compromisso com o desenvolvimento sustentável, restringem sua responsabilidade ambiental ao atendimento à legislação de controle da poluição ou avaliação de impactos ambientais. (FERREIRA, 1999, p. 36).

Segundo Leão e Falcão (2002, p. 10), na sociedade moderna, ser ambientalmente responsável significa atender às necessidades sociais e éticas. Significa, também, identificar processos produtivos eficientes; gerenciar resíduos e energia; aumentar as vendas através de vantagens competitivas; reduzir custos, consumo de energia, de água e de matérias-primas; atender os clientes diretos e indiretos e a comunidade em geral.

Ao considerar que a motivação do turismo em várias regiões do mundo está relacionada à conservação do recurso natural, deve ser previsto, diante das necessidades ambientais criadas pela a execução do turismo, cuidado com a manutenção desses ambientes naturais. A atividade hoteleira já foi considerada uma indústria sem chaminés, pois a poluição era mínima e não afetaria o equilíbrio ecológico. Porém, com o passar dos anos, as pesquisas revelam que a indústria hoteleira é capaz de poluir tanto quanto qualquer indústria com rotinas bem definidas.

Para Ziembowics (2003, p. 78), a empresa deve ser vista como parte integrante da sociedade e, por isso, com o dever de participar de forma responsável para a solução dos problemas socioambientais existentes nas comunidades em que está inserida.

Para compreender a influência que os meios de hospedagem exercem sobre o meio ambiente, é interessante analisar como se dá o processo desde o estágio da matéria-prima (uso dos recursos); o processo do meio de hospedagem (o processo em si) até a geração de resíduos (resultado pós-processo). Para Ferrari (2006, p. 39), o sistema hoteleiro é composto por três estágios, **input** (considerado o primeiro momento, quando matéria-prima, que por muitas vezes é o ambiente, para a criação do produto hoteleiro); **promoção** (fase em que o produto hoteleiro está visível e pronto para ser consumido); **output** (fase final do processo, quando as emissões e os resíduos dos produtos aparecem).

Estudos recentes (AMORIM; RAMOS, 2003; FERREIRA, 1999) discutem que a necessidade da competição imposta por uma perspectiva de mundo globalizado impõe condições e modifica posturas mediante um mercado mais exigente ambientalmente. Segundo Amorim e Ramos (2003, p. 1), a preocupação ambiental entrou na vida das empresas turísticas para ficar. A discussão da sustentabilidade, como condição básica e indispensável

para o desenvolvimento, há muito, saiu do campo teórico para fazer parte das decisões estratégicas de empresas. Para Ferreira (1999, p. 2), a empresa meramente comercial, mercantilista, passou a ter as características de uma unidade sociopolítica, com a inclusão de aspectos como qualidade de vida, relacionamento social, respeito ao consumidor e seu inter-relacionamento com o meio ambiente. No mundo inteiro, a bandeira da proteção ambiental conquistou um espaço relevante em âmbito nacional e internacional e vem sendo incorporada cada dia mais pela maior parte das empresas. Essa nova postura adotada pelas empresas deve-se, principalmente, a uma tomada de consciência que, sem dúvida, é fruto da pressão e da mobilização da sociedade. (LEÃO; FALCÃO, 2002, p. 7). Para Leão e Falcão (2002, p. 9), ser uma empresa ecológica é uma decisão politicamente correta, mas também, uma estratégia empresarial proativa e sustentável.

A degradação ambiental faz parte da realidade do turismo. A falta de uma política clara de gerenciamento de resíduos sólidos, tratamento de efluentes, controle de energia e água, faz com que os impactos causados pelos meios de hospedagem sejam cada vez maiores. Porém, a existência de pressões externas faz com que os meios de hospedagem comecem a adotar posturas mais sustentáveis. Para Kinlaw (1993), as condições impostas para a produção acabam por gerar pressões externas sobre as empresas, para que estas respondam a questões ambientais. Elas podem ser elencadas juntamente com os seguintes aspectos: a) observância da lei; b) multas e custos punitivos; c) culpabilidade pessoal e prisão; d) organizações ativistas; e) cidadania despertada; f) sociedade, coalizões e associações; g) códigos internacionais de desempenho ambiental; h) investidores ambientalmente conscientes; i) preferência do consumidor; j) mercados globais; l) política global; m) concorrência e n) outras pressões.

Já para Miranda, Samudio e Dourado (apud GONÇALVES, 2004, p. 46), dentre as principais fontes de pressão, destacam-se: a) consumidores verdes; b) grupos de pressão; c) empresas de seguro e d) investidores verdes. Por consumidor verde o autor considera aqueles que levam em conta a variável ambiental como fator determinante na compra do produto.

De Conto (2001) salienta que, apesar de todas as pressões existentes, as situações favoráveis para uma produção mais limpa podem não ser suficientes. A autora diz que,

a geração constante de resíduos sólidos vem se tornando cada vez mais um problema nos empreendimentos hoteleiros. A dificuldade na aplicação da legislação, a escassez de recursos humanos, financeiros e de informações disponíveis sobre o fenômeno de resíduos sólidos são alguns dos principais obstáculos para a prevenção e o controle de gerenciamento de tais resíduos. (DE CONTO, 2001, p. 57).

Petkow, Cury e Grande (2003, p. 4) afirmam que os resíduos gerados no setor hoteleiro precisam ter um destino que pode ser a reciclagem, a reutilização, a recuperação ou o destino final. O tratamento adequado dos resíduos pode eliminar em parte os impactos negativos do setor de hospedagem.

Sattler (2004), que lida com as questões ambientais na arquitetura, afirma que as construções deveriam ser sustentáveis. Para Sattler (2004, p. 263), as edificações sustentáveis partem das seguintes premissas conceituais: a) os princípios da sustentabilidade devem orientar diretamente o processo de desenvolvimento do projeto; b) uma abordagem sistêmica deve ser adotada; c) o processo deve considerar, tanto quanto possível, ciclos locais para o fluxo de materiais e energia envolvidos; d) o projeto deve tentar refletir os processos que ocorrem na natureza e aplicar seus princípios; e) como o ser humano e a sustentabilidade se constituem no principal objetivo de cada projeto, o uso de produtos que sabidamente apresentam ameaça à saúde humana e ao meio ambiente, em qualquer etapa do ciclo de vida, deve ser eliminado ou, se isso não for possível, minimizado; f) como a sustentabilidade humana requer a preservação da natureza, aquilo que se aplica aos humanos deve ser aplicado também às milhares de outras espécies com as quais compartilhamos este planeta.

Ainda para Sattler (2004, p. 264), é oportuno notar quais fatores devem ser considerados numa construção. Para ele existem objetivos-chave para propor projetos de edificações sustentáveis: a) minimizar o consumo de energia e materiais, a fim de maximizar elementos contribuintes a uma construção mais saudável; b) promover o comprometimento e a responsabilidade social, de modo a proporcionar emprego e renda para o maior número de pessoas possível, dentro do contexto das possibilidades econômicas; c) estimular o desenvolvimento e a pesquisa sobre opções de produção que estejam em harmonia com a cultura local e que maximizem a geração de emprego e renda; d) utilizar processos participativos, incluindo clientes e usuários finais, sempre que possível; e) considerar o impacto de todos os produtos utilizados em todo o período de produção e uso. Os conceitos de análise do ciclo de vida e pegada ecológica devem ser familiares aos planejadores; f) ter claro que, tanto mais sustentável é a construção quanto mais for precedida por projetos de arquitetura sustentável, bem como adequada orientação para todos os que venham a executar o trabalho; g) na seqüência dos objetivos acima, o projeto finalizado deve ser gerenciado por pessoas que partilham e entendem conceitos de sustentabilidade.

Para Stevens (1992, p. 26), a adoção de tecnologia limpa representa três quartos (3/4) do valor utilizado para tratar os resíduos gerados na produção. Também o autor comenta que

existirá uma grande cobrança de mercado quanto às relações das indústrias com o meio ambiente. Ele esclarece que essa adoção pode ser o único caminho para a preservação dos recursos naturais escassos.

Para Ferreira,

cada organização tem sua maneira de tratar estas questões, dependendo de sua cultura, interesses, prioridades e conscientização da equipe funcional. A introdução das variáveis ambientais no sistema de classificação de hotéis deverá distinguir e valorizar as empresas que possuem um Sistema de Gestão Ambiental, para que se sintam estimuladas a manter as qualidades do ambiente natural e investir na melhoria dos ambientes por elas construídos. (FERREIRA, 1999, p. 9).

Apesar de ser adotado como fator estratégico, o compromisso com o meio ambiente traz benefícios para a economia do empreendimento e consolida as práticas ambientais como um bom investimento. A competitividade se assegura como uma variável de existência da organização até o possível sucesso. Para Gonçalves (2004, p. 48), “uma das alternativas que atendem aos padrões de exigência da economia é a vantagem competitiva baseada da variável ambiental, que pode ser adequada por meio de inserção da preocupação com a qualidade ambiental nos processos empresariais”.

Com o objetivo de se tornarem mais competitivos, os meios de hospedagem devem reavaliar seus conceitos de operação. Dessa forma, a variável ambiental se estabelece como fator de competitividade. Entende-se por isso também o controle de gastos supérfluos, como o desperdício de água e energia; inexistência de programa de gestão de resíduos sólidos; falta de tratamento de efluentes; falta de controle da qualidade da água de abastecimento e implementação de energia limpa, que venha a contribuir à melhoria da qualidade ambiental do empreendimento.

## **2.5 Meios de hospedagem x responsabilidade ambiental**

Os meios de hospedagem são responsáveis por grande parte dos fundos gerados na atividade do turismo. Para o turismo, são considerados a espinha dorsal da atividade. Além disso, são também os empreendimentos que mais poluem nesse segmento. Assim como os hóspedes, os meios de hospedagem também estabelecem relação de responsabilidade com o ambiente, porém diferentemente dos hóspedes são diretamente responsáveis pelo dano causado.

Para Ziembowics (2003, p. 122), a responsabilidade ambiental é de incumbência da sociedade, do Estado e da empresa, os quais, atuando de forma conjunta para a resolução dos problemas ecológicos e sociais, colaboram para o surgimento de um novo modo de agir coletivo, preocupado com o desenvolvimento do ser humano e com a preservação da natureza. O autor define a empresa que tem uma postura socioambiental responsável, como empresacidadã. Para ele a empresa não deve se preocupar somente com a satisfação financeira de seus acionistas, mas, fundamentalmente, com a qualidade de vida das pessoas. (ZIEMBOWICS, 2003, p. 78).

Para o mesmo autor (2003, p. 81), empresa cidadã é aquela que possui consciência social, identificando-se com a consciência social, cívica e individual do cidadão, contribuindo para o bom desenvolvimento da sociedade, mediante ações sociais que incidam sobre as suas principais carências.

Alguns autores (ABREU, 2001; FERREIRA, 1999; ERDOGAN; BARIS, 2007; CESA; DE CONTO, 2003; ZIEMBOWICS, 2003; DE CONTO et al. 2004; Da Silva et al. 2006; ALMEIDA JÚNIOR; OLIVEIRA, 2004) tratam em seus estudos do comportamento devido de empresas e empreendimentos turísticos em relação ao ambiente.

Para Cesa e De Conto (2003, p. 4), as empresas constituintes da atividade turística, nelas incluídas os meios de hospedagem, são estimuladas a agir de maneira responsável, principalmente por conta da consciência da importância que a qualidade ambiental representa para o futuro de seus negócios e do temor de terem suas atividades regulamentadas oficialmente, caso não tomem iniciativas voluntárias, a fim de promoverem ações socioambientais responsáveis.

Para Abreu (2001, p. 19), a responsabilidade ética e ambiental é fator que caracteriza os hóspedes verdes na sociedade. Segundo a autora, os hóspedes verdes já estão influenciando o mundo dos negócios, definindo com precisão os tipos de produtos que querem adquirir e o perfil das empresas que querem repensar seus produtos, serviços e suas formas de gestão, buscando novas alternativas que não agridam o meio ambiente.

Já para Ferreira (1999, p. 3), um sistema de classificação de hospedagem, que leva em conta a variável ambiental e suas nuances poderá contribuir com a melhoria do desempenho empresarial em relação ao meio ambiente, à medida que se torne instrumento confiável de orientação ao consumidor e parâmetro de avaliação para órgãos de classe, governamentais e fiscalizadores.

Ao tratar de normas de comportamento de um empreendimento, a *International Hotels Environment Initiative* (IHEI) (1999), um órgão que desenvolve um programa para associados

e para melhoria ambiental na indústria hoteleira internacional, descreve seis razões para a adesão dos hotéis ao movimento ecológico:

**Redução dos custos** - Aumentando a eficiência e reduzindo o desperdício. Por exemplo, O Hotel Inter-Continental em Sydney, economizou em apenas um ano 24.000 dólares diminuindo a temperatura da água da lavanderia de 90°C para 60°C sem perda da qualidade dos serviços; **Antecipação à pressão do mercado** - tem aumentado o número de clientes que optam pelos hotéis com políticas ambientais; **Motivação dos colaboradores** - que associam os assuntos ambientais a empresas responsáveis, com administração dinâmica e avançada; **Melhoria da imagem** - ao associar o nome ou logotipo do hotel a eventos, publicações e ações de proteção ambiental; **Prevenção de riscos** - cresce o número de bancos que consideram o desempenho ambiental do hotel antes de conceder empréstimos e conformidade **com a legislação**. (IHEI, 1999, p. 32).

Diante disso, fica claro que a preservação ambiental deve ser revertida em forma de melhorias e redução de custos para quem a desenvolve. A evolução do turismo, aí inserido o sistema de hospedagem, de maneira conservacionista, deve ser orientada por princípios e normas. Beni (2004) acredita que as normas para a conservação dos recursos turísticos naturais podem conciliar o processo de gerenciamento com respeito às questões ambientais. O autor apresenta os seguintes aspectos:

**Estratégia:** Planejamento dos recursos turísticos naturais com base em planos, projetos, programas e atividades harmônicos com sua quantidade e qualidade;

**Preservação:** Salvar aqueles recursos que estão em risco de extinção, mediante a proibição de caçar, pescar e de arrancar vegetais. A preservação deve ser aliada à conservação entendida como o uso racional dos recursos naturais;

**Restauração:** Correção de erros de manejo em ecossistemas alterados: programas de reflorestamento, combate às pragas e erosão, regeneração do solo, conservação e tratamento da água;

**Reutilização:** Utilizar um recurso tantas vezes quantas seja possível na sua forma original e reciclagem que é a reutilização de matérias-primas em formas ou produtos diferentes. Exemplo: utilização da mesma embalagem, mais de uma vez e reciclagem de alumínio ou papelão para outras embalagens;

**Substituição:** Utilização de outros recursos em lugar daqueles em vias de extinção. Por exemplo a utilização da palmeira da pupunha (cultivada) ao invés do palmito nativo tradicional.

**Uso integral:** Satisfação de diferentes necessidades mediante um só recurso, isto é, o uso múltiplo. Como por exemplo, uma represa pode ser utilizada simultaneamente para geração de hidroeletricidade, abastecimento de água, piscicultura, esportes aquáticos, e componente paisagístico. (BENI, 2004, p. 89).

Erdogan e Baris (2006, p. 604) afirmam que o meio ambiente limpo é componente básico para a qualidade do serviço prestado em favor das indústrias de viagens, turismo e hotelaria. Ainda para os autores (p. 605), o principal obstáculo para transformar a consciência ambiental em uma prática dos meios de hospedagem é o fato de ter de assumir os custos de preservação ambiental. Para Erdogan e Baris (2006, p. 605), os princípios da sustentabilidade

passam por: mudança de padrão de consumo dos recursos naturais; gerenciamento de resíduos perigosos e resíduos sólidos, reuso, reciclagem e gerenciamento do reuso da água.

Ao considerar aspectos de funcionamento desses empreendimentos, De Conto et al. (2004, p. 1239) afirmam que o meio de hospedagem tem um papel ambiental importante e deve estar comprometido em desenvolver atitudes para utilizar significativas práticas ambientais em todos os processos; cumprir rigorosamente toda a legislação ambiental; minimizar o uso da energia, água e materiais; minimizar a geração de resíduos sólidos, reutilizando e reciclando; convidar os clientes, os fornecedores e os serviços terceirizados a participarem nos esforços para proteger o ambiente; fornecer a todos os funcionários treinamento e recursos requeridos para vir ao encontro dos objetivos traçados.

Para Almeida Junior e Oliveira (2004, p. 2), a gestão ambiental deve estar inserida em um contexto participativo, ligado às questões do desenvolvimento local, no qual a comunidade deve ser ativa na tomada de decisões, promovendo o planejamento e assim objetivando o desenvolvimento sustentável do território.

Segundo Da Silva et al. (2006, p. 2), a gestão ambiental permite que a empresa identifique os aspectos e impactos ambientais das suas ações em relação ao meio ambiente; as prioridades e as metas para o contínuo aperfeiçoamento da sua performance ambiental, para que a organização assuma responsabilidades pela implementação do treinamento, da monitoração, das ações corretivas, das reavaliações e do aprimoramento contínuo das práticas utilizadas, das metas e dos objetivos da própria gestão ambiental.

Para Ferreira:

Os objetivos do hotel, com relação ao meio ambiente, devem ser sempre compatíveis com o desenvolvimento sustentável, visando à minimização dos impactos ambientais negativos e maximização dos efeitos positivos e as suas metas devem ser consistentes com a política ambiental adotada, incluindo o compromisso com a preservação ambiental. (FERREIRA, 1999, p. 55).

É sabido que os meios de hospedagem são responsáveis diretos pelos danos ambientais causados ao meio ambiente. Portanto, é dever do empreendimento se portar de forma ética, diminuindo os impactos ambientais causados pelo processo de sua atividade. Devem ser levados em consideração aspectos legais e propostas de uma organização mais sustentável, pois se trata de um segmento no qual a competitividade é bastante acirrada e, por sua vez, os investimentos devem ser justificados.

## 2.6 Comportamento do consumidor no processo decisório

Por estar inserido num modelo de economia neoclássica, com características que privilegiam o livre mercado, o turismo apresenta aspectos interessantes quanto à sua regulação ambiental. O processo de regulação ambiental no turismo, mais propriamente entre hóspedes e meios de hospedagem, acontece diretamente e sem a intervenção do Estado. A economia do meio ambiente, uma vertente da economia neoclássica, ao tratar da questão ambiental e de seus processos degradatórios visa a contemplar os efeitos contrários causados pela produção. Para tal dá-se o nome de externalidade.

Almeida (1998, p. 27) define externalidade como efeitos interferentes ao funcionamento do meio ambiente, existentes durante o consumo ou a produção de um bem. Na economia do meio ambiente, as externalidades de uma produção são compensadas efetivamente no mercado, via sistema de preços. A principal característica da economia do meio ambiente é a valoração econômica dos recursos ambientais. Para Marques e Comune (2001, p. 24), os recursos ambientais desempenham funções econômicas, sendo entendidas como qualquer outro serviço que contribua para a melhoria do bem-estar, do padrão de vida, e para o desenvolvimento econômico e social.

Entretanto, como a maioria dos modelos existentes, esse também apresenta fragilidades. Para Almeida (1998, p. 28), o livre funcionamento do mercado, com ajustes via preço, falha na solução dos problemas relacionados ao meio ambiente, pois tende a maximizar os lucros, sem atingir o nível máximo de satisfação geral dos agentes. Isso significa dizer que a economia do meio ambiente trabalha com a proposta de que quanto mais for explorado e degradado o recurso natural, mais será pago por ele. Sob a análise dessa afirmação, é constatada uma falha, ao notar que o modelo não respeita a capacidade de resiliência do ambiente, a partir do momento que concede através da imposição de taxas, direitos de poluição para as indústrias e os consumidores.

Ao relacionar a regulação ambiental ao turismo, Coriolano (2002, p. 53) afirma que o mercado não apresenta condições de regular o uso do meio ambiente por si e que, portanto, o valor que a sociedade, em relação ao uso que cada indivíduo, atribui à importância do meio ambiente, não representa o valor que os empresários do turismo acreditam ter nessa mesma relação. Para Lopes (2004, p. 95), o consumidor é a razão de ser das empresas hoteleiras. Deve-se dar todo o valor às suas expectativas e buscar cada vez mais conhecer seu comportamento, suas atitudes e tendências, sua maneira de perceber o serviço e o que espera da qualidade de atendimento, buscando ouvi-lo e entendê-lo da melhor maneira possível.



A realidade ambiental do turismo está aquém do que se espera para um futuro saudável para as próximas gerações, e uma das explicações para isso é a dependência que se estabelece entre as relações monetárias, a fim de conceder melhorias ambientais comuns. Diante desse fato, o consumidor pode ser considerado uma peça importante no turismo, pois partem desse personagem as motivações para a escolha de um empreendimento para sua hospedagem. Para Swarbrooke e Horner (2002, p. 84), o turista é parte da cadeia de produção no turismo, pois tem poder de modificar espaços e estreitar opiniões de outros turistas, por desempenhar características próprias como humor, expectativas de viagem e experiência de vida, além de dividir espaços em comum em aeronaves, resorts e hotéis.

Como forma de tentar entender como ocorre o processo de compra, é interessante identificar os fatores motivadores de consumo, a fim de perceber a postura do consumidor na compra do produto turístico. Alguns estudos (ENGEL; BLACKWELL; MINIARD, 2000; ANDRADE, 2001; ACERENZA, 2002; GUARDANI; ARUCA; ARAUJO, 1996; SWARBROOKE; HORNER, 2002; RUSCHMANN, 2001; LOPES, 2004) abordam as questões de consumo, por meio de modelos e teorias de comportamento do consumidor na escolha do produto. Dentre esses, alguns vão além ao trazer propostas teóricas do consumo para o turismo. Segundo Lopes (2004, p. 90), o mais importante para entender o consumidor não é saber seus desejos e suas necessidades, que remetem ao passado, ou conhecer os modos de compra e uso de um produto ou serviço, mas as expectativas que o cercam e remetem ao futuro. Para Engel, Blackwell e Miniard (2000, p. 3), a definição do comportamento do consumidor está diretamente relacionada às atividades envolvidas na obtenção, no consumo e na disposição de produtos e serviços, incluindo os processos decisórios que precedem e seguem essa ação.

Diante dessa perspectiva de associação do produto com seus critérios de compra, alguns fatores são contemplados por boa parte dos autores desse tema. Para a maioria, os modelos decisórios partem da existência de cinco fases bem definidas nesse processo. A primeira, trata da identificação do problema ou carência; a segunda, está relacionada à busca por informações de produtos que possam sanar o problema ou a carência. A terceira fase é a avaliação das possíveis alternativas de compra; a quarta fase é o processo de escolha do produto, e a quinta fase trata de tudo que acontece após o produto.

Para Engel, Blackwell e Miniard (2000, p. 92), o modelo do processo de decisão implica sete estágios. Segundo os autores, o primeiro estágio está relacionado ao reconhecimento das necessidades. Esse estágio normalmente é motivado pelo estado de necessidade e de desejo. A segunda etapa busca informações sobre o produto desejado, as quais podem estar

armazenadas na memória, ou adquire informações de terceiros. A terceira fase é chamada de avaliação de alternativas pré-compra, e é caracterizada pela avaliação da expectativa gerada pelo produto, de suprir necessidades e benefícios. Na quarta etapa, acontece o processo de compra, quando o produto é adquirido. O quinto estágio é denominado pelo autor de consumo, quando o produto adquirido é utilizado. Na sexta etapa, acontece o que os autores chamam de avaliação de alternativas pós-compra. Nesse momento, verifica-se o grau de satisfação, de acordo com as expectativas esperadas. Por fim, a sétima etapa que é caracterizada pelo descarte, que tem como característica a disposição do produto.

Para entender o comportamento do turista, é interessante trazer para a discussão as contribuições dadas por alguns autores. Para eles, o produto turístico apresenta características diferenciadas dos outros produtos oferecidos no mercado. Portanto, necessita de cuidados na sua visualização como produto. Para Acerenza (2002, p. 244), o produto turístico é definido como o conjunto de prestações materiais ou imateriais que se oferecem, com o propósito de satisfazer os desejos ou as expectativas do turista. Acerenza (2002, p. 244) divide o produto turístico em três elementos: a) os atrativos que correspondem aos atributos naturais, culturais e eventos programados, para o autor correspondem aos principais elementos de escolha da destinação; b) infra-estrutura que é composta por serviços responsáveis pela manutenção do turista na localidade, tais como alojamento, alimentação e seu entretenimento. Para o autor, esse elemento por vezes não é responsável pela geração de fluxos turísticos, porém possibilita ao turista sua manutenção na destinação e c) acesso, formado pelos mecanismos de acessibilidade do turista para chegar ao local desejado.

Segundo Guardani, Aruca e Araujo:

O produto turístico é formado por atrações, infra-estrutura e acessibilidade. Dessa forma, a decisão de compra de um produto turístico é determinada por vários aspectos, como o tipo e número de atrações, facilidades e acessibilidade que o compõem, que se relacionam com expectativas do turista conforme o tipo de viagem que deseja realizar, bem como o tempo disponível e a quantidade de dinheiro a serem gastos na viagem. (1996, p. 23)

Conforme Ruschmann (2001, p. 25), o produto turístico apresenta particularidades diante dos demais produtos. Dentre algumas características que o distinguem de outros produtos, estão: a) é um produto material e intangível, não podendo ser avaliado antes do consumo; b) a produção e o consumo acontecem simultaneamente no mesmo lugar; c) não pode ser transportado; d) não pode ser estocado; e) a qualidade dos agentes interferentes na formação do produto turístico dificilmente pode ser mensurada; f) existe uma necessidade sistêmica de existência dos fatores que compõem o produto turístico; g) é mais frágil a

sazonalidade; h) é estático; i) não passa a ser possuído pelo consumidor através da compra e j) uma vez adquirido, pode ser vendido novamente e utilizado por outros turistas. Segundo Swarbrooke e Horner (2002, p. 83), o produto turístico é complexo diante de sua conceituação e das limitações. Para o autor, o produto turístico compreende elementos tangíveis, como leitões de hotéis, restaurantes, assim como elementos intangíveis.

Já para Engel, Blackwell e Miniard (2000, p. 93), o consumidor é atraído por alguns fatores que são basicamente influenciados por três categorias. São elas as diferenças individuais; as influências ambientais (influências de terceiros) e os processos psicológicos. Para o autor, as diferenças individuais podem ser divididas em: a) recursos do consumidor; b) conhecimento; c) atitudes; d) motivação e e) personalidade. Já as influências ambientais tendem a seguir as seguintes motivações: a) cultura; b) classe social; c) influência pessoal; d) família e e) situação. O autor ainda afirma que os processos psicológicos são divididos em: a) informação em processamento; b) aprendizagem; c) mudança de atividade e d) comportamento.

Segundo Andrade (2001, p. 9), além das características de comportamento do consumidor, o autor ressalta a importância de três indicadores para a realização do consumo no turismo. Para ele, o nível de renda, os preços dos serviços turísticos e os custos de transportes apresentam grande interferência na escolha do produto. O mesmo autor, ao tratar de questões isoladas, diante de interrogações sobre o que faz o turista consumir um produto, considera que, se o turista optar pela escolha de um lugar ensolarado, características como horas de sol; número de pessoas nas praias; tipos de acomodações disponíveis; tempo para acessibilidade e disponibilidade de transportes de acesso são fatores relevantes para a escolha. Para Andrade (2001), as motivações são flexíveis e dependem da situação de compra.

Algumas motivações exercem impacto na escolha do produto pelo turista. Para Swarbrooke e Horner, essas razões podem ser apontados como motivações culturais; pelo *status*; desenvolvimento pessoal; motivações pessoais, emocionais e físicas.

Algumas motivações exercem um impacto na escolha do produto pelo turista, para o autor, são elas: a) Culturais – visitas a lugares e vivência de outras culturas; b) Status – exclusividade, fator moda, fazer um bom negócio e oportunidade de gastar de maneira ostensiva; c) Desenvolvimento pessoal – aumentar conhecimentos e aprender algo novo; d) Pessoais – visitar amigos e parentes, fazer novos amigos, necessidade de satisfazer outras pessoas e fazer economia em caso de rendimentos reduzidos; e) Emocionais – nostalgia, romance, aventura, escapismo, fantasia e busca de alimento espiritual; f) físicos – relaxamento, banho de sol, sexo, exercício e saúde. (2002, p. 86).

Alguns autores (NOVAES, 2005; DA SILVA et al. 2006; LOPES, 2004; PETKOW; CURY; GRANDE, 2003; SWARBROOKE, 2000; SWARBROOKE; HORNER, 2002) acreditam que práticas ambientais, além de produzirem um reflexo de melhorias à sociedade, funcionam como marketing positivo atrelando ao produto novos segmentos motivacionais de consumo. Novaes (2005, p. 3), em seu estudo, evidencia a existência de um amplo espaço para um ajustamento educacional e econômico dos consumidores, devido a uma necessidade de adequação racional do consumo.

Perante essas afirmações é visível a necessidade de práticas ambientalmente responsáveis serem implementadas no funcionamento de empreendimentos turísticos. De acordo com Da Silva et al. (2006, p. 1), a ascendente crise ambiental fez com que as organizações, nas últimas três décadas, passassem gradualmente a considerar os efeitos da ação do homem no meio ambiente, sendo estabelecidos conceitos, princípios e práticas com o propósito de adequar as organizações às práticas ambientalmente corretas, tais como a gestão ambiental.

Abreu (2001) salienta que os turistas verdes apresentam outro comportamento em relação aos focos de escolha de um produto turístico, quando comparados com o restante dos turistas. As escolhas seguem aspectos que levam em consideração fatores como a variável ambiental e a forma como ela é tratada. Para Lopes (2004, p. 91), diante das evidências que levam a uma nova possibilidade de mercado, dirigido às necessidades e às ideologias, afirma que os clientes têm se mostrado cada vez mais informados e conscientes de seu poder de compra e de sua responsabilidade sobre isso.

Ao estabelecer critérios econômicos para as questões ambientais, Petkow, Cury e Grande (2003, p. 11) apontam para a existência de uma tendência para a conscientização do relacionamento entre o homem e o ambiente, motivando as ações de conservação do recurso ambiental. Os autores afirmam que em decorrência desse fenômeno, estão ocorrendo motivações para proteger, conservar e valorizar os aspectos ambientais.

Os turistas verdes apresentam focos de interesse na escolha de um produto turístico. Segundo Swarbrooke e Horner (2002, p. 262), a vida selvagem, os transportes, as atividades esportivas, as novas construções, as práticas operacionais de organizações de turismo, a poluição, usos dos recursos e a conservação são as principais motivações.

- a) vida selvagem – zoológicos, safáris, caça e uso de animais para entreter os turistas;
- b) transporte – poluição causada por viagens via terrestre e aérea, a construção de infra-estrutura de transportes e campos verdejantes e habitats de vida selvagem e o uso de fontes de energia por ar e transporte rodoviário;
- c) atividades esportivas construção de campos de golf e erosão provocada por caminhadas cavalgadas e

montanhismo; d) novas construções - escala, localização, materiais e forma; e) práticas operacionais de organizações de turismo reciclagem, compras, disposição de resíduos e consumo de energia; f) poluição do ar, da água, sonora e visual; g) uso de recursos - água, terra e alimentos; h) conservação - paisagens, vida selvagem e paisagens urbanas. (SWARBROOKE; HORNER, 2002, p. 262).

Num direcionamento ambiental, Novaes (2005, p. 7) conclui que, ao ser utilizada como estratégia de mercado, a gestão ambiental abrange novos segmentos, fortalece a imagem ecológica, reduz os custos operacionais, melhora o desempenho das atividades, reduz os riscos, e cria, assim, um diferencial competitivo para os meios de hospedagem do meio rural.

Segundo Ottman (1998, p. 12), por conta das pesquisas relacionadas ao desenvolvimento sustentável, ocorreu nos últimos anos um aumento pela procura de oportunidades nas áreas de eficiência de energia, fontes de energia renováveis, agricultura alternativa e reciclagem. Essa procura se deve à construção de produtos eficientes, os quais contemplam os aspectos de serem benquistos pelo mercado e têm um custo de operação barato. Como exemplo, a autora cita os computadores, que quando não são usados, desligam automaticamente algumas fontes de energia.

Para Ottman (1996, p.13), alguns componentes têm extrema importância para se montar uma estratégia de marketing para consumidores verdes. São eles: reformular o produto para que ele cumpra as principais exigências de consumo; educar em prol dos benefícios ambientais trazidos pelo produto; tratar da educação ambiental nos produtos; formar alianças com grupos que lutam pela causa ambiental.

A fim de caracterizar os aspectos ambientais que se relacionam ao turismo ambientalmente responsável, é de extrema importância entender como o fenômeno de escolha do produto turístico se dá, para que os investimentos em práticas ambientais possam ser justificados. Por se tratar do hóspede - o principal sujeito da economia de um meio de hospedagem -, é interessante confrontar as informações com as perspectivas esperadas por ele.

### **3 MÉTODO DE COLETA DE DADOS**

#### **3.1 Características dos municípios onde os dados foram coletados**

A coleta dos dados para a construção deste estudo ocorreu em dois meios de hospedagem localizados nos municípios de Caxias do Sul e Canela, ambos no interior do Estado do Rio Grande do Sul.

##### ***3.1.1 Caxias do Sul***

O município de Caxias do Sul, situado no Planalto Meridional, localiza-se na Encosta Superior do Nordeste do Rio Grande do Sul, parte na extremidade leste da microrregião vitivinícola e parte no planalto dos Campos de Cima da Serra. Sua longitude: -51,179 graus e sua latitude: -29,168 graus. A cidade apresenta uma população de 412.053 habitantes (CAXIAS DO SUL, 2008a), é a segunda maior cidade do Estado do Rio Grande do Sul e também o segundo pólo metal-mecânico do País e um dos maiores da América Latina. Mais de 6.500 indústrias fazem com que o município responda por 6,5% do PIB do Rio Grande do Sul.

O município de Caxias do Sul produz aproximadamente 400 toneladas diárias de resíduos coletados por 230 trabalhadores do Departamento de Limpeza Urbana. A coleta dos resíduos sólidos orgânicos é realizada em todos os bairros e loteamentos da cidade. No centro e nos bairros próximos, é executada diariamente, e nos demais bairros, a coleta acontece três vezes por semana. O resíduo orgânico é destinado ao Aterro Sanitário Municipal São Giácomo. (CAXIAS DO SUL, 2008b).

Também realizada no sistema porta a porta, a coleta seletiva dos resíduos acontece em toda a área urbana e em parte da zona rural. A coleta seletiva começou no município em 1991, como experiência, em apenas um bairro da cidade. A partir de agosto de 1997, foi sendo ampliada aos poucos. O recolhimento passou a ser realizado em todos os bairros e loteamentos da cidade, com frequência relacionada à densidade de população, exceto na área central, onde a coleta é diária. São coletadas, no sistema porta a porta, aproximadamente 60 toneladas de resíduos seletivos. (CAXIAS DO SUL, 2008b).

O abastecimento de água no município de Caxias do Sul é de responsabilidade do Serviço Autônomo Municipal de Água e Esgoto (Samae); a rede de distribuição possui uma

extensão de 1.099,09 km. São ao todo cinco estações de tratamento e cinco bacias de captação. A Prefeitura Municipal colocou em funcionamento o Sistema Faxinal, garantindo abastecimento de água até o ano de 2030. O Samae está investindo cerca de R\$ 6 milhões de reais em melhorias no sistema de abastecimento de água. Entre elas estão a modernização de equipamentos e a ampliação da capacidade da Estação de Tratamento de Água (ETA), Parque da Imprensa, onde é tratada a água do Faxinal. De 2005 até agora, o Samae investiu cerca de R\$ 3,15 milhões em obras já concluídas. As obras em andamento representam investimentos de R\$ 3,2 milhões. Em três anos, o Samae substituiu mais de 30 quilômetros de redes obsoletas (SAMAE, 2008)

O tratamento de esgoto do município de Caxias do Sul é de responsabilidade do Samae. Historicamente, a população caxiense tinha seu esgoto sanitário coletado e afastado de forma individual, através de fossa e sumidouro ou fossa e posterior lançamento na rede de esgoto pluvial. Atualmente, o município apresenta Estações de Tratamento de Esgoto, que favorecem boa parte da população da cidade. (SAMAE, 2008b).

No que tange ao turismo em Caxias do Sul, a cidade é conhecida por fazer parte do roteiro da Uva e Vinho e por apresentar seus atrativos divididos em seis roteiros, sendo eles: a) La città; b) Caminhos da Colônia; c) Estrada do Imigrante; d) Ana Rech; e) Criúva e f) Vale Trentino. (CAXIAS DO SUL, 2008c).

É importante ressaltar a presença da Universidade de Caxias do Sul no município de Caxias do Sul, classificada como uma universidade comunitária. A Universidade tem seu principal campus situado na cidade de Caxias do Sul e apresenta mais nove unidades nas cidades de Bento Gonçalves, Vacaria, Guaporé, São Sebastião do Caí, Canela, Farroupilha, Nova Prata e Veranópolis. A Universidade apresenta cursos de graduação, superiores em curta duração, educação a distância, extensão e pós-graduação. A Unidade de Canela e o Campus de Bento Gonçalves sediam o curso de graduação em Turismo e, no Campus Central, funciona o Programa de Pós-Graduação em Turismo, PPGTUR. (UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL, 2008a). A Universidade iniciou projeto de pesquisa na área ambiental, na hotelaria e no turismo em 2001.

### ***3.1.2 Canela***

O município de Canela, situado na encosta da serra Geral, na porção nordeste do Estado do Rio Grande do Sul, compõe a Região das Hortênsias, juntamente com os

municípios de Gramado, Nova Petrópolis e São Francisco de Paula, constituindo-se essa região num dos mais importantes pólos do Sul do País, a 126 quilômetros da capital do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. Tem seus limites ao norte: Caxias do Sul; ao Sul: Três Coroas; ao Leste: São Francisco de Paula; a Oeste: Gramado. Sua coordenada geográfica está na latitude: 29° 20' 15" e longitude: 50° 53'. (CANELA, 2008a).

A cidade tem uma população de 40.147 habitantes, hoje dispõe de 1.311 estabelecimentos relacionados à atividade do turismo nessa região. O município de Canela apresenta 60 meios de hospedagem, sendo eles: 19 hotéis; 39 pousadas; um albergue e um *apart-hotel*, estes com 3.924 leitos disponíveis. O município tem sua economia baseada principalmente no turismo e na agricultura. O município de Canela tem, como característica, a promoção de eventos durante todo o ano. Os mais importantes são: a) Rodeio Crioulo Nacional de Canela – janeiro; b) Chocofest – março e abril; c) Páscoa em Canela e Semana Santa – março e abril; d) Festa de Nossa Sr<sup>a</sup> de Caravágio – maio; e) a Temporada de Inverno em Canela – junho a setembro; f) Festival Internacional de Teatro de Bonecos – junho; g) Festa Nacional da Música – agosto; h) Sonho de Natal – novembro e dezembro. (CANELA, 2008b).

O abastecimento de água e o tratamento de esgoto do município é responsabilidade da Companhia Riograndense de Saneamento (Corsan) – Superintendência Região Nordeste. A zona em que a cidade de Canela se encontra é mantida por uma barragem na cidade de Bento Gonçalves, um reservatório de água na cidade de Teutônia e três estações de tratamento de água situadas nas cidades de Nova Prata, Lajeado e Montenegro. Com relação ao esgoto de Canela, apenas 33% da população tem rede cloacal. O restante é tratado com fossa, filtro e sumidouro. Os loteamentos novos já estão sendo implementados com Estação de Tratamento de Esgotos. (CORSAN, 2008).

A Universidade de Caxias do Sul apresenta unidade na cidade de Canela. O Núcleo Universitário de Canela (Nucan) funciona há 23 anos e é formado pelo departamento de Turismo e Hotelaria e pelos cursos de graduação: a) Bacharelado em Administração; Bacharelado em Direito; c) Bacharelado em Turismo; d) Tecnologia em Análise e Desenvolvimento de Sistemas; e) Bacharelado em Hotelaria e f) Tecnologia em Hotelaria. (UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL, 2008b).



### 3.2 Seleção dos meios de hospedagem

A escolha dos meios de hospedagem ocorreu baseada nos seguintes critérios: a) os meios de hospedagem apresentam histórico de cooperação com a Universidade de Caxias do Sul, para a realização de pesquisas e b) desenvolvem ações ambientais. No sentido de dar continuidade às pesquisas e dissertações geradas na UCS, a presente pesquisa foi desenvolvida em uma pousada (Canela) e em um hotel (Caxias do Sul).

#### 3.2.1 Características dos meios de hospedagem

O primeiro meio de hospedagem localiza-se na cidade de Caxias do Sul. O estabelecimento possui 90 Unidades Habitacionais (UHs) divididas em apartamentos de luxo, apartamentos executivos, apartamentos standard, suítes de luxo e suítes executivas. O hotel desenvolve palestras relacionadas à sensibilização ambiental aos administradores e colaboradores; separa os resíduos sólidos para a reciclagem; incentiva projetos de pesquisa.

O espaço físico do meio de hospedagem se define por:

- a. Noventa Unidades Habitacionais;
- b. Recepção;
- c. Três salas executivas para pequenas reuniões ou entrevistas;
- d. Três salas de eventos para eventos ou reuniões;
- e. Sala para ginástica;
- f. Salão para Jogos;
- g. Solarium;
- h. Lavanderia;
- i. Espaço-arte;
- j. Bar e *coffee shop*;
- k. Garagem no subsolo.

O segundo meio de hospedagem é uma pousada na cidade de Canela. O meio de hospedagem comporta 15 Unidades Habitacionais (UHs) divididas em três tipos: a) suítes standard; b) suítes de luxo e c) suítes superluxo. A pousada desenvolve atividades relacionadas à sensibilização ambiental de colaboradores e hóspedes, separa os resíduos sólidos para a reciclagem, reaproveita a água da chuva e incentiva estudos sobre o comportamento ambientalmente responsável.

O espaço físico do meio de hospedagem se define por:

- a. Quinze apartamentos;
- b. Recepção;
- c. Salão de café;
- d. Sala da lareira e
- e. Estacionamento.

### **3.3 Sujeitos**

O estudo contempla os hóspedes durante períodos de alta e de baixa estação. Todos os hóspedes foram solicitados a preencher o questionário durante os períodos de pesquisa.

### **3.4 Instrumento para coleta de dados**

#### ***3.4.1 Ferramenta estatística***

Para o cruzamento dos dados colhidos no questionário, foi utilizado o programa *SPSS 15.0 for Windows*. Esse programa funciona através de inserção de dados e variáveis em uma planilha. Essa ferramenta permite estabelecer relações entre variáveis que, *a priori*, podem não deixar visível sua importância. Como forma de aproveitar melhor os dados em uma interpretação criteriosa, essa ferramenta é um adicional para as possibilidades de análises.

#### ***3.4.2 Procedimentos para a elaboração do questionário***

Para a elaboração do questionário (Apêndice A), foram considerados estudos que envolvem o consumidor e pesquisas já realizadas e em desenvolvimento pela Universidade de Caxias do Sul.

A fim de testar o questionário, foram escolhidas três pessoas que viajam e se hospedam com frequência em meio de hospedagem. A primeira parte do questionário está relacionada a perguntas sobre os dados pessoais dos hóspedes, no qual são contemplados dados como: a) idade; b) gênero; c) escolaridade; d) motivos da viagem; e) município de

origem; f) informação sobre responsabilidade ambiental e g) como obteve informações do município e do meio de hospedagem visitado.

Na segunda parte do questionário, intitulado “Motivos para escolha do destino turístico e dos meios de hospedagem”, foram utilizadas questões que buscam identificar motivações e percepções dos hóspedes em relação à variável ambiental. Essa parte contemplou situações como: a) informações sobre o conhecimento da situação de saneamento básico (água de abastecimento, resíduos sólidos e tratamento de esgoto) do município de origem dos hóspedes; b) informações sobre o conhecimento da situação de saneamento básico do destino turístico; c) informações sobre a separação dos resíduos sólidos em casa e nos meios de hospedagem; d) informações sobre o saneamento básico (água de abastecimento, resíduos sólidos e tratamento de esgoto) e práticas ambientais serem fatores decisivos na escolha do destino turístico e e) informações sobre o compromisso do hóspede e dos meios de hospedagem com a preservação do meio ambiente.

### ***3.4.3 Procedimento para aplicação dos questionários***

Os questionários foram aplicados em quatro momentos distintos em cada um dos meios de hospedagem. Foram escolhidas, mediante análise de data duas épocas de baixa estação e duas de alta estação por empreendimento. Durante essas épocas, entre a colocação e a retirada dos questionários, transcorreram 7 dias. Os questionários foram colocados nos meios de hospedagem sob supervisão dos proprietários e das recepcionistas. Cada hóspede, ao dar entrada no hotel recebeu um questionário e, na sua saída (Apêndice B), foi solicitado a devolvê-lo.

O município de Caxias do Sul, segundo a Secretaria de Turismo, apresenta um turismo motivado basicamente por negócios. Por tal, o município apresenta um calendário turístico bastante diferenciado da maioria dos destinos de lazer, seguindo uma regularidade durante o ano. A temporada de alta estação caracteriza-se pelo acontecimento de grandes feiras e eventos de negócios na região. As temporadas de baixa estação são caracterizadas por feriados e férias escolares. Dessa forma, foi constatado que seria interessante a aplicação dos questionários nos períodos indicados no quadro 1.

<b>QUESTIONÁRIO</b>	<b>MUNICÍPIO</b>	<b>DATA/ ÉPOCA</b>
I	CAXIAS DO SUL	17/3/2007 – 23/3/2007 / ALTA ESTAÇÃO
II	CAXIAS DO SUL	21/4/2007 – 28/4/2007 / BAIXA ESTAÇÃO
III	CAXIAS DO SUL	04/6/2007 – 11/6/2007 / BAIXA ESTAÇÃO
IV	CAXIAS DO SUL	22/10/2007 – 27/10/2007 / ALTA ESTAÇÃO

Quadro 1: Calendário de coletas no município de Caxias do Sul

Na primeira coleta, que aconteceu no período de 17 de março a 23 de março de 2007, são apresentadas características de alta estação. Nessa ocasião, aconteceu no município de Bento Gonçalves-RS a Feira Internacional de Máquinas, Matérias-Primas e Acessórios, a Fimma.

Na segunda coleta, que aconteceu no período de 21 de abril a 28 de abril de 2007, o município registra um período de baixa estação.

Na terceira coleta, que aconteceu no período de quatro de junho a 11 de junho de 2007, a cidade apresenta temporada de baixa estação. Nessa semana, aconteceu o feriado de *Corpus Christi*.

Na quarta coleta, que aconteceu no período de 23 de outubro a 28 de outubro de 2007, foi realizada a Feira de Subcontratação e Inovação Industrial (Mercopar). Nesse período, o município apresenta período de alta estação.

O município de Canela, segundo sua Secretaria de Turismo, tem os períodos de baixa estação nos meses de janeiro, fevereiro, março e semanas anteriores e posteriores aos eventos (segunda semana de maio e primeira semana de junho). No restante do ano, a cidade apresenta-se em alta estação. A sazonalidade turística do município é explicada pelo acontecimento de eventos. Para o empreendimento de Canela, foram agendados conforme os períodos, do quadro 2.

<b>QUESTIONÁRIO</b>	<b>MUNICÍPIO</b>	<b>DATA/ ÉPOCA</b>
I	CANELA	7/5/2007 – 14/5/2007 / BAIXA ESTAÇÃO
II	CANELA	4/6/2007 – 11/6/2007 / BAIXA ESTAÇÃO
III	CANELA	23/7/2007 – 30/7/2007 / ALTA ESTAÇÃO

QUESTIONÁRIO	MUNICÍPIO	DATA/ ÉPOCA
IV	CANELA	11/8/2007 – 18/8/2007 / ALTA ESTAÇÃO

Quadro 2: Calendário de coletas no município de Canela

### 3.4.4 Frequência de hóspedes em relação aos questionários respondidos

Para acompanhar o número de entradas de hóspedes e entregas de questionários, foram criadas tabelas para os meios de hospedagem dos municípios de Canela e Caxias do Sul, contendo os seguintes pontos: a) número da coleta; b) período de coleta; c) número de *check ins*; d) número de questionários entregue aos hóspedes; e) número de questionários devolvidos preenchidos; f) número de questionários devolvidos em branco; g) total de questionários devolvidos; h) total de questionários não devolvidos e i) critério de seleção para a data da coleta.

Coleta	Período	Número de check ins	Questionários entregue aos hóspedes	Questionários devolvidos			Não devolvidos	Critério de seleção
				Preenchidos	Em branco	Total		
1	7 - 14/5/2007	31	31	3	26	29	2	Sem eventos
2	4 - 11/6/2007	33	33	2	28	30	3	Sem eventos
3	23 - 30/7/2007	51	51	3	42	45	6	Férias de Julho
4	11 - 18/8/2007	38	38	8	28	36	2	Festival de Cinema de Gramado
	<b>TOTAL</b>	<b>153</b>	<b>153</b>	<b>16</b>	<b>124</b>	<b>140</b>	<b>13</b>	

Quadro 3: Controle de questionários no meio de hospedagem do município de Canela

Coleta	Período	Número de check ins	Questionários entregue aos hóspedes	Questionários devolvidos			Não devolvidos	Critério de seleção
				Preenchidos	Em branco	Total		
1	17 - 23/3/2007	377	149	67	4	71	78	Fimma
2	21 - 28/4/2007	352	139	39	0	39	100	Sem evento
3	4 - 11/6/2007	294	112	56	1	57	55	Sem evento
4	22 - 27/10/2007	245	212	79	64	143	69	Mercopar
	<b>TOTAL</b>	<b>1268</b>	<b>612</b>	<b>241</b>	<b>69</b>	<b>310</b>	<b>302</b>	

Quadro 4: Controle de questionários no meio de hospedagem do município de Caxias do Sul

#### **4 INFORMAÇÕES SOBRE DADOS PESSOAIS E MOTIVAÇÕES DE HÓSPEDES DE DOIS MEIOS DE HOSPEDAGEM**

Neste capítulo são apresentadas as tabelas correspondentes aos meios de hospedagem dos municípios de Canela e de Caxias do Sul, contendo a distribuição de frequência e porcentagens das indicações dos sujeitos sobre: a) faixa etária; b) sexo; c) escolaridade dos sujeitos; d) informação quanto ao meio ambiente; e) motivos da viagem; f) cidade de origem; g) como obtiveram informações sobre o destino turístico e h) como obtiveram informações sobre o meio de hospedagem onde estão hospedados.

A tabela 1 apresenta a distribuição de frequência e porcentagens de indicações dos sujeitos sobre os dados pessoais (faixa etária, sexo, escolaridade e informações sobre o meio ambiente), referentes aos sujeitos do meio de hospedagem do município de Canela. Com relação à faixa etária, 37,5% dos hóspedes têm entre 31 e 39 anos, 25% deles têm entre 40 e 49 anos; 12,5% têm entre 25 e 30 anos; 6,25% têm entre 16 e 24 anos; 6,25% têm entre 50 e 59 anos e 6,25% não responderam a esse questionamento.

Diante dos dados contidos na tabela 1, em relação ao sexo dos sujeitos, verificou-se, que dos sujeitos questionados, 56,25% fazem parte do sexo masculino e que 43,75% são do sexo feminino. A partir da avaliação dos dados, no que tange às indicações referentes à escolaridade, pode-se concluir que, dos 16 sujeitos questionados, 37,5% apresentam Ensino Superior completo; 37,5% apresentam pós-graduação; 12,5% apresentam superior incompleto; 6,25% apresentam mestrado e 6,25% não responderam.

Em relação ao questionamento que indica “considerar-se bem-informado quanto ao meio ambiente”, 81,25% dos sujeitos declararam se considerar bem-informados quanto ao meio ambiente, enquanto que 6,25% responderam “não” se considerar bem-informados quanto ao meio ambiente; 6,25% declararam não ter certeza sobre a afirmação e, por fim, 6,25% não responderam ao questionamento.

A tabela 2 apresenta a distribuição de frequência e porcentagens de indicações dos sujeitos sobre os dados pessoais (faixa etária, sexo, escolaridade e sobre considerar-se bem informado sobre o meio ambiente), referentes aos sujeitos do meio de hospedagem do município de Caxias do Sul. Através dos dados, ao tratar da faixa etária dos sujeitos, constatou-se que 21,02% têm entre 40 e 49 anos; 15,25% têm entre 50 e 59 anos; 14,92% têm entre 25 e 30 anos; 12,88% têm entre 31 e 39 anos; 6,78% têm mais de 60 anos e 4,07% têm entre 16 e 24 anos. É interessante destacar que, na quarta semana, o número de hóspedes que

não respondeu ao questionário foi de 46,15%. Esse fato interferiu de forma significativa no fim da coleta desse meio de hospedagem, visto que 25,08% dos sujeitos não responderam.

Tabela 1 – Distribuição de frequência e porcentagem de indicações dos hóspedes sobre dados pessoais (faixa etária, sexo, escolaridade e informações sobre o meio ambiente), no meio de hospedagem do município de Canela

<b>Semanas</b>	<b>1a. (**)</b>		<b>2a. (**)</b>		<b>3a. (*)</b>		<b>4a. (*)</b>		<b>TOTAL</b>	
	(f)	(%)	(f)	(%)	(f)	(%)	(f)	(%)	(f)	(%)
<b>Dados pessoais dos hóspedes</b>										
<b>Faixa etária</b>										
31 – 39	2	66,67	1	50	2	66,67	1	12,5	6	37,5
40 – 49	1	33,33	-	-	1	33,33	2	25	4	25
25 - 30	-	-	-	-	-	-	2	25	2	12,5
16 – 24	-	-	-	-	-	-	1	12,5	1	6,25
50 – 59	-	-	-	-	-	-	1	12,5	1	6,25
Mais de 60	-	-	-	-	-	-	1	12,5	1	6,25
Não respondeu	-	-	1	50	-	-	-	-	1	6,25
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100</b>	<b>2</b>	<b>100</b>	<b>3</b>	<b>100</b>	<b>8</b>	<b>100</b>	<b>16</b>	<b>100</b>
<b>Sexo</b>										
Masculino	1	33,33	1	50	2	66,67	5	62,5	9	56,25
Feminino	2	66,67	1	50	1	33,33	3	37,5	7	43,75
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100</b>	<b>2</b>	<b>100</b>	<b>3</b>	<b>100</b>	<b>8</b>	<b>100</b>	<b>16</b>	<b>100</b>
<b>Escolaridade</b>										
Superior completo	-	-	-	-	1	33,33	5	62,5	6	37,5
Pós-Graduação	2	66,67	1	50	1	33,33	2	25	6	37,5
Superior incompleto	1	33,33	-	-	1	33,33	-	-	2	12,5
Mestrado	-	-	-	-	-	-	1	12,5	1	6,25
Não respondeu	-	-	1	50	-	-	-	-	1	6,25
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100</b>	<b>2</b>	<b>100</b>	<b>3</b>	<b>100</b>	<b>8</b>	<b>100</b>	<b>16</b>	<b>100</b>
<b>Considera-se bem-informado quanto ao meio ambiente</b>										
Sim	3	100	1	50	1	33,33	8	100	13	81,25
Não	-	-	-	-	1	33,33	-	-	1	6,25
Não tem certeza	-	-	-	-	1	33,33	-	-	1	6,25
Não respondeu	-	-	1	50	-	-	-	-	1	6,25
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100</b>	<b>2</b>	<b>100</b>	<b>3</b>	<b>100</b>	<b>8</b>	<b>100</b>	<b>16</b>	<b>100</b>

(\*) Semana de alta estação e com evento

(\*\*) Semana de baixa estação e sem evento



Tabela 2 – Distribuição de frequência e porcentagem de indicações dos hóspedes sobre dados pessoais (faixa etária, sexo, escolaridade e informações sobre o meio ambiente), no meio de hospedagem do município de Caxias do Sul

<b>Semanas</b>	<b>1a. (**)</b>		<b>2a. (*)</b>		<b>3a. (*)</b>		<b>4a. (**)</b>		<b>TOTAL</b>	
	(f)	(%)	(f)	(%)	(f)	(%)	(f)	(%)	(f)	(%)
<b>Dados Pessoais dos Hóspedes</b>										
<b>Faixa etária</b>										
Não respondeu	4	5,63	-	-	4	7,02	66	46,15	74	25,08
40 – 49	16	22,54	12	30,77	14	24,56	20	13,99	62	21,02
50 – 59	11	15,49	5	12,82	13	22,81	16	11,19	45	15,25
25 - 30	13	18,31	5	12,82	11	19,30	15	10,49	44	14,92
31 – 39	17	23,94	14	35,90	7	12,28	15	10,49	38	12,88
Mais de 60	3	4,23	2	5,13	7	12,28	8	5,59	20	6,78
16 – 24	7	9,86	1	2,56	1	1,75	3	2,10	12	4,07
<b>TOTAL</b>	<b>71</b>	<b>100</b>	<b>39</b>	<b>100</b>	<b>57</b>	<b>100</b>	<b>143</b>	<b>100</b>	<b>295</b>	<b>100</b>
<b>Sexo</b>										
Masculino	59	83,1	22	56,41	36	63,16	57	39,86	174	56,13
Não respondeu	4	5,63	1	2,56	3	5,26	64	44,76	72	23,23
Feminino	8	11,27	16	41,03	18	31,58	22	15,38	64	20,65
<b>TOTAL</b>	<b>71</b>	<b>100</b>	<b>39</b>	<b>100</b>	<b>57</b>	<b>100</b>	<b>143</b>	<b>100</b>	<b>310</b>	<b>100</b>
<b>Escolaridade</b>										
Não respondeu	6	8,45	-	-	1	1,75	64	44,76	71	22,90
Superior completo	15	21,13	17	43,59	13	22,81	24	16,78	69	22,26
Superior incompleto	14	19,72	8	20,51	14	24,56	13	9,09	49	15,81
Pós-Graduação	12	16,90	6	15,38	13	22,81	15	10,49	46	14,84
Médio completo	11	15,49	2	5,13	6	10,53	6	4,20	25	8,06
Mestrado	4	5,63	3	7,69	2	3,51	7	4,90	16	5,16
Médio incompleto	6	8,45	-	-	4	7,02	1	0,70	11	3,55
Doutorado	-	-	2	5,13	1	1,75	7	4,90	10	3,23
Fundamental completo	3	4,23	1	2,56	2	3,51	3	2,10	9	2,90
Fundamental incompleto	-	-	-	-	1	1,75	3	2,10	4	1,29
<b>TOTAL</b>	<b>71</b>	<b>100</b>	<b>39</b>	<b>100</b>	<b>57</b>	<b>100</b>	<b>143</b>	<b>100</b>	<b>310</b>	<b>100</b>
<b>Considera-se bem-informado quanto ao meio ambiente</b>										
Sim	47	66,2	27	69,23	43	75,44	62	43,36	179	57,74
Não respondeu	7	9,86	2	5,13	2	3,51	67	46,85	78	25,16
Não tem certeza	10	14,08	8	20,51	6	10,53	11	7,69	35	11,29
Não	7	9,86	2	5,13	6	10,53	3	2,10	18	5,81
<b>TOTAL</b>	<b>71</b>	<b>100</b>	<b>39</b>	<b>100</b>	<b>57</b>	<b>100</b>	<b>143</b>	<b>100</b>	<b>310</b>	<b>100</b>

(\*) Semana de alta estação e com evento

(\*\*) Semana de baixa estação e sem evento

No tocante ao sexo dos sujeitos respondentes, verificou-se que 73,10% são do sexo masculino e 26,9% são do sexo feminino. Durante a quarta semana, é notória a diferença em

relação às outras semanas, pelo número de pessoas que não responderam, que foi de 44,76%. Esse fato interferiu no resultado final, ao notar que 23,23% dos sujeitos não responderam a essa questão.

Diante dos dados coletados, ao serem questionados sobre a escolaridade, 22,26% responderam ter curso superior completo; 15,81% disseram ter curso superior incompleto; 14,84% têm curso de pós-graduação; 8,06% responderam ter Ensino Médio completo; 5,16% dos hóspedes têm mestrado; 3,55% têm Ensino Médio incompleto; 3,23% tem doutorado; 2,9% têm Ensino Fundamental completo e 1,29% tem Ensino Fundamental incompleto. Cabe destacar que, durante a quarta semana, o número de questionários entregues sem respostas não respeitou a ordem natural ocorrida nas três primeiras semanas. Na quarta semana, 44,76% dos sujeitos não responderam a essa questão. Esse fato resultou em interferências nos números finais, quando 22,9% não responderam a esse questionamento.

Sobre se considerar bem-informado quando ao meio ambiente, dos 310 sujeitos questionados 57,74% responderam que “sim” isto é, consideram-se bem-informados quanto ao meio ambiente; 11,29% disseram não ter certeza quanto a ser bem-informado sobre o meio ambiente e 5,81% não se consideram bem-informado quanto ao meio ambiente. É interessante destacar que, durante a quarta semana, 46,85% dos sujeitos questionados não responderam a essa questão. Esse fato refletiu-se no resultado final desse meio de hospedagem, em que 25,16% não responderam a essa pergunta.

Nessa direção, é interessante notar que, assim como os hóspedes, os gestores de meios de hospedagem exercem grande influência no direcionamento ambiental dado ao empreendimento. Ao tratar do comportamento dos gestores de meios de hospedagem, Ferrari (2006, p. 87) indagou sobre considerarem-se bem-informados em relação ao ambiente. Os resultados mostram que 61,9% dos gestores de meios de hospedagem responderam que não; 19,05% admitiram não ter certeza e 19,05% disseram que se consideram bem-informados quanto ao meio ambiente. Num segundo momento, a autora perguntou se os gestores gostariam de ser mais bem-informados quanto à questão ambiental. Diante dessa pergunta todos, os sujeitos, 100%, responderam que “sim”. Apesar de as considerações sobre as motivações de aprendizado ambiental serem bastante positivas, Ferrari (2006, p. 87), quando questionou seus sujeitos sobre a existência de informações relacionadas à legislação ambiental vigente no Brasil, teve como resposta que, em geral, desconhecem a legislação ambiental, que 71,43% desconhecem a legislação ambiental em nível federal, enquanto que 95,24% não conhecem a legislação ambiental em nível estadual, e 80,96% não conhecem a legislação ambiental do seu próprio município.

As informações – considerar-se bem-informado sobre a questão ambiental e escolaridade – também aparecem no estudo de Lima (2003). Ao trabalhar com a percepção ambiental dos moradores e da gestão pública sobre os recursos hídricos da cidade de São Carlos-SP, Lima (2003, p. 42), indagou os moradores envolvidos em sua pesquisa sobre o fato de eles considerarem-se pessoas bem informadas e por quê. Das pessoas que responderam “sim”, todas relacionaram o motivo de estarem bem-informadas à leitura e ao grau de instrução. Os sujeitos que afirmaram “não” se considerarem bem informados ambientalmente fundamentaram sua resposta a não ter acesso à informação e não assistir à TV nem escutar rádio. Os sujeitos que não souberam dizer se estavam bem informados fundamentaram suas respostas no baixo grau de instrução, afirmando que esse tipo de informação não chega até eles. A fim de entender melhor como se comportavam esses sujeitos – moradores que circundavam o Rio Monjolinho –, Lima (2003, p. 44) indagou se era desejo dessas pessoas estarem bem-informadas. Diante do resultado, pode-se concluir que grande parte dos sujeitos afirmou que gostaria de ser uma pessoa bem-informada, enquanto uma minoria respondeu que não. É interessante notar que, nos resultados apresentados por Lima, um sujeito afirmou que tornar-se bem-informado quanto a essa questão (ambiental) não o interessava, pois não faria diferença em sua atividade financeira.

Para Scatena (2005, p. 168), que trata de ações de educação ambiental em diferentes grupos sociais, produtores rurais e alunos de uma escola de Ensino Médio indicam que a possibilidade de acesso à metodologia de ensino, usada na escola pelos alunos de Ensino Médio, possibilitou a eles maior facilidade ao tratar das questões ambientais e explaná-las. Enquanto que os produtores rurais, que em sua maioria não tiveram acesso à educação, mostraram maiores dificuldades e limitações para o entendimento da proposta e sua colocação em prática. O fato de as tomadas de decisões acontecerem por uma minoria do grupo de produtores rurais demonstra uma carência na forma como acontece a mobilização.

Ao tratar das informações – escolaridade e considerar-se bem-informado quanto às questões ambientais –, é possível constatar que, nos dois meios de hospedagem tratados nesta pesquisa, pode-se notar uma relação direta entre o nível de escolaridade e considerar-se bem informado quanto a questões ambientais.

No sentido de entender a relação entre escolaridade e informação, com o auxílio de um *software*, estabeleceu-se o cruzamento entre duas variáveis: a) escolaridade dos sujeitos e b) considerarem-se bem-informados quanto ao meio ambiente. Com o intuito de conhecer a importância do nível escolar dos sujeitos, diante da postura de conhecimento sobre o ambiente, criaram-se dois grupos, os quais foram chamados de grupo A e grupo B. O grupo A

é formado pelos sujeitos que têm formação escolar desde o Ensino Fundamental incompleto até o Ensino Médio completo (Ensino Fundamental incompleto, Ensino Fundamental completo, Ensino Médio incompleto e Ensino Médio completo). Já o grupo B é formado pelos sujeitos que têm escolaridade desde o Ensino Superior incompleto até o doutorado (Ensino Superior incompleto, Ensino Superior completo, Pós-Graduação, mestrado e doutorado).

No meio de hospedagem do município de Canela, o grupo A é constituído por zero sujeito e o grupo B por 16 sujeitos. Dos sujeitos formadores do grupo B, 13 consideram-se bem-informados quanto à questão ambiental. Isso significa que 81,25% dos sujeitos que apresentam maior escolaridade consideram-se bem-informados quanto à questão ambiental.

No meio de hospedagem do município de Caxias do Sul, o grupo A é constituído por 49 sujeitos, dos quais 29 consideram-se bem-informados quanto à questão ambiental. Isso significa que 59,18% dos hóspedes pertencentes ao grupo de menor grau de escolaridade, o grupo A, consideram-se bem-informados quanto ao meio ambiente. Já o grupo B é composto por 190 sujeitos, dentre estes, 148 consideram-se bem-informados quanto à questão ambiental. Isso significa que 77,89% dos hóspedes com maior grau de escolaridade consideram-se bem-informados quanto à questão ambiental. Analisados os resultados é visível uma diferença entre os grupos A e B. Com base nos dados, neste estudo, é possível concluir que o aumento do nível escolar é diretamente proporcional à informação dos hóspedes sobre o meio ambiente.

Nesse momento, é interessante confrontar alguns estudos (VALLELLY, 1992; DOLNICAR; LEISCH, 2007; MARTINS, 2002; KELLY et al. 2007) que tratam do consumidor em relação à variável ambiental.

Em um estudo sobre o comportamento do consumidor europeu, Vallelly (1992, p. 5) observa que dois terços dos sujeitos entrevistados se consideram confusos quanto aos esclarecimentos dados sobre produtos ambientalmente corretos e que mais de 70% suspeitam que os produtores se utilizam da desculpa de serem ambientalmente responsáveis para estipular preços mais altos que os que estão sendo operados no mercado. Segundo a autora, esses fatores são colocados como obstáculos para consumidores que apresentam grande inclinação para consumir produtos ambientalmente corretos.

Dolnicar e Leisch (2007), Martins (2002) e Kelly et al. (2002), ao relacionarem as variáveis ambientais com a atividade do turismo, verificaram aspectos relacionados ao consumo. Ao discutir o nível de pegada ecológica dos turistas, Dolnicar e Leisch (2007, p. 6) verificaram a afirmação: “A experiência intensa com o ambiente é uma coisa especial nas minhas férias.” Os autores concluíram, através da pegada ecológica, que 54,7% apresentam

pequena importância; 25,9% admitiram ser um fator mediano numa escala de importância e 19,3% afirmaram ter grande importância.

Ao trabalhar com cervejarias no Brasil, sobre influência do comportamento dos consumidores ambientalmente responsáveis, em relação às embalagens adotadas para cervejas, Palhares (2003, p. 108) constatou que o impacto causado pelo consumidor é muito pequeno, diante dessa perspectiva. O estudo concluiu acreditar que o consumidor brasileiro ainda é pouco informado sobre a importância da preservação ambiental e, por tal motivo, não é representativa a repercussão nos processos de compra.

Em estudo que visa a informar condições para o sustento ambiental da praia de Jericoacoara no Ceará, Martins (2002, p. 130) pergunta aos sujeitos o que mais os desagradava na praia. Os resultados apontam para o excesso de carros na vila (7,5%); o barulho de som de carro com 6,7% e a sujeira na praia com 6,7%. Essas afirmações são válidas diante das perspectivas esperadas pelo turista para a atividade do turismo que deve acontecer na praia.

Ao tratar do planejamento estratégico eco-eficiente de uma localidade, Kelly et al. (2007, p. 379) afirmam que o turismo pode impactar de várias maneiras positivas ou negativas. Os autores elencam, como pontos positivos de um planejamento nesses moldes, os seguintes aspectos: menor número de congestionamentos; menos barulho e poluição visual causada pelas luzes dos carros dos turistas e mais áreas verdes habitadas por vida silvestre.

Diante dos resultados obtidos por outros estudos, é interessante notar que o turista, mesmo que em menor grupo, quando relaciona sua viagem ao lazer ou a negócios, também procura visualizar que a destinação turística deve lhes prover um meio ambiente calmo e harmônico, diferentemente do que a grande cidade lhe oferece. Isso é certificado tanto no meio de hospedagem de Canela, que tem a maioria dos hóspedes motivadas pelo lazer e por trabalho e pelos hóspedes de Caxias do Sul que têm sua motivação, em grande parte, relacionada a trabalho e a negócios. Além disso, é visível que boa parte deles se dizem bem-informados quanto a questões ambientais.

Tabela 3 – Distribuição de frequência e porcentagem de indicações dos hóspedes sobre as motivações e informações (de viagem, do município e do meio de hospedagem), no meio de hospedagem do município de Canela

Semanas	1a. (**)		2a. (*)		3a. (*)		4a. (**)		TOTAL	
	(f)	(%)	(f)	(%)	(f)	(%)	(f)	(%)	(f)	(%)
<b>Informações e motivações de viagem</b>										
<b>Motivo viagem</b>										
Trabalho	3	100	1	100,00	1	25,00	1	10,00	6	33,33
Lazer	-		-		2	50,00	4	40,00	6	33,33

Turismo	-	-			1	25,00	2	20,00	3	16,67
Outros	-	-			-		1	10,00	1	5,56
Cultural	-	-			-		1	10,00	1	5,56
Encontro de amigos	-	-			-		1	10,00	1	5,56
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100</b>	<b>1</b>	<b>100</b>	<b>4</b>	<b>100</b>	<b>10</b>	<b>100</b>	<b>18</b>	<b>100</b>
<b>Informações sobre o município</b>										
Dica de amigos	1	11,11	-	-	-	-	6	33,33	7	20,00
Internet	1	11,11	-	-	1	14,29	4	22,22	6	17,14
TV	1	11,11	-	-	2	28,57	2	11,11	5	14,29
Conversas	2	22,22	-	-	-	-	2	11,11	4	11,43
Jornal	1	11,11	-	-	1	14,29	2	11,11	4	11,43
Revista	1	11,11	-	-	1	14,29	2	11,11	4	11,43
Sempre visita a cidade	1	11,11	1	100,00	1	14,29	-	-	3	8,57
Escola	1	11,11	-	-	-	-	-	-	1	2,86
Agência de viagem	-	-	-	-	1	14,29	-	-	1	2,86
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	<b>100</b>	<b>1</b>	<b>100</b>	<b>7</b>	<b>100</b>	<b>18</b>	<b>100</b>	<b>35</b>	<b>100</b>
<b>Informações sobre o meio de hospedagem</b>										
Dica de amigos	1	10,00	-	-	3	30	4	40,00	8	25,81
Internet	1	10,00	-	-	1	10,00	4	40,00	6	19,35
Sempre visita a cidade	2	20,00	1	100,00	1	10,00	-	-	4	12,90
TV	1	10,00	-	-	2	20,00	-	-	3	9,68
Conversas	2	20,00	-	-	-	-	-	-	2	6,45
Jornal	1	10,00	-	-	1	10,00	-	-	2	6,45
Revista	1	10,00	-	-	1	10,00	-	-	2	6,45
Guias de turismo	-	-	-	-	-	-	1	10,00	1	3,23
Passando no local	-	-	-	-	-	-	1	10,00	1	3,23
Agência de viagem	-	-	-	-	1	10,00	-	-	1	3,23
Escola	1	10,00	-	-	-	-	-	-	1	3,23
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100</b>	<b>1</b>	<b>100</b>	<b>10</b>	<b>100</b>	<b>10</b>	<b>100</b>	<b>31</b>	<b>100</b>

(\*) Semana de alta estação e com evento

(\*\*) Semana de baixa estação e sem evento

A tabela 3 apresenta a distribuição de frequência e porcentagens de indicações dos sujeitos sobre as motivações da viagem; como obteve informações sobre o destino turístico e como obteve informações sobre o meio de hospedagem, referente aos sujeitos do meio de hospedagem do município de Canela. Diante dos dados coletados, é possível afirmar, no meio de hospedagem de Canela, que 33,33% dos hóspedes tiveram seus motivos de viagem relacionados com “trabalho”; outros 33,33% dos sujeitos têm como principal motivação o “lazer” e 16,67% dos hóspedes questionados responderam que o “turismo” é sua principal motivação para fazer a viagem.

No tocante a como os sujeitos obtiveram informações sobre o município, 20% responderam que isso aconteceu através de dicas de amigos; 17,14% por meio da internet; 14,29% por meio da TV. Ao serem questionados de como obtiveram informações sobre o meio de hospedagem no qual estavam hospedados, 25,81% dos sujeitos responderam que isso aconteceu através de dicas de amigos, 19,35% afirmam ter acontecido por meio da internet e 25% disseram sempre visitar a cidade.

A tabela 4 apresenta a distribuição de frequência e porcentagens de indicações dos sujeitos sobre as motivações da viagem; como obteve informações sobre o destino turístico e como obteve informações sobre o meio de hospedagem referente aos sujeitos do meio de hospedagem do município de Caxias do Sul. Por meio dos dados coletados é possível afirmar que 45,36% o trabalho é o principal motivo de viagem dos sujeitos de Caxias do Sul, seguido de “negócios” com 26,07% e lazer com 11,43%.

Ao serem questionados sobre como obtiveram informações a respeito do destino turístico, 12,02% dos questionados afirmaram que foi através da TV, 11,81% dos sujeitos disseram que obtiveram informações sobre o município através de dicas de amigos, já 11,41% falaram que as informações surgiram através de conversas, 11% responderam que adquiriram as informações através de dicas no trabalho e 10,79% colheram as informações através de jornais.

Quando foram questionados sobre como obtiveram informações a respeito do meio de hospedagem, 38,25% dos sujeitos responderam que aconteceu através de dicas de amigos, 18,73% disseram que as informações surgiram por meio de dicas no trabalho e 14,74% dos hóspedes obtiveram informações sobre o meio de hospedagem em agência de viagem.

A fim de entender qual o comportamento dos sujeitos que são motivados por trabalho e por negócios e se dizem bem-informados quanto à questão ambiental, é proposto o cruzamento entre duas variáveis: a) considerar-se bem-informado sobre a questão ambiental e b) motivos da viagem. Do total de 310 sujeitos respondentes, 127 disseram que a sua motivação de viagem era o “trabalho”. Destes, 92 consideram-se bem-informados sobre a questão ambiental, ou seja, 72,44% dos sujeitos. No tocante às pessoas que assinalaram como motivação “negócios”, dos 73 hóspedes, 59 disseram estar bem-informados quanto ao meio ambiente, o que significa percentualmente, 80,82% dos sujeitos. Diante dos dados, pode-se concluir que tanto as pessoas motivadas por “trabalho” quanto as que foram motivadas por “negócios”, em grande número, consideram-se ambientalmente bem-informadas.

Admitindo a importância das informações recebidas pelos turistas, cabe entender a definição dos critérios de escolha antes de uma viagem. Para isso, foram consideradas duas

variáveis de informações, sendo elas: a) agentes de viagem e b) internet. Ao discutir as informações recebidas por agentes de viagens, em relação à preocupação ambiental, Dolnicar e Leisch (2007, p. 6) puderam concluir que 38,3% dos turistas entrevistados apresentam grande preocupação com o meio ambiente; 31% apresentam essa preocupação de forma regular e 30,7% afirmaram ter pouca preocupação com o meio ambiente. Em relação à internet, 34% dos sujeitos admitiram ter grande preocupação ambiental com os dados adquiridos pela internet; 34,3% dos casos classificaram essa postura como sendo moderada, e 31,7% dos turistas afirmaram ter pequeno nível de pegada ecológica em relação a essas informações.

Tabela 4 – Distribuição de frequência e porcentagem de indicações dos hóspedes sobre as motivações e informações (de viagem, do município e do meio de hospedagem), no meio de hospedagem do município de Caxias do Sul

Semanas	1a. (**)		2a. (*)		3a. (*)		4a. (**)		TOTAL	
	(f)	(%)	(f)	(%)	(f)	(%)	(f)	(%)	(f)	(%)
<b>Informações e motivações de viagem</b>										
<b>Motivo viagem</b>										
Trabalho	44	56,41	20	40,82	24	37,50	39	43,82	127	45,36
Negócios	19	24,36	12	24,49	14	21,88	28	31,46	73	26,07
Lazer	3	3,85	7	14,29	11	17,19	11	12,36	32	11,43
Turismo	3	3,85	5	10,20	2	3,13	4	4,49	14	5,00
Outros	1	1,28	1	2,04	6	9,38	4	4,49	12	4,29
Eventos familiares	-	-	-	-	6	9,38	2	2,25	8	2,86
Eventos profissionais	5	6,41	-	-	-	-	-	-	5	1,79
Descanso	-	-	3	6,12	-	-	-	-	3	1,07
Cultural	1	1,28	-	-	-	-	1	1,12	2	0,71
Curiosidade	1	1,28	1	2,04	-	-	-	-	2	0,71
Natureza	1	1,28	-	-	-	-	-	-	1	0,36
Visitar parentes	-	-	-	-	1	1,56	-	-	1	0,36
<b>TOTAL</b>	<b>78</b>	<b>100</b>	<b>49</b>	<b>100</b>	<b>64</b>	<b>100</b>	<b>89</b>	<b>100</b>	<b>280</b>	<b>100</b>
<b>Informações sobre o município</b>										
TV	16	12,03	7	9,46	20	15,87	16	10,13	59	12,02
Dica de amigos	15	11,28	14	18,92	13	10,32	16	10,13	58	11,81
Conversas	13	9,77	7	9,46	15	11,90	21	13,29	56	11,41
Dica no trabalho	21	15,79	6	8,11	9	7,14	18	11,39	54	11,00
Jornal	14	10,53	6	8,11	17	13,49	16	10,13	53	10,79
Internet	11	8,27	5	6,76	5	3,97	11	6,96	32	6,52
Rádio	9	6,77	2	2,70	12	9,52	8	5,06	31	6,31
Revista	6	4,51	4	5,41	8	6,35	8	5,06	26	5,30
Sempre visita a cidade	6	4,51	5	6,76	7	5,56	4	2,53	22	4,48
Escola	6	4,51	1	1,35	4	3,17	8	5,06	19	3,87



Agência de viagem	4	3,01	4	5,41	2	1,59	5	3,16	15	3,05
Palestras	4	3,01	3	4,05	2	1,59	4	2,53	13	2,65
Outros	1	0,75	-	-	3	2,38	8	5,06	12	2,44
Livros	3	2,26	2	2,70	3	2,38	3	1,90	11	2,24
Cursos	2	1,50	2	2,70	3	2,38	4	2,53	11	2,24
Mora no hotel	-	-	2	2,70	2	1,59	2	1,27	6	1,22
Informações turísticas	-	-	2	2,70	1	0,79	1	0,63	4	0,81
Informativo dos correios	1	0,75	2	2,70	-	-	-	-	3	0,61
Feiras e congressos	-	-	-	-	-	-	2	1,27	2	0,41
No próprio hotel	-	-	-	-	-	-	2	1,27	2	0,41
Não teve informações	1	0,75	-	-	-	-	1	0,63	2	0,41
<b>TOTAL</b>	<b>133</b>	<b>100</b>	<b>74</b>	<b>100</b>	<b>126</b>	<b>100</b>	<b>158</b>	<b>100</b>	<b>491</b>	<b>100</b>
<b>Informações sobre o meio de hospedagem</b>										
Dica de amigos	25	37,88	14	33,33	23	36,51	34	42,50	96	38,25
Dica no trabalho	15	22,73	6	14,29	10	15,87	16	20,00	47	18,73
Agência de viagem	13	19,70	6	14,29	7	11,11	11	13,75	37	14,74
Conversas	2	3,03	2	4,76	7	11,11	6	7,50	17	6,77
Internet	3	4,55	5	11,90	3	4,76	3	3,75	14	5,58
Outros	2	3,03	1	2,38	4	6,35	4	5,00	11	4,38
Já conhece o hotel	1	1,52	2	4,76	-	-	3	3,75	6	2,39
Passando no local	1	1,52	-	-	1	1,59	2	2,50	4	1,59
Sempre visita a cidade	1	1,52	-	-	2	3,17	-	-	3	1,20
Rede Versare	-	-	3	7,14	-	-	-	-	3	1,20
TV	1	1,52	1	2,38	-	-	-	-	2	0,80
Jornal	-	-	-	-	2	3,17	-	-	2	0,80
Escola	-	-	1	2,38	1	1,59	-	-	2	0,80
Palestras	-	-	1	2,38	-	-	1	1,25	2	0,80
Todos os hotéis são iguais	1	1,52	-	-	1	1,59	-	-	2	0,80
Rádio	-	-	-	-	1	1,59	-	-	1	0,40
Cursos	-	-	-	-	1	1,59	-	-	1	0,40
Não teve informações	1	1,52	-	-	-	-	-	-	1	0,40
<b>TOTAL</b>	<b>66</b>	<b>100</b>	<b>42</b>	<b>100</b>	<b>63</b>	<b>100</b>	<b>80</b>	<b>100</b>	<b>251</b>	<b>100</b>

(\*) Semana de alta estação e com evento

(\*\*) Semana de baixa estação e sem evento

Diante dos resultados obtidos por esta pesquisa, é possível afirmar que a aquisição de informações relacionados ao município costuma acontecer através de dicas de amigos, da internet, da TV e de dicas no trabalho. É visível a existência de um canal de comunicação amplo entre o município e o turista, o qual deve ser aproveitado para transmitir informações de cunho ambiental. No que trata da obtenção de informações sobre os meios de hospedagem pelos hóspedes é visível a interferência de variáveis como: dica de amigos, dicas no trabalho, na internet, em agências de viagem e o fato de já conhecerem os meios de hospedagem. Para

os municípios, é interessante notar a existência de um canal de comunicação entre os hóspedes e meios de hospedagem, o qual também pode ser utilizado para fins de promoção das práticas ambientais desenvolvidas nos meios de hospedagem.

<b>Cidade de origem</b>	<b>Número de hóspedes por cidade</b>
Porto Alegre	4
Curitiba-PR	2
Caxias do Sul; Brasília-DF; Esteio; Taió- SC; Alemanha; Lorena- SP; Montenegro; Encantado-RS; São Caetano do Sul-SP ; não respondeu	1

Quadro 5: Distribuição de frequência e indicações dos hóspedes sobre município e locais de origem do meio de hospedagem em Canela

<b>Cidade de origem</b>	<b>Número de hóspedes por cidade</b>
Porto Alegre	96
São Paulo-SP	24
Curitiba-PR	11
Passo Fundo	7
Rio de Janeiro- RJ; Canoas	5
Santa Maria; Bento Gonçalves; Gravataí	4
Guarulhos- SP; Jaraguá do Sul; São Leopoldo; Brasília-DF; Campinas-SP	3
Caxias do Sul; Pelotas; São Bernardo do Campo-SP; Novo Hamburgo; Chapecó-PR; Esteio; Lajeado; Rosário do Sul; Alegrete; Santiago-CHI; Florianópolis-SC	2
Santo Ângelo; Ijuí; Campo Largo-PR; Limeira-SP; Maringá-PR; Matão-SP; São Carlos-SP; Dois Irmãos; Guarapuava; Medellín-COL; Natal-RN; Ubá- MG; Belém-PA; Sapucaia do Sul; Teutonia; Caçador-SC; Resende-RJ; Cachoeirinha; Pinhais- PR; Tangará; Monte Alegre do Sul; Atibaia-SP; Venâncio Aires; Campina Grande-PB; Cuiabá-MT; Jóia; Piracicaba-SP; Itajubá-MG; Sapiranga; Joinville-SC; Herval; Cruz Alta; Vacaria; Novo Horizonte-SP; Santa Rosa; Nova Prata; Caçapava do Sul; Belo Horizonte-MG; Cotia-SP; Jundiá-SP; Lages-SC; Goiânia-GO	1

Quadro 6: Distribuição de frequência e indicações dos hóspedes sobre município e locais de origem do meio de hospedagem em Caxias do Sul

Ao tratar do local de origem dos hóspedes do meio de hospedagem da cidade de Caxias do Sul, pode-se concluir que 25% dos hóspedes são oriundos de Porto Alegre, e que 12,5%, da cidade de Curitiba. O quadro 3 apresenta os locais de origem dos sujeitos no meio de hospedagem no município de Canela.

Ao tratar do local de origem dos hóspedes, pode-se concluir que 96 hóspedes são originários da cidade de Porto Alegre; 24 sujeitos são de São Paulo - SP e 11 são de Curitiba-PR. O quadro 4 apresenta as cidades de origem dos sujeitos no meio de hospedagem no município de Caxias do Sul.

As informações pessoais e motivações revelam que o hóspede do município de Canela apresenta escolaridade acima do Ensino Médio e se considera bem-informado quanto à questão ambiental. Pode-se concluir que as motivações do hóspede, por vezes, estão relacionadas ao lazer e ao trabalho. No meio de hospedagem do município de Caxias do Sul, os hóspedes apresentam níveis diferentes de escolaridade. Porém, é visível o maior número de pessoas com escolaridade acima do Ensino Médio. Os hóspedes desse hotel informaram conhecer o meio ambiente, de forma mais discreta do que no outro meio de hospedagem, apresentando alto número de indefinições nas respostas. Nessa direção, cabe salientar a importância das informações existentes no capítulo, motivações e dados pessoais. Os dados são responsáveis por viabilizar o melhor entendimento sobre o acesso à informação ambiental e à organização dessas informações.

## **5 INFORMAÇÕES SOBRE O SANEAMENTO BÁSICO DOS MUNICÍPIOS DE ORIGEM E DOS DESTINOS TURÍSTICOS**

No presente capítulo, são apresentadas as tabelas correspondentes aos meios de hospedagem dos municípios de Canela e de Caxias do Sul, contendo a distribuição de frequência e porcentagens das indicações dos sujeitos sobre: a) o serviço de abastecimento de água do município de origem do sujeito; b) o gerenciamento de resíduos sólidos do município de origem do sujeito; c) o tratamento de esgoto do município de origem do sujeito; d) o serviço de abastecimento de água da destinação turística dos sujeitos; e) o gerenciamento de resíduos sólidos da destinação turística dos sujeitos e f) o tratamento de esgoto da destinação turística.

A tabela 5 apresenta a distribuição de frequências e porcentagens de indicações dos sujeitos, correspondentes ao município de Canela, sobre o saneamento básico do município de origem. Os dados apresentados permitem verificar que 87,5% dos sujeitos afirmaram conhecer a origem da água de abastecimento do município de origem. No tocante ao gerenciamento de resíduos sólidos, 68,75% disseram conhecer esse serviço no município de origem. Por fim, 75% dos sujeitos questionados afirmaram conhecer o tratamento de esgoto do município de origem.

A tabela 6 apresenta a distribuição de frequências e porcentagens de indicações dos sujeitos, correspondentes ao município de Caxias do Sul, sobre conhecer o saneamento básico do município de origem. Ao examinar os dados contidos nessa tabela, verifica-se que 58,71% dos sujeitos questionados afirmam “conhecer” a origem da água de abastecimento do município de origem. No tocante ao gerenciamento de resíduos sólidos, 52,26% dos hóspedes “conhecem” em seu município de origem. Ao serem questionados sobre o tratamento de esgoto, 51,94% dos sujeitos questionados afirmaram conhecer esse serviço no seu município de origem.

É importante chamar a atenção para a quarta semana, quando o número de sujeitos respondentes foi muito acima da média; porém, o número de pessoas que entregaram o questionário sem responder também foi bastante elevado. Esse fato atrai a atenção por significar 45,45% dos questionários respondidos naquela semana, o que demonstra certo desinteresse dos sujeitos por responder à pesquisa proposta.

Tabela 5 – Distribuição de frequência e porcentagem de indicações de hóspedes sobre saneamento básico no município de origem, no meio de hospedagem do município de Canela

Semanas Sobre conhecer o saneamento básico do município de origem	1a. (**)		2a. (**)		3a. (*)		4a. (*)		TOTAL	
	(f)	(%)	(f)	(%)	(f)	(%)	(f)	(%)	(f)	(%)
<b>Água de abastecimento</b>										
Conhece	3	100	1	50	2	66,67	8	100	14	87,5
Não conhece	-	-	-	-	1	33,33	-	-	1	6,25
Não respondeu	-	-	1	50	-	-	-	-	1	6,25
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100</b>	<b>2</b>	<b>100</b>	<b>3</b>	<b>100</b>	<b>8</b>	<b>100</b>	<b>16</b>	<b>100</b>
<b>Gerenciamento dos resíduos sólidos</b>										
Conhece	2	66,67	1	50	1	33,33	7	87,5	11	68,75
Não conhece	1	33,33	-	-	2	66,67	1	12,5	4	25
Não respondeu	-	-	1	50	-	-	-	-	1	6,25
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100</b>	<b>2</b>	<b>100</b>	<b>3</b>	<b>100</b>	<b>8</b>	<b>100</b>	<b>16</b>	<b>100</b>
<b>Tratamento de Esgoto</b>										
Conhece	3	100	1	50	1	33,33	7	87,5	12	75
Não conhece	-	-	-	-	1	33,33	1	12,5	2	12,5
Não respondeu	-	-	1	50	1	33,33	-	-	2	12,5
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100</b>	<b>2</b>	<b>100</b>	<b>3</b>	<b>100</b>	<b>8</b>	<b>100</b>	<b>16</b>	<b>100</b>

(\*) Semana de alta estação e com evento

(\*\*) Semana de baixa estação e sem evento

A tabela 7 apresenta a distribuição de frequências e porcentagens de indicações dos sujeitos, correspondentes ao município de Canela, sobre conhecer o saneamento básico da destinação turística. Os dados contidos nessa tabela permitem concluir que 68,75% dos hóspedes respondentes “não conhecem” a origem da água de abastecimento da localidade turística visitada. Em relação ao gerenciamento de resíduos sólidos, 75% dos sujeitos questionados afirmaram “não conhecer” o funcionamento do gerenciamento dos resíduos sólidos no município de Canela. Por fim, 75% dos sujeitos responderam “não conhecer” o tratamento de esgoto da cidade de Canela.

Ao contrário do que responderam quando questionados sobre o saneamento básico do município de origem, a maioria dos hóspedes não conhece o saneamento básico do destino turístico a ser visitado.

A tabela 8 apresenta a distribuição de frequências e porcentagens de indicações dos sujeitos, correspondentes ao município de Caxias do Sul, sobre conhecer o saneamento básico da destinação turística. Ao analisar essa tabela, pode-se concluir que 58,71% dos hóspedes “não conhecem” a origem da água de abastecimento do destino turístico. No tocante ao

gerenciamento dos resíduos sólidos, 57,23% dos hóspedes afirmaram “não conhecer” a variável do saneamento básico. Por fim, quando questionados sobre o tratamento de esgoto, 60,65% dos sujeitos questionados disseram “não o conhecer” no destino turístico.

Tabela 6 – Distribuição de frequência e porcentagem de indicações de hóspedes sobre saneamento básico no município de origem, no meio de hospedagem do município de Caxias do Sul

Semanas	1a. (*)		2a. (**)		3a. (**)		4a. (*)		TOTAL	
	(f)	(%)	(f)	(%)	(f)	(%)	(f)	(%)	(f)	(%)
<b>Sobre conhecer o saneamento básico do município de origem</b>										
<b>Água de abastecimento</b>										
Conhece	46	64,79	30	76,92	49	85,96	57	39,86	182	58,71
Não respondeu	7	9,86	-	-	3	5,26	65	45,45	75	24,19
Não conhece	16	22,54	9	23,08	3	5,26	17	11,89	45	14,52
Nunca teve interesse em conhecer	2	2,82	-	-	2	3,51	4	2,80	8	2,58
<b>TOTAL</b>	<b>71</b>	<b>100</b>	<b>39</b>	<b>100</b>	<b>57</b>	<b>100</b>	<b>143</b>	<b>100</b>	<b>310</b>	<b>100</b>
<b>Gerenciamento dos resíduos sólidos</b>										
Conhece	40	56,34	29	74,36	40	70,18	53	37,06	162	52,26
Não respondeu	8	11,27	-	-	4	7,02	65	45,45	77	24,84
Não conhece	21	29,58	9	23,08	12	21,05	23	16,08	65	20,97
Nunca teve interesse em conhecer	2	2,82	1	2,56	1	1,75	2	1,40	6	1,94
<b>TOTAL</b>	<b>71</b>	<b>100</b>	<b>39</b>	<b>100</b>	<b>57</b>	<b>100</b>	<b>143</b>	<b>100</b>	<b>310</b>	<b>100</b>
<b>Tratamento de esgoto</b>										
Conhece	43	60,56	26	66,67	39	68,42	53	37,06	161	51,94
Não respondeu	8	11,27	-	-	3	5,26	65	45,45	76	24,52
Não conhece	18	25,35	12	30,77	14	24,56	23	16,08	67	21,61
Nunca teve interesse em conhecer	2	2,82	1	2,56	1	1,75	2	1,40	6	1,94
<b>TOTAL</b>	<b>71</b>	<b>100</b>	<b>39</b>	<b>100</b>	<b>57</b>	<b>100</b>	<b>143</b>	<b>100</b>	<b>310</b>	<b>100</b>

(\*) Semana de alta estação e com evento

(\*\*) Semana de baixa estação e sem evento

O número de sujeitos que não responderam aos questionamentos foi alto. Cabe advertir para o fato de que, na quarta semana, o número de questionários devolvidos, sem estarem respondidos, teve média de 45,45%. Portanto, esse fato é significativo na análise do resultado final, o que nos leva a pensar que, durante a quarta semana, muitos hóspedes não se interessaram em responder aos questionamentos.

A fim de entender as relações estabelecidas entre as informações sobre o saneamento ambiental do município de origem e a destinação turística, este estudo propõe um cruzamento entre três variáveis: a) considerar-se bem-informado sobre a questão ambiental;

b) informações sobre o saneamento básico do município de origem e c) informações sobre o saneamento básico da destinação turística.

Tabela 7 – Distribuição de frequência e porcentagem de indicações de hóspedes sobre saneamento básico na destinação turística, no meio de hospedagem do município de Canela

Semanas	1a. (**)		2a. (**)		3a. (*)		4a. (*)		TOTAL	
	(f)	(%)	(f)	(%)	(f)	(%)	(f)	(%)	(f)	(%)
<b>Sobre conhecer o saneamento básico do destino turístico</b>										
<b>Água de abastecimento</b>										
Não conhece	1	33,33	1	50	2	66,67	7	87,5	11	68,75
Conhece	2	66,67	1	50	1	33,33	1	12,5	5	31,25
TOTAL	3	100	2	100	3	100	8	100	16	100
<b>Gerenciamento dos resíduos sólidos</b>										
Não conhece	1	33,33	1	50	3	100	7	87,5	12	75
Conhece	2	66,67	1	50	-	-	1	12,5	4	25
TOTAL	3	100	2	100	3	100	8	100	16	100
<b>Tratamento de esgoto</b>										
Não conhece	1	33,33	1	50	3	100	7	87,5	12	75
Conhece	2	66,67	1	50	-	-	1	12,5	4	25
TOTAL	3	100	2	100	3	100	8	100	16	100

(\*) Semana de alta estação e com evento

(\*\*) Semana de baixa estação e sem evento

No meio de hospedagem do município de Canela, ao serem questionados sobre considerarem-se bem-informados sobre o meio ambiente, 13 hóspedes afirmaram que “sim”. A proposta de cruzamento limita-se-á ao universo de 13 hóspedes. Dessa forma, quando questionados sobre conhecer a água de abastecimento do município de origem, 13 ou 100% dos sujeitos disseram conhecer; 10 ou 76,92% afirmaram conhecer o gerenciamento de resíduos sólidos do seu município de origem e 12 ou 92,3% disseram conhecer o tratamento de esgoto do município onde residem.

Ao tratar do cruzamento de dados das variáveis de informações referentes a informações do saneamento básico do destino turístico e de os hóspedes considerarem-se bem-informados sobre o meio ambiente, 10 ou 76,92% dos hóspedes afirmaram não conhecer a origem da água de abastecimento, enquanto 3 ou 23,07% disseram conhecer; 10 ou 76,92% dos hóspedes afirmaram não conhecer gerenciamento de resíduos sólidos do destino turístico,

enquanto 3 ou 23,07% disseram conhecer e 10 ou 76,92% dos hóspedes afirmaram não conhecer o tratamento de esgoto do destino turístico, enquanto 3 ou 23,07% disseram conhecer.

No meio de hospedagem situado no município de Caxias do Sul, ao serem questionados sobre se considerarem bem-informados quanto ao meio ambiente, 178 sujeitos responderam que sim. A proposta de cruzamento parte do universo desse grupo de hóspedes. Dessa forma, quando inquiridos sobre conhecer informações do saneamento básico nos municípios de origem, 147 sujeitos ou 82,58% afirmaram conhecer a origem da água de abastecimento; 133 hóspedes ou 74,71% asseguraram conhecer o sistema de gerenciamento de resíduos sólidos e 133 pessoas ou 74,71% garantiram conhecer o tratamento de esgoto de seu município de origem.

Ao tratar do cruzamento de dados das variáveis de informações, referentes ao conhecimento do saneamento básico do destino turístico e de os hóspedes se considerarem bem-informados sobre o meio ambiente, 130 ou 72,62% afirmaram não conhecer a água de abastecimento do destino turístico, enquanto 29 ou 16,29% dos sujeitos declararam conhecer a água de abastecimento; 127 ou 64,46% sujeitos afirmaram não conhecer o gerenciamento de resíduos sólidos da destinação turística e 30 ou 16,85% dos hóspedes relataram conhecer o sistema de gerenciamento de resíduos sólidos; 134 ou 74,86% afirmaram não conhecer o tratamento de esgoto do destino turístico, e 24 ou 13,48% dos indivíduos afirmaram conhecer o tratamento de esgoto.

Tendo em vista os resultados do cruzamento de dados, pode-se concluir que as informações sobre saneamento básico, por poucas vezes, apesar de os hóspedes se considerarem bem-informados sobre o meio ambiente, são atentadas no destino turístico, diferentemente do que ocorre no município de origem desses sujeitos.

Choi e Sirakaya (2006, p. 1282) tratam dos indicadores que poderiam mensurar a sustentabilidade do turismo em comunidades. Em seu estudo, verificou-se a criação de cinco grupos de variáveis: a) político; b) social; c) ecológico; d) econômico e e) tecnológico. Ao entender o grupo de variáveis ecológicas, é possível verificar a existência de quatro indicadores relacionados à gestão ambiental de uma comunidade. São eles: a) dados do consumo *per capita* de água e energia; b) tipo e quantidade de treinamento de educação ambiental prevista para os empregados; c) dados *per capita* sobre desperdício de água e d) dados *per capita* sobre a geração de resíduos sólidos.



Tabela 8 – Distribuição de frequência e porcentagem de indicações de hóspedes sobre saneamento básico na destinação turística, no meio de hospedagem do município de Caxias do Sul

Semanas	1a. (*)		2a. (**)		3a. (**)		4a. (*)		TOTAL	
	(f)	(%)	(f)	(%)	(f)	(%)	(f)	(%)	(f)	(%)
<b>Sobre conhecer o saneamento básicos do destino turístico</b>										
<b>Água de abastecimento</b>										
Não conhece	51	71,83	33	84,62	43	75,44	55	38,46	182	58,71
Não respondeu	12	16,90	1	2,56	6	10,53	71	49,65	90	29,03
Conhece	8	11,27	5	12,82	7	12,28	15	10,49	35	11,29
Nunca teve interesse em conhecer	-	-	-	-	1	1,75	2	1,40	3	0,97
<b>TOTAL</b>	<b>71</b>	<b>100</b>	<b>39</b>	<b>100</b>	<b>57</b>	<b>100</b>	<b>143</b>	<b>100</b>	<b>310</b>	<b>100</b>
<b>Gerenciamento dos resíduos sólidos</b>										
Não conhece	49	69,01	36	92,31	44	77,19	49	34,27	178	57,42
Não respondeu	13	18,31	1	2,56	6	10,53	73	51,05	93	30,00
Conhece	9	12,68	2	5,13	6	10,53	19	13,29	36	11,61
Nunca teve interesse em conhecer	-	-	-	-	1	1,75	2	1,40	3	0,97
<b>TOTAL</b>	<b>71</b>	<b>100</b>	<b>39</b>	<b>100</b>	<b>57</b>	<b>100</b>	<b>143</b>	<b>100,00</b>	<b>310</b>	<b>100,00</b>
<b>Tratamento de Esgoto</b>										
Não conhece	53	74,65	36	92,31	45	78,95	54	37,76	188	60,65
Não respondeu	12	16,90	1	2,56	6	10,53	72	50,35	91	29,35
Conhece	6	8,45	2	5,13	5	8,77	15	10,49	28	9,03
Nunca teve interesse em conhecer	-	-	-	-	1	1,75	2	1,40	3	0,97
<b>TOTAL</b>	<b>71</b>	<b>100</b>	<b>39</b>	<b>100</b>	<b>57</b>	<b>100</b>	<b>143</b>	<b>100</b>	<b>310</b>	<b>100</b>

(\*) Semana de alta estação e com evento

(\*\*) Semana de baixa estação e sem evento

Silva (2005, p. 77) investiga se a responsabilidade social dos hóspedes seria determinante para a escolha dos destinos turísticos. O autor verificou que, ao tratar da variável qualidade ambiental local, 89,6% dos sujeitos consideram tal aspecto como um fator muito importante para a escolha de um pacote turístico, enquanto 7% consideram não ter importância, ser pouco importante ou ser indiferente para a escolha de um pacote turístico.

Genta (2006, p. 77), através do sistema *Green Deal*, usado na Guatemala, objetivou evidenciar o comportamento dos meios de hospedagem do município de Caxias do Sul em relação à variável ambiental. Foram selecionados cinco hotéis apresentando como característica em comum a existência de mais de 100 unidades habitacionais em cada um deles. Ao tratar do gerenciamento de resíduos sólidos, foram atribuídos valores para uma pontuação. Nesse caso, a pontuação máxima seria 20 e, de acordo com o grau de adesão à proposta do sistema mencionado acima, a pontuação foi estabelecida. Para essa análise, foram apontados alguns questionamentos, entre eles: a) o hotel compra seus insumos em grandes quantidades em vez de pacotes individuais?; b) o hotel utiliza copos que podem ser reutilizados e reciclados para todos os tipos de produtos (como refrescos e bebidas)?; c) o

hotel não utiliza pratos nem serviços de mesa descartáveis?; d) o hotel prefere a compra de produtos frescos em vez de enlatados e, quando compra enlatados, dá preferência a vidros e a vasilhames que podem ser reciclados?; e) o hotel compra produtos orgânicos?; f) o hotel compra produtos de limpeza e cosméticos biodegradáveis?; g) o hotel utiliza papel reciclado onde possível? h); o hotel evita o uso de bolsas plásticas?; i) o hotel conta com recipientes rotulados para separar os resíduos sólidos?; j) o hotel tem programa de redução, reutilização e reciclagem dos resíduos sólidos gerados e l) o hotel possui sistema adequado de armazenamento dos resíduos sólidos antes da coleta da via pública? (GENTA, 2006, p. 116). Diante de tais acontecimentos, os hotéis receberam: a) Hotel A: 9 pontos; b) Hotel B: 8 pontos; c) Hotel C: 12 pontos; d) Hotel D: 11 pontos e e) Hotel E: 8 pontos. (GENTA, 2006, p. 77).

Ainda Genta (2006, p. 77), ao fazer comparação entre os meios de hospedagem, e verificar o tratamento de águas residuárias, atribuiu uma pontuação máxima de 10 pontos. Para essa análise, foram formuladas três perguntas que tratavam do tema: a) o hotel conta com o sistema de águas servidas?; b) o hotel reutiliza a água depurada dos sanitários para regar áreas verdes?; e c) o hotel dispõe de sistema para disposição final das águas servidas? (GENTA, 2006, p.111). Diante dessas características, os meios de hospedagem receberam respectivamente as seguintes pontuações: a) Hotel A: 0 pontos; b) Hotel B: 0 pontos; c) Hotel C: 3 pontos; d) Hotel D: 0 pontos e e) Hotel E: 0 pontos. (GENTA, 2006, p. 77). Diante desse fato, pode-se concluir que as informações relacionadas ao gerenciamento de resíduos sólidos apresentam maior adesão dos gestores às questões ambientais enquanto o tratamento de águas residuárias não tem sido respeitado como deveria.

Em estudo que trata da percepção ambiental dos moradores da cidade de São Carlos-SP, em relação à gestão dos recursos hídricos, Lima (2003, p. 41) questiona os sujeitos sobre os critérios para indicar o nível da qualidade da água de abastecimento de um município. Observa-se que a possibilidade de consumo, gosto e a aparência aparecem como principais critérios de análise da população quanto à qualidade da água de abastecimento. Esse é um fato interessante que coloca em evidência a necessidade de compromisso da sociedade com o ambiente, pois a variável *participação* aparece como coadjuvante, enquanto a variável *instrução* destaca-se como a principal responsável por modificações ambientais.

Para Lima (2003, p. 66), os entrevistados apresentaram pouca informação sobre a gestão dos recursos hídricos do município de São Carlos-SP, o que torna inviável a interferência de grande parte da população em prol do recurso natural comum, a água, apesar de a maioria mostrar um grande interesse para o aprendizado. Em suas conclusões, o autor

ressalta que boa parte dos entrevistados participariam de ações ambientais relacionadas à coleta seletiva do lixo e limpeza de terrenos baldios, desde que fossem envolvidos em seu planejamento e avisados com antecedência do fato.

Com o objetivo de identificar as relações e significâncias das informações entre o saneamento básico dos municípios de origem e destinos turísticos, o estudo sugere um cruzamento entre as variáveis: a) considerar-se bem-informado quanto à questão ambiental; b) informações sobre o saneamento básico do município de origem e c) informações sobre o saneamento básico do destino turístico. No meio de hospedagem do município de Canela, 13 sujeitos se consideram bem-informados quanto à questão ambiental. Destes, 100% dos hóspedes conhecem a origem da água de abastecimento no seu município de origem. Em relação a conhecer o gerenciamento de resíduos sólidos do município de origem; 62,5% dos sujeitos afirmam conhecer o serviço. Já para 75% dos sujeitos o sistema de tratamento de esgoto do município de origem é conhecido.

Ao tratar das questões relativas a conhecer o saneamento básico da destinação turística, 62,5% dos sujeitos não conhecem a origem da água de abastecimento. Em relação ao gerenciamento de resíduos sólidos, 62,5% não conhecem o funcionamento desse serviço na destinação turística. Para 62,5% dos hóspedes, o tratamento de esgoto da destinação turística é desconhecido.

No meio de hospedagem do município de Caxias do Sul, 178 sujeitos se consideram bem-informados quanto à questão ambiental. Destes, 82,58% conhecem a origem da água de abastecimento do seu município de origem; 74,71% dos indivíduos conhecem o gerenciamento de resíduos sólidos do seu município de origem, e 74,71% dos sujeitos conhecem o sistema de tratamento de esgoto de seu município de origem.

Ao tratar das questões relativas a conhecer o saneamento básico da destinação turística, 73,03% não conhecem a origem da água do destino turístico. No tocante ao gerenciamento de resíduos sólidos, 71,34% dos hóspedes desconhecem seu funcionamento na destinação turística. Para 75,28% dos hóspedes, o tratamento de esgoto do destino turístico é desconhecido.

É visível que o fato de os hóspedes conhecerem os serviços de saneamento básico do município de origem não significa que possuam conhecimento sobre o saneamento básico das destinações turísticas. Pode-se concluir, para os sujeitos envolvidos nesta pesquisa, que a informação do sujeito sobre a escolha do destino turístico não é diretamente proporcional a admitir as informações relacionadas a conhecer o saneamento básico do destino turístico. Por meio dos dados, é possível avaliar os mecanismos de produção e organização do

conhecimento, sob a hipótese de que o turismo não estabelece relações com o saneamento básico na concepção dos hóspedes.

## 6 A SEPARAÇÃO DOS RESÍDUOS NO DOMICÍLIO E NO MEIO DE HOSPEDAGEM

Neste capítulo, são apresentadas as tabelas correspondentes aos meios de hospedagem dos municípios de Canela e de Caxias do Sul, contendo a distribuição de frequência e porcentagens das indicações dos sujeitos sobre: a) a separação dos resíduos sólidos em sua residência e b) a separação dos resíduos sólidos nas unidades habitacionais dos meios de hospedagem.

A tabela 9 apresenta a distribuição de frequências e porcentagens de indicações dos sujeitos, correspondentes ao município de Canela, sobre a separação dos resíduos sólidos nas residências dos sujeitos e nas unidades habitacionais dos meios de hospedagem. A partir dos dados coletados, pode-se concluir que 56,25% dos hóspedes separam os resíduos sólidos em sua residência, enquanto que, quando os sujeitos se hospedam em meios de hospedagem, 62,5% também separam os resíduos sólidos.

Tabela 9 – Distribuição de frequência e porcentagem de indicações sobre a separação dos resíduos sólidos em sua residência e no meio de hospedagem, no município de Canela

Semanas	1a. (**)		2a. (**)		3a. (*)		4a. (*)		TOTAL	
	(f)	(%)	(f)	(%)	(f)	(%)	(f)	(%)	(f)	(%)
<b>Em sua residência</b>										
Separa	1	33,33	-	-	-	-	8	100	9	56,25
Não separa	2	66,67	2	100	3	100	-	-	7	43,75
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100</b>	<b>2</b>	<b>100</b>	<b>3</b>	<b>100</b>	<b>8</b>	<b>100</b>	<b>16</b>	<b>100</b>
<b>No meio de hospedagem</b>										
Separa	3	100	2	100	1	33,33	4	50	10	62,5
Não separa	-	-	-	-	2	66,67	4	50	6	37,5
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100</b>	<b>2</b>	<b>100</b>	<b>3</b>	<b>100</b>	<b>8</b>	<b>100</b>	<b>16</b>	<b>100</b>

(\*) Semana de alta estação e com evento

(\*\*) Semana de baixa estação e sem evento

A tabela 10 apresenta a distribuição de frequências e porcentagens de indicações dos sujeitos, correspondentes ao município de Caxias do Sul, sobre a separação dos resíduos sólidos nas residências dos sujeitos e nas unidades habitacionais dos meios de hospedagem. Diante dos dados existentes, pode-se concluir que 60,65% dos hóspedes separam os resíduos

em suas residências. No entanto, nos meios de hospedagem, 45,81% dos sujeitos responderam que separam os resíduos sólidos.

Durante a quarta semana, observou-se um grande número de questionários devolvidos sem respostas, em uma média de 50%. Esse fato deve ser considerado, pois acarretou sérias modificações no resultado total. É possível concluir que houve falta de interesse dos sujeitos com a pesquisa que estava sendo realizada.

A fim de saber como se comportam os sujeitos na separação de resíduos, estabeleceu-se um cruzamento entre três variáveis: a) separa os resíduos sólidos em sua residência; b) considera-se bem-informado quanto ao meio ambiente e c) motivações da viagem. Com o objetivo de entender esse fato, foram consideradas duas motivações, “trabalho” e “negócios”. Do total de 127 sujeitos, que são motivados a viajar pelo trabalho, 92 se consideram ambientalmente bem-informados, enquanto que 72 separam os resíduos sólidos em sua residência, o que representa, percentualmente, 78,26%. No tocante aos sujeitos que foram motivados a viajar por questões relativas a “negócios”, (73 sujeitos), 59 se consideram bem-informados quanto ao meio ambiente e, destes, 48 separam os resíduos sólidos em sua residência, o que significa dizer 81,35% dos sujeitos.

Para saber se existem fundamentos em pensar que quem separa os resíduos sólidos em sua residência também separa os resíduos no meio de hospedagem, é interessante um cruzamento direto entre essas duas variáveis. No município de Caxias do Sul, dos 188 hóspedes que afirmam separar os resíduos em sua casa, 133 ou 70,74% também separam os resíduos sólidos nos meios de hospedagem.

Tabela 10 – Distribuição de frequência e porcentagem de indicações sobre a separação dos resíduos sólidos em sua residência e no meio de hospedagem, no município de Caxias do Sul

Semanas	1a. (**)		2a. (**)		3a. (*)		4a. (*)		TOTAL	
	(f)	(%)	(f)	(%)	(f)	(%)	(f)	(%)	(f)	(%)
<b>Separação dos resíduos sólidos</b>										
<b>Em sua residência</b>										
Separa	43	60,56	35	89,74	48	84,21	62	43,36	188	60,65
Não respondeu	12	16,90	1	2,56	3	5,26	70	48,95	86	27,74
Não separa	16	22,54	3	7,69	6	10,53	11	7,69	36	11,61
<b>TOTAL</b>	<b>71</b>	<b>100</b>	<b>39</b>	<b>100</b>	<b>57</b>	<b>100</b>	<b>143</b>	<b>100</b>	<b>310</b>	<b>100</b>
<b>No meio de hospedagem</b>										
Separa	29	40,85	28	71,79	35	61,40	50	34,97	142	45,81
Não respondeu	14	19,72	2	5,13	7	12,28	73	51,05	96	30,97
Não separa	28	39,44	9	23,08	15	26,32	20	13,99	72	23,23
<b>TOTAL</b>	<b>71</b>	<b>100</b>	<b>39</b>	<b>100</b>	<b>57</b>	<b>100</b>	<b>143</b>	<b>100</b>	<b>310</b>	<b>100</b>

(\*) Semana de alta estação e com evento

(\*\*) Semana de baixa estação e sem evento

De acordo com o quadro 5, que trata do “por quê” o hóspede não realiza a separação dos resíduos em sua residência ou nos meios de hospedagem, algumas respostas aparecem de forma interessante. O fato de o município não disponibilizar a coleta seletiva aparece como principal motivo entre as respostas.

<b>Sobre o hóspede não realizar a separação dos resíduos sólidos em sua residência e no meio de hospedagem</b>
--

Moro em apartamento, tenho dificuldade de espaço e de tempo
---

O meu prédio não tem coleta seletiva
--------------------------------------

Nosso município não tem coleta seletiva
---

Desconheço a existência de coleta seletiva no município
---

Questão de hábito
-------------------

Nunca me interessei
---------------------

Os resíduos são coletados por terceiros
---

Falta de tempo
----------------

Falta de responsabilidade
---------------------------

Não há informações suficientes sobre coleta seletiva
--

Quadro 7: Sobre não realizar a separação dos resíduos sólidos em sua residência e no meio de hospedagem no município de Caxias do Sul

A fim de comparar os resultados desta pesquisa com os obtidos por outros autores, (SILVA, 2007; FERRARI, 2006; SANTOS, 2002; ERDOGAN; BARIS, 2007; BONATTO; DE CONTO, 2004), é interessante notar a presença do tema gerenciamento de resíduos sólidos e a forma como ele é contemplado. Em estudo que trata de ações ambientais em meios de hospedagem, Silva (2007, p.79) questiona a existência de um programa interno, para treinamento dos funcionários, de redução de produção de resíduos sólidos. Os resultados revelam que 92,5% dos empreendimentos declaram que não existe qualquer tipo de programa que trate do assunto. Ao serem questionados sobre quais os motivos que levaram à não-adoção desses programas, 24,4% dos sujeitos responderam que não tinham esse tipo de programa porque apresentavam pequena produção de resíduos, enquanto 17,7% disseram que apresentam consciência na geração de resíduos, e que isso já seria o bastante para preservar o meio ambiente, e 6,6% apresentam falta de interesse.

Em estudo que trata do comportamento de gestores de meios de hospedagem, Ferrari (2006, p. 66), ao tratar da separação dos resíduos sólidos nos meios de hospedagem, verificou

que 90,48% dos sujeitos questionados responderam que a separação dos resíduos sólidos é feita de forma correta, enquanto 9,52% disseram não fazer a coleta seletiva dos resíduos. Dos que “não” faziam a disposição dos resíduos de forma correta, 50% atribuíram a “culpa” ao serviço público de coleta, que apresenta problemas, e os outros 50% disseram que não existe o serviço de recolhimento para resíduos separados, ou seja, coleta seletiva.

Quando questionados sobre se colaboravam com a separação dos resíduos sólidos, nos meios de hospedagem, no estudo de Ferrari (2006, p. 68), verificou-se que 90,48% colaboram com a coleta dos resíduos, enquanto que 9,52% disseram que “não”. Com o objetivo de completar o questionamento, também foi perguntado de que forma a colaboração era feita: 25% dos sujeitos responderam que “encaminhavam o resíduo para a reciclagem”; 17,85% admitiram colocar os resíduos à venda e 7,14% não colaboram.

Ao tratar da gestão de resíduos sólidos, Santos (2002, p. 56) questiona sobre os sujeitos conhecerem “programas de coleta seletiva”. O autor conclui que 45,61% dos sujeitos não apresentavam nenhum conhecimento sobre programas de coleta seletiva; 31,46% afirmaram ter pouco conhecimento, e a soma das respostas que têm um regular, bom e ótimo conhecimento sobre a coleta seletiva significa 23% da amostra. O autor ressalta que a soma de pessoas que não têm informação e que têm pouco conhecimento é de cerca de 77% da amostra. Ao tratar da participação da população em programa de coleta seletiva da cidade, Santos (2002, p. 57) verificou que 45,6% dos sujeitos estariam dispostos a entregar os resíduos a um ponto fora de sua residência e 36,6% só entregariam nas proximidades de sua residência.

Em estudo que trata de questões ambientais na hotelaria da Turquia, Erdogan e Baris (2007, p. 608), ao tratarem da variável gerenciamento de resíduos sólidos nos hotéis, verificaram que, apesar da existência de doze firmas de reciclagem na cidade de Ankara, capital turca, 89,5% dos gestores de hotéis disseram não ter conhecimento de alguma firma próxima ao hotel e 74,4% afirmaram não conhecer nenhuma firma de reciclagem. Para os autores, os resultados mostram que é necessária atenção redobrada em relação às práticas ambientais e para a falta de conhecimento em relação à sensibilização para um consumo responsável.

Por fim, Bonatto e De Conto (2004, p. 25) apresentam os fatores que determinam a origem e a geração dos resíduos: a) número de hóspedes; b) número de funcionários contratados e terceirizados; c) variação sazonal; d) classificação do hotel; e) serviços oferecidos aos hóspedes; f) faixa etária dos hóspedes; g) poder aquisitivo dos hóspedes e h) motivo da hospedagem, entre outros.



É importante notar que, ao cruzar as informações: a) município de origem do hóspede; b) separa os resíduos sólidos em sua residência e c) separa os resíduos sólidos no meio de hospedagem, pode-se concluir que, no meio de hospedagem do município de Canela, dos quatro hóspedes oriundos da cidade de Porto Alegre, dois separam os resíduos sólidos tanto em casa quanto nos meios de hospedagem; um não separa os resíduos em casa, porém os separa no meio de hospedagem e um separa os resíduos em sua residência; no entanto, não os separa nos meios de hospedagem. Dos dois hóspedes originários do município de Curitiba, ambos separam os resíduos em casa, porém não os separam quando estão em um meio de hospedagem.

Em relação ao meio de hospedagem da cidade de Caxias do Sul, dos 96 sujeitos oriundos do município de Porto Alegre, 51 hóspedes separam os resíduos tanto na residência quanto nos meios de hospedagem, e 27 separam em sua residência, mas não os separam nos meios de hospedagem. Ao tratar dos 24 sujeitos oriundos de São Paulo, 11 deles separam os resíduos sólidos tanto em sua residência quanto nos meios de hospedagem; oito separam os resíduos em sua residência, porém não os separam no meio de hospedagem. Dos 11 hóspedes oriundos da cidade de Curitiba, 10 separam os resíduos sólidos em sua residência e nos meios de hospedagem.

De acordo com o relatório Ciclosoft, realizado pelo Cempre (2005), 25 milhões de brasileiros têm acesso à coleta seletiva. É interessante ressaltar que 43,5% dos programas de coleta seletiva têm relação direta com cooperativas de catadores. Ao relacionar a origem dos hóspedes dos meios de hospedagem, três cidades se repetem por mais vezes. São elas: a) Porto Alegre; b) Curitiba e c) São Paulo. Diante de tal situação, é possível afirmar que o município de Porto Alegre atende 70% dos moradores do município com o serviço de coleta seletiva; a cidade de Curitiba apresenta um atendimento a 100% da população, e a cidade de São Paulo atende, em média, 75% dos moradores da cidade.

Tendo em vista os dados, é possível concluir que, ao tratar de hóspedes de cidades como Porto Alegre e São Paulo (as quais apresentam serviço de coleta seletiva), o número de hóspedes que não separam os resíduos nos meios de hospedagem é bastante significativo (53% em Porto Alegre e 33,3% em São Paulo). Porém, é significativa também a porcentagem da separação dos resíduos sólidos de hóspedes oriundos da cidade de Curitiba, (84,61%). É importante notar que, além da disponibilização de serviços de coleta seletiva, a motivação da “educação” relacionada a programas de educação ambiental deve estar atrelada a práticas ambientais.

Analisar a postura dos hóspedes em relação à separação dos resíduos sólidos, nos meios de hospedagem e em sua residência, é necessário para entender o comportamento ambientalmente responsável desses sujeitos. Nos dois meios de hospedagem os hóspedes admitem, em sua maioria, separar os resíduos sólidos em sua residência e também revelam uma tendência a separar os resíduos nos meios de hospedagem. Tendo em vista esse comportamento, é possível admitir que o hábito ambientalmente correto acompanha o indivíduo nas suas principais ações, tanto no âmbito domiciliar quanto dos meios de hospedagem. Nessa direção, é possível afirmar, de acordo com as informações dos sujeitos, que o fato de separar os resíduos em domicílio é diretamente proporcional à ação de separar resíduos durante períodos passados em um meio de hospedagem.

## **7 INFORMAÇÕES SOBRE SANEAMENTO BÁSICO COMO FATOR DECISIVO PARA ESCOLHA DO DESTINO TURÍSTICO PELOS HÓSPEDES DE DOIS MEIOS DE HOSPEDAGEM**

Neste capítulo, são apresentadas as tabelas correspondentes aos meios de hospedagem dos municípios de Canela e de Caxias do Sul, contendo a distribuição de frequência e porcentagens das indicações dos sujeitos sobre: a) a água de abastecimento ser um fator decisivo para a escolha do destino turístico; b) o gerenciamento de resíduos sólidos ser um fator decisivo para a escolha do destino turístico e c) o tratamento de esgoto ser um fator decisivo para a escolha do destino turístico.

A tabela 11 apresenta a distribuição de frequências e porcentagens de indicações dos sujeitos, correspondentes ao município de Canela, sobre o saneamento básico (água de abastecimento, gerenciamento de resíduos sólidos e tratamento de esgoto) ser fator decisivo para a escolha do destino turístico.

Os dados apresentados nos permitem concluir, sobre ser a água de abastecimento fator decisivo para a escolha do destino turístico, que 56,25% dos hóspedes responderam que “nunca pensaram no assunto”, e 37,5% disseram que “sim”. Em relação ao gerenciamento dos resíduos sólidos ser um fator de escolha para o destino turístico, 43,75% afirmaram que “sim”; essa variável é contemplada na escolha do destino turístico, enquanto 31,25% de respostas asseguraram “nunca pensar no assunto”. Por fim, ao serem inquiridos sobre o tratamento de esgoto, 43,75% afirmam que essa variável do saneamento básico é, “sim”, fator decisivo na escolha do destino turístico, enquanto 37,5% “nunca pensaram no assunto”.

A tabela 12 apresenta a distribuição de frequências e porcentagens de indicações dos sujeitos, correspondentes ao município de Caxias do Sul, sobre o saneamento básico (água de abastecimento, gerenciamento de resíduos sólidos e tratamento de esgoto) ser fator decisivo para a escolha do destino turístico.

Ao cruzar os dados referentes ao saneamento básico, como fator de escolha dos meios de hospedagem com os períodos de alta e baixa estação, pode-se concluir, no município de Canela, durante a alta estação, que 45,45% dos sujeitos consideram a água de abastecimento fator de escolha do meio de hospedagem, e 16,67% nunca pensaram no assunto e, durante a baixa estação, 60% consideram a origem da água de abastecimento fator de escolha do meio de hospedagem, enquanto 54,54% nunca pensaram no assunto. No tocante ao gerenciamento de resíduos, durante a alta estação, 54,54% afirmaram considerar o serviço como fator de escolha do meio de hospedagem, enquanto 36,36% nunca pensaram no assunto. Durante a

baixa estação, 20% consideram o gerenciamento de resíduos sólidos fator de escolha, e 40% não consideram o serviço como fator de escolha. No tocante ao tratamento de esgoto como fator de escolha, pode-se concluir que 54,54% consideram o serviço como fator de escolha, e 36,36% nunca pensaram no assunto. Durante a baixa estação, é possível concluir que 40% não consideram fator de escolha, 40% nunca pensaram no assunto, e 20% consideram fator de escolha do meio de hospedagem o tratamento de esgoto.

Tabela 11 – Distribuição de frequência e porcentagem de indicações de hóspedes sobre o saneamento básico ser fator decisivo para a escolha do destino turístico, no meio de hospedagem do município de Canela

<b>Semanas</b>	<b>1a. (**)</b>		<b>2a. (**)</b>		<b>3a. (*)</b>		<b>4a. (*)</b>		<b>TOTAL</b>	
<b>Sobre o saneamento básico ser fator decisivo na escolha do destino turístico</b>	<b>(f)</b>	<b>(%)</b>	<b>(f)</b>	<b>(%)</b>	<b>(f)</b>	<b>(%)</b>	<b>(f)</b>	<b>(%)</b>	<b>(f)</b>	<b>(%)</b>
<b>Água de abastecimento</b>										
Nunca pensou no assunto	1	33,33	2	100	3	100	3	37,5	9	56,25
Sim	1	33,33	-	-	-	-	5	62,5	6	37,5
Não	1	33,33	-	-	-	-	-	-	1	6,25
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100</b>	<b>2</b>	<b>100</b>	<b>3</b>	<b>100</b>	<b>8</b>	<b>100</b>	<b>16</b>	<b>100</b>
<b>Gerenciamento dos resíduos sólidos</b>										
Sim	1	33,33	-	-	-	-	6	75	7	43,75
Nunca pensou no assunto	1	33,33	-	-	3	100	1	12,5	5	31,25
Não	1	33,33	1	50	-	-	-	-	2	12,5
Não tem certeza	-	-	1	50	-	-	1	12,5	2	12,5
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100</b>	<b>2</b>	<b>100</b>	<b>3</b>	<b>100</b>	<b>8</b>	<b>100</b>	<b>16</b>	<b>100</b>
<b>Tratamento de esgoto</b>										
Sim	1	33,33	-	-	-	-	6	75	7	43,75
Nunca pensou no assunto	1	33,33	1	50	3	100	1	12,5	6	37,5
Não	1	33,33	1	50	-	-	-	-	2	12,5
Não tem certeza	-	-	-	-	-	-	1	12,5	1	6,25
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100</b>	<b>2</b>	<b>100</b>	<b>3</b>	<b>100</b>	<b>8</b>	<b>100</b>	<b>16</b>	<b>100</b>

(\*) Semana de alta estação e com evento

(\*\*) Semana de baixa estação e sem evento

É possível concluir que, no meio de hospedagem do município de Caxias do Sul, durante a alta estação, 42,89% dos sujeitos consideram a água de abastecimento fator de escolha do meio de hospedagem e 21,78% nunca pensaram no assunto, e durante a baixa estação, 48,9% consideram a origem da água de abastecimento fator de escolha do meio de

hospedagem, enquanto 24,54% nunca pensaram no assunto. No tocante ao gerenciamento de resíduos, durante a alta estação, 19,3% afirmaram considerar o serviço como fator de escolha do meio de hospedagem, enquanto que 21,78% nunca pensaram no assunto. Durante a baixa estação, 30% consideram o gerenciamento de resíduos sólidos fator de escolha, 20% não consideram o serviço como fator de escolha, e 31,81% nunca pensaram no assunto. No tocante ao tratamento de esgoto como fator de escolha, pode-se concluir que 24,63% consideram o serviço como fator de escolha, e 21,18% nunca pensaram no assunto. Durante a baixa estação, é possível concluir que 34,23% o consideram fator de escolha, 40% não consideram o serviço como fator de escolha, e 29,72% nunca pensaram no assunto.

Tabela 12 – Distribuição de frequência e porcentagem de indicações de hóspedes sobre o saneamento básico ser fator decisivo para a escolha do destino turístico, no meio de hospedagem do município de Caxias do Sul

Semanas	1a. (**)		2a. (**)		3a. (*)		4a. (*)		TOTAL	
	(f)	(%)	(f)	(%)	(f)	(%)	(f)	(%)	(f)	(%)
<b>Sobre o saneamento básico ser fator decisivo na escolha do destino turístico</b>										
<b>Água de abastecimento</b>										
Sim	28	39,44	23	58,97	22	38,60	32	22,07	105	33,65
Não respondeu	12	16,90	1	2,56	7	12,28	73	50,34	93	29,81
Nunca pensou no assunto	17	23,94	10	25,64	23	40,35	21	14,48	71	22,76
Não	12	16,90	3	7,69	5	8,77	16	11,03	36	11,54
Não tem certeza	2	2,82	2	5,13	-	-	3	2,07	7	2,24
<b>TOTAL</b>	<b>71</b>	<b>100</b>	<b>39</b>	<b>100</b>	<b>57</b>	<b>100</b>	<b>145</b>	<b>100</b>	<b>312</b>	<b>100</b>
<b>Gerenciamento dos resíduos sólidos</b>										
Não respondeu	12	16,90	1	2,56	6	10,53	74	51,03	93	29,81
Nunca pensou no assunto	20	28,17	15	38,46	21	36,84	23	15,86	79	25,32
Sim	20	28,17	13	33,33	15	26,32	24	16,55	72	23,08
Não	15	21,13	7	17,95	11	19,30	18	12,41	51	16,35
Não tem certeza	4	5,63	3	7,69	4	7,02	6	4,14	17	5,45
<b>TOTAL</b>	<b>71</b>	<b>100</b>	<b>39</b>	<b>100</b>	<b>57</b>	<b>100</b>	<b>145</b>	<b>100</b>	<b>312</b>	<b>100</b>
<b>Tratamento de esgoto</b>										
Sim	24	33,33	14	35,90	19	33,33	31	21,23	88	28,03
Não respondeu	4	5,56	1	2,56	6	10,53	74	50,68	85	27,07
Nunca pensou no assunto	20	27,78	11	28,21	22	38,60	21	14,38	74	23,57
Não	12	16,67	6	15,38	7	12,28	15	10,27	40	12,74
Não tem certeza	12	16,67	7	17,95	3	5,26	5	3,42	27	8,60
<b>TOTAL</b>	<b>72</b>	<b>100</b>	<b>39</b>	<b>100</b>	<b>57</b>	<b>100</b>	<b>146</b>	<b>100</b>	<b>314</b>	<b>100</b>

(\*) Semana de alta estação e com evento

(\*\*) Semana de baixa estação e sem evento

Neste momento, é interessante cruzar os dados das seguintes informações: a) considerar-se bem-informado quanto à questão ambiental e b) saneamento básico como fator de escolha do meio de hospedagem. No meio de hospedagem do município de Canela, 13 hóspedes consideram-se bem-informados quanto à questão ambiental. Destes, 46,15% consideram a origem da água de abastecimento, enquanto 46,15% nunca pensaram no assunto. Para 53,84% dos hóspedes, o gerenciamento de resíduos sólidos é fator de escolha do meio de hospedagem, enquanto 23,07% nunca pensaram no assunto. Já 53,84% consideram o tratamento de esgoto fator de escolha do meio de hospedagem, enquanto 30,76% nunca pensaram no assunto.

No meio de hospedagem do município de Caxias do Sul, 178 hóspedes consideram-se bem-informados quanto à questão ambiental. Destes, 46,06% consideram a origem da água de abastecimento como fator de escolha do meio de hospedagem, e 24,71% nunca pensaram no assunto. Para 30,33%, o gerenciamento de resíduos sólidos é fator de escolha do meio de hospedagem, enquanto 29,77% nunca pensaram no assunto, e 22,47% não consideram o gerenciamento de resíduos sólidos fator de escolha do meio de hospedagem. Já 37,64% consideram o tratamento de esgoto fator de escolha do meio de hospedagem, enquanto 27,52% nunca pensaram no assunto, e 16,85% não consideram o tratamento de esgoto fator de escolha do meio de hospedagem.

Ao serem questionados por Silva (2007, p. 94) sobre a destinação adequada dos resíduos, 52,5% dos empreendimentos disseram dar o destino correto para os resíduos gerados nos meios de hospedagem, enquanto 47,5% responderam não dar o destino correto para esses resíduos. Sobre qual o destino dado a esses resíduos, 64,9% dos sujeitos questionados disseram que o destino final dos resíduos é a reciclagem, enquanto 10,8% utilizam a compostagem para a destinação do resíduo orgânico e 10,8% enterram os resíduos.

Em estudo que trata das interferências socioambientais das pousadas, Azevêdo (2006, p. 149) relata que 59% dos donos de pousadas apresentam preocupações com o ambiente. Quando questionados sobre as práticas ambientais adotadas, 42% dos donos de pousadas disseram que tiveram preocupação com a área verde do entorno, enquanto 30% apresentaram preocupações com a coleta dos resíduos e 6% dos sujeitos dessa pesquisa têm preocupações com o esgotamento sanitário.

Verificar a variável – saneamento básico como fator de escolha do meio de hospedagem – pode ser interessante para entender a concepção de consumir produtos de empresas ambientalmente responsáveis. Nos meios de hospedagem dos municípios de Canela

e Caxias do Sul, é possível afirmar que a maior parte dos hóspedes apresenta opiniões repartidas, em demonstrações discretas de responsabilidade ambiental e limitação de informações que relacionam os temas turismo, qualidade ambiental e saneamento básico. Porém, também é possível admitir a existência de um segmento de mercado, formado por hóspedes indecisos, que contemple questões ambientais e a existência de um público que pode ser influenciado por hábitos ambientalmente corretos na escolha do produto turístico.

## 8 INFORMAÇÕES SOBRE PRÁTICAS AMBIENTAIS COMO FATOR DECISIVO PARA ESCOLHA DE MEIOS DE HOSPEDAGEM

No presente capítulo, são apresentadas as tabelas correspondentes aos meios de hospedagem dos municípios de Canela e de Caxias do Sul, contendo a distribuição de frequência e porcentagens das indicações dos sujeitos sobre as práticas ambientais figurarem como fator decisivo para escolha do meio de hospedagem.

A tabela 13 apresenta a distribuição de frequências e porcentagens de indicações dos sujeitos, correspondentes ao município de Canela, sobre as práticas ambientais serem fator decisivo para a escolha do meio de hospedagem. Diante dos dados, pode-se notar que, para 68,75% dos sujeitos, as práticas ambientais são, “sim”, um fator decisivo para a escolha de um meio de hospedagem. Já 25% dos hóspedes “nunca pensaram no assunto”.

Tabela 13 – Distribuição de frequência e porcentagem de indicações de hóspedes sobre as práticas ambientais serem fator decisivo para a escolha do meio de hospedagem, no município de Canela

Semanas	1a. (**)		2a. (**)		3a. (*)		4a. (*)		TOTAL	
	(f)	(%)	(f)	(%)	(f)	(%)	(f)	(%)	(f)	(%)
<b>Práticas ambientais como fator de escolha de um meio de hospedagem</b>										
Sim	2	66,67	2	100	1	33,33	6	75	11	68,75
Nunca pensou no assunto	-	-	-	-	2	66,67	2	25	4	25
Não tem certeza	1	33,33	-	-	-	-	-	-	1	6,25
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100</b>	<b>2</b>	<b>100</b>	<b>3</b>	<b>100</b>	<b>8</b>	<b>100</b>	<b>16</b>	<b>100</b>

(\*) Semana de alta estação e com evento

(\*\*) Semana de baixa estação e sem evento

A tabela 14 apresenta a distribuição de frequências e porcentagens de indicações dos sujeitos, correspondentes ao município de Caxias do Sul, sobre as práticas ambientais serem fator decisivo para a escolha do meio de hospedagem. Pode-se observar, a partir dos dados, que 37,94% dos sujeitos responderam que práticas ambientais é um fator de escolha de um meio de hospedagem, enquanto 18,33% dos hóspedes afirmaram “nunca ter pensado sobre o assunto”.

Alguns estudos (SILVA, 2007; FERRARI 2006; JASPER, 2006; AZEVÊDO, 2006; BRITO, 2006; SILVA, 2005; ERDOGAN e BARIS, 2007; LE et. al. 2006) podem ilustrar a relação existente entre as práticas ambientais e o turismo.



Tabela 14 – Distribuição de frequência e porcentagem de indicações de hóspedes sobre as práticas ambientais serem fator decisivo para a escolha do meio de hospedagem, no município de Caxias do Sul

Semanas	1a. (*)		2a. (**)		3a. (**)		4a. (*)		TOTAL	
	(f)	(%)	(f)	(%)	(f)	(%)	(f)	(%)	(f)	(%)
Práticas ambientais como fator de escolha de um meio de hospedagem										
Sim	31	43,06	21	53,85	27	47,37	39	27,27	118	37,94
Não respondeu	13	18,06	2	5,13	6	10,53	71	49,65	92	29,58
Nunca pensou no assunto	17	23,61	10	25,64	15	26,32	15	10,49	57	18,33
Não	6	8,33	4	10,26	4	7,02	13	9,09	27	8,68
Não tem certeza	5	6,94	2	5,13	5	8,77	5	3,50	17	5,47
<b>TOTAL</b>	<b>72</b>	<b>100</b>	<b>39</b>	<b>100</b>	<b>57</b>	<b>100</b>	<b>143</b>	<b>100</b>	<b>311</b>	<b>100</b>

(\*) Semana de alta estação e com evento

(\*\*) Semana de baixa estação e sem evento

Silva (2007, p. 118), em estudo que trata das ações ambientais em meios de hospedagem, ao questionar a existência de regularidade ambiental, quanto à efetividade e à adequação desses empreendimentos, verificou que 95% dos sujeitos responderam não serem ambientalmente regularizados; 2,5% disseram não saber e 2,5% responderam que “sim”. Quando foram questionados sobre o motivo da não-adequação, 50% dos meios de hospedagem responderam a “falta de informação”; 24% disseram que a “falta de obrigatoriedade” fez com que não se adequassem às questões ambientais, e 10,8% declararam a inexistência de interesse. Ainda segundo o autor, a ausência de política ambiental é um fator determinante para a não-adoção de práticas ambientais. Para a ausência de política ambiental, o autor a considera como conseqüência descomprometimento dos gestores com a questão ambiental.

Os meios de hospedagem, quando admitem práticas ambientais, consideram: sistemas de racionalização do consumo de energia elétrica, água e gerenciamento de resíduos sólidos. Ferrari (2006, p. 80) considera, juntamente com esses aspectos, as questões de desenvolvimento de ações de sensibilização para hóspedes. A autora concluiu em seu estudo que 76,2% dos sujeitos que responderam à questão disseram “não” desenvolver práticas de sensibilização com os hóspedes, e 23,8% afirmaram desenvolver práticas ambientais com os hóspedes. Ao justificarem o motivo pelo qual não desenvolviam trabalhos de sensibilização com o hóspede, 57,15% não responderam; 14,29% disseram que seria por falta de conhecimento e 4,76% atribuíram o motivo a não se terem despertado ainda para a questão ambiental nos meios de hospedagem.

A fim de entender a postura dos hóspedes em relação a práticas ambientais, é proposto o cruzamento das variáveis: a) considera práticas ambientais fator de escolha dos meios de

hospedagem e b) períodos de alta e baixa estação. Pode-se concluir que, no município de Canela, durante a alta estação, 63,63% dos sujeitos consideram práticas ambientais fator de escolha do meio de hospedagem, e 36,36% nunca pensaram no assunto; durante a baixa estação, 80% consideram práticas ambientais fator de escolha do meio de hospedagem.

No município de Caxias do Sul, durante a alta estação, 52,5% dos sujeitos consideram práticas ambientais fator de escolha do meio de hospedagem, e 15% nunca pensaram no assunto; durante a baixa estação, 46,84% consideram práticas ambientais fator de escolha do meio de hospedagem, enquanto 24,32% nunca pensaram no assunto.

Em estudo que contempla as situações de saneamento básico em meios de hospedagem do meio rural, Jasper (2006, p. 72) aborda a preocupação do turista quanto às questões ambientais. Em seus resultados, 71,43% dos hóspedes “não” apresentam preocupações com o ambiente, enquanto 28,57% as apresentam. Ao indagar sobre quais as preocupações existentes nos hóspedes que as apresentaram, 50% responderam que é a limpeza do ambiente; 25% responderam que é o “recolhimento do lixo” e 25% comentam que tudo está muito bem cuidado.

Quando questionados sobre a preocupação dos turistas quanto a práticas ambientais adotadas pela hospedagem rural, os gestores dos empreendimentos responderam que 57,14% não apresentam esse tipo de preocupação, e 42,86% admitem apresentar essas preocupações. Para 50% dos sujeitos, as preocupações com o meio ambiente, por parte dos visitantes no meio de hospedagem rural, estão relacionadas à produção ecológica; para 16,6%, é o tratamento de resíduos; já 16,6% dizem que é a preservação dos animais silvestres, e 16,6% apresentam a preservação da mata nativa como sua principal preocupação. (JASPER, 2006, p. 72).

Brito (2006, p. 76), que em seu estudo contemplou a responsabilidade socioambiental em meios de hospedagem do meio rural, conclui que o problema se concentra no desafio da incorporação de práticas de gestão sustentável aos empreendimentos de turismo rural, que conta com resistência a uma política que contemple a gestão de ganhos ambientais, sociais, culturais e econômicos.

Silva (2005, p. 78), ao investigar se a responsabilidade social dos hóspedes seria determinante para a escolha dos destinos turísticos, ao tratar da variável práticas ambientais, concluiu que 89% dos sujeitos consideram tal aspecto um fator muito importante e importante para a escolha de um pacote turístico, enquanto 10,6% consideram não ter importância, pouco importante ou pode ou não ter importância ser para a escolha de um pacote turístico.

Ao tratar do conhecimento das informações relacionadas à proteção ambiental por parte dos hotéis na Turquia, Erdogan e Baris (2007, p. 607) elencaram algumas variáveis para a análise presente em sua pesquisa: a) treinamento ambiental para os empregados dos hotéis; b) intervenção para prevenção da poluição e c) o conhecimento da ISO 14001. Ao tratar dos investimentos em treinamento ambiental para os funcionários, verificou-se que 15% dos hotéis investem forte no treinamento ambiental dos funcionários, e 85% deles não investe, investe pouco ou investe de forma regular no treinamento ambiental dos funcionários. Ao tratar da variável intervenções para prevenção da poluição, 27,5% dos sujeitos dessa pesquisa disseram praticar com frequência essas intervenções; 32,5% disseram que esporadicamente intervêm no processo de produção, e 40% desses ou não conhecem ou conhecem muito pouco o funcionamento do processo de intervenção. Em relação ao conhecimento da ISO 14001, 20% afirmaram conhecer bem ou muito bem a normalização que trata do gerenciamento ambiental; 17,5% afirmaram conhecer tal variável de forma mediana e 62,5% disseram não conhecer ou conhecer muito pouco tal normalização.

Ao mencionar a existência de práticas ambientais, Erdogan e Baris (2007, p. 607) verificaram que em, 62,5% dos hotéis pesquisados, não havia nada relacionado à existência de práticas ambientais; 20% falaram da existência de informações sobre impactos ambientais e, em 10% dos empreendimentos, foi considerada a existência de políticas ambientais.

Le et al. (2006, p. 559) buscaram em seu estudo com 190 meios de hospedagem identificar fatores que influenciam a adoção de práticas ambientais nos meios de hospedagem, mediante algumas variáveis: a) o não-uso de resíduos químicos na paisagem; b) coleta e uso da água da chuva para utilização quando possível; c) utilização de torneiras automáticas de baixo consumo; d) construções compatíveis com a paisagem local; e) conservar e cultivar a vegetação nativa; f) utilização de sensor de movimento para as lâmpadas fora dos quartos; g) controle elétrico no quarto dos hóspedes; h) controle do barulho nas atividades do hotel; i) não permitir o uso de veículos particulares no hotel; j) controle da emissão de gases nas atividades do hotel; l) existência de lixeiras de reciclagem nos quartos dos hóspedes; m) financia e auxilia a limpeza do atrativo para os turistas; n) financia e auxilia a reabilitação de alguma atração turística; o) emprega residentes locais e p) facilita o entendimento cultural entre os turistas e a comunidade local. Diante dessas variáveis, pode-se concluir que a média de adesão a alguma(s) dessa(s) práticas ambientais foi de 51%, enquanto 49% não adotam essas práticas ambientais. Das práticas ambientais, a que menos sofreu adesão dos meios de hospedagem, com 23%, foi coleta e uso da água da chuva para utilização quando possível e a

que mais teve adesão dos meios de hospedagem foi o emprego de residentes locais com 74% de adesão.

Em seu estudo, Palhares (2003, p. 11), ao relacionar o comportamento das três cervejarias pesquisadas (Ambev; Schincariol e Kaiser), concluiu que duas já apresentam preocupações com o gerenciamento dos resíduos sólidos e com políticas ambientais, além de admitir que uma terceira apresenta comportamento classificado como reativo, no qual ações preventivas não são adotadas.

A fim de entender a relação entre as variáveis: a) considerar-se bem-informado quanto a questões ambientais e b) considerar práticas ambientais fator de escolha do meio de hospedagem, é proposto o cruzamento dos dados. No município de Canela, 13 hóspedes consideram-se bem-informados. Destes 69,23% consideram as práticas ambientais fator de escolha de um meio de hospedagem. No município de Caxias do Sul, 178 hóspedes consideram-se bem-informados. Destes, 52,24% consideram as práticas ambientais fator de escolha de um meio de hospedagem, enquanto 20,22% nunca pensaram no assunto.

O fato de os consumidores serem receptivos a informações que tratam do comportamento ambientalmente responsável faz com que os mesmos escolham os empreendimentos turísticos por adotarem práticas ambientais relacionadas a mecanismos de eco-eficiência. No meio de hospedagem do município de Canela, pode-se notar que grande parte dos sujeitos inquiridos afirmou ter “práticas ambientais” como fator de escolha de um meio de hospedagem. Já no meio de hospedagem da cidade de Caxias do Sul, é discreto o ato de escolher um meio de hospedagem mediante práticas ambientais; porém, é visível o grande número de indivíduos que não apresenta opinião formada sobre o assunto. Nesse caso, é visível a carência de informações relacionadas ao turismo, à qualidade ambiental e às práticas ambientais.

## 9 A RESPONSABILIDADE DOS HÓSPEDES E DOS MEIOS DE HOSPEDAGEM MEDIANTE A VARIÁVEL AMBIENTAL

Neste capítulo, são apresentadas as tabelas correspondentes aos meios de hospedagem dos municípios de Canela e de Caxias do Sul, contendo a distribuição de frequência e porcentagens das indicações dos sujeitos sobre: a) o hóspede ter compromisso com o ambiente e b) o meio de hospedagem ter compromisso com o ambiente.

A tabela 15 apresenta a distribuição de frequências e porcentagens de indicações dos sujeitos, correspondentes ao município de Canela, sobre o hóspede e o meio de hospedagem terem compromisso com o meio ambiente. Quando questionados sobre se devem ter compromisso com o meio ambiente, 93,75% dos sujeitos questionados responderam que “sim”. Ao serem inquiridos se os meios de hospedagem deveriam ter compromisso com o ambiente, 93,75% responderam que sim.

Tabela 15 – Distribuição de frequência e porcentagem de indicações sobre ter compromisso com o meio ambiente, no município de Canela

Semanas	1a. (**)		2a. (**)		3a. (*)		4a. (*)		TOTAL	
	(f)	(%)	(f)	(%)	(f)	(%)	(f)	(%)	(f)	(%)
<b>Devem ter compromisso com o ambiente</b>										
<b>O hóspede</b>										
Sim	3	100	2	100	2	66,67	8	100	15	93,75
Nunca pensou no assunto	-	-	-	-	1	33,33	-	-	1	6,25
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100</b>	<b>2</b>	<b>100</b>	<b>3</b>	<b>100</b>	<b>8</b>	<b>100</b>	<b>16</b>	<b>100</b>
<b>No meio de hospedagem</b>										
Sim	3	100	2	100	2	66,67	8	100	15	93,75
Nunca pensou no assunto	-	-	-	-	1	33,33	-	-	1	6,25
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100</b>	<b>2</b>	<b>100</b>	<b>3</b>	<b>100</b>	<b>8</b>	<b>100</b>	<b>16</b>	<b>100</b>

(\*) Semana de alta estação e com evento

(\*\*) Semana de baixa estação e sem evento

A tabela 16 apresenta a distribuição de frequências e porcentagens de indicações dos sujeitos, correspondentes ao município de Caxias do Sul, sobre o hóspede e o meio de hospedagem terem compromisso com o meio ambiente. Diante dos dados coletados, pode-se concluir que 65,59% dos sujeitos acreditam que o hóspede deve ter compromisso com o meio ambiente. Em relação aos meios de hospedagem, se eles devem ter compromisso com o meio ambiente, 64,84% dos sujeitos disseram que “sim”.

É visível através dos dados organizados que, durante a quarta semana de coleta, o número de questionários entregues sem serem respondidos, 50,35%, foi alto quando relacionado ao número de questionários entregues completos. Diante desse fato, é possível concluir que, durante a quarta semana, ocorreu desinteresse dos sujeitos por participarem da pesquisa proposta.

A fim de identificar a relação existente entre as variáveis, é proposto o cruzamento dos seguintes pontos: a) considerar-se bem-informado quanto à questão ambiental; b) se o hóspede tem compromisso com o meio ambiente e c) se o meio de hospedagem deve ter compromisso com o meio ambiente. No município de Canela, o universo de 13 hóspedes considera-se bem-informado quanto à questão ambiental. Ao relacionar essa variável a se o hóspede tem compromisso com o meio ambiente, conclui-se que 100% dos sujeitos acreditam que o hóspede deve, sim, ter compromisso com o meio ambiente. No tocante às variáveis considerar-se bem-informado quanto ao meio ambiente e se o meio de hospedagem devem ter compromisso com o meio ambiente, pode-se concluir que 100% dos sujeitos acreditam que o meio de hospedagem deve ter compromisso com o meio ambiente.

Tabela 16 – Distribuição de frequência e porcentagem de indicações sobre ter compromisso com o meio ambiente, no município de Caxias do Sul

Semanas	1a. (*)		2a. (**)		3a. (**)		4a. (*)		TOTAL	
	(f)	(%)	(f)	(%)	(f)	(%)	(f)	(%)	(f)	(%)
<b>Devem ter compromisso com o meio ambiente</b>										
<b>O hóspede</b>										
Sim	54	75,00	36	92,31	47	82,46	67	46,85	204	65,59
Não respondeu	12	16,67	2	5,13	6	10,53	72	50,35	92	29,58
Nunca pensou no assunto	5	6,94	1	2,56	4	7,02	3	2,10	13	4,18
Não tem certeza	1	1,39	-	-	-	-	1	0,70	2	0,64
<b>TOTAL</b>	<b>72</b>	<b>100</b>	<b>39</b>	<b>100</b>	<b>57</b>	<b>100</b>	<b>143</b>	<b>100</b>	<b>311</b>	<b>100</b>
<b>No meio de hospedagem</b>										
Sim	53	74,65	35	89,74	46	80,70	67	46,85	201	64,84
Não respondeu	13	18,31	2	5,13	8	14,04	72	50,35	95	30,65
Não	3	4,23	1	2,56	2	3,51	2	1,40	8	2,58
Nunca pensou no assunto	2	2,82	1	2,56	1	1,75	2	1,40	6	1,94
<b>TOTAL</b>	<b>71</b>	<b>100</b>	<b>39</b>	<b>100</b>	<b>57</b>	<b>100</b>	<b>143</b>	<b>100</b>	<b>310</b>	<b>100</b>

(\*) Semana de alta estação e com evento

(\*\*) Semana de baixa estação e sem evento

No município de Caxias do Sul, o universo de 178 hóspedes considera-se bem-informado quanto à questão ambiental. Ao relacionar essa variável a se o hóspede tem compromisso com o meio ambiente, conclui-se que 85,39% dos sujeitos acreditam que o

hóspede deve, sim, ter compromisso com o meio ambiente. No tocante às variáveis considerar-se bem-informado quanto ao meio ambiente e se o meio de hospedagem deve ter compromisso com o meio ambiente, pode-se concluir que 83,7% dos sujeitos acreditam que o meio de hospedagem deve ter compromisso com o meio ambiente, enquanto 4,5% nunca pensaram no assunto.

O treinamento dos funcionários em relação à gestão ambiental do empreendimento é fator imprescindível para que um programa possa atingir suas metas no ambiente. Porém, Silva (2007, p. 73), ao tratar da existência de um programa interno que vise à redução do consumo de energia elétrica, constata que 73% dos meios de hospedagem que participaram da pesquisa não têm um programa de treinamento de funcionários. Ao questionar, no mesmo estudo, sobre o motivo da não-existência de um programa de treinamento dos funcionários para a redução do consumo de energia elétrica, 25% responderam que já apresentavam princípios de redução do consumo de energia elétrica; 22,2% disseram que o empreendimento era muito pequeno para tal preocupação; 13,9% admitiram não existir a necessidade dessa preocupação, e 13,9% relataram a inexistência de cursos que tratem do assunto.

Ao questionar sobre o comportamento do gestor de meios de hospedagem, auto-avaliação, sobre a responsabilidade ambiental, Ferrari (2006, p. 42) coloca que 57,15% dos sujeitos se consideram no nível regular de responsabilidade ambiental, enquanto 23,8% consideram como boa a participação na preservação do ambiente, e 14,29% têm essa participação dada como ruim. Ainda para a autora (2006, p. 44), foi perguntado aos gestores de meios de hospedagem o que seria responsabilidade ambiental na hotelaria. Para 16% dos sujeitos, “cuidar e preservar o meio ambiente”; para 12%, “administrar a geração de resíduos e dejetos”, e para 8%, “minimizar a poluição. É interessante notar que somente 4% dos sujeitos questionados disseram que “conscientizar hóspedes e funcionários” poderia estar relacionado à responsabilidade ambiental na hotelaria.

Ao considerar as formas e os recursos adotados para a conscientização ambiental, Ferrari (2006, p. 81) concluiu que 64% dos gestores não adotam práticas de sensibilização ambiental para os hóspedes; 12% utilizam os *sites* como o principal recurso para sensibilização e 12% fazem dos cartazes seu principal recurso para conscientizar através da educação ambiental.

Quando questionado sobre a importância de desenvolver práticas ambientais, o estudo de Ferrari (2006, p. 83) conclui que 95,24% dos gestores admitem a importância de desenvolver programas de práticas ambientais. Quando questionados sobre o que tornava a adoção de práticas ambientais importante, 20% dos sujeitos responderam que a imposição da

sociedade era o principal motivo; já outros 20% disseram que a principal motivação era a preservação ambiental; 16% apontaram para benefícios administrativos, e outros 16% admitiram ser por adequação de mercado. Mediante esses dados, é possível concluir que as práticas ambientais recebem grande influência do retorno econômico esperado ao investimento no meio ambiente.

Brito (2006, p. 74) conclui que 11 dos 14 empreendimentos, pesquisados em seu estudo, preocupam-se com a questão ambiental, só que, ao contrário do que afirmam os primeiros resultados, a atuação socioambiental responsável, o que alia a gestão do empreendimento com práticas sociais e ambientais, ainda não é uma prioridade na condução dos negócios.

Em seu estudo, Romeiro (2006, p. 237), que trata do comportamento do consumidor ambientalmente favorável, indagou dos sujeitos quanto ao significado de preservação ambiental. Diante dos resultados, pode-se concluir que 29,3% dos sujeitos acreditam que esse significado tem a ver com não desmatar as florestas e áreas; 16,5% afirmaram que seria garantir os recursos e o patrimônio natural para as próximas gerações; 15,3% disseram que seria descartar o lixo por tipo de material para reciclagem; 11,2% disseram que seria não poluir os rios; 11% falaram que está ligado a não desperdiçar água e energia elétrica, e 10% disseram que estaria ligado a consumir produtos que causem menos danos ao ambiente, mesmo que custem mais caros.

Durante seu estudo, Romeiro (2006, p. 236) trata da visão biológica de preservação ambiental, que ele define pela preocupação com a manutenção das características naturais da natureza. Diante dos resultados alcançados em sua pesquisa, é possível constatar que 60,5% dos sujeitos associaram a preservação ambiental a características biológicas (rios, florestas e proteção de animais), enquanto 39,5% vincularam o significado de preservação a ações de consumo.

Ao tratar do tema certificação do turismo sustentável para meios de hospedagem, Zucarato (2006, p. 106) considera em sua avaliação fatores como: a) entorno físico-biológico (avalia a interação da empresa com o meio ambiente circundante, focando o tratamento de água servida e a proteção da flora, fauna, entre outros; b) a planta de serviço (avalia os aspectos relacionados aos processos internos da empresa, o gerenciamento e o controle de água, energia, tratamento de resíduos e treinamento); c) o cliente externo (avalia as ações desenvolvidas pela gerência visando a ter a participação do cliente na implementação das políticas de sustentabilidade da empresa) e d) entorno socioeconômico (avalia a identificação e interação do estabelecimento com a comunidade local).



O mesmo autor, durante sua pesquisa, estabeleceu critérios de conformidade para pontuar, por níveis de atuação socioambiental, notas de 1 a 5. Através dessa pesquisa, conseguiu resultados que comprovam a falta de preocupação por parte dos gestores desses empreendimentos em relação às variáveis socioambientais. Zucarato (2006) concluiu que dois dos quatro meios de hospedagem obtêm, dentro dos fatores citados, uma conformidade entre 21 e 39%. Já outras duas pousadas, as quais obtiveram maior conformidade, alcançaram o índice de 40 a 59% ao tratar essas variáveis. Diante de tal realidade, é visível a falta de compromisso dos gestores com essas variáveis durante o planejamento e a execução de suas atividades.

Ao relacionar responsabilidade corporativa à responsabilidade ambiental, Palhares (2003, p. 110) afirma que o possível haver aumento no rigor da legislação ambiental ênfase na crescente importância da responsabilidade ambiental para a imagem corporativa, tem sido objeto de estudo das cervejarias no Brasil. Palhares (2003, p. 113) constata que as corporações que mantiverem políticas ambientais baseadas no ciclo de vida do produto e que trabalham em busca constante da eco-eficiência, com sistemas de logística reversa, estarão um passo adiante, por já terem acumulado experiência no cálculo da redução desses custos .

Chan e Wong (2006, p. 488), ao tratarem das motivações de hotéis para a adesão do ISO 14001, elencaram algumas variáveis: a) governo corporativo; b) alta administração; c) tendência de mercado; d) benefícios da ISO; e) competição; f) legislação; g) barreira comercial e h) os clientes. Diante de seus resultados, os autores puderam concluir que, para os hotéis pesquisados, apenas duas variáveis foram fatores determinantes para que o hotel obtivesse a certificação ISO 14001: governo corporativo e legislação.

Segundo Gouvea e Hranalova (2004, p. 133), entre os 18 países que foram analisados, sob as perspectivas mercadológicas, os resultados indicam que, apesar do crescimento no interesse na execução de atividades ecoturísticas, as variáveis ecológicas não apresentam uma grande relevância para a demanda turística desses países.

Para a autora De Conto,

um hotel ambientalmente organizado, que busca em suas atividades não desperdiçar, reutilizar materiais, separar materiais nos serviços oferecidos aos turistas, demonstra ser um local não apenas para hospedagem, mas também para desenvolver o processo de ensino e aprendizagem. O hotel passa a ser uma escola a partir do momento em que implanta seu plano de gerenciamento de resíduos e o socializa para todos os turistas. (DE CONTO, 2001, p. 67).

Fraj e Martinez (2006, p. 141) afirmam que, para a criação de uma mensagem significativa para o consumidor, a companhia deve apresentar as implicações de

funcionamento, aliando-se a Sistemas de Gestão Ambiental e começar a envolver os diferentes agentes sociais que afirmam assumir os compromissos da sustentabilidade. Se o consumidor é consciente de que a companhia oferece produtos ambientalmente corretos, as chances de se obter sucesso nesse segmento estão quase garantidas.

Ao tratar do comportamento dos hóspedes, alguns autores (LIMA, 2003; KIM; BORGES; CHON, 2006; LEÃO; FALCÃO, 2002) consideram a educação ambiental durante o comportamento aparente em suas ações.

Lima (2003, p. 60), ao tratar da participação dos moradores de São Carlos-SP, em relação ao gerenciamento dos recursos hídricos do rio Monjolinho, constatou que as variáveis: divulgação, organização e educação ambiental, aparecem como principais indicadores da falta de participação da comunidade nas decisões dessa bacia hidrográfica. É interessante notar que uma parcela das respostas apresenta disponibilidade para participação, porém acusa a necessidade de um programa de educação ambiental para a comunidade.

Ao tratar das formas de conscientização da população, relacionadas aos resíduos sólidos, 44,1% dos sujeitos afirmaram que “multas” poderiam ser utilizadas como forma de conscientização; 26,1% concluíram que a conscientização da população deveria ser feita por meio do ensino formal e informal, entre os quais incluíram a educação ambiental e 20,2% disseram que a conscientização da população deveria ser feita por meio de meios de comunicação, como TV, rádios e jornais.

Em artigo desenvolvido sobre o Festival de Vídeos e Filmes Ambientais (Fica) Kim, Borges e Chon (2006, p. 962) perceberam que, ao tratar do tema ambiental, várias posturas ambientais poderiam ser identificadas. A primeira afirmativa foi: “Nós estamos nos aproximando do número de pessoas que a terra pode suportar.” Pode-se concluir que 26,7% dos turistas acreditam moderadamente na afirmação, e 21,1% destes acreditam fortemente. Ao tratar a afirmação: “Os humanos tem direito de modificar o ambiente o quanto precisarem”, verificou-se que 33,5% desacreditam fortemente dessa afirmação e 21,7% desacreditam moderadamente. Por fim, os autores afirmaram que, “se as coisas continuassem no presente curso, nós sofreríamos uma grande catástrofe ambiental”. Conclui que 60,8% dos sujeitos disseram acreditar fortemente na afirmação, enquanto 4,9% dos sujeitos afirmaram desacreditar fortemente na afirmação.

Para Leão e Falcão (2002, p. 22), a educação ambiental é um processo participativo, pelo qual o indivíduo e a coletividade constroem valores sociais, adquirem conhecimentos, atitudes e competências voltadas para a conquista a manutenção do direito a meio ambiente ecologicamente equilibrado.

Ao tratar do tema se os meios de hospedagem devem ter compromisso com a preservação ambiental, é possível observar que existe uma conformidade na opinião dos hóspedes dos meios de hospedagem. Quando questionados sobre o porquê de os meios de hospedagem terem compromisso com o meio ambiente, foram obtidos os seguintes depoimentos: *“Porque todos devem fazer o possível para a melhoria do meio ambiente”*; *“Na verdade, não só os meios de hospedagem devem ter o compromisso com a preservação do meio ambiente e sim todos”*; *“Para perpetuar o negócio”*; *“Todos devem colaborar com a melhoria do meio ambiente”*; *“Pois os hóspedes acabam gerando resíduos de diversas naturezas”*; *“Se faz também necessária a utilização de grande quantidade de água; “É responsabilidade de todos”*; *“Temos todos que nos preocupar para o futuro do nosso planeta”*; *“Além de ter o compromisso tem que ter o desejo de ensinar as pessoas sobre o assunto”*; *“Pela importância das práticas que visam à sustentabilidade do planeta”*; *“Precisamos reverter o processo de degradação ambiental para preservação”*; *“É uma forma de conscientizar as pessoas que poderão ter exemplos nos hotéis e aplicá-los em casa”*; *“Porque concentra grande número de pessoas e portanto de consumo num mesmo espaço”*; *“Para poder também conscientizar as pessoas que ainda não se preocupam com isso”*; *“Contribuí com a educação ambiental”*; *“Porque são pessoas de enorme contato, com giro de pessoal (hóspedes), os quais podem passar as informações”*; *“A pessoa deve gerar menos resíduo possível fora do seu nicho ecológico”*; *“Não há necessidade de trocar toalhas diariamente, você não faz isso em casa”*; *“Mais pelo ensinamento deste comportamento para pessoas de outras cidades”* e *“Quantidade de resíduos gerada; porque é assunto que envolve toda população.”* É interessante verificar que o posicionamento dos hóspedes em relação ao compromisso ambiental está direcionado, na maioria das vezes, a um comportamento ambientalmente correto.

No tocante ao comportamento dos hóspedes em relação ao compromisso com a preservação do meio ambiente, é possível notar que, em sua maioria, apresentam conformidade com a presença de práticas ambientais. As respostas dadas pelos sujeitos foram as seguintes: *“Porque sempre que tenho a informação de como fazer, faço para melhorar a minha qualidade de vida”*; *“Não consigo deixar de pensar no futuro de meus descendentes e da humanidade como um todo”*; *“Toda sociedade é responsável com a preservação do meio ambiente”*; *“É muito pouco e precisamos fazer mais, talvez pelo desenvolvimento do assunto de tal relevância”*; *“Devemos cuidar da natureza, da sua beleza, para melhor aproveitarmos”*; *“O compromisso tem que ser para todos os hóspedes”*; *“Poderia saber mais informações a respeito desse assunto para contribuir com mais eficácia”*; *“Procuro*

*com pequenas ações contribuir no processo de conscientização para o meio ambiente”; “Penso que ainda devo melhorar as minhas práticas”; “Eu sou o meio ambiente, se está poluído, poluído estou”; “Quero viver num mundo melhor e deixar que outras gerações tenham esse privilégio também”; “Compromisso e responsabilidade que todos devem ter, a preservação do meio ambiente é a única forma para gerar melhor qualidade de vida”; “Devemos criar condições favoráveis para evitarmos prejudicar o meio”; “As pessoas que por aqui passam devem deixar em ordem as que aqui vão passar”; “Precisamos tratar do assunto com relevância”; “Não podemos apenas explorar a natureza ou recursos naturais, devemos utilizá-los de forma consciente”; “Me sinto responsável pela preservação do meio ambiente”; “A qualidade de vida de nossos filhos e nossa família tem relação com o meio ambiente” e “Fazem parte do todo, cada pessoa ou empresa tem a sua parcela de responsabilidade.”*

No tocante a sugestões para implementação de programas de sensibilização ambiental dos hóspedes para os meios de hospedagem, são apresentadas intervenções escritas a partir de tal indagação, da seguinte forma: *“Colocar à disposição lixos com indicação de separação por destino de reciclagem”; “Divulgação, informações detalhadas o por quê da necessidade dos programas implementar trabalho efetivo e constante para conscientização do hóspede”; “Chamadas sobre o assunto, enfim algo que sensibilize e chame à tona a responsabilidade do hóspede”; “Lixos seletivos distribuídos dentro do hotel”; “Mostre com cartazes afixados na recepção, nos elevadores e também nos quartos mostrando as práticas desenvolvidas no hotel, o objetivo e pela senão cumplicidade do hóspede pelo menos sua colaboração mostre respeito a esses valores”; “Não trocar as toalhas todos os dias, só quando necessário”; “Cartão nas portas ao sair desliga os aparelhos menos refrigeradores”; “Energia solar, captar água da chuva para serviços, etc.”; “Informações junto à recepção e nos quartos”; “Lixeira para lixo seco e lixo orgânico”; “Informações de resíduo nos quartos”; “Nos halls de entrada e nos quartos, lixeiras seletivas para papel, plásticos, metais. Só assim vamos dar importância ao assunto”; “Dicas para economizar água”; “Reciclagem das águas usadas, para uso em descarga de esgoto, limpeza”; “Lixos dentro dos quartos divididos por seleção de materiais”; “Dispor de coletores de resíduos identificados adequadamente”; “Cartazes educativos nas áreas e pátios”; “Lavagem das toalhas”; “Uso de papel reciclável nos cardápios”; “Questionário; Opções de pratos “naturalistas”; “Colocação de cartazes para economia de água, luz e papel em lugares apropriados”; “Cartilhas educativas sobre o assunto nos quartos”; “Programar placas ou outras formas de aviso onde os hóspedes conscientes possam dizer quando realmente precisarão de trocas de roupa de cama e de*

*banho, pois com a redução da lavagem dessas roupas menos produtos químicos na água serão utilizados”; “No caso do presente meio de hospedagem não encontrei lixos identificando para seco e orgânico”; “Sugiro que sejam feitos pequenos folhetos com estudo (feitos pela UCS, por exemplo) demonstrando que é mais barato preservar o meio ambiente do que recuperá-lo, esses folhetos devem ser entregues aos hóspedes quando esses chegarem aos hotéis; A outra sugestão é colocar cartazes: nos hotéis do tipo...”; “Em municípios onde existe coleta seletiva de lixo, esta prática deve estar disponibilizadas nos meios de hospedagem, nos quartos, principalmente”; “Falta fôlder no quarto sobre utilização de toalhas, roupas de cama e papel higiênico”; “Sistema de economia de luz, chaves cartões e sensores nos corredores”; “Informar cada vez mais aos hóspedes como podem contribuir para preservar o meio ambiente durante a sua hospedagem”; “Reaproveitamento e tratamento da água no hotel”; “Considerando muito simpático o hotel que expõe sua preocupação com a reciclagem e com a maioria dos recursos”; “Minuteiras de luz, aquecimento solar, aproveitamento de água da chuva para vasos sanitários e jardim, geradores eólicos e/ou solares”, “Uso racional da água” e “Troca de toalha quando solicitado.”*

O fato de o hóspede ter compromisso com o meio ambiente e se os meios de hospedagem devem ter compromisso com o mesmo, elucida algumas questões relacionadas à percepção de responsabilidade do hóspede em relação ao compromisso que deve existir com o meio ambiente. Os sujeitos questionados, nos meios de hospedagem, apresentam uma postura ambientalmente responsável, cujo o compromisso com o meio ambiente é considerado na maioria das vezes como compromisso pessoal. É interessante notar que as informações de hóspedes são importantes e contribuem para a implementação de programas de sensibilização ambiental nos meios de hospedagem.

## 10 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O tema responsabilidade ambiental do hóspede, além de representar um processo complexo com dependências e interferências no seu desenrolar, apresenta importância ímpar para a organização estrutural do sistema hoteleiro e ambiental. Isso acontece, porque compreende fatores como preservação ambiental, planejamento turístico, legislação ambiental, ciclo de vida do produto turístico, percepção ambiental de hóspedes, entre outros.

O objetivo deste estudo foi investigar se a variável ambiental é contemplada na escolha do produto turístico, mais especificamente os meios de hospedagem e a destinação turística. Por meio do referencial teórico sobre: impactos ambientais causados pelo turismo, hóspedes ambientalmente corretos, hóspedes *versus* responsabilidade ambiental, meios de hospedagem ambientalmente corretos, meios de hospedagem *versus* responsabilidade ambiental e comportamento do consumidor, foi possível construir os resultados da pesquisa, confrontando as informações obtidas.

O estudo identificou o perfil do hóspede de dois meios de hospedagem (idade, escolaridade, sexo, considerar-se bem-informado quanto à questão ambiental e motivação da viagem. Diante desse fato é possível admitir que os sujeitos têm, em sua maioria, acesso à educação e a informações de cunho ambiental. No entanto, também é possível afirmar que existe um grande número de sujeitos que não apresentam opinião formada sobre considerar-se bem-informado quanto à variável ambiental.

Em relação à forma como os hóspedes obtiveram informações sobre os meios de hospedagem, pode-se dizer que é aparente a existência de veiculação informal, como é o caso da propaganda “boca a boca”, que se revela um meio eficiente na divulgação tanto do meio de hospedagem quanto do município. A internet aparece como um meio de veiculação bastante eficiente, no qual informações ambientais podem estar contidas tanto no *site* do empreendimento hoteleiro quanto do município.

Ao analisar a porcentagem de indicações sobre o hóspede conhecer o saneamento básico de seu município de origem e da destinação turística, é possível afirmar que o fato de conhecer o saneamento básico do município de origem não implica que esse mesmo hóspede conheça o saneamento básico da destinação turística. Diante desse fato, é possível admitir a carência de informações organizadas que estabeleçam relação entre o saneamento básico e a qualidade ambiental dessas localidades.

Ao tratar dos dados relacionados à separação dos resíduos sólidos em sua residência e nos meios de hospedagem, é possível concluir que o comportamento ambientalmente correto

para a separação dos resíduos sólidos nos meios de hospedagem está diretamente relacionado ao hábito do sujeito em relação à separação dos resíduos sólidos em sua residência. Esse fato faz crer que o hábito de ser ambientalmente correto pode ser inserido com sucesso no dia-a-dia das pessoas.

O estudo também identificou a possibilidade de o saneamento básico ser um fator para a escolha dos meios de hospedagem pelos hóspedes. Os resultados tornam visível a importância do serviço de saneamento básico, na escolha do meio de hospedagem. É interessante notar a existência de um público que admite a importância da qualidade ambiental na escolha do meio de hospedagem. Esse fato fortalece a idéia de que o meio ambiente é contemplado durante a compra de um produto turístico. Apesar dessa afirmação, o número de hóspedes que não apresentam opinião formada nos veículos de informação sobre o assunto é alto, o que possibilita afirmar novamente a carência de informações que relacionem o tema saneamento básico e qualidade ambiental.

Ao analisar se a existência de práticas ambientais é fator para a escolha dos meios de hospedagem, é visível a predisposição do hóspede em julgar um empreendimento hoteleiro pelas práticas ambientais. Esse acontecimento fortalece a relação de compra com a existência de práticas ambientais. Outro fato relacionado a esse resultado mostra que as informações organizadas, relacionadas ao uso correto do recurso natural, por meio de ações da gestão ambiental, apresentam acesso de fácil compreensão aos hóspedes. Esse fato, juntamente com a diminuição de custos operacionais, como energia elétrica e abastecimento de água do empreendimento, explica a maior parte dos investimentos relacionados ao meio ambiente.

O fato de hóspedes considerarem práticas ambientais o saneamento básico como fatores de escolha de um meio de hospedagem torna visível a existência de um segmento de mercado que pode conseguir contemplar algumas variáveis necessárias para o crescimento harmônico de um empreendimento. Para isso devem ser consideradas variáveis sociais, ambientais, econômicas, políticas e culturais.

A partir dos dados relacionados ao fato de o hóspede ter compromisso com o meio ambiente, identificou-se a predisposição dos sujeitos a apresentarem compromisso com a questão ambiental. É interessante notar a existência de possíveis agentes multiplicadores da educação ambiental na hotelaria, já que os meios de hospedagem devem assumir uma postura incentivadora de tal ação.

Em relação ao fato de que meios de hospedagem devam ter compromisso com o meio ambiente, é possível admitir que os sujeitos acreditam que os meios de hospedagem devem apresentar compromisso com o meio ambiente. Esse fato pode significar a existência de um

espaço para mudanças, no tocante ao comportamento ambiental difundido na hotelaria, já que é visível a existência de compromisso com o meio ambiente pelos hóspedes.

O presente estudo contribui para a construção de estudos sobre as relações existentes entre a prática do turismo e o meio ambiente. Como é possível analisar na pesquisa, é notória a necessidade de serem estabelecidas novas relações em estudos, que tratem da relação do turismo e do meio ambiente.

A universidade tem um papel importante no que tange às questões ambientais no turismo. Nessa direção, cabe aos cursos de graduação e pós-graduação em Turismo e Hotelaria tornar viável a compreensão do tema; mediante de intervenções ambientais e produção científica, é possível desenvolverem-se estudos que tratam do tema.

Com o intuito de dar segmento a pesquisas relacionadas ao meio ambiente no turismo, é importante sugerir novas possibilidades de pesquisa: a) o turista considera a variável ambiental em seu planejamento e operação para a escolha da destinação turística?; b) quais fatores devem ser considerados ao analisar a relação entre o ambiente, o turismo e empreendimentos turísticos?; c) quais indicadores devem ser considerados para mensurar os impactos ambientais causados pelo funcionamento de um empreendimento?; d) qual a responsabilidade ambiental dos agentes envolvidos no turismo em relação ao ambiente?; e) qual a relação existente entre as informações ambientais e a adoção de ações ambientais?; f) como o tema planejamento turístico é analisado pelos cursos de graduação e pós-graduação no País?; g) qual a importância da educação ambiental na formação de opinião dos hóspedes e funcionários de um meio de hospedagem?; h) qual a importância de o empreendimento turístico funcionar como um espaço de educação ambiental no turismo?; i) como os meios de informações envolvidos na formação de opinião dos turistas devem ser tratados em relação à responsabilidade ambiental?

É de fundamental importância analisar e responder essas indagações, bem como entender como o sistema ambiental no turismo se estabelece, para que novos estudos possam confrontar diferentes comportamentos dos agentes do turismo. Isso respeitando a necessidade de desenvolvimento harmônico de um empreendimento turístico e desenvolvendo estudos sistematizados, com vistas a novas reflexões ambientais.



## REFERÊNCIAS

- ABREU, D. **Os ilustres hóspedes verdes**. Salvador: Casa da Qualidade, 2001.
- ACERENZA, M. A. **Administração do turismo: conceituação e organização**. Edusc, 2002. v. 1.
- ALMEIDA, L. T. de. **Política ambiental: uma análise econômica**. Araraquara: Papyrus. 1998.
- ALMEIDA JUNIOR, N.; OLIVEIRA, E. C. S. Gestão ambiental local para a atividade do turismo como forma de desenvolvimento local em Corumbá/MS. In: Encontro Nacional de Turismo de Base Local, Entbl, 3., 2004. Campo Grande. **Anais...** Editora Universitária da UFMS, 2004. 1 CD-ROM.
- ALVES, K. S; CAVALCANTI, J. E. A. A gestão ambiental de resíduos sólidos no setor hoteleiro. In: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL, 4., 2006, Caxias do Sul. **Anais...** Caxias do Sul: UCS, 2006. 1 CD-ROM.
- AMORIM, C. G; RAMOS, S. E. V. C. **Programa hóspede da natureza: uma ferramenta para a educação ambiental**. In: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL, 1., 2003, Caxias do Sul. **Anais...** Caxias do Sul: UCS, 2003. 1 CD-ROM.
- ANDRADE, J. R. L. Comportamento do consumidor e a escolha do produto turístico. **Turismo em Análise**, São Paulo, v. 1, n. 12, p. 7-20. maio 2001.
- AZEVÊDO, C. A. **As pousadas e os impactos sócio ambientais: um estudo sobre Morro de São Paulo e Boipeba – Bahia**. 2006. 297 f. Dissertação (Mestrado em Hospitalidade) – Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2006.
- BARRETTO, A. M. N. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. 10. ed. Campinas: Papyrus, 2006. 164 p.
- BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 10. ed. atual. São Paulo: Senac São Paulo, 2004. 515 p.
- BONATTO, G.; DE CONTO, S. M. Geração de resíduos sólidos no âmbito da hotelaria: um estudo de caso. In: BARRETTO, M. (Org.). **Anuário de pesquisa do mestrado em turismo**. Caxias do Sul: Educus, 2004.
- BONILLA, J.; DE CONTO, S. M. Planejamento de um meio de hospedagem ecológico. In: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL, 1., 2003, Caxias do Sul. **Anais...** Caxias do Sul: Programa de Mestrado em Turismo da Universidade de Caxias do Sul, 2003. 1 CD-ROM.
- BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constitui%20E7aoh.htm#cfart225](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constitui%20E7aoh.htm#cfart225)>. Acessado em: 25 fev. 2007.

\_\_\_\_\_. Ministério do Meio Ambiente. Conselho Nacional de Meio ambiente. **Lei 6938**, de 2 de setembro de 1981. Dispõe sobre a política nacional de meio ambiente e seus fins, de mecanismo de formulação e aplicação, e dá outras providências. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/port/conama/index.cfm>>. Acessado em: 20 out. 2007.

BRITO, K. G. C. **A Responsabilidade ambiental em empreendimentos de turismo rural no Distrito Federal e entorno**. 2006. 85 f. Dissertação (Mestrado em Planejamento e Gestão Ambiental) – Universidade Católica de Brasília, Brasília, 2006.

CANELA. **Prefeitura Municipal**. Disponível em: <<http://www.canela.rs.gov.br/>>. Acesso em: 31 mar. 2008a.

\_\_\_\_\_. **Números do município de Canela**. Disponível em: <<http://www.canela.rs.gov.br/?opcao=numeros>>. Acesso em: 31 mar. 2008b.

CAXIAS DOS SUL. **Prefeitura Municipal**. Disponível em: <<http://www.caxias.rs.gov.br/>>. Acessado em: 31 mar. 2008a.

\_\_\_\_\_. **Companhia de Desenvolvimento de Caxias do Sul (Codeca)**. Disponível em: <<http://www.codeca.com.br/coletas.php>>. Acesso em: 31 mar. 2008b.

\_\_\_\_\_. **Secretaria de Turismo Municipal**. Disponível em: <<http://www.caxias.tur.br/oquefazer.php>>. Acesso em: 31 mar. 2008c.

CEMPRE. **Pesquisa Ciclosoft 2006**. Disponível em: <[http://www.cempre.org.br/ciclosoft\\_2005.php](http://www.cempre.org.br/ciclosoft_2005.php)>. Acesso em: 31 mar. 2008.

CESA, P. P. P.; DE CONTO, S. M. Informações relacionadas às situações de manejo de resíduos sólidos no âmbito de seus meios de hospedagem. In: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL, 1, 2003, Caxias do Sul. **Anais...** Caxias do Sul: UCS, 2003. 1 CD-ROM.

CHAN, E. S. W; WONG, S. C. K. Motivations for ISO 14001 in the hotel industry. **Tourism Management**, Londres, n. 27, p. 481-492, 2006.

CHOI, H. C.; SIRAKAYA, E. Sustainability indicators for managing community tourism. **Tourism Management**, Londres, n. 27, p. 1274-1289, 2006.

COOPER, C. **Turismo: princípios e prática**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001. 559 p.

COORDENAÇÃO DE APERFEIÇOAMENTO DE PESSOAL DE NÍVEL SUPERIOR (Capes). **Banco de Teses**. Disponível em: <<http://www.capes.gov.br/servicos/bancoteses.html>>. Acesso em: 12 jun. 2007.

CORIOLOANO, L. N M. T. O ecoturismo e os hóspedes da natureza. In: BARRETTO, M.; TAMANINI, E. (Org.). **Redescobrimo a ecologia no turismo**. Caxias do Sul: Educs, 2002, p. 35 - 60. (Coleção turismo).

CORSAN. **Companhia Riograndense de Saneamento: SURNE** – Superintendência Região Nordeste. Disponível em: <<http://www.corsan.com.br/empresa/surne.htm>>. Acesso em: 31 mar. 2008.

DA SILVA, L. M. T; DA SILVA, M. P; ENDERS, E. T. Gestão ambiental e desempenho organizacional: um estudo de suas relações no setor hoteleiro. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMISTRAÇÃO, EnANPAD, 30; 2006. Salvador. **Anais...** Salvador: UFBA, 2006, 1 CD-ROM.

DE CONTO, S. M. O estudo do comportamento de turistas e prestadores de serviços turísticos no manejo de resíduos sólidos gerados no âmbito dos hotéis. In: BARRETTO, M.; REJOWSKI, M. (Org.). **Turismo: interfaces, desafios e incertezas**. Caxias do Sul: Educus, 2001. (Coleção turismo).

DE CONTO, S. M.; et al. Geração de resíduos sólidos em um meio de hospedagem: um estudo de caso. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA EM RESÍDUOS E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL, 2004. Florianópolis. **Anais...** Florianópolis, Instituto de ciência e tecnologia em resíduos e desenvolvimento sustentável, 2004. 1 CD-ROM.

DE CONTO, S. M.; POSSER, L. Informações de hóspedes de um meio de hospedagem em relação a escolha do destino turístico determinada pela variável ambiental. **Visão e Ação**, Itajaí, v. 7, n. 3, set./dez. 2005.

DOLNICAR, S.; LEISCH, F. Seletive marketing for environmentally sustainable tourism. **Tourism Management**, Londres, n. 5, p. 1-9, 2007.

ERDOGAN, N.; BARIS, E. Environmental protection programs and conservation practices of hotel in Ankara, Turkey. **Tourism Management**, Londres, n. 28, p. 604-614, 2007

ENCONTRO NACIONAL DE TURISMO DE BASE LOCAL, 2004, Salvador. **Anais...** Campo Grande-MS, n. 3, 2004.

ENGEL, J. F.; BLACKWELL, R. D.; MINIARD, P. W. **Comportamento do consumidor**. 8. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000. 641 p.

FERRARI, P. F. **Percepção ambiental dos gestores de meios de hospedagem: estudo de caso de Caxias do Sul – RS**. 2006, 116 f. Dissertação (Mestrado) Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2006.

FERREIRA, J. L. **A variável ambiental como componente na classificação da qualidade dos serviços hoteleiros**. 1999. 146 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção) – Universidade de Santa Catarina, Florianópolis, 1999. Disponível em: <<http://teses.eps.ufsc.br/Resumo.asp?754>>. Acesso em: 15 ago. 2006.

FERREIRA, Y. N. **Metrópole sustentável?: não é uma questão urbana. São Paulo em Perspectiva**. v.14, n. 4; p. 139-144, out./dez. 2000. Disponível em: <[35Hhttp://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_pdf&pid=S0102-88392000000400016&lng=en&nrm=iso&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_pdf&pid=S0102-88392000000400016&lng=en&nrm=iso&tlng=pt)>. Acesso em: 27 jan. 2007.

FRAJ, E.; MARTINS, E. Environmental values and lifestyles as determining factors of ecological consumer behavior: an empirical analysis. **Journal of Consumer Marketing**, Reino Unido, v.23 n.3. p. 133-144, 2006. Disponível em: <<http://www.emeraldinsight.com/Insight/viewContentItem.do;jsessionid=8139AD4287B003CB2978A4E716480DBB?contentType=Article&contentId=1554403>>. Acesso em: 12 mar. 2007.

GÂNDARA, J. M. G. La imagen de calidad ambiental urbana como atractivo turístico. El caso de Curitiba (Brasil). **Estudios y Perspectivas en Turismo**, Buenos Aires, v. 9, n. 3/4, p. 356-378, jul. 2000.

GENTA, M. P. G. **A contabilidade ambiental como instrumento de gestão turística: o caso da hotelaria de Caxias do Sul**. 2006. 128 f. Dissertação (Mestrado em Turismo) – Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2006.

GEZICI, F. Components of sustainability: two cases from Turkey. **Annals of Tourism Research**, Grã-Bretanha, v. 33, n. 2, p. 442-455, 2006.

GOELDNER, C. R.; RITCHIE, J. R. B; McINTOSH, R. W. **Turismo: princípios, práticas e filosofias**. 8. ed. Porto Alegre: Bookman, 2002. 478 p.

GONÇALVES, L. C. **Gestão ambiental em meios de hospedagem**. São Paulo: Aleph, 2004. 159 p.

GOUVEA, R; HRANALOVA, J. Determinación de la importância de las variables ambientales em la demanda total del turismo em America Latina. **Estudios y Perspectivas en Turismo**, Buenos Aires, v. 13, n. 1/2, p. 129-142, jan. 2004.

GUARDANI, F; ARUCA, J; ARAUJO, M. Comportamento do consumidor e a escolha das destinações turísticas. **Turismo em Análise**, São Paulo, v. 2, n. 7, p. 17-27 maio 1996.

INTERNATIONAL HOTEL ASSOCIATION (IHA); INTERNATIONAL HOTELS ENVIRONMENT INITIATIVE (IHEI); UNITED NATIONS ENVIRONMENT PROGRAMME (UNEP). **Environmental action pack for hotels**. [s. l.]: IHA, IHEI, UNEP, 1995.

JARVIS, L. How to be a green consumer. **The Amicus Journal**, Londres, v. 20, n. 2, p. 46, 1998.

JASPER, J. R. **Situações de saneamento ambiental do turismo no espaço rural: estudo de caso da rota Germânica**. 2006. 132 f. Dissertação (Mestrado em Turismo) – Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2006.

KELLY, J. et al. Stated preferences of tourists for eco-efficient destination planning options. **Tourism Management**, n. 28, p. 377-390, 2007.

KIM, H.; BORGES, M. C.; CHON, J. Impacts of environmental values on tourism motivation: the case of FICA, Brazil. **Tourism Management**, Londres, n. 27, p. 957-967, 2006.

KINLAW, C. D. **Competitive green: sustainable performance in the environmental age.** Jossey-Bass Publishers, 1993.

LE, Y. et al. Environmental management: a study of vietnamese hotels. **Annals of Tourism Research**, Grã-Bretanha, v. 33, n. 2, p. 545-567, 2006.

LEÃO, A. L. C.; FALCÃO, C. A. C. **Fazendo educação ambiental e vivendo a gestão ambiental.** Recife: CPRH, 2002.

LEMOS, A. D. C. Será que os turistas estão começando a ficar “verdes”? **Retur**, São Paulo, n. 1, v. 1, mai. 2004. Disponível em: <<http://www.presidentekennedy.br/retur/edicao01/artigo03.pdf>> Acesso em: 25 out. 2006.

LIMA, R. T. **Percepção ambiental e participação pública na gestão dos recursos hídricos: perfil dos moradores da cidade de São Carlos, SP (bacia hidrográfica do rio do Monjolinho).** 2003. 94 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Engenharia Ambiental) – Escola de Engenharia de São Carlos – USP, São Carlos, 2003.

LOPES, R. S. O comportamento do consumidor e qualidade de serviços na hotelaria. In: SANTOS, C. H. (Org.). **Organizações e turismo.** Caxias do Sul: Educs, 2004.

LUCHIARI, M. T. D. P. Turismo e território: sustentabilidade para que? BARRETTO, M.; TAMANINI, E. (Org.). **Redescobrimo a ecologia no turismo.** Caxias do Sul: Educs, 2002. (Coleção turismo).

MARQUES, J. F.; COMUNE, A. E. Economia do meio ambiente: aspectos teóricos. In: ROMEIRO, A. R.; REYDON, B. P; LEONARDI, M. L. A. (Org.) **Economia do meio ambiente: teoria, políticas e a gestão dos espaços regionais.** Campinas: Unicamp. IE, 2001.

MARTINS, E. C. **O turismo como alternativa de desenvolvimento sustentável: o caso de Jericoacoara no Ceará.** 2002. 164 f. Tese (Doutorado em Ciências Econômicas) – ESALQ/USP, Piracicaba, 2002.

NOVAES, M. H. Gestão ambiental nos meios de hospedagem do espaço rural de Santa Catarina. In: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL, 3., 2005, Caxias do Sul. **Anais...** Caxias do Sul: UCS, 2005. 1 CD-ROM.

ODUM, E. P. **Ecologia.** 2. ed. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 1988.

\_\_\_\_\_. **Fundamentos de ecologia.** 5. ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1997.

OTTMAN, J. Green consumers not consumed by eco-anxiety. **Marketing News**, Washigton, v. 30, n. 13, p. 13, 1996.

\_\_\_\_\_. Waste not: green strategies key to efficient products. **Marketing News**, Washigton, v. 32, n. 13, p. 12, 1998.

PALHARES, M. F. **O impacto do marketing “verde” nas decisões sobre embalagens das cervejarias que operam no Brasil.** 2003. 139 f. Dissertação (Mestrado em Administração) Universidade de São Paulo, São Paulo, 2003.

PEREIRA, G. S. **A variável ambiental no planejamento de eventos turísticos**: estudo de caso da Festa Nacional da Uva – RS. 2007. 127 f. Dissertação (Mestrado em Turismo) – Universidade de Caxias do Sul, 2007.

PETKOW, M.; CURY, R. M; DE GRANDE, M. B. Logística reversa na hotelaria: estudo de caso em hotel certificado pela ISO 14001. In: SEMINÁRIO EM TURISMO DO MERCOSUL, 1., 2003, Caxias do Sul. **Anais...** Caxias do Sul: UCS, 2003. 1 CD-ROM.

PETROCCHI, M. **Turismo**: planejamento e gestão. São Paulo: Futura, 2001.

POSATI, C.C. Cartilha do turista consciente. In: ENCONTRO NACIONAL DE TURISMO DE BASE LOCAL, ENTBL, 3., 2004. Campo Grande. **Anais...** Editora Universitária da UFMS, 2004. 1 CD-ROM.

ROMEIRO, M. C. **Um Estudo sobre o Consumidor ambientalmente favorável**: uma verificação na região do ABC Paulista. 2006, 358 f. Tese (Doutorado em Administração) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

RUES, E. **Eco-hotel management**: conciencia ecológica en la administración hotelera. México: Grupo Editorial Iberoamérica, 1995.

RUSCHMANN, D. **Turismo e planejamento sustentável**: a proteção do meio ambiente. 8. ed. Campinas: Papirus, 2001.

SAMAE. **Situação do abastecimento de água**. Disponível em: <[http://www.samaecaxias.com.br/site/lista\\_abastecimento.asp?secao\\_id=34](http://www.samaecaxias.com.br/site/lista_abastecimento.asp?secao_id=34)> Acesso em: 31 mar. 2008.

\_\_\_\_\_. **Situação do tratamento de esgoto**. Disponível em: <[http://www.samaecaxias.com.br/site/interna\\_dir.asp?secao\\_id=26](http://www.samaecaxias.com.br/site/interna_dir.asp?secao_id=26)> Acesso em: 31 mar. 2008.

SANTOS, E. M. **Gestão de resíduos sólidos**: um estudo da conscientização ambiental em uma cidade do Brasil. 2002. 176 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2002.

SATTLER, M. A. Edificações sustentáveis: interface com a natureza do lugar. In: MENEGAT, R; ALMEIDA, G. **Desenvolvimento sustentável e gestão ambiental nas cidades**: estratégias a partir de Porto Alegre. Porto Alegre, UFRGS, 2004.

SCATENA, L. M. **Ações em educação ambiental; análise multivariada da percepção ambiental de variados grupos sociais como instrumentos de apoio à gestão de pequenas bacias** – estudo de caso da microbacia do córrego da Capituva, Macedônia, SP. 2005. 245 f. Tese (Doutorado em Engenharia Hidráulica e Saneamento) – Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2005.

SCHÜTLER, R. G. Alojamento de baixo impacto ambiental na Patagônia argentina. In: BARRETTO, M.; TAMANINI, E. (Org.). **Redescobrimo a ecologia no turismo**. Caxias do Sul, EducS, 2002. (Coleção Turismo).

SEMINÁRIO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA EM TURISMO E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO, 2007, São Paulo. **Anais...** São Paulo: UMA, 2007.

SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL, 2003, Caxias do Sul. **Anais...** Caxias do Sul: UCS, 2003.

\_\_\_\_\_, 2004, Caxias do Sul. **Anais...** Caxias do Sul: UCS, 2004.

\_\_\_\_\_, 2005, Caxias do Sul. **Anais...** Caxias do Sul: UCS, 2005.

\_\_\_\_\_, 2006, Caxias do Sul. **Anais...** Caxias do Sul: UCS, 2006.

SILVA, A. P. S. **Responsabilidade social e competitividade:** um estudo sobre a influência de práticas sociais na decisão de escolha de um destino turístico. 2006, 83 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2005.

SILVA, R. N. **Ações ambientais em meios de hospedagem da região da Uva e Vinho da Serra Gaúcha.** 2007, 157 f. Dissertação (Mestrado em Turismo) – Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2007.

SOUZA, J. N. S. Marketing verde: uma avaliação do comportamento humano e sua influência no turismo. In: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL, 1., 2003, Caxias do Sul. **Anais...** Caxias do Sul: UCS, 2003. 1 CD-ROM.

STEVENS, C. The environment industry. **Organization for economic corporation and development**, v. 177, p. 26, 1992.

SWARBROOKE, J. **Turismo sustentável:** meio ambiente e economia. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2000. (Série turismo).

SWARBROOKE, J.; HORNER, S. **O comportamento do consumidor no turismo.** São Paulo: Aleph, 2002. (Série Turismo).

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL. **A Universidade.** Disponível em: <[www.ucs.br/](http://www.ucs.br/)> Acesso em: 31 mar. 2008a.

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL. **Núcleo de Canela (Nucan).** Disponível em: <[www.ucs.br/](http://www.ucs.br/)> Acesso em: 31 mar. 2008b.

VALLELY, B. The green consumer: a european perspective. **Women and Environment**, v. 13, n. 2, p. 4, 1992.

ZIEMBOWICZ, G. **A responsabilidade sócio-ambiental da empresa:** interatividade com o Estado e a sociedade. 2003. 128 f. Dissertação (Mestrado em Direito) – Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2003.

ZUCARATO, A. G. **Certificação do turismo sustentável para meios de hospedagem: um estudo sobre o caminho do ouro de Paraty-RJ.** 2006. 159 f. Dissertação (Programa de Mestrado em Hospitalidade) – Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2006.

WILLARD-CROSS, A. What is a green consumer? **Women and Environments**, v. 12, n. 3-4, p. 64, 1990.



**APÊNDICES**

## APÊNDICE A- Questionário

CARO HÓSPEDE,

Está sendo realizado um estudo intitulado “Responsabilidade Ambiental de Hóspedes em Meios de Hospedagem”, com o objetivo de analisar fatores que determinam o comportamento de hóspedes na escolha do meio de hospedagem, quando o assunto é meio ambiente. A pesquisa faz parte da dissertação do mestrando Thiago José Costa Alves e a orientação é da Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Suzana Maria De Conto, do Mestrado em Turismo da Universidade de Caxias do Sul. Todas as informações do questionário terão de uso exclusivo para a realização da pesquisa, da dissertação, ou dos relatórios e artigos que deles resultarem. Agradecemos desde já a colaboração e a participação na pesquisa. O questionário deverá ser devolvido para a recepção do hotel, após o preenchimento.

### **DADOS GERAIS**

**1 Idade :** \_\_\_\_\_

**2 Gênero:** ( ) Masculino ( ) Feminino

**3 Escolaridade:**

- |                                   |                                 |
|-----------------------------------|---------------------------------|
| ( ) Ensino Fundamental incompleto | ( ) Ensino Fundamental completo |
| ( ) Ensino Médio incompleto       | ( ) Ensino Médio completo       |
| ( ) Superior incompleto           | ( ) Superior completo           |
| ( ) Pós-Graduação                 | ( ) Mestrado ( ) Doutorado      |

**4 Motivos da viagem:** ( ) Lazer ( ) Negócios ( ) Saúde ( ) Cultural  
 ( ) Natureza ( ) Trabalho ( ) Descanso ( ) Curiosidade  
 ( ) Turismo ( ) Outros

Qual: \_\_\_\_\_

**5 Município de origem:** \_\_\_\_\_

**6 O(a) Sr.(a) se considera uma pessoa bem-informada quando o assunto é meio ambiente?**

( ) Sim ( ) Não ( ) Não tenho certeza

**7 Como o(a) Sr.(a) obteve informações sobre o município onde está hospedado?**

( ) TV ( ) Rádio ( ) Jornal ( ) Revista ( ) Escola ( ) Livros ( ) Cursos  
 ( ) Palestras ( ) Conversas ( ) Internet ( ) Agência de viagem ( ) Dica de amigos  
 ( ) Outro Qual? \_\_\_\_\_

**8 Como o(a) Sr.(a) obteve informações sobre o meio de hospedagem onde está hospedado ?**

( ) TV ( ) Rádio ( ) Jornal ( ) Revista ( ) Escola ( ) Livros ( ) Cursos  
 ( ) Palestras ( ) Conversas ( ) Internet ( ) Agência de viagem ( ) Dica de amigos  
 ( ) Outro Qual? \_\_\_\_\_

## MOTIVOS PARA ESCOLHA DO DESTINO TURÍSTICO E DOS MEIOS DE HOSPEDAGEM

---

**9 O(a) Sr.(a) conhece a situação do saneamento básico do seu município de origem?**

**Origem da água de abastecimento:**

Conheço             Não conheço             Nunca tive interesse em conhecer

**Coleta e destino dos resíduos sólidos:**

Conheço             Não conheço             Nunca tive interesse em conhecer

**Tratamento do esgoto:**

Conheço             Não conheço             Nunca tive interesse em conhecer

**10 O(a) Sr.(a) separa os resíduos sólidos em sua residência antes do descarte?**

Sim    Não.

Se não, por quê? \_\_\_\_\_

**11 O(a) Sr.(a) conhece a situação do saneamento básico do município onde está hospedado?**

**Origem da água de abastecimento:**

Conheço             Não conheço             Nunca tive interesse em conhecer

**Coleta e destino dos resíduos sólidos:**

Conheço             Não conheço             Nunca tive interesse em conhecer

**Tratamento do esgoto:**

Conheço             Não conheço             Nunca tive interesse em conhecer

**12 O(a) Sr.(a) considera a qualidade da água de abastecimento um fator decisivo na escolha do seu destino turístico?**

Sim     Não     Não tenho certeza     Nunca pensei no assunto

**13 O(a) Sr.(a) considera o “gerenciamento dos resíduos sólidos”\* um fator decisivo na escolha do seu destino turístico?**

\* Considera-se que o gerenciamento possui as seguintes etapas: geração, acondicionamento, separação, coleta, transporte e disposição final.

Sim     Não     Não tenho certeza     Nunca pensei no assunto

**14 O(a) Sr.(a) considera o tratamento do esgoto um fator decisivo na escolha do seu destino turístico?**

Sim     Não     Não tenho certeza     Nunca pensei no assunto

**15 O(a) Sr.(a) considera as práticas ambientais,\* desenvolvidas nos meios de hospedagem, fatores decisivos para a escolha dos mesmos?**

\* Consideram-se práticas ambientais: redução de consumo de energia elétrica, de água e da produção de resíduos sólidos; separação, armazenamento e destino correto dos resíduos sólidos; destino correto de águas residuárias; aquisição de produtos ecologicamente correto, entre outros.

Sim     Não     Não tenho certeza     Nunca pensei no assunto

**16 Para o(a) Sr.(a), os meios de hospedagem devem ter compromisso com a preservação do meio ambiente?**

Sim       Não       Não tenho certeza       Nunca pensei no assunto

Por quê?

---

---

**17 O(a) Sr.(a) procura separar os resíduos sólidos em sua unidade habitacional nos meios de hospedagem?**

Sim       Não

**18 O(a) Sr.(a) tem compromisso com a preservação do meio ambiente?**

Sim       Não       Nunca pensei no assunto

Por quê?

---

---

**19 Apresente sugestões que considere importante para a implementação de programas de sensibilização ambiental para hóspedes:**

---

---

---

APÊNDICE B- Carta aos recepcionistas  
**Carta aos recepcionistas dos meios de hospedagem**

Caxias do Sul, 18 de dezembro de 2006

Caros(as) Recepcionistas,

Venho, através deste, tornar pública a forma como deve ser tratada a operacionalização dos questionários.

**Operacionalização dos questionários:**

- a) Junto com os questionários serão entregues duas pastas: a primeira irá conter os questionários ainda sem respostas, já a segunda, servirá para guardar os questionários respondidos;
- b) na entrada do hóspede, o questionário deve ser entregue, sempre nesse momento. Levando em consideração que dependemos da recepção do hotel para que tenhamos sucesso no estudo, torna-se extremamente importante sua cooperação.
- c) o questionário deve ser respondido durante a estada do hóspede no hotel. Isso acontece para que o mesmo não interfira na qualidade do serviço prestado pelo meio de hospedagem. Após o preenchimento, o questionário deve ser depositado na recepção, e colocado na pasta de questionários respondidos;
- d) o recepcionista, no *check out*, deve perguntar ao hóspede se ele tem o questionário respondido para entrega. Porém, deve ter noção de que o hóspede pode responder ou não o questionário.

P.S: Os hóspedes devem responder aos questionários em legítima vontade, o que não implica a não-cooperação dos recepcionistas. Portanto, torno a salientar que a recepção é parte de suma importância para a concretização desta pesquisa.

Muito obrigado pela atenção!

Thiago José Costa Alves  
Orientadora: Suzana Maria De Conto  
Universidade de Caxias do Sul  
Programa de Pós-Graduação em Turismo