



**Universidade de Brasília – UnB  
Centro de Excelência em Turismo – CET  
Mestrado Profissional em Turismo**

**RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL  
NA HOTELARIA DE BRASÍLIA: Uma Análise Construtivista da  
Percepção do Usuário**

Josely do Carmo de Almeida

Brasília, 2017



**UnB**

**Universidade de Brasília – UnB  
Centro de Excelência em Turismo – CET  
Mestrado Profissional em Turismo**

Josely do Carmo de Almeida

**RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL  
NA HOTELARIA DE BRASÍLIA: Uma Análise Construtivista da  
Percepção do Usuário**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação - Mestrado Profissional em Turismo - do Centro de Excelência em Turismo - CET - da Universidade de Brasília – UNB - na linha de pesquisa Desenvolvimento, Políticas Públicas e Gestão no Turismo.

**Orientadora:** Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Maria Elenita Menezes Nascimento.

Brasília, 2017

dAL447 do Carmo de Almeida, Josely  
r RESPONSABILIDADE SOCIAMBIENTAL NA HOTELARIA DE  
BRASILIA: Uma análise Construtivista da Percepção do  
Usuário / Josely do Carmo de Almeida; orientador  
Maria Elenita Menezes Nascimento. -- Brasília, 2017.  
118 p.

Dissertação (Mestrado - Mestrado Profissional em  
Turismo) -- Universidade de Brasília, 2017.

1. Responsabilidade Sociambiental. 2. Hotelaria.  
3. Método Multicritério. 4. Stakeholders. 5.  
Turismo. I. Menezes Nascimento, Maria Elenita,  
orient. II. Título.



**UnB**

**Universidade de Brasília – UnB  
Centro de Excelência em Turismo – CET  
Mestrado Profissional em Turismo**

**JOSELY DO CARMO DE ALMEIDA**

**RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL**

**NA HOTELARIA DE BRASÍLIA: Uma Análise Construtivista da  
Percepção do Usuário**

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof<sup>a</sup>Dr<sup>a</sup> Maria Elenita Menezes Nascimento – Presidente  
Orientadora

---

Prof<sup>o</sup>. Dr. Evaldo César Cavalcante Rodrigues - UnB/ADM  
Membro Externo

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup> Neuza de Farias Araújo UnB/CET  
Membro Interno

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>Donária Coelho Duarte – UnB/CET – Suplente

Brasília, 7 de Julho de 2017

## DEDICATÓRIA

Aos meus pais João (que “partiu” no início desta jornada) e Maria, pelo meu nascimento e crescimento com amor;

Aos meus filhos Michelle e Felipe Almeida, pelo apoio e amor infinitos;

Ao meu marido Jacques, pela compreensão das ausências;

Ao meu enteado Felipe Lucena pelo carinho e conversas filosóficas;

À minha enteada Gabriela (*in memoriam*), pelo carinho e empréstimos dos primeiros livros para esta empreitada;

Aos meus irmãos José Carlos e Marcia Maria, pela bondade, torcida e carinho;

A todos os meus familiares pela aprovação, em especial à vó Lília, pelo amor incondicional; e tia Cida pelas orações;

Às minhas amigas Solange Aires, Denilza Valério, Michela Primavera, Fabiane e Mariana Malnati pelo apoio constante e as boas vibrações;

À Tatiana Terra, por me introduzir nesta fantástica “viagem turística” e amizade de sempre. Gratidão eterna;

Ao Gabriel Marchioli, pela amizade e acolhimento; e ao Pietro! Meu primeiro neto, que “chegou” este ano, para trazer muita alegria!

## AGRADECIMENTOS

A Deus, pelo dom da vida;

À minha orientadora, Professora Dra. Maria Elenita, pelo carinho e alegria para esta conquista; pela orientação e generosidade;

À coordenadora Marutschka Moesch pela receptividade, altruísmo e colaboração;

ao professor Evaldo César, pelas contribuições acadêmicas, conteúdo compartilhado, dedicação, força e amizade. Toda a minha gratidão;

aos professores: Neio Campos, Neuza Farias, Mário Beni, Luís Spiller e Biagio Avena, pelos ensinamentos e compartilhamentos;

à professora Donária Coelho, pelo carinho e atenção em compor esta banca;

aos professores André Cunha, Mozart Fazito, Everaldo Costa, Paulo Tarso e Karina Dias pelos sorrisos, disponibilidade, monitorias e palestras encantadoras;

À professora Maria Amélia, professor Biagio Avena, professor Evaldo César, Roberto e Luciana Resende pela contribuição e composição da equipe de *brainstorming* do grupo focal;

Aos professores Tarcísio Sant'Anna e Margareth Carneiro pelas excelentes recomendações para o ingresso no mestrado;

Aos novos amigos conquistados nas salas de aula do CET/UnB: Luciana, Vítor Alves, Gabriel, Josilene, Paula Gomes; e muitos mais;

À toda equipe do CET/UnB pelos atendimentos, sorrisos e cafezinho;

Aos diretores e gestores de hotelaria: Sr<sup>a</sup> Adriana Pinto, Sr. Wlisses F. dos Santos, Sr<sup>a</sup> Marianna Ramalho, Sr. Helder Carneiro, Sr<sup>a</sup> Helen Coelho e Sr. Pierrot Semaan pela preciosa atenção;

À Bárbara Rodrigues e graduandos do turismo: Larissa, Letícia, Louise, Raíssa, Thiago e Ylana pela imensa colaboração na pesquisa de campo;

Aos amigos João e Rogenir, por me fazerem perseverar nos ideais;

Ao amigo Norberto, pelas informações e atenção;

Aos colaboradores da Secretaria de Turismo de Brasília: Rômulo e Rayane Velasquez pela atenção e informações;

A Trench & Rossi Watanabe Advogados, em especial: Dr. Tulio Coelho e Dr. Fábio Coutinho, pela espera;

À Francilene, pelos lanchinhos, almoços e colaboração;

Aos respondentes da pesquisa, pela imensa contribuição; e

A todas as outras pessoas não citadas, mas igualmente queridas, que de alguma forma participaram para a realização desta pesquisa.

Lutar pela igualdade sempre que as diferenças nos discriminem. Lutar pela diferença sempre que a igualdade nos descaracterize.

Boaventura de Souza Santos

## RESUMO

O contínuo avanço tecnológico e a globalização levam as empresas a buscarem novas estratégias para o alcance de melhor posicionamento no mercado. Apenas estratégias voltadas para investimentos tecnológicos e novas estruturas organizacionais são inexpressíveis na geração de diferencial para atender a exigência da sociedade contemporânea. Assim, as empresas aderem às práticas e ações voltadas para a responsabilidade socioambiental, que vão para além da administração tradicional. A presente pesquisa teve o objetivo de analisar a contribuição da responsabilidade socioambiental, na hotelaria de Brasília, tendo como recorte os hotéis do Plano Piloto, nos anos de 2016 e 2017. Visando alcançar esse objetivo, foi utilizada a técnica de pesquisa do tipo Estudo de Caso, por meio de um estudo qualitativo, de nível de profundidade aplicada e empírica. Foi aplicado o Método Multicritério de Apoio à Decisão - Construtivista (MCDA-C), que possibilitou a análise das ações de responsabilidade socioambiental, a partir das informações dadas pelos gestores da hotelaria em Brasília. Foram consultados especialistas sobre o tema e posteriormente a percepção dos clientes (usuários) dos hotéis, por meio de técnicas de *brainstorming*, grupo focal e entrevistas. Como resultado, verificou-se que, numa escala de 0 a 100, a hotelaria de Brasília apresenta 44,2% de conformidade com as práticas e ações de responsabilidade socioambiental.

**Palavras-chave:** Responsabilidade Socioambiental; Hotelaria; Método Multicritério; *Stakeholders*; turismo.



## **ABSTRACT**

*The continuous technological advancement and globalization lead companies to seek new strategies to achieve a better position in the market. Only strategies towards technological investments and new organizational structures are inexpressible in creating differential to meet contemporary society's demand. Thus, companies use practices and actions focused on social and environmental responsibility, which go beyond traditional management. The present research had the objective of analyzing the contribution of social and environmental responsibility in the Brasilia's hotel industry, having as a sample the Plano Piloto's hotels, in the years 2016 and 2017. To reach this objective, a Case's Study research technique type was used by a qualitative and quantitative study, that had a depth level applied and empirical. Was applied the Constructivist Multicriteria Decision Support Method (MCDA-C), which allowed the analysis of social and environmental responsibility actions, considering the information given by hotel managers in Brasília. Theme specialists were consulted and later, the hotel's clients (users) perception, through brainstorming techniques, focus groups and interviews.*

*As an outcome, was verified that, on a scale from 0 to 100, Brasília's hospitality presents 44.2% of compliance with the practices and actions of socio-environmental responsibility.*

**Keywords:** *Social and Environmental Responsibility; Hospitality; Multicriteria Method; Stakeholders; Tourism.*

## LISTA DE FIGURAS

Figura1:Tremont House.....	21
Figura 2: Hotel Ritz – Paris, 1870.....	22
Figura3: Hotel Savoy – New York.....	23
Figura 4: Copacabana Palace – Rio de Janeiro.....	25
Figura 5: Hotel Glória – Rio de Janeiro.....	26
Figura 6: Hotel Términus – São Paulo.....	27
Figura 7: Hotel Esplanada – São Paulo.....	27
Figura 8: Foto representativa de Brasília, DF.....	29
Figura 9: Setores hoteleiros sul e norte – Brasília/DF.....	31
Figura 10: Setores hoteleiros Norte e Sul – Brasília/DF.....	31
Figura 11: Tipologia dos Meios de Hospedagem do Distrito Federal.....	32
Figura 12: Gráfico de Localização dos Equipamentos de Hospedagem Totais do Distrito Federal.....	33
Figura 13: Modelo da Teoria dos Stakeholders de Freeman.....	41
Figura 14: Atores do Processo de Análise da Contribuição da Responsabilidade.....	55
Figura 15: Esquema lógico da metodologia.....	57
Figura 16: Conversão dos pontos de vista elementares (PVE) em pontos de vista fundamentais.....	61
Figura 17: Taxa de contribuição sugerida pela pesquisadora.....	62
Figura 18: Taxa de contribuição definida pelo grupo focal.....	63
Figura 19: Fases do MCDA-C.....	66
Figura 20: Cabeçalho do Sistema.....	68
Figura 21: Subcritérios de nível 2.....	69
Figura 22: Subcritérios de nível 1.....	69
Figura 23: Níveis de esforços do critério 1.1.1 conformidade com as leis.....	70
Figura 24: Análise do critério Gestão da Atividade Fim.....	72
Figura 25 Análise do critério Social.....	73
Figura 26: Gráfico análise do critério 3 - Economia.....	74
Figura 27: Gráfico Análise do critério 4 - Patrimônio.....	75
Figura 28: Gráfico Análise do critério 5 – Meio Ambiente.....	75
Figura 29: Gráfico análise consolidada.....	76
Figura 30: Gráfico análise consolidada em percentuais, numa escala de 0 a 100.....	77

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Distinção das ações filantrópicas e de responsabilidade social .....	36
Quadro 2: Distinção de termos das ações filantrópicas e de responsabilidade social.....	37
Quadro 3: Quadro de síntese conceitual de responsabilidade social .....	38
Quadro 4: Quadro da evolução histórica de responsabilidade social .....	39
Quadro 5: Descritor base e especificidades .....	64
Quadro 6: Dados socioeconomicos dos entrevistados .....	71

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BNDES	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
CADASTUR	Cadastro de Meios de Hospedagem do Ministério do Turismo
CEBDS	Conselho Empresarial Brasileiro para o desenvolvimento sustentável
CEPAA	<i>Council on Economic Priorities Accreditation Agency</i>
EMBRATUR	Instituto Brasileiro de Turismo
GP	Grupo Focal
GPIT	Grupo de Pesquisa sobre Planejamento e Inovação em Transporte
IBGC	Instituto Brasileiro de Governança Corporativa
MAMADecisão	Software de modelagem
MCDA-C	Método Multicritério de Apoio à Decisão – Construtivista
ONU	Organização das Nações Unidas
PDCA	Ciclo de Deming
PVE	Ponto de Vista Elementar
PVF	Ponto de Vista Fundamental
RIDE	Região Integrada do Distrito Federal
RSA	Responsabilidade Social Ambiental
RSC	Responsabilidade Social Corporativa
RSE	Responsabilidade Social Empresarial
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SETUR	Secretaria de Turismo
TQM	Gestão da Qualidade Total
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	14
CAPÍTULO 1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	18
1.1 O Surgimento da Hotelaria.....	18
1.2 A Hotelaria no Brasil.....	24
1.3 A Hotelaria em Brasília.....	29
1.4 Responsabilidade Socioambiental.....	33
1.5 Teoria dos <i>stakeholders</i> nas ações de responsabilidade socioambiental.....	40
1.6 Diretrizes para Implantação de Práticas de Responsabilidade Socioambiental.....	43
1.6.1 Carta da Terra.....	44
1.6.2 Indicadores Ethos de Responsabilidade Social.....	44
1.6.3 <i>Accountability</i> AA 1000.....	45
1.6.4 <i>Social Accountability</i> 8000 - SA8000.....	45
1.6.5 ABNT-ISO26000.....	46
1.6.6 Global Compact.....	47
1.6.7 Gestão da Qualidade Total.....	47
1.6.8 Gestão de Recursos do Meio Ambiente.....	48
CAPÍTULO 2 ESTRATÉGIA METODOLÓGICA.....	51
2.1 Delineamento da Pesquisa.....	51
2.2 População e amostra.....	52
2.3 Método da pesquisa.....	55
2.4 Caminhos do Método – MCDA-C.....	57
2.5 Construção dos Pontos de Vista Elementares (PVE) sobre as Práticas e Ações de Responsabilidade Socioambiental na Hotelaria de Brasília.....	58
2.6 Construção dos critérios de avaliação.....	60
2.7 Construção dos Descritores.....	63
2.8 Estruturação do Instrumento de Coleta e Modelagem de dados.....	64
2.9 Aplicação do MCDA-C.....	66
CAPÍTULO 3 – ANÁLISE DE CONTEÚDO.....	67
3.1 Aplicação do Método para Análise Multicritério de Apoio à Decisão – Construtivista – MCDA-C no programa MAMADecisão.....	67
3.2 Análise do Critério 1 – Gestão da atividade fim.....	71
3.3 Análise do Critério 2 - Social.....	73
3.4 Análise do Critério 3 - Economia.....	73

3.5 Análise do Critério 4 – Patrimônio.....	74
3.6 Análise do Critério 5 – Meio Ambiente .....	75
3.7 Resultado Consolidado.....	76
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	78
Recomendações.....	80
Futuros desenvolvimentos .....	81
Contribuições .....	81
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	83
APENDICE A.....	90
APENDICE B.....	96
APENDICE C .....	100
APENDICE D .....	101
APENDICE E.....	107
ANEXO.....	108

## INTRODUÇÃO

As ações e práticas empresariais estão associadas diretamente com a natureza de nossas vidas e elas influenciam tanto a vida empresarial quanto a vida de todos nós.

O fator socioambiental não é mais de responsabilidade exclusiva do Estado, pois, com a globalização, a sociedade se torna mais exigente e as empresas são chamadas a exercer, além do desenvolvimento econômico, o desenvolvimento social e ecológico de maneira responsável.

Para Young (2004), as empresas têm corresponsabilidade na solução dos problemas sociais e ambientais, pois têm poder político e habilidade de mobilizar recursos financeiros e tecnológicos, para desenvolverem ações que podem ser replicadas pelos demais atores sociais do sistema produtivo.

Com seus clientes mais conscientes e meticolosos, as empresas adotam diversas práticas de gestão com responsabilidade social, ou apenas algumas ações que nem sempre representam, exatamente, responsabilidade social e sim, apenas uma mera filantropia pontual. Paralelamente a isto, há uma forte pressão da sociedade e de novas legislações, para a inserção de práticas de responsabilidade social nos negócios das empresas, com maior clareza e engajamento.

Conforme Oliveira (2002), o conceito de responsabilidade social é amplo, referindo-se à ética como princípio balizador das ações e relações com todos os públicos com os quais a empresa interage: acionistas, empregados, consumidores, rede de fornecedores, meio ambiente, governo, mercado, comunidade – os chamados *stakeholders*. Entendendo, assim, que a responsabilidade social vai para além da postura legal da empresa, da prática filantrópica ou do apoio à comunidade. Significa mudança de atitude, numa perspectiva de gestão empresarial com foco na responsabilidade social das relações e na geração de valor para todos.

Existem, hoje, no mercado, diversos instrumentos para implantação e avaliação das práticas de responsabilidade socioambiental, tais como: Norma Social – AS 8000; *Accountability AA 1000*; *Global Compact*; Carta da Terra; ISO 14000; e ABNT-ISO 26000.

A motivação para a escolha dessa investigação deveu-se ao fato de ser um tema de inquietude pela pesquisadora durante sua vida profissional, que questiona a participação das empresas privadas no tocante às políticas públicas, em especial à responsabilidade socioambiental, que exige transformação constante. Como destacado por Almeida et Nascimento (2016), no IV Seminário Latino-Americano de Políticas Públicas e Turismo, apenas estratégias voltadas para investimentos tecnológicos e novas estruturas organizacionais não fazem o diferencial para atender a exigência da sociedade contemporânea.

Segundo Karkotli e Aragão (2008, p.23) a responsabilidade socioambiental está inserida no cotidiano de diversas empresas que englobam “além de interesses de proprietários, dirigentes e trabalhadores, ações que correspondam às responsabilidades de que está investida, dentre as quais podem ser destacadas: a qualidade intrínseca de seus produtos e as consequências de sua utilização; o padrão dos serviços prestados; proteção e preservação do meio ambiente, bem como os efeitos diretos de sua atividade sobre o bem-estar da comunidade”.

Dessa forma, buscou-se saber se as ações empreendidas na hotelaria de Brasília estão em consonância com as práticas de responsabilidade socioambiental, com base nos seguintes aspectos: a) fatores determinantes para as ações dos hotéis, em Brasília, na adoção de práticas de responsabilidade socioambiental; b) histórico nacional sobre a inserção da responsabilidade socioambiental nas empresas; e c) diferentes práticas (instrumentos, indicadores, critérios, condutas) para aplicação da responsabilidade socioambiental. No entanto, esta é uma área pouco explorada e observou-se na literatura existente a baixa quantidade de referências recentes que permitem compreender os atuais debates em que se envolvem as questões do tema abordado.

Sendo assim, a pesquisa realizada teve também como meta cobrir parte dessas lacunas, com base nos referenciais teóricos e na metodologia utilizados. Foi destacado o contexto hoteleiro no âmbito do turismo, para elucidar o lócus do estudo, ou seja: a hotelaria em Brasília.

Nesse sentido, elegeu-se como objetivo geral: analisar a contribuição da responsabilidade socioambiental na hotelaria de Brasília, por meio de estudo de caso, tendo como recorte os hotéis do Plano Piloto, da cidade de Brasília, nos anos de 2016 e 2017, a partir da percepção de seus usuários. Para isto foi necessário analisar a



interação entre sociedade (usuários de hotéis) e as ações de responsabilidade socioambiental, desempenhadas pelos hotéis.

Os objetivos específicos, relacionados à construção da pesquisa visando alcançar o objetivo geral foram: a) identificar as ações de gestão com responsabilidade socioambiental na hotelaria de Brasília; b) identificar os benefícios sociais e econômicos para a comunidade local, oriundas das ações de responsabilidade socioambiental; c) analisar a existência de benefício para o patrimônio cultural, por meio da responsabilidade socioambiental; e d) analisar os benefícios para o meio ambiente, resultantes da prática de responsabilidade socioambiental.

Para análise da contribuição da responsabilidade socioambiental na hotelaria de Brasília, utilizou-se a perspectiva de pesquisa qualiquantitativa, de nível aplicado e empírico, uma vez que a mesma permite a utilização de diferentes abordagens epistemológicas, estratégias de investigação e métodos de coleta e análise de dados. Para o desenvolvimento da pesquisa foi utilizado o método Multicritério de apoio à decisão – Construtivista – MCDA- C. Este instrumento deu suporte à estruturação da base de dados da análise multicritério-construtivista. No entanto, neste estudo não se tratou a teoria construtivista, ressaltou-se a visão construtivista como contribuição e construção do entendimento do usuário da hotelaria, sobre o tema responsabilidade social, onde se considerou a percepção do usuário como parte do processo de conhecimento e de valores.

O trabalho foi dividido em três Capítulos, acrescidos da Introdução e Considerações Finais. No Capítulo 1 é apresentada a contextualização teórica do objeto de estudo, que trata das informações sobre o surgimento da hotelaria, a hotelaria no Brasil e em Brasília; do surgimento da responsabilidade socioambiental, a Teoria dos *stakeholders*; e as diretrizes para implantação de práticas de responsabilidade socioambiental como bases para a pesquisa.

No Capítulo 2, foi apresentada a estratégia metodológica. No Capítulo 3, a Análise de conteúdo; e por fim, as Considerações finais. Para a construção dos Capítulos 2 e 3, foram utilizados o Método para Análise Multicritério de Apoio à Decisão – Construtivista – MCDA-C, a técnica de estudo de caso e o programa MAMADecisão, aos quais deram suporte à metodologia e análise da pesquisa para obtenção dos objetivos indicados. As entrevistas foram elaboradas após a realização de técnicas de *Benchmarking*, *Brainstorming* e Grupo Focal com gestores e

especialistas em hotelaria, especialistas e doutores em administração e responsabilidade socioambiental.

Finalmente, nas Considerações Finais são apresentadas a síntese conclusiva, destacando-se a retomada dos objetivos definidos, as limitações e dificuldades e as sugestões e recomendações.

A principal contribuição desta pesquisa, destacada nas Considerações Finais, é a concepção de uma organização com responsabilidade para além da atividade fim, ou seja: com responsabilidade socioambiental, com amparo na abordagem de Ashely (2004, p.28), onde, para a autora, seria uma construção de um ser social, que passa a ter uma condição de responsabilidade imprescindível no compromisso com as empresas do século XX, o que implicaria numa mudança de concepção das empresas.

Novas contribuições podem surgir em pesquisas futuras, para a construção de organizações mais éticas, com o aprofundamento no tema responsabilidade socioambiental.

## CAPÍTULO 1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste Capítulo são apresentados o referencial teórico, que trata das informações sobre o surgimento da hotelaria, a hotelaria no Brasil, a hotelaria em Brasília, o surgimento da responsabilidade socioambiental, a Teoria dos *stakeholders*; e as diretrizes para implantação de práticas de responsabilidade socioambiental como bases para a pesquisa.

### 1.1 O Surgimento da Hotelaria

O contexto hoteleiro, classificado hoje por muitos autores como parte do segmento de serviços, constitui-se na dependência da interação entre os envolvidos na atividade, baseando-se no conceito de hospitalidade. Tal conceito prevê uma interação harmoniosa e uma postura acolhedora por parte dos que nele atuam.

Desde a formação dos pequenos núcleos sociais, no período antigo, o homem tinha a necessidade da locomoção, por diversos motivos, tais como: econômicos e comerciais; políticos e sociais; e esportivos e lazer. As viagens, conforme Dias e Aguiar (2002, p.23) retomam à Grécia antiga e Roma, quando os povos atuavam comercialmente por longas distâncias e avançavam nas conquistas de território. Merece destaque a afirmativa de que os deslocamentos contínuos de pessoas sempre ocorreram por toda a história da humanidade, pela necessidade de expansão e exploração cultural, territorial e espacial (DIAS; AGUIAR, 2002, p. 23).

No ano de 1841, o inglês Thomas Cook reuniu 570 pessoas e organizou uma viagem partindo de Lancaster para Loughborug, dando origem à primeira viagem com fim lucrativo e com uma estrutura completa, composta por meio de transporte, hospedagem e atividades programadas no local de destino. Tal procedimento promoveu um avanço nos serviços de viagens, acomodação e alimentação, dando origem ao turismo profissional de serviços de viagem (DIAS; AGUIAR, 2002, p.23).

Assim, o turismo é considerado hoje, conforme os embasamentos de Dias e Aguiar (2002, p.24), como sendo a principal atividade econômica existente, superando alguns setores tradicionais como os da indústria automobilística, eletrônica e petrolífera.

Ao mesmo tempo, precisa ser observado com toda a sua complexidade, devido à grande quantidade de elementos horizontal e verticalmente entrelaçados, conforme

observado por Moesch (2002, p. 9) quando apresenta o turismo de forma epistemológica como:

[...] uma combinação complexa de inter-relacionamento entre produção e serviços, em cuja composição integram-se uma prática social com base cultural, com herança histórica, a um meio ambiente diverso, cartografia natural, relações sociais de hospitalidade, troca de informações interculturais (MOESCH, 2002, p.9).

Entre esses elementos necessários à prática do turismo, destacam-se nesse estudo os meios de hospedagem que, conforme as abordagens de Marques, “sem hotelaria não há turismo; sem bons serviços não há bons estabelecimentos hoteleiros” (2003, p. 27), considerando-a como uma das atividades mais importantes do turismo, por ser a base na qual o mesmo se apoia para a sua prática.

A palavra “hotel” originou-se do termo francês *hôtel* que significa residência do rei, termo também usado para designar os enormes edifícios pertencentes à aristocracia francesa. Por meio do século XVIII, alguns *hôtels* passaram a alugar quartos, como os albergues, mosteiros e conventos da época, para que os fidalgos e altos funcionários que viajavam pudessem descansar, sendo dessa forma, associados aos meios de hospedagem luxuosos (SEBRAE, 2007, p.16).

O setor hoteleiro se tornou diversificado e um referencial para os demais setores que envolvem o turismo. Conforme publicação da Organização Mundial do Turismo, a definição de hotelaria pode ser apontada como “o sistema comercial de bens materiais e inatingíveis dispostos para satisfazer as necessidades básicas de descanso e alimentação dos usuários fora de seu domicílio” (OMT, 2001, p.79).

A hotelaria, considerada por Marques (2003, p.22) como um negócio de hospedagem, é quase tão antiga quanto a própria civilização, o que levanta a hipótese de seu início ser em função da necessidade natural dos viajantes de procurar abrigo, apoio e alimentação durante as viagens.

Pires (2001, p.5), em suas abordagens conceituais, destaca que o início do pensamento da hospedagem como atividade comercial se deu a partir de 1282, com a fundação de um grêmio de propriedades de pousadas em Florença, Itália. E acrescenta que: “[...] a revolução dos transportes, a complexidade social em todas as suas variáveis, ocorrida com o fortalecimento das cidades e o prestígio da economia urbana em expansão, além da relativa paz, fizeram a base do turismo moderno”. (PIRES, 2001, p. 5).

A partir do século XX, com a evolução tecnológica e das exigências de mercado, os Estados Unidos surgiram com um novo perfil de usuário, mais apressado e exigente, promovendo um avanço na hotelaria por meio dos hotéis de rede ou cadeias hoteleiras, como apresentado por Dias (2002):

[...] a escola norte-americana de hotelaria teve como ponto forte a preocupação com os equipamentos funcionais do serviço e, mais recentemente com os aspectos de management em especial – técnicas de gestão adaptadas aos conceitos da administração moderna – enquanto que a hotelaria tradicional européia tem-se ocupado especialmente com as técnicas profissionais, primando pelo atendimento pessoal ao hóspede (DIAS, 2002, p. 105).

Na Europa, o avanço hoteleiro ocorreu no final do século XVII e início do século XVIII, com a criação das estâncias balneárias voltadas para o tratamento de doenças por meio de banhos de mar, promovendo o surgimento dos *resorts* e *spas*, para o auxílio dos tratamentos médicos.

Por muito tempo, a estrutura física dos hotéis permaneceu pequena, com poucas dependências, e era administrada por famílias inteiras que dividiam os espaços com o pequeno número de hóspedes que recebiam. Com os avanços e modificações causadas pela Revolução Industrial foram transformando as edificações de forma mais ampla, conforme Vallen e Vallen (2003), ocasionando um destaque maior aos hotéis.

Os primeiros estabelecimentos de hospedagens com o propósito comercial surgiram no final da Idade Média, na Europa. Eram as tabernas e as pousadas. Conforme La Torre (1982), nesses abrigos, os hóspedes eram obrigados a cuidar da própria alimentação, da iluminação (velas, lampeões, etc.) e das roupas de dormir. Para GONÇALVES; CAMPOS (1999), o desenvolvimento das estradas por toda a Europa e o crescimento do comércio entre os países, fez com que a hospedagem começasse a possuir parte significativa da economia local.

Diversos países implantavam leis e normas para regulamentar a atividade hoteleira. A França possuía leis reguladoras dos estabelecimentos e serviços hoteleiros no ano de 1254 (século XIII) e Inglaterra em 1446 (século XV). Há indícios que foi na França, em 1407 que se criou a primeira lei para registro de hóspedes visando aumentar a segurança das hospedarias e não em 1254, e também na França, as tarifas das pousadas foram regulamentadas e por consequência os hóspedes

passaram a exigir maior conforto. No ano de 1514 (século XVI), os hoteleiros de Londres foram reconhecidos legalmente, passando de *hostelers* (hospedeiros) para *innholders* (hoteleiros).

Com estudos mercadológicos e de aperfeiçoamento no atendimento, os Estados Unidos passaram a ser a nova referência da hotelaria mundial. No final do século XIX, a expansão da economia norte-americana provocou aumento no turismo de negócios e no de lazer.

O conceito de apartamentos “*double*” e “*single*”, bem como a disponibilização de utensílios para higiene pessoal e sabonete cortesia, remontam ao ano de 1829, numa iniciativa do “*TremontHouse*”, Figura 01, de Boston, considerado o maior e mais caro hotel da época.

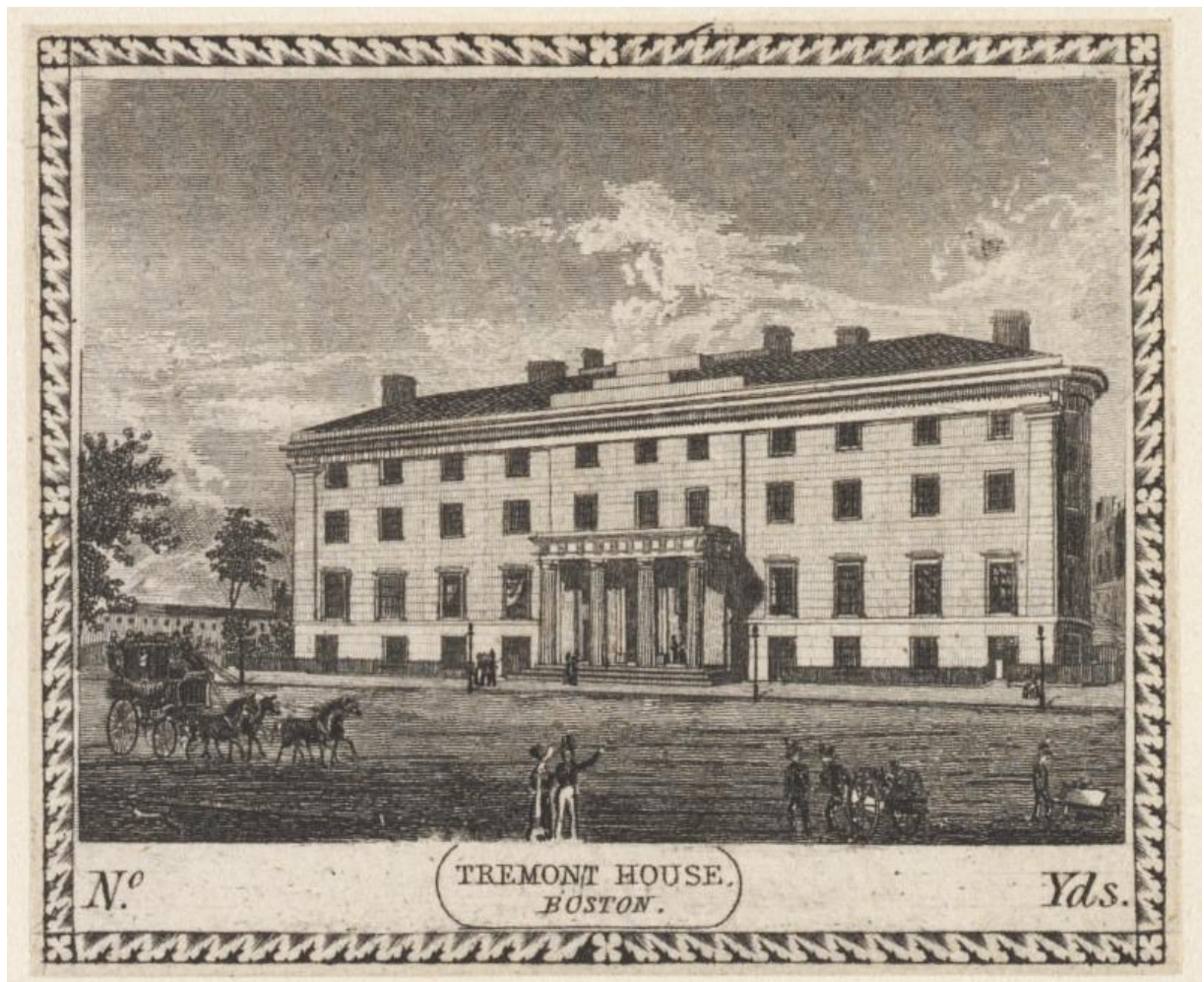


Figura1:Tremont House  
Fonte: Digital Commonwealth, 1855-1894.



Por volta de 1840, percebeu-se que os meios de hospedagem foram se desenvolvendo em relação à quantidade sem, contudo, priorizar conceitos de qualidade ou modernização. Para GONÇALVES; CAMPOS (1999) essas pousadas mais preparadas já trabalhavam como agenciadores de diligências, uma vez que se tornavam ponto de saída e de chegada dos viajantes e ofereciam passagens para essas viagens.

GONÇALVES; CAMPOS (1999) afirmam que o primeiro guia de viagens de que se tem notícia, definindo de modo claro os diferentes tipos de acomodações disponíveis para viajantes a negócio ou passeio, foi editado pelos ingleses em 1589.

Um dos marcos da história da hotelaria foi a construção, em 1870, do primeiro estabelecimento hoteleiro em Paris, considerado o início da hotelaria planejada, idealizado pelo suíço César Ritz, Figura 02. As inovações foram o banheiro privativo em cada quarto e a uniformização dos empregados.



Figura 2: Hotel Ritz – Paris, 1870  
Fonte: Adriana Miller, 2011

O edifício foi construído no começo do século XVIII, como um domicílio privado. Em 1854, foi adquirido pelos Irmãos Péreire, que o transformaram no escritório principal de sua instituição financeira, *Crédit Mobilier*.

A fachada foi projetada por Jules Hardouin Mansart. Convertido em um hotel luxuoso por César Ritz, foi aberto em 1º de junho de 1898. Junto com os talentos culinários de Auguste Escoffier, Ritz fez do hotel sinônimo de opulência, serviço e de jantar fino.

O Hotel Ritz consiste nos prédios de Vendôme e de Cambon, com quartos com vista para a Praça Vendôme. No lado oposto, estão quartos com vista para o famoso jardim do hotel.

Logo após, surgiram os hotéis de grande luxo, como os famosos Savoy, este demonstrado na Figura 03, Claridge, Carlton, dentre outros, acompanhando a tendência dos fabulosos trens e navios de passageiros da época.



Figura3: Hotel Savoy – New York  
Fonte: Ephemeral New York, 2008

O Savoy é um dos hotéis mais famosos do mundo. Inaugurado no dia 6 de agosto de 1889, na Strand, na City of Westminster, na cidade de Londres. O Hotel Savoy foi construído pelo empresário Richard Dóyle Carte, com o suíço Cesar Ritz como o gerente geral, o projeto combinava um estilo americano de hotelaria e serviço com a elegância europeia. O Hotel Savoy marca o nascimento de um novo conceito hoteleiro, considerado o primeiro hotel de luxo do Reino Unido, apresenta uma série de inovações, tais como: iluminação elétrica, quartos com casa de banho, um boletim informativo em diferentes idiomas destinados aos seus hóspedes, ter água encanada (fria ainda) e tubos internos de ar para que os hóspedes pudessem fazer os pedidos de serviço de quarto.

A grande diferença para o enorme desenvolvimento e crescimento da hotelaria nos Estados Unidos foi a consciência de igualdade que se desenvolveu no novo país. Enquanto no século XIX na Europa, os únicos que podiam desfrutar de luxos eram os



aristocratas, nos Estados Unidos esses luxos estavam à disposição de quem pudesse pagar, não importando se esses pertenciam a classes nobres ou não. De acordo com DUARTE (2001): “os hotéis foram abertos para a comunidade”.

O grande público da hotelaria americano, no final do século XIX, era a classe média, o que representou para os empresários da época um grande desafio em desenvolver conceitos que satisfaziam a esse público com igualdade no atendimento e preços mais acessíveis. Nota-se um padrão de atendimento com dignidade, respeito e principalmente privacidade, diferencial que até então não existia na hotelaria (Vitrine Turismo, 2017, s/n).

O crescimento hoteleiro é interrompido com o início da 1ª Guerra Mundial, sendo, retomado, passados dez anos. No início da década de 20 o turismo toma um novo aspecto com as viagens coletivas impulsionadas por Cook e com os novos conceitos de legislação trabalhista, o que irão propiciar o aumento do turismo em massa. Novas adaptações no complexo hoteleiro são exigidas para que os hotéis se formatassem ao novo fluxo turístico. É a segunda “época de ouro das construções hoteleiras” (DUARTE, 2001, p.16).

Para atender a essa nova demanda, os serviços passaram a ser especializados e os funcionários foram treinados por técnicas específicas para cada serviço. A partir de então, os hotéis são diferenciados pelo luxo e pelos serviços prestados, passando a ser divididos por categorias.

## **1.2 A Hotelaria no Brasil**

O setor de hospedagem desenvolveu-se no Brasil a partir do século XVIII, nas cidades do Rio de Janeiro e São Paulo – principais centros urbanos comerciais da época, com o propósito de atender aos viajantes europeus que chegavam ao país, conforme histórico construído pelo SEBRAE (2007, p.16). Vários edifícios foram transformados em estabelecimentos hoteleiros, a partir do século XIX, com a abertura dos portos e a transferência da família real para o Rio de Janeiro. Em São Paulo, o aumento pela procura de locais destinados à acomodação e hospedagem ocorreu pelas viagens de negócios cafeeiros, tanto na capital quanto no interior do estado.

Na segunda metade do século XVIII foi construído no Mosteiro de São Bento, no Rio de Janeiro, um edifício exclusivo para hospedaria. Nesse período, as casas de hospedagem começaram a surgir na cidade do Rio de Janeiro, como aponta

ANDRADE (2000, p.20): “No século XVIII começaram a surgir na cidade do Rio de Janeiro estalagens, ou casas de pasto, que ofereciam alojamento aos interessados, embriões de futuros hotéis”.

A chegada da corte portuguesa ao Rio de Janeiro, em 1808 e a abertura dos portos foram marcos do princípio da hotelaria na cidade. Com a chegada da corte, muitos estrangeiros passaram a transitar pelo Rio de Janeiro, assim criando a necessidade de meios de hospedagem mais preparados e com maior capacidade.

O marco principal da hotelaria foi a inauguração do Copacabana Palace, Figura 04, decisivo na consolidação da capital fluminense como polo de turismo e lazer.



Figura 4: Copacabana Palace – Rio de Janeiro  
Fonte: Vanesa Lopez, 2010

O potencial e vocação da cidade do Rio de Janeiro para o turismo se intensificam com a inauguração do Hotel Glória, figura 05, com 700 apartamentos, na época.



Figura 5: Hotel Glória – Rio de Janeiro  
Fonte: Felipe Lucena, 2015

Conforme o Diário do Rio, o hotel Glória foi Inaugurado no dia 15 de agosto de 1920, o Hotel Glória logo foi sucesso. A proximidade com o centro cultural, financeiro e político da cidade do Rio de Janeiro (que na época era capital do Brasil) fez com que o estabelecimento caísse nas graças dos grandes artistas do cinema, cantores, políticos e chefes de Estado. O Hotel, erguido para receber convidados que chegaram ao Brasil para as comemorações do Centenário da Independência, também ficou famoso pelos eventos que eram realizados lá. Entre eles, convenções, congressos e bailes de formaturas de grande porte. Além disso, também acontecia no Hotel o famoso Concurso de Fantasias de Carnaval.

Em São Paulo, o grande impulso para o surgimento de novos meios de hospedagem foi dado pela construção da ferrovia São Paulo Railway, tendo como marco a construção dos hotéis Términus, demonstrado na Figura 06:





Figura 6: Hotel Términus – São Paulo  
 Fonte: Felipe Lucena(2015, s/n)

Um dos grandes marcos também na hotelaria em São Paulo foi a construção do Hotel Esplanada, conforme Figura 07:



Figura 7: Hotel Esplanada – São Paulo  
 Fonte: Acervo Informativo Arquivo Histórico de São Paulo, (2013, s/n)

De acordo com Duarte (1996, p.16), foi no século XVIII que Charles Burton fez a primeira classificação das hospedarias paulistas, classificando-as da seguinte forma:

1ª Categoria – Simples pouso de tropeiro; 2ª Categoria – Telheiro coberto ou rancho ao lado das pastagens; 3ª Categoria – Venda, correspondente à

“pulperia” dos hispano-americanos, mistura de venda e hospedaria; 4ª Categoria – Estalagens ou hospedarias; e 5ª Categoria – Hotéis.

Nesta época, 1870, já existiam muitos hotéis importantes na capital paulista, mas as pessoas somente podiam se hospedar nos hotéis tradicionais mediante carta de apresentação.

Impulsionado pelo turismo de negócios, o setor começa a experimentar grande destaque e notória expansão, ganhando fama internacional.

Duarte (2001) em suas análises sobre a evolução da hotelaria no país identificou que os incentivos dos governos estaduais para a construção de hotéis-cassinos no país, durante a década de 1940, também marcaram um avanço para o desenvolvimento hoteleiro, devido à construção, restauração e animação de grandes e luxuosas edificações. Com a proibição dos jogos de azar em 1946, pelo presidente Eurico Gaspar Dutra, conforme o autor (2001), a hotelaria somente avançou novamente com os incentivos fiscais do Banco Central, os quais promoveram o crescimento de grandes redes hoteleiras internacionais no país.

A partir dos anos 70, o Brasil começa a experimentar um crescimento significativo no setor. Por meio da criação da Embratur – Instituto Brasileiro de Turismo –, que viabilizou a realização de inúmeros financiamentos e projetos ligados ao segmento da hotelaria, possibilitando assim que empresas hoteleiras nacionais dobrassem a capacidade e empresas internacionais aqui se instalassem.

No início de 1980, as perspectivas dos empreendimentos imobiliários para a hotelaria não se apresentaram muito propícia com o surgimento da crise econômica. O mercado de aluguel se encontrava prejudicado pela Lei do Inquilinato, pelo fim dos financiamentos a longo prazo e dos incentivos fiscais, paralisando a rede hoteleira em seu processo de crescimento. Todavia, houve o surgimento do fenômeno identificado por Duarte (2001, p. 86) como o dos *apart-hotéis* ou *flat services*, criados para atender à nova realidade do mercado de negócios - oferta de novos estabelecimentos.

A paralização da crise no setor hoteleiro ocorre no final da década de 1980, com o aumento da renda da população brasileira, possibilitando assim, o crescimento de viagens e de novos turistas estrangeiros. De acordo com o Setorial do BNDES (2005, nº 22, p.111), esse período foi também marcado pelo início de um processo de reorganização e diversificação do setor, cabendo mencionar o desenvolvimento de novos empreendimentos hoteleiros, a criação de pólos turísticos, a entrada de novas operadoras hoteleiras, o aumento da profissionalização da administração dos hotéis,

especialmente das redes, e os investimentos em modernização e reposicionamento de mercado dos empreendimentos já estabelecidos.

### 1.3 A Hotelaria em Brasília

Brasília foi definida por seu criador Lúcio Costa como um “organismo capaz de preencher satisfatoriamente as funções vitais próprias de uma cidade moderna qualquer, não apenas como *urbs*, mas como *civitas*” (COSTA, 1957, p.22), ou seja, além do delineamento para se tornar a capital administrativa do Brasil, foi pensada para ser uma cidade confortável e acolhedora.

Construída em 1960, por Juscelino Kubitschek, a fim de ser a capital do Brasil, a cidade de Brasília é considerada pelo *Brasília Convention & Bureau* (2016, s/n) como um dos melhores destinos com qualidade de vida do país. Com uma arquitetura moderna e um grandioso acervo patrimonial a céu aberto, como mostra a Figura 08, a cidade é detentora da maior área tombada do mundo – 112,25 km<sup>2</sup> –, conforme informações obtidas pela página do Palácio do Planalto (2016) e foi inscrita pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura – UNESCO – na lista de bens do Patrimônio Mundial em sete de dezembro de 1987, sendo o único bem contemporâneo a merecer essa distinção.



Figura 8: Foto representativa de Brasília, DF  
Fonte: ST – Serviços Turísticos e Transporte Executivo, 2017.

Após os seus 56 anos de inauguração, a capital do país se fortalece com identidade própria, a qual seus habitantes ainda cultivam as características dos



pioneiros que vieram auxiliar na sua construção, denominados como “candangos”. A página eletrônica do Brasília *Convention & Bureau* (2016, s/n) ainda apresenta que a cultura regional de mineiros, goianos e nordestinos, presente nas festas típicas e costumes locais auxiliam na formação dessa identidade cultural da cidade.

Caracterizada como a cidade que possui a terceira maior frota de barcos do país, com mais de seis mil embarcações registradas, e o terceiro polo gastronômico, com variados estilos de restaurantes e bares, e Brasília vem desenvolvendo o setor hoteleiro de forma constante, para atender tanto os servidores públicos que atuam nos órgãos do governo quanto os turistas que chegam para conhecer a cidade.

O Aeroporto Internacional de Brasília, com vinte e cinco anos de concessão, encerrou o ano de 2014 com 18.1 milhões de usuários e se consolidou como o 2º maior aeroporto em movimentação de passageiros e o 3º em movimentação internacional do país. Considerado pela página eletrônica institucional do aeroporto (2016, s/n) como o maior em capacidade de pista do Brasil, podendo receber um voo por minuto, o aeroporto foi arrematado em leilão realizado pelo Governo Federal em 6 de fevereiro de 2012, pelo consórcio *Inframérica Aeroportos*, composto pelas empresas *Infravix Participações SA* e *Corporación América AS*, que passou a operá-lo em 29 de fevereiro de 2013.

O surgimento da hotelaria na cidade de Brasília se confunde com a história de sua construção, uma vez que era necessário abrigar os profissionais que vieram e atuaram no processo de soerguimento da cidade (SANTOS, 2005, p.16).

Atualmente, segundo dados obtidos pelo Cadastro de Meios de Hospedagem do Ministério do Turismo, o Cadastur (2016), o Distrito Federal tem atualmente, um número aproximado de 5.170 leitos, distribuídos em 3.522 quartos de 22 meios de hospedagem, entre hotéis e flats, resort e pousadas.

Nesse cenário, o setor hoteleiro de Brasília, distribuído em sua maioria entre as Asas Sul e Norte do Plano Piloto vem recebendo investimentos tanto de origem nacional quanto internacional.

Os principais hotéis localizam-se nos eixos específicos para os hotéis, como mostra a Figura 09, e próximos aos três principais parques da cidade: o Parque da Cidade Sarah Kubitschek, o Parque Nacional de Brasília, mais conhecido pelo apelido de "Água Mineral" e o Parque Ecológico e de Uso Múltiplo Olhos d'Água.



Figura 9: Setores hoteleiros sul e norte – Brasília/DF  
 Fonte: Urbanistas por Brasília, 2011

Para melhor compreensão e visualização destes setores, apresenta-se a Figura 10, com fotos ilustrativas dos setores hoteleiros nas Asas Sul e Norte do Plano Piloto, da cidade de Brasília/DF:



Figura 10: Setores hoteleiros Norte e Sul – Brasília/DF  
 Fonte: Mochileiro Descobrendo o Brasil Brasília, 2015.

Conforme informações do Relatório de Ofertas Turísticas do Distrito Federal, elaborado pelo Observatório do Turismo no ano de 2015, os números do ministério



são muito menores dos que os divulgados pela Secretaria de Turismo. De acordo com pesquisa interna realizada neste ano pela Secretaria, o Distrito Federal conta com 31.439 leitos que estariam em 17.538 unidades habitacionais, situados em 228 equipamentos de hospedagem, considerando todos os meios de hospedagem disponíveis, tais como hotéis, pousadas, *apart* hotéis e motéis, conforme apresentado na Figura 11:

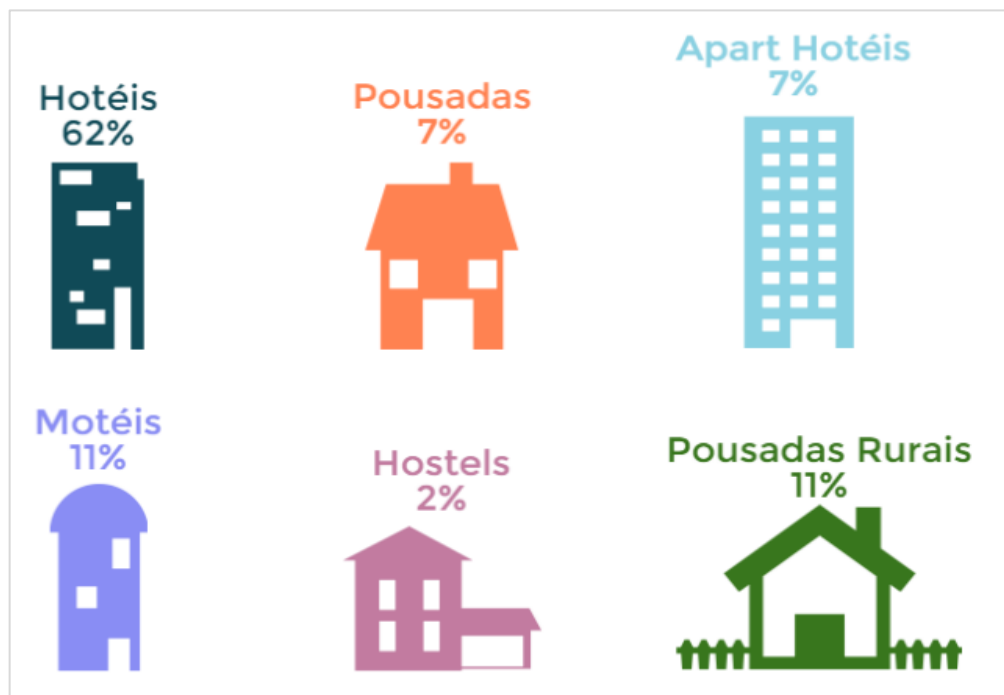


Figura 11: Tipologia dos Meios de Hospedagem do Distrito Federal  
Fonte: Relatório de Oferta Turística do Distrito Federal –SETUR, 2015.

A hotelaria tradicional do Distrito Federal é formada por hotéis, pousadas e apart hotéis, com um número aproximado de 174 equipamentos de hospedagem, gerando 15.748 unidades habitacionais e 26.731 leitos.

A ocupação média chega a 53% de tarifa média no valor de R\$289,09 no ano de 2015. A localização dos equipamentos de hospedagem totais pode ser identificada conforme o gráfico representado na Figura 12:

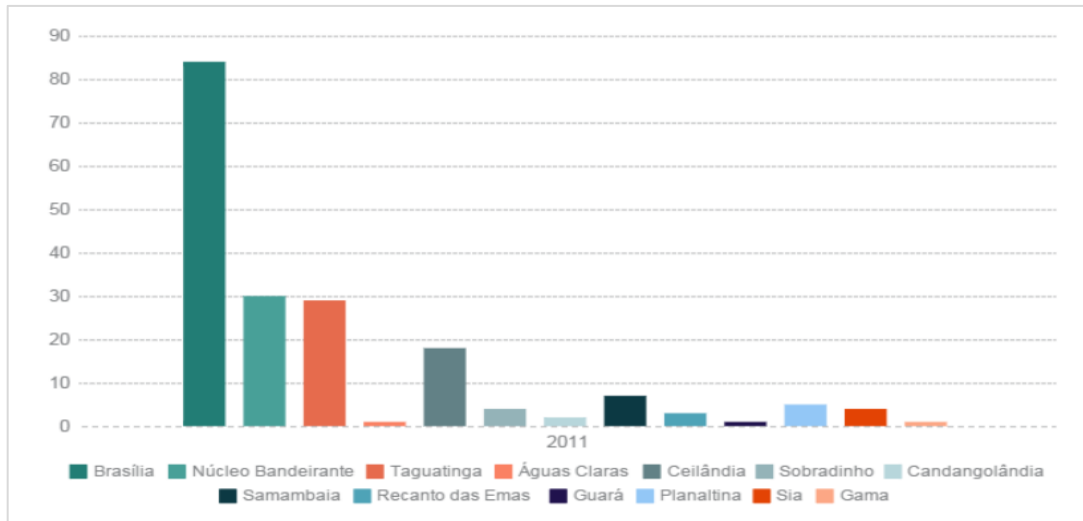


Figura 12: Gráfico de Localização dos Equipamentos de Hospedagem Totais do Distrito Federal  
 Fonte: Relatório de Oferta Turística do Distrito Federal –SETUR, 2015.

Já a hospedagem rural é composta por equipamentos na área rural do Distrito Federal e na Região Integrada do Distrito Federal e Entorno – RIDE, com 25 equipamentos de hospedagem, 522 unidades habitacionais e 2.031 leitos (SETUR, 2015).

Brasília está localizada no centro do país, encoberta pelo bioma Cerrado e cercada por três das maiores bacias hidrográficas da América do Sul, localizada entre a Chapada dos Veadeiros, Pirenópolis e Caldas Novas/Rio Quente (GO). Sendo assim, uma cidade de grande atrativo para a hotelaria, cabendo a esta o compromisso com a responsabilidade socioambiental.

Na seção seguinte, serão identificados o contexto da responsabilidade social e os principais instrumentos de práticas de responsabilidade socioambiental.

#### 1.4 Responsabilidade Socioambiental

A responsabilidade socioambiental já é tema discutido em diversos meios de comunicação e no mundo dos negócios, pois, com a globalização os consumidores estão cada dia mais exigentes em relação aos serviços prestados e aos produtos oferecidos pelas diversas empresas. Já não bastam qualidade e bom preço, é necessária a atenção às causas sociais e ambientais.

A expressão “responsabilidade social” suscita uma série de interpretações. Para alguns, representa a idéia de responsabilidade ou

obrigação legal; para outros, é um dever fiduciário, que impõe às empresas padrões mais altos de comportamento que os do cidadão médio. Há os que a traduzem, de acordo com o avanço das discussões, como prática social e função social. Outros vêem associada ao comportamento eticamente responsável ou a uma contribuição caridosa. Há ainda os que acham que seu significado transmitido é ser responsável por ou socialmente consciente e os que a associam a um simples sinônimo de legitimidade ou a um antônimo de socialmente irresponsável ou não responsável. (Duarte e Dias, 1986, p.36).

O conceito de responsabilidade social se difundiu nos Estados Unidos nas décadas de 1960 e 1970, época em que as empresas americanas cresciam em tamanho e poder (COLTRO, 2004, p.27). No entanto, ao mesmo tempo, a nação enfrentava grandes problemas como a pobreza, o desemprego, problemas urbanos e o aumento de poluição. Com isso, diversos grupos reivindicavam mudanças no meio empresarial. Eles exigiam que as empresas assumissem sua responsabilidade social perante a sociedade (apud BUSCH e RIBEIRO, 2009, p.5).

Várias definições de Responsabilidade Social surgiram a partir da década de 1960, com ênfase para os autores Davis, Frederick, McGuire e Walton, no entanto, somente a partir da década de 1970 as definições ficaram mais exclusivas, com destaque para Johnson (1971, p.50) que diz: “uma empresa socialmente responsável é uma organização cuja administração faz um balanço entre os diversos interesses. Essa empresa leva em conta não somente o interesse em maximizar os lucros para os acionistas, mas também os interesses dos empregados, fornecedores, da comunidade local e da nação” (apud BUSCH e RIBEIRO, 2009, p.6). Verifica-se o comportamento organizacional baseado nos *stakeholders*, onde os interesses vão para além da abordagem econômica. O conceito de responsabilidade social, neste sentido, envolve o benefício da coletividade, seja ela relativa ao público interno (funcionários, acionistas, etc.) ou atores externos (comunidade, parceiros, meio ambiente, etc.).

Oliveira (2002, p.189), afirma que o tema responsabilidade social começa a tornar-se popular nos Estados Unidos no início da década de 1960. Os acontecimentos e as transformações sociais destacam os problemas socioeconômicos e, de certa forma, preparam o ambiente para a aceitação da ideia.

Conforme Dias e Duarte (1986, apud OLIVEIRA, 2002, p.201) as ideias sobre Responsabilidade Social, na Europa Ocidental, multiplicam-se a partir do final da

década de 1960, com artigos de revistas e notícias de jornais que divulgam a novidade oriunda dos Estados Unidos.

O crescente avanço neste tema é percebido pela Alemanha, com inclusão de balanços financeiros integrados aos objetivos sociais em diversas empresas. No entanto, é a França o primeiro país a criar obrigatoriedade em se fazer balanços periódicos de desempenho social nas empresas, no que se refere à mão-de-obra e às condições de trabalho.

No Brasil, a emergência da responsabilidade corporativa, segundo um formato mais institucionalizado, se dá em meados da década de 1980, a partir de estratégias variadas, como teoriza Garcia (2004, p. 34). Ainda segundo esta autora, São Paulo precede outras cidades na difusão da campanha a abrigar três iniciativas que foram destacadas como referências de fundação: o prêmio ECO (organizado pela Câmara Americana de Comércio), o Pensamento Nacional das Bases Empresariais (PNBE) e o Grupo de Institutos e Fundações Empresariais - GIFE.

A realização da Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, conhecida como “Rio 92”, realizada no Rio de Janeiro, em 1992, foi um grande acontecimento sobre o tema. Beghim (2003, p.21) sugere que as empresas privadas foram interpeladas por milhares de organizações da sociedade civil, reunidas nesse evento, e que as responsabilizaram pelos padrões de produção e consumo prevalentes no mundo, que violaram os preceitos ecológicos da diversidade. Neste momento, foi criado o Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável – CEBDS, ligado ao *World Business Council for Sustainable Development*, cujo objetivo formal é promover o desenvolvimento sustentável numa perspectiva de ecoeficiência e de responsabilidade social corporativa.

No intuito de propagar a prática de responsabilidade social, Toldo (2002, p.82), afirma que foi criado o Instituto Ethos de empresas e Responsabilidade Social, que serve como ponte entre os empresários e as causas sociais, tendo como objetivo disseminar a prática da responsabilidade social empresarial por meio de publicações, experiências, programas e eventos.

Embora as abordagens referentes às práticas de responsabilidade social tenham surgido a partir da filantropia, a responsabilidade social tem o dever cívico e social. Toldo (2002, p.84) afirma que a filantropia é o ato de distribuir uma parte do lucro da empresa a ocasionais pedintes, uma ajuda eventual; enquanto,

responsabilidade social abrange estratégias da empresa em consonância com necessidades sociais, de forma a alcançar lucro, satisfação dos clientes e bem-estar da sociedade. É um comprometimento com um desenvolvimento social duradouro.

A partir de então, conforme Srour (1998, p.294,295) nota-se uma crescente conscientização no sentido de que as organizações podem e devem assumir um papel mais amplo dentro da sociedade. “A responsabilidade social leva, no âmbito interno da empresa, à constituição de uma cidadania organizacional e, no âmbito externo, à implementação de direitos sociais”.

Garcia (2004, p.24) destaca a diferença entre as práticas de filantropia e responsabilidade social. A necessidade de distinção entre as ações de responsabilidade social e as relacionadas à filantropia não resulta, em geral, de um problema de universo de abrangência, em que uma forma (responsabilidade social) contém outra (filantropia empresarial), mas de uma diferença conotativa, em que a responsabilidade social aparece como portadora de valores considerados mais consistentes e fomentadores de capital social, conforme mostra o Quadro 1.

Quadro 1: Distinção das ações filantrópicas e de responsabilidade social

<b>Público-alvo</b>	<b>Filantropia</b>	<b>Responsabilidade social</b>
Funcionários	Venda de produtos da empresa a preço de custo; auxílio na construção de casas próprias.	Segurança do emprego (demissão zero); apoio a tratamentos de doenças relativamente graves excluídos do plano de saúde; não-utilização o trabalho infantil; a política de contratação que leva em conta a família do funcionário; apoio à recuperação de viciados em drogas ilícitas e álcool; bolsas de estudo para os ensinos médio, superior, cursos de aperfeiçoamento e especialização; criação de uma função responsável pelo bem-estar físico, emocional e espiritual do funcionário e sua família; projeto para construção de casas próprias.
Comunidades	Doações esporádicas de tintas, remédios e dinheiro; participação em campanhas de arrecadação de roupas e mantimentos.	Contratações preferencialmente de moradores do distrito; patrocínio de time de futebol.

Fonte: Garcia (2004), adaptações realizadas pela autora.

Ainda segundo Garcia (2004), o Quadro 2, da mesma forma que o Quadro 1, é ilustrativo da necessidade de diferenciar os termos das ações filantrópicas e de responsabilidade social, opondo-se a modelos tradicionais.

Quadro 2: Distinção de termos das ações filantrópicas e de responsabilidade social

<b>Na Filantropia</b>	<b>No compromisso social</b>
As motivações são humanitárias	O sentimento é de responsabilidade
A participação é reativa e as ações, <u>isoladas</u>	A participação é <u>pró-ativa</u> e as ações, mais <u>integradas</u>
A relação com o público-alvo é de demandante/doador	A relação com o público-alvo é de parceria
A ação social decorre de uma opção pessoal os dirigentes	A ação social é incorporada na cultura da empresa e envolve todos os colaboradores
Os resultados resumem-se à gratificação pessoal de poder ajudar	Os resultados são preestabelecidos e há preocupação com o cumprimento dos objetivos propostos
Não há preocupação em associar a imagem da empresa à ação social	Busca-se dar transparência à atuação e multiplicar as iniciativas sociais
Não há preocupação em relacionar-se ao Estado	Busca-se complementar a ação do estado, numa relação de <u>parceria e controle</u>

Fonte: Garcia (2004), adaptações realizadas pela autora

Peter Drucker (1981, apud Ashley et al, 2004, p.7) chama a atenção para o fato de que é justamente em função de a empresa ser bem-sucedida no mercado que cresce a necessidade de atuação socialmente responsável, visando diminuir os problemas sociais. Assim, a responsabilidade social é um fator importante para que as companhias mantenham sua sustentabilidade.

O conceito de Responsabilidade Social Ambiental (RSA) é mais abrangente e envolve não apenas o compromisso de empresas com pessoas e valores humanos, mas também preocupações genuínas com o meio ambiente. Independentemente de que linha ou conceituação utilizar, fica evidente que empresas variam bastante – o que muitas vezes é natural e reflete sua vocação como negócio – na prioridade a ser dada a questões socioambientais, às vezes focando em certos públicos em detrimento de outras ações sociais igualmente relevantes (EON, 2014, p.1,2).

Quando as empresas assumem posturas socialmente responsáveis, ganham um crescimento mais sustentável e uma maior visibilidade no mercado, no entanto, ainda há críticas em relação ao papel das empresas na responsabilidade social.

Um dos maiores críticos a esse engajamento crescente das empresas em causas sociais foi o economista Milton Friedman, o qual sempre defendeu que o propósito de qualquer empresa é a “maximização do lucro” e geração e empregos, não devendo, portanto, substituir atribuições ao Estado (EON, 2014). O que importa aqui é atender aos sócios e acionistas da empresa.

Ao longo do tempo, novos conceitos são usados para definir responsabilidade social, como: Responsabilidade Social Corporativa (RSC), Responsabilidade Social Empresarial (RSE) e Responsabilidade Social Ambiental (RSA).

Neste estudo, foi utilizado o conceito de Ashley et al, (2004, p.6), que trazem uma contribuição mais específica. Segundo esses autores, a responsabilidade social pode ser definida como o compromisso que uma organização deve ter para com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que a afetem positivamente, de modo amplo, ou a alguma comunidade, de modo específico, agindo proativa e coerentemente no que tange a seu papel específico na sociedade e sua prestação de contas para com ela. A organização, nesse sentido, assume obrigações de caráter moral, além das estabelecidas em lei, mesmo que não diretamente vinculadas as suas atividades, mas que possam contribuir para o desenvolvimento sustentável dos povos. Assim, numa visão expandida, responsabilidade social é toda e qualquer ação que possa contribuir para a melhoria da qualidade de vida da sociedade.

O Quadro 3, a seguir, apresenta a base conceitual da responsabilidade social empresarial.

Quadro 3: Quadro de síntese conceitual de responsabilidade social

<b>Autores</b>	<b>Conceituação</b>
<u>Bowen</u> (1943)	Obrigação do empresário de adotar políticas, tomar decisões e acompanhar linhas de a�o desejáveis, segundo os objetivos e valores da sociedade.
Petit (1976)	�tica do lucro dando lugar � �tica da responsabilidade social: demandas sociais que não podem ser satisfeitas pelas técnicas tradicionais de gerência empresarial, ou seja, com fun�es especificamente econ�micas.
Friedman (1970)	Responsabilidade social � um comportamento <u>antimaximiza�o</u> de lucros, assumido para beneficiar outros que não os acionistas da empresa. Portanto, existe somente uma responsabilidade da empresa: utilizar seus recursos e organizar suas atividades com o objetivo de aumentar seus lucros, seguindo as regras o jogo de mercado.
<u>Kugel</u> (1973)	Desenvolvimento do conceito de responsabilidade social: acompanhou a própria evolu�o dos programas sociais estabelecidos pelas empresas americanas. Os executivos passaram a aceitar a necessidade de realizar certas a�es e procuraram fazer com que fossem componentes regulares das opera�es das empresas.
<u>Zenisek</u> (1979)	Responsabilidade social como uma preocupa�o das empresas com as expectativas do público. Seria, então, a utiliza�o de recursos humanos, físicos e econômicos para fins sociais mais amplos, e não simplesmente para satisfazer interesses de pessoas ou organiza�es em particular.

Fonte: Adaptado de Hatz por Capudi (2001 apud Karkotli e Aragão 2008, 57,58).

Para facilitar o entendimento sobre a evolu o histórica de responsabilidade social, apresentou-se o Quadro 4, a seguir:



Quadro 4: Quadro da evolução histórica de responsabilidade social

Ano/Local	Responsável	Observações
1899 França	<u>Camille</u> , fundador do Conglomerado U.S. Steel Corporation	Estabelece dois princípios às grandes empresas. O primeiro princípio era o da caridade, exigia que os membros mais afortunados da sociedade ajudassem os grupos de excluídos e o segundo era o da custódia, em que as empresas deveriam cuidar e multiplicar a riqueza da sociedade.
1919 Estados Unidos	Henry Ford	Contrataria um grupo de acionistas ao reverter parte dos lucros na capacidade produtiva, aumento de salários e constituição de fundo de reserva. A justiça americana posicionou-se contrária à atitude de Ford, alegando que os lucros deveriam favorecer aos acionistas.
1929 Alemanha	Constituição da República de Weimar	Passa a ser aceitável que as empresas, como pessoas jurídicas, assumam uma função social basicamente em ações de caráter filantrópico.
1953 Estados Unidos	Justiça Americana	Julga um caso semelhante ao de Ford, mas neste caso a decisão foi favorável à doação de recursos para a Universidade de Princeton, contrariando interesses de um grupo de acionistas e estabelecendo uma brecha para o exercício da filantropia corporativa.
Década de 60 Estados Unidos	Conflito Vietnã	A sociedade se manifesta contra a produção e uso de armamentos bélicos, principalmente armas químicas. As organizações não podiam mais vender o que desejassem.
Década de 70 Estados Unidos	Novo contexto econômico	Os aumentos nos custos de energia e a necessidade de maiores investimentos para reduzir poluição e proteção de consumidores fazem as empresas buscarem ações para maximizar os lucros, deixando de lado as responsabilidades sociais.

Fonte: Adaptado de Hatz por Capudi (2001) apud Karkotli e Aragão (2008, p.59,60)

A responsabilidade socioambiental ainda é um tema em construção, no entanto, é sabido, como teoriza Ashley et al (2004, p.3) que o crescente aumento da complexidade dos negócios, principalmente em decorrência do processo de globalização e da velocidade das inovações tecnológicas e da informação, impõe ao empresariado nacional uma nova maneira de realizar suas transações. Além disso, as crescentes disparidades e desigualdades de nossa sociedade obrigam a repensar o desenvolvimento econômico, social e ambiental.

Assim, a atividade turística encontra-se dentro dessa conjuntura em transformação, causadora de impactos, que podem ser tanto negativos como positivos e que podem gerar mudanças significativas na sociedade, pois, o fenômeno turismo evolui progressivamente nas áreas do desenvolvimento econômico, social, patrimonial, cultural e do meio ambiente. Todavia, “a contextualização positiva do desenvolvimento sustentável no âmbito do turismo se materializa no intuito de mitigar as tensões e os impactos negativos gerados pelas complexas interações entre o *trade*,



os visitantes, o ambiente natural”. (Apud GARROD; FYALL, 1998, p.201); assim, destaca-se o desafio dos meios de hospedagem na busca da promoção da responsabilidade social, como uma prática de sustentabilidade, gerando uma maior conscientização não somente na administração dos serviços de hotelaria, mas, também, transmitir àqueles que consomem seus serviços, a importância de se preservar a hospedagem e os ambientes econômico, social, patrimônio e meio ambiente. Pires (2009) insiste que: “o patrimônio histórico, a música, a arquitetura, as artes plásticas, as memórias coletivas, os folclores, a religião, ou qualquer outro elemento cultural não pode ser visto como qualquer outro bem de consumo”.

Para Ashley et al (2004, p.24) a transposição da discussão da responsabilidade social para além da corporação compreende adotar uma perspectiva orientada para a sustentabilidade do próprio conceito, uma vez que expõe a necessidade de uma efetiva rede de negócios que incorpore o conceito da responsabilidade social em todas as transações dos *stakeholders* associados a essa rede de negócios. Neste sentido, surge o conceito de desempenho social dos *stakeholders*, necessário para a emergente visão sistêmica de redes de *stakeholders*. Surge também o conceito de sistema empreendedor justo, no qual os benefícios e as responsabilidades são distribuídos com justiça entre os *stakeholders*.

### **1.5 Teoria dos *stakeholders* nas ações de responsabilidade socioambiental**

Orchiset al apud Fröhlich (2011, p.6) entendem que a responsabilidade social empresarial é o relacionamento ético da empresa com grupos de interesse que influenciam ou são impactados pela sua atuação – *stakeholders* – assim como o respeito ao meio ambiente e investimento em ações sociais.

Para Matsushita (2004, p.164), *stakeholders* é um grupo ou conjunto de grupos que afetam e são afetados pelas atividades e decisões de uma empresa. Orchiset al apud Fröhlich (2011, p.58) afirmam que esse termo foi criado para diferenciar os *stakeholders*, acionistas, dos outros membros da sociedade que atuam como pilares de sustentação da atividade empresarial. Os valores e administração corporativa da organização, as regulamentações, os controles, os investimentos no ambiente, os impactos de seus produtos, serviços, operações e as questões relativas a direitos humanos e a condições de trabalho, dentre outros, refletem as expectativas de desempenho na relação empresa – *stakeholders*.

Borger (2001, p.21) afirma que o conceito de *stakeholder* atenta para o fato de que a atividade empresarial não é somente uma transação de mercado, mas uma rede de relações cooperativas e competitivas de um grande número de pessoas organizadas de várias maneiras. Assim, a empresa é vista como uma organização na qual e pela qual indivíduos e grupos empreendem esforços para a consecução de fins comuns.

Freeman definiu *stakeholder* como “qualquer grupo ou indivíduo que foi afetado ou pode afetar a realização dos objetivos da organização! (FREEMAN; McVEA, 2001, p.11). A Figura 13 apresenta o Modelo da Teoria dos *Stakeholders* de Freeman.

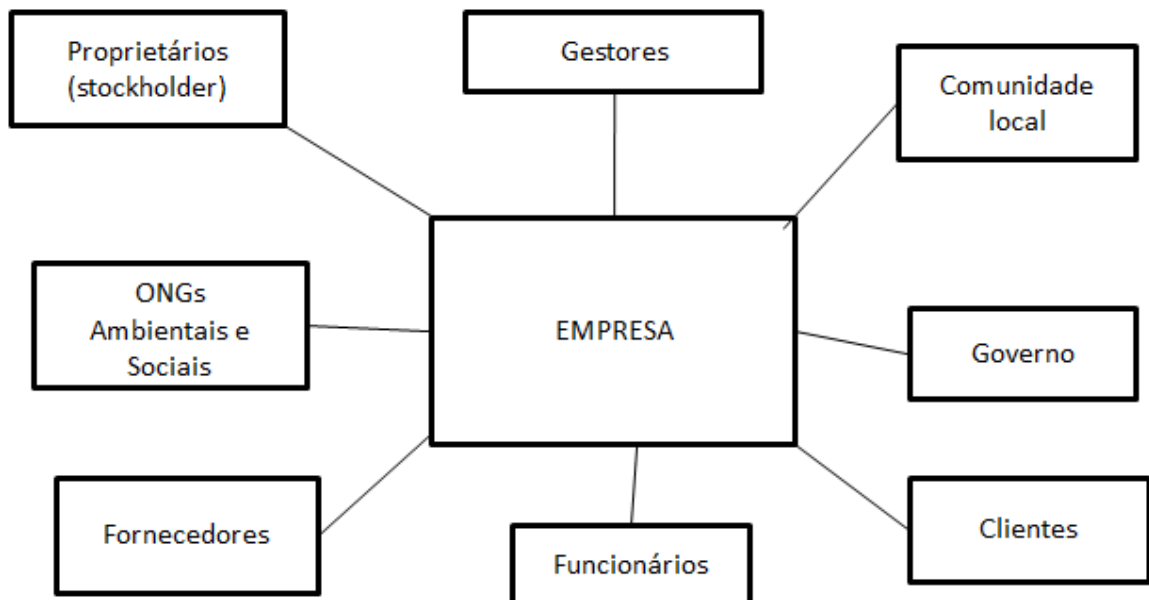


Figura 13: Modelo da Teoria dos Stakeholders de Freeman  
Fonte: Freeman (2000) apud Machado Filho (2006,p.92).

A teoria dos *stakeholders* proposta por Freeman apresenta os principais grupos de *stakeholders* que a organização deve levar em consideração em suas ações de responsabilidade social (CARROLL, 1999, p.82).

Na Figura 13, o referido modelo apresenta os principais *stakeholders*, que são: *stockholders* (proprietários), funcionários, clientes, fornecedores, consumidores, comunidade local, governo e organizações não governamentais sociais e ambientais. Estes *stakeholders* podem afetar ou serem afetados pelas organizações.

Freeman e McVea (2000, p.12) destacam que o termo *stakeholder* no campo da Administração surgiu em um memorando do Stanford Research Institute – SRI, em 1963, para designar com esta palavra “todos os grupos sem os quais a empresa

deixaria de existir”. Assim, os gestores deveriam levar em consideração todos os interesses dos *stakeholders* para que seus objetivos fossem alcançados. Jensen (2001, p.8) critica essa definição pelo fato de que ela consideraria o meio ambiente, terroristas e criminosos como *stakeholders*, por estes poderem afetar ou serem afetados pelo bem-estar da empresa, sob determinada interpretação.

Para FREEMAN e McVEA (2000, p.14) a principal tarefa nesses processos, que satisfaçam todos os grupos que tenham interesse na empresa, seria gerenciar e integrar os relacionamentos e os interesses de acionistas, funcionários, clientes, fornecedores, comunidades e outros grupos para assegurar o sucesso da empresa a longo prazo.

Donaldson e Preston (1995, p.66) consideram que na teoria dos *stakeholders* as pessoas ou grupos participam de uma empresa no intuito de obter benefícios, assim, não há motivos para a priorização de um interesse em detrimento de outro. Para eles, a teoria dos *stakeholders* não considera os gestores como o único foco legítimo de controle corporativo e governança.

A teoria dos *stakeholders* desenvolve-se em distintas linhas de pesquisa, Freeman e Mcvea (2000) identificam estas linhas como: planejamento corporativo, teoria de sistemas, responsabilidade social corporativa e teoria organizacional. Para esta pesquisa, o foco principal foi a linha da responsabilidade social corporativa, que trata de relacionamentos fortes e confiáveis com todos os grupos externos à organização para o sucesso de uma administração.

Alguns autores consideram a teoria dos *stakeholders* conflitantes, por não estar enraizada nas teorias de economia e finanças. Brealey e Myers (2000) afirmam que o administrador financeiro deve agir em interesse dos proprietários, que têm por objetivo maximizar a sua própria riqueza; Sundaram e Inkpen (2001) observam que a existência de muitos objetivos (vários *stakeholders* a serem atendidos) possibilitaria o abuso de poder por parte dos administradores, ou seja: os administradores não teriam condições de avaliar o desempenho e tomariam decisões com prejuízos. E, segundo Sternberg (1999) a teoria dos *stakeholders* solapa a propriedade privada, pois tal nega aos proprietários o direito de determinar para que fim eles usarão sua propriedade.

Na literatura pesquisada não se encontra uniformidade de opiniões sobre a utilização da teoria dos *stakeholders*, no entanto, JENSEN (2001, p.9) propõe a união dos conceitos das teorias de maximização do valor e de equilíbrio dos interesses dos *stakeholders*, na qual o autor chama de teoria dos *stakeholders* iluminada.

A maior contribuição da teoria dos *stakeholders* na literatura de responsabilidade social empresarial foi a de aumentar o escopo da análise dos *stakeholders* e imprimir, na administração, a importância de se construir relações com grupos anteriormente antagônicos, como, por exemplo, o movimento ativista ambiental (FREEMAN; McVEA, 2001, p.14).

Nesta pesquisa, a ênfase para a teoria dos *stakeholders*, faz-se, também, necessária tendo em vista a amplitude dos serviços de hotelaria dentro do fenômeno turismo, pois, segundo Carrol (1999) apud MATSUSHITA (2003, p.178), para que uma empresa tenha uma atuação socialmente responsável é necessário que seus gestores definam alguns elementos básicos, como: os elementos que o compõem, a compreensão da sua finalidade e a dimensão do seu envolvimento, a identificação dos *stakeholders* e, principalmente, a filosofia que norteará todo o trabalho em resposta às questões sociais.

Assim, atender os aspectos sociais, políticos, econômicos, ambientais e legais, presentes nas relações com os *stakeholders* da empresa, para Ashley (2004, p.37) é um passo necessário para posicionar a orientação estratégica quanto à responsabilidade social nos negócios.

Para o atendimento das relações entre *stakeholders* e empresas na construção de práticas e/ou ações voltadas à responsabilidade socioambiental, foram criadas algumas estratégias e indicadores que contribuem para a prática da responsabilidade social. Assunto a ser destacado a seguir.

## **1.6 Diretrizes para Implantação de Práticas de Responsabilidade Socioambiental**

A responsabilidade social ultrapassa as fronteiras da filantropia e da assistência social, fazendo com que as empresas busquem um processo contínuo de melhoria da empresa, na sua relação com seus públicos interno e externos.

King (2007), no prefácio do Guia para a sustentabilidade para as empresas publicado pelo Instituto Brasileiro de Governança Corporativa – IBGC, enfatiza que não se pode planejar estrategicamente sem levar em conta os temas da sustentabilidade. Na boa governança corporativa, a administração tem o dever de prover a orientação estratégica para a empresa, pois governança, estratégia e sustentabilidade se tornaram inseparáveis.

Assim, surgiram, nos últimos anos, diversos instrumentos que estabelecem as práticas de responsabilidade socioambiental nas empresas.

### 1.6.1 Carta da Terra

Segundo Leonardo Boff (MMA, 2017, s/n), a Carta da Terra parte de uma visão integradora e holística. Considera a pobreza, a degradação ambiental, a injustiça social, os conflitos étnicos, a paz, a democracia, a ética e a crise espiritual como problemas interdependentes que demandam soluções includentes. Ela representa um grito de urgência face as ameaças que pesam sobre a biosfera e o projeto planetário humano. Significa também um libelo em favor da esperança de um futuro comum da Terra e Humanidade.

Histórico Carta da Terra: 1992: Durante a Rio 92 houve a proposta de uma Carta da Terra discutida mundialmente por Organizações Não Governamentais e Governos; Não houve consenso entre os Governos, pois o texto não estava suficientemente maduro; Em seu lugar adotou-se a Declaração do Rio de Janeiro sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. Cruz Verde Internacional e Conselho da Terra, apoiadas pelo governo holandês, assumiram o desafio de elaborar uma Carta da Terra; 1995: Encontro de 60 representantes de diversas áreas em Haia, na Holanda. Foi criada a Comissão da Carta da Terra para organizar uma consulta mundial durante 2 anos; Resultado: "Princípios de Conservação Ambiental e Desenvolvimento Sustentado: Resumo e Reconhecimento; 1997: Sob a coordenação de Maurice Strong (ONU) e Mikhail Gorbachev (Cruz Verde Internacional) foi redigido o 1º esboço da Carta da Terra; 1998 a 1999: Amplo debate e discussão em todos continentes e em todos os níveis de escolas primárias a ministérios. 46 países e mais de 100.000 pessoas envolvidas; 1999: Steven Rockefeller escreveu o 2º esboço; 12 a 14 de março de 2000: a Carta da Terra foi ratificada; Leonardo Boff é o representante da América Latina na Comissão da Carta da Terra. Ministério do Meio Ambiente, 2000.

### 1.6.2 Indicadores Ethos de Responsabilidade Social

O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, fundado em 1998, por iniciativa de um grupo de empresários, foi criado para auxiliar as empresas a compreender e incorporar o conceito de responsabilidade social no cotidiano de sua gestão, como prática caracterizada pela permanente preocupação com a qualidade das relações para com seus diferentes públicos ou *stakeholders*: os colaboradores,

os fornecedores, os consumidores, o meio ambiente, o governo e as comunidades onde estão inseridas. Karkotli e Aragão (2008, p.117).

Ainda segundo esses autores, o Instituto Ethos desenvolveu um conjunto de indicadores que quando adotados e avaliados permite que a empresa identifique sua performance em relação a práticas socialmente responsáveis. Os indicadores são apresentados em forma de um questionário de avaliação da empresa, dividido em sete grandes temas: valores e transparência; público interno; meio ambiente, fornecedores; consumidores e clientes; comunidade, governo e sociedade - que são avaliados por meio de dois grupos de controle: o grupo de benchmark/referência e a empresa focalizada.

### **1.6.3 AccountabilityAA 1000**

O *Accountability AA 1000* foi criada em 1996 pelo *Institute of Social and Ethical Accountability*. Esta certificação de cunho social enfoca principalmente a relação da empresa com seus diversos parceiros, ou “*stakeholders*”. Uma de suas principais características é o caráter evolutivo já que é uma avaliação regular (anual) (EON, 2002). A norma representa um instrumento para estimular a gestão baseada em princípios de qualidade e ética, que garantem aos *stakeholders* confiabilidade e transparência às demonstrações e relatórios produzidos e divulgados pela organização. Poderá ser empregado de duas formas: 1) como base comum para definir a qualidade de padrões especializados de responsabilidade social; e 2) como sistema independente para gerir e comunicar o desempenho da organização na área de responsabilidade social e ética IBQN (2002) apud Karkotli e Aragão (2008, p.114).

Desta maneira, estabelece os passos para a adoção de um processo de melhoria contínua no gerenciamento ético e socialmente responsável da organização, tendo por base a comunicação e o inter-relacionamento com as partes interessadas – os *stakeholders*, Karkotli e Aragão (2008, p.115).

### **1.6.4 Social Accountability 8000 - SA8000**

A *Social Accountability 8000* é uma das normas internacionais mais conhecidas. Criada em 1997 pelo *Council on Economic Priorities Accreditation Agency*

- CEPAA, O AS 8000 enfoca, primordialmente, relações trabalhistas e visa assegurar que não existam ações antissociais ao longo da cadeia produtiva, como trabalho infantil, trabalho escravo ou discriminação (EON, 2002, p3).

Karkotli e Aragão (2008, p.104), destacam o objetivo e escopo da SA 8000: Essa norma estabelece requisitos para a responsabilidade social visando capacitar a empresa a:

Desenvolver, manter e reforçar políticas e procedimentos para gerenciar assuntos sobre os quais ela possui controle ou influência; Demonstrar às partes interessadas que suas políticas, procedimentos e práticas estão em conformidade com os requisitos da norma SA8000; As regras dessa norma devem aplicar-se de forma universal a qualquer organização que deseje implementar práticas de responsabilidade social, visto que a adesão à norma independe da localização geográfica, do segmento do mercado e do tamanho da empresa.

Ainda segundo esses autores, a observância aos requisitos da Norma SA8000 possibilita à organização, além da certificação, desenvolver um sistema de gestão orientado pela responsabilidade social relativamente aos participantes do ambiente interno. A norma também assegura aos clientes dessas empresas que seus produtos – bens ou serviços – são produzidos e/ou comercializados sob condições de trabalho baseadas no respeito humano e na dignidade.

Oliveira (2003, p.13) destaca que, a norma SA 8000 tem como missão:

Melhorar as condições do trabalho no mundo, promovendo o respeito aos direitos dos trabalhadores; Proporcionar a padronização em todos os setores de negócios e em todos os países; Trabalhar em parceria com organizações trabalhistas e de direitos humanos do mundo todo; Proporcionar um incentivo que beneficie a comunidade empresarial e de consumidores através de uma abordagem na qual ambas as partes saiam ganhando; e Promover uma base única para realização de auditorias.

Com a implantação da SA 8000 as empresas demonstram sua preocupação com a responsabilidade social em relação aos seus colaboradores, antes de promoverem sua imagem ao seu público externo.

### **1.6.5 ABNT-ISO26000**

No dia 1º de novembro de 2010, foi publicada a Norma Internacional ISO 26000 – Diretrizes sobre Responsabilidade Social, cujo lançamento foi em Genebra, Suíça.

No Brasil, no dia 8 de dezembro de 2010, a versão em português da norma, a ABNT NBR ISO 26000, foi lançada em São Paulo. A norma é de grande utilidade a empresas interessadas em adotar programas de RSE uma vez que oferece orientações relacionadas a princípios norteadores de responsabilidade social (EON, 2002).

### **1.6.6 Global Compact**

O Pacto Global é uma iniciativa desenvolvida pelo ex-secretário-geral da ONU, Kofi Annan, com o objetivo de mobilizar a comunidade empresarial internacional para a adoção, em suas práticas de negócios, de valores fundamentais e internacionalmente aceitos nas áreas de direitos humanos, relações de trabalho, meio ambiente e combate à corrupção, refletidos em 10 princípios. Essa iniciativa conta com a participação de agências das Nações Unidas, empresas, sindicatos, organizações não governamentais e demais parceiros necessários para a construção de um mercado global mais inclusivo e igualitário. Hoje já são mais de 12 mil organizações signatárias articuladas por cerca de 150 redes ao redor do mundo (Pacto Global, 2016).

O *Global Compact* não se constitui em um código de conduta nem um instrumento sujeito à auditoria por parte das agências da ONU ou qualquer outra instituição. É tão somente uma plataforma baseada em valores que objetiva promover o aprendizado institucional e propor a utilização do diálogo e transparência em todos os atos da gestão, mediante apoio e adoção de princípios relacionados a questões de direitos humanos, de trabalho e de meio ambiente. Karkotli e Aragão (2008).

### **1.6.7 Gestão da Qualidade Total**

A ideia da qualidade foi discutida primeiramente pelos filósofos gregos, que pensaram no ideal e excelência. Excelência como a característica que distingue alguma coisa pela superioridade em relação aos semelhantes (Maximiano, 1997).

A gestão da qualidade total tem sido identificada pela sigla TQM e está intimamente ligada ao planejamento dos negócios da empresa. Os objetivos do TQM podem ser descritos como o desenvolvimento do planejamento estratégico da qualidade e o envolvimento da alta administração da empresa no esforço pela qualidade (Juran apud Paladini, 1995).



O gerenciamento da qualidade total é uma filosofia que tem por finalidade melhorar continuamente a produtividade em cada nível de operação e em cada área funcional de uma organização, utilizando todos os recursos financeiros e humanos disponíveis. De forma mais simplificada, a gestão da qualidade pode ser definida como melhorias sistemáticas e contínuas na qualidade dos produtos, serviços e na vida das pessoas (Brocka&Brocka, 1994, p.4).

Na opinião desses autores, para a implantação da filosofia do gerenciamento da qualidade total são necessários a criação de diversos elementos, como: visão organizacional – que deve ser de forma simples e clara; remoção de barreiras – reconhecer que as resistências existem, e buscar formas estratégicas para removê-las procurando encorajar e premiar iniciativas; comunicação – fator essencial para a consolidação das técnicas utilizadas e internalização de práticas e filosofias; avaliação contínua – baseada no Ciclo de Deming ou Ciclo PDCA (Plan, Do, Check and Act); melhoria contínua – pequenas melhorias feitas continuamente e de forma incremental conduzem à melhoria do processo como um todo; relacionamento cliente/fornecedor – todos são indistintamente clientes e fornecedores em algum momento do processo produtivo dos bens ou serviços; autonomia aos empregados – habilitar o empregado a alcançar o seu potencial mais elevado e que o trabalho de gerentes e executivos é auxiliá-los a atingir esse objetivo; treinamento – modificar comportamentos através de treinamento como estratégia para implementar a melhoria contínua.

A qualidade total se apresenta como um caminho ou um recurso necessário à empresa que desejar acompanhar a trajetória das mudanças que estão ocorrendo, o que significa assumir, junto com a produtividade e o lucro, responsabilidades sociais, éticas e ambientais.

### **1.6.8 Gestão de Recursos do Meio Ambiente**

As preocupações ambientais da comunidade estão centralizadas nas indústrias químicas, manufatura e mineração, onde o potencial de poluição é direta e a degradação do meio ambiente são mais evidentes e significativos. No entanto, esta apreensão se estende para o setor hoteleiro. Primeiro, porque o setor hoteleiro é parte integrante de uma esfera maior, o setor turístico, que nos últimos anos, cresceu em níveis internacionais e nacionais. Em segundo lugar, este crescimento forçou o setor a assumir um perfil público, atraindo a atenção de ambientalistas, grupos comunitários

e órgãos reguladores. E por fim, o turista está mais consciente e interessado em melhores práticas ambientais, exigindo um mínimo de desempenho ambiental do hotel (Molina, 2001, p.8).

Adotar práticas de gestão de recursos do meio ambiente significa adotar estratégias sistêmicas de gestão para o desenvolvimento sustentável das empresas e sociedade. Para Winter (1992, p.26) todo e qualquer homem de negócio, interessado em garantir a rentabilidade e a viabilidade em longo prazo de sua empresa, vê-se necessariamente obrigado a refletir sobre uma gestão orientada para o ambiente.

A gestão ambiental nas empresas tem como principais objetivos:

Gerir as tarefas no que diz respeito a políticas, diretrizes e programas relacionados ao meio ambiente interno e externo da organização; Manter, em conjunto com a área de segurança do trabalho, a saúde dos trabalhadores; Produzir, com a colaboração da alta administração e dos trabalhadores, produtos e serviços ambientalmente compatíveis; e colaborar com os setores econômicos, a comunidade e os órgãos ambientais para que sejam desenvolvidos e adotados processos produtivos que evitem ou minimizem agressões ao meio ambiente.

Juchen (1995, s/n) apud Karkotli e Aragão, (2008, p.91)

O desenvolvimento de sistemas de gestão ambiental pelas empresas deve-se, sobretudo, à necessidade de resposta às crescentes dúvidas suscitadas pelos mais diversos segmentos da sociedade, em escala global – organismos internacionais, governos e sociedade civil – sobre o que se estava fazendo com o meio ambiente, haja vista a premência de se conjugar desenvolvimento econômico com a disponibilidade e uso dos recursos naturais, Karkotli e Aragão (2008, 93,94).

São várias as diretrizes e/ ou normas e/ou indicadores existentes para a implantação da responsabilidade socioambiental no planejamento estratégico das organizações e os exemplos acima citados mostram o crescente reconhecimento da temática no mundo corporativo, proporcionando assim, o respeito aos seus diversos públicos.

Pensar em responsabilidade socioambiental na hotelaria é também pensar em diminuir barreiras que impedem a igualdade e liberdade das pessoas. Infelizmente, ainda é comum a restrição de mobilidade para pessoas com deficiência, idosos, obesos, entre outros. De acordo com a Declaração Universal dos Direitos Humanos (2009) “todo ser humano tem capacidade para gozar os direitos e as liberdades estabelecidas nesta Declaração, sem distinção e qualquer espécie, seja de raça, cor,

sexo, idioma, religião, opinião política ou de qualquer natureza, origem nacional ou social, riqueza, nascimento, ou qualquer outra condição”.

Também é sabido que boa parte de “turistas” visitam o Brasil com a finalidade de “desfrutar prazer” com adolescentes, e até mesmo com crianças. Todos sabemos também que a questão a permear a exploração sexual reside, principalmente, na condição desigual da sociedade. Essas observações devem ser compreendidas a partir do que disse Kant (1997, AB 43 e A142) apud Campos (2013, p.49):

Respeito significa o reconhecimento de um valor que não tem preço, enquanto desrespeito significa o ajuizamento do não valor de uma coisa, ou seja, o tratamento de outro como simples coisa (...); todas as coisas que podem ser comparadas, podem ser trocadas e têm um preço. Aquelas que não podem ser comparadas, não podem ser trocadas, não têm preço, mas dignidade.

Conforme o Guia de Sustentabilidade para as Empresas (2007), a abordagem dos negócios à luz da sustentabilidade permite às empresas considerar, de forma mais estruturada, os aspectos de ordem local e global que estão, cada vez mais, afetando diretamente seus resultados econômico-financeiros, e responder às novas demandas da sociedade nas questões ambientais, de justiça social e aquelas relativas às futuras gerações.

## CAPÍTULO 2 ESTRATÉGIA METODOLÓGICA

Neste Capítulo são apresentadas as estratégias metodológicas com a utilização do Método para Análise Multicritério de Apoio à Decisão – Construtivista – MCDA-C, a técnica de estudo de caso e o programa MAMADecisão. Também são apresentados os caminhos para execução do roteiro de entrevistas, elaborado após a realização de técnicas de *Benchmarking*, *Brainstorming* e Grupo Focal com gestores e especialistas em hotelaria, especialistas e doutores em administração e responsabilidade socioambiental.

### 2.1 Delineamento da Pesquisa

A natureza da presente pesquisa é aplicada. Segundo Vergara (2009, p.47) a pesquisa aplicada é fundamentalmente motivada pela necessidade de resolver problemas concretos, mais imediatos, ou não. Tem finalidade prática, ao contrário da pesquisa pura, motivada basicamente pela curiosidade intelectual do pesquisador e situada, sobretudo, no nível da especulação. Também é empírica, por chegar a novas conclusões a partir da maturidade experimental de um determinado grupo. Tem o objetivo de compreender a percepção dos usuários da hotelaria, com base nos fatos e experiências que são identificados e analisados à luz da teoria aqui tratada.

Embora tenha uma base matemática, levando a pesquisa a uma análise quantitativa, também há análise qualitativa. A abordagem é qualitativa por buscar dados sobre a percepção dos usuários e também a análise semântica do método MCDA-C. Também é quantitativa por estar relacionada à quantificação das respostas dos usuários e por utilizar recursos matemáticos do MCDA-C.

Segundo Poupart (2008, p.216), o uso dos métodos qualitativos e da entrevista, em particular, foi e ainda hoje é tido como meio de dar conta do ponto de vista dos atores sociais e de considerá-lo para compreender e interpretar suas realidades. As condutas sociais não poderiam ser compreendidas, nem explicadas, fora da perspectiva dos atores sociais. Misturar-se às atividades cotidianas dos atores, com a ajuda da observação participante, constitui o melhor meio de perceber suas práticas e interações, como também de interrogá-los durante a ação.

Como afirmado anteriormente, foi selecionado, como estudo de caso, a hotelaria em Brasília, sendo o lócus principal os hotéis do Plano Piloto; e seus usuários

(agidos) são os sujeitos da pesquisa. Também são sujeitos da pesquisa: os gestores, diretores e especialistas em hotelaria, os quais contribuíram para: a) identificar as ações e práticas de responsabilidade socioambiental na hotelaria em Brasília; b) identificar os critérios e subcritérios para a composição do instrumento de coleta de dados.

Realizou-se a contextualização do histórico da hotelaria em Brasília, por meio de revisão bibliográfica; e, em seguida, o levantamento do referencial teórico sobre a responsabilidade socioambiental e seus instrumentos e/ou normas, em acervos diversos, como artigos, livros, dissertações, teses e sites oficiais fidedignos, que serviram de base para a realização da pesquisa.

## **2.2 População e amostra**

As entrevistas ocorreram em 04 (quatro) redes hoteleiras, totalizando 13 hotéis pesquisados. Para preservar a identidade destes, não serão divulgados os nomes dos hotéis e de seus gestores. Foram entrevistados 103 usuários, sendo: 55 usuários do sexo masculino e 48 usuárias do sexo feminino. Apenas um usuário na faixa etária de 16 a 20 anos, 21 usuários na faixa etária de 21 a 30 anos, 32 usuários na faixa etária de 31 a 40 anos, 24 usuários na faixa etária de 41 a 50 anos, 16 usuários na faixa etária de 51 a 60 anos, 06 usuários acima de 60 anos e 03 usuários não identificaram sua faixa etária.

Destes usuários, seis são do estado de Goiás, um do Ceará, cinco de Pernambuco, cinco da Bahia, dezenove de São Paulo, cinco do Rio Grande do Sul, três do Pará, dois de Brasília, dois do Espírito Santo, um de Minas Gerais, quatro do Rio de Janeiro, um do Maranhão, um do Paraná, um de Sergipe, um de Rondônia, um de Santa Catarina. Não foram identificados os estados de origem de quarenta e cinco usuários.

Sobre a frequência de utilização do hotel, trinta e dois usuários disseram frequentar apenas uma vez ao ano, trinta usuários de duas a três vezes ao ano, sete usuários de quatro a cinco vezes ao ano, quatro usuários de seis a sete vezes ao ano, dois usuários de oito a nove vezes ao ano e quarenta e oito usuários disseram frequentar a hotelaria em Brasília acima de dez vezes ao ano. Do total entrevistado, apenas sete usuários não identificaram a frequência de utilização dos hotéis.

Quanto à formação dos usuários, identificou-se que quatorze usuários têm ensino médio, oitenta e três têm nível superior, três usuários possuem mestrado e apenas um usuário possui doutorado. Dois usuários não identificaram o grau de instrução.

Do total dos entrevistados, noventa e um apreciam o tema responsabilidade socioambiental, cinco não apreciam o tema e sete não responderam a esta pergunta.

Também foram consideradas amostras os especialistas e gestores em hotelaria, administração e desenvolvimento sustentável, sendo: 01 gerente geral, de 54 anos de idade - especialista em hotelaria, com mais de 20 anos de experiência na área hoteleira; 01 gerente de operações, de 35 anos de idade; especialista em hotelaria, com mais de 17 anos de experiência na área hoteleira; 01 gerente geral, de 49 anos de idade; especialista em hotelaria, com mais de 20 anos de experiência na área hoteleira; 01 pós-Doutor em Difusão do Conhecimento e especialista em Administração Hoteleira; 01 doutora em desenvolvimento sustentável, área de concentração políticas e gestão da sustentabilidade e mestre em Administração; 01 doutor e mestre em transporte e logística. Também professor de ensino superior efetivo e pesquisador da Universidade de Brasília e especialista em Metodologia de Ensino; 01 mestre em Turismo e especialista em Gestão e Planejamento de Eventos, com graduação em Gestão Hoteleira; 01 doutorando em transportes, especialista em Engenharia de Segurança do Trabalho, graduado em Engenharia Ambiental; e 01 pesquisadora, mestranda em Turismo, *Master of Business Administration*.

Os gestores, diretores e especialistas em hotelaria, também chamados de decisores, colaboraram com informações que garantiram o alcance dos objetivos da pesquisa e os agidos (usuários dos hotéis) contribuíram com as respostas às entrevistas.

Ensslinet al. (2001) apud Rodrigues (2014, p.125) defendem que em um contexto decisório existe a influência de muitos atores, todos com um sistema de valores, objetivos e interesses diversos.

Os atores são indivíduos, grupos de indivíduos ou instituições que têm um papel no processo decisório. Por isso, devem ser considerados não só os indivíduos que participam ativamente da decisão, mas também, os sujeitos que sofrem as consequências, visto que eles influenciam indiretamente o processo.

Rodrigues (2014, p.94) esclarece que o método MCDA-C aponta três pressupostos básicos onde se evidenciam as características subjetivas (ligado ao

juízo a partir de percepções pessoais): os atores participam ativamente do processo ensino-aprendizagem na construção de critérios e são capazes de adquirir melhores interpretações acerca dos elementos de análise, por meio das discussões estabelecidas, cujo papel do moderador (pesquisador) é de substancial importância para condução da reunião com o grupo focal; e a visão construtivista, como método necessário para a concepção de um modelo capaz de abarcar a percepção dos atores, no entendimento do problema e a partir de sua aplicação, produzir conhecimento com vistas à identificação de soluções possíveis, que tem por finalidade avaliar a contribuição da responsabilidade socioambiental na hotelaria de Brasília.

Ainda segundo Rodrigues (2014, p.96), o papel do pesquisador se define na atuação como instrumento de mediação no processo de estruturação do modelo e sistematização da análise dos resultados. Os decisores (seus representantes ou especialistas) têm a função primordial na contribuição para a elaboração do instrumento de coleta de dados, o qual é construído pela utilização da técnica de Grupo Focal (GF), e os usuários da hotelaria atuam como respondentes das ações avaliativas para conclusão do procedimento.

A Figura 14 caracteriza os atores do processo de análise da contribuição da responsabilidade socioambiental na hotelaria de Brasília:

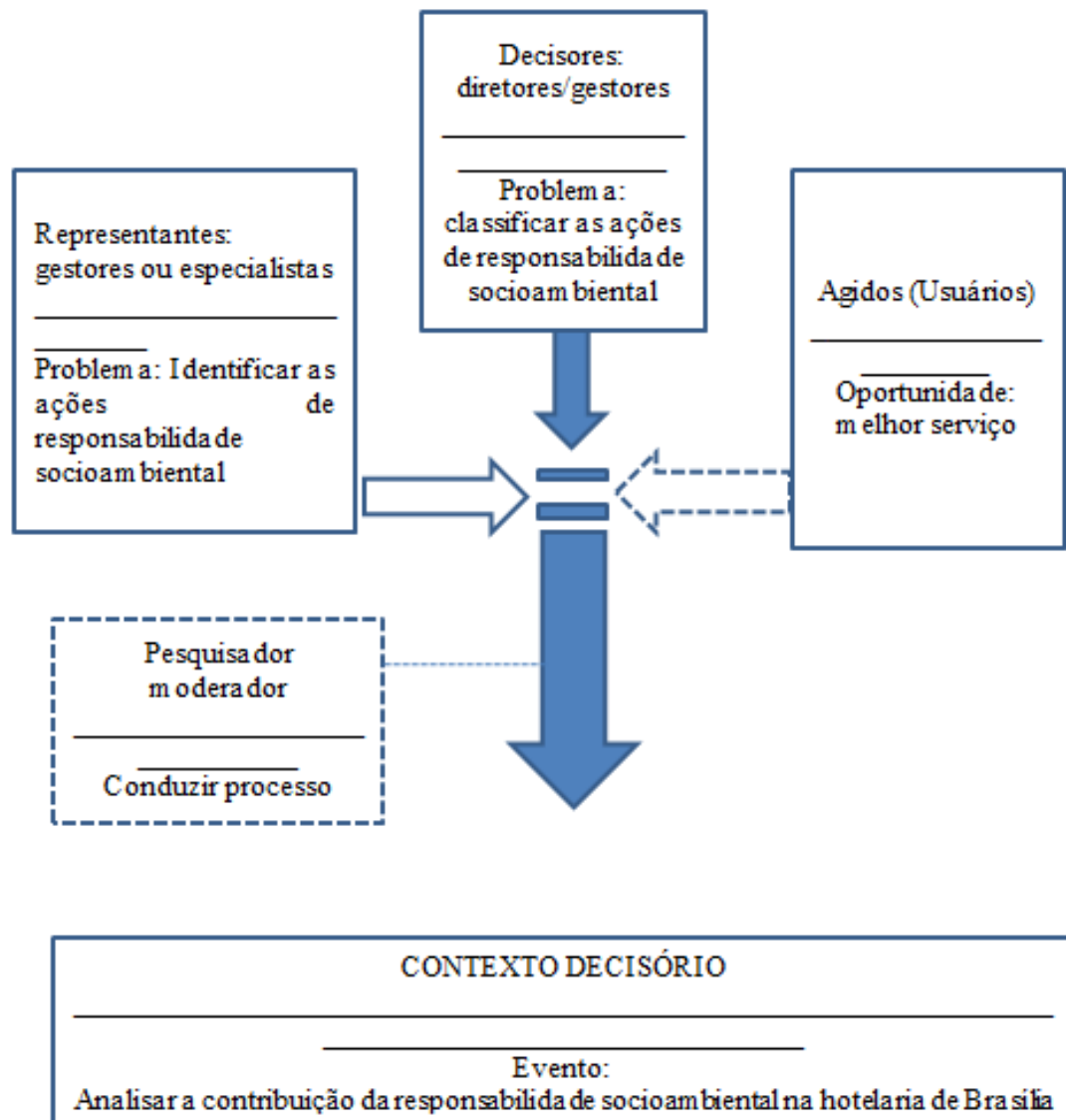


Figura 14: Atores do Processo de Análise da Contribuição da Responsabilidade  
Fonte: ENSSLIN, 2001 – modificada pela pesquisadora

### 2.3 Método da pesquisa

Para a realização desta pesquisa, escolheu-se o Método Multicritério de Apoio à Decisão Construtivista (MCDA-C), que rompe com a visão tradicional de Pesquisa Operacional (PO) – que estabelece por base a existência de um único ponto ótimo – e traz uma nova perspectiva pautada na identificação de multirestados esperados.

Bana e Costa (1995) pondera que, diferentemente de um padrão monocritério que estabelece a construção de apenas um critério de análise para capturar todos os aspectos relevantes do problema, o método MCDA-C tem por principal característica



determinar uma multiplicidade de eixos de análise, no qual vários atores de decisão atuam no processo de definição de parâmetros de análise.

O MCDA-C é construído com base na tendência epistemológica Piagetiana e sua visão construtivista, que segundo Piaget (1978) apud Rodrigues (2014, p.6) trata o conhecimento como resultado da relação entre o sujeito e o seu objeto em estudo.

Ferreira (2005), apud Rodrigues, 2014, p.33, afirma que a teoria construtivista baseia-se em três conceitos: interação, assimilação e acomodação. A interação baseia-se na relação do sujeito com o seu meio, com foco no contato com o objeto. A assimilação ocorre no momento que o indivíduo internaliza o objeto e faz a sua concepção. E, na fase de acomodação tem-se a compreensão do objeto. Logo, a aprendizagem ocorre no exercício de interações constantes entre o sujeito e o seu meio.

No olhar construtivista, o aprendiz é um sujeito que interage com o meio, de maneira que assume também a responsabilidade pelo aprendizado. Dele, são exigidas atualizações de propostas, ideias e hipóteses e novas respostas para a solução para um problema. O orientador ou professor apresenta-se como facilitador e incentivador, para criar situações de aprendizagem que facilitem a construção do conhecimento. Ressalta-se, assim, o estreitamento desta teoria com os estudos sobre a percepção, a ser considerada nesta pesquisa, oriunda dos usuários dos hotéis, pois, para Merleau-Ponty (1945/1994, p. 312), não é o sujeito epistemológico que efetua a síntese, é o corpo; quando sai de sua dispersão, se ordena, se dirige por todos os meios para um termo único de seu movimento, e quando, pelo fenômeno da sinergia, uma intenção única se concebe nele. A abordagem Fenomenológica da percepção identifica-se com os movimentos do corpo e redimensiona a compreensão de sujeito no processo de conhecimento.

Assim, ainda segundo este autor, a percepção não é aquilo que acolhemos pelo olhar como 'formas' de conjuntos preexistentes. Ela tem sentido em função da subjetividade viva do ser que percebe – do próprio corpo enquanto centro de perspectiva, da intencionalidade 'carnal' - sentinela silenciosa de nossos atos. Desta maneira, a percepção do usuário, nesta pesquisa, deu-se pela interação entre circunstâncias oferecidas pelo ambiente hoteleiro e o indivíduo, com suas particularidades.

Para o emprego do MCDA-C, foi utilizado o MAMADecisão, software desenvolvido pelo ADM-GPIT-UNB, para construção de artigos, monografias, dissertações e teses, utilizado como elemento significativo na apresentação de resultados que apoiem os decisores da área, no processo de decisão.

O esquema lógico da metodologia é apresentado na Figura 15, a seguir.

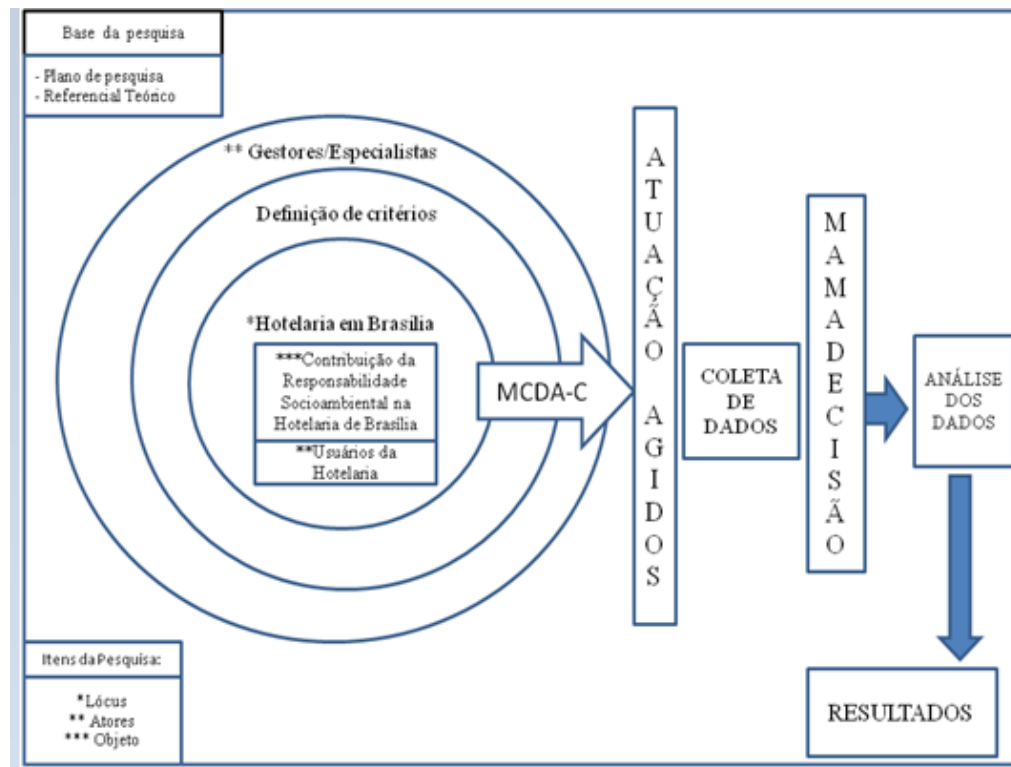


Figura 15: Esquema lógico da metodologia  
Fonte: Rodrigues (2014) – modificada pela pesquisadora

## 2.4 Caminhos do Método – MCDA-C

Foi realizada a técnica de *Benchmarking* com: pesquisadora e gestores de hotéis, no intuito de compreender as particularidades do setor e pontos de vista (dos sujeitos) relevantes em relação à responsabilidade socioambiental na hotelaria.

De acordo com Slack et al. (2006), o *benchmarking* se refere a uma abordagem em que o administrador realiza comparações de seus processos em relação a outros setores internos da organização ou à outras organizações reconhecidas pelas melhores práticas no mercado.

Desse modo, a técnica de *benchmarking* constitui-se num dos fundamentos do MCDA-C por estabelecer a realização de comparações entre práticas adotadas pelo

objeto de análise e outras, tidas como melhores. Ambos demonstram o esforço em selecionar melhores desempenhos e identificar – de acordo com o contexto organizacional – aquele que melhor satisfaça suas necessidades e auxilie na conquista dos objetivos estabelecidos. Essa técnica permite a realização de análises mais aguçadas do processo e tende a propor um conjunto de soluções tencionando a instauração de procedimentos de aperfeiçoamento dos processos.

Em seguida, foi realizada a técnica de *Brainstorming* (vide Apêndice A) com: pesquisadora, gestores, responsáveis e/ou decisores dos hotéis, e especialistas relacionados ao tema de hotelaria e responsabilidade socioambiental, para produção de ideias sobre o tema da pesquisa e posterior definição de perguntas a serem avaliadas pelos clientes (agidos) dos hotéis, conforme critérios e subcritérios pré-estabelecidos; e definidos peso e importância para cada pergunta. Este instrumento forneceu apoio ao MCDA-C para o processo de definição das principais ações e práticas avaliativas de responsabilidade socioambiental, ratificação dos atores da pesquisa, assim como dos pontos de vista elementares (PVE), que são dados fundamentais para as etapas da pesquisa. Com a realização destas duas técnicas, foram elaborados os pontos de vista elementares que, posteriormente foram filtrados e transformados em pontos de vista fundamentais.

## **2.5 Construção dos Pontos de Vista Elementares (PVE) sobre as Práticas e Ações de Responsabilidade Socioambiental na Hotelaria de Brasília**

Ensslinet al (2001) determina que os pontos de vista elementares (PVE) ou elementos primários de avaliação (EPA) são elementos que os decisores manifestam como preocupações sobre o problema indagado. São elementos gerados, que são considerados princípios básicos, que servirão de elementos norteadores e de referência para definição dos pontos de vista fundamentais (PVF) e subpontos de vista fundamentais (SubPVF) da pesquisa.

Com aplicação das técnicas de *benchmarking* e *brainstorming* aos gestores de hotelaria e especialistas sobre o tema, foram agrupados os pontos de vista elementares, ou seja: agrupamento de ideias importantes no tocante às práticas e ações de responsabilidade socioambiental realizadas na hotelaria em Brasília.

Para o norteamento do levantamento de práticas e ações de responsabilidade socioambiental desenvolvidas pela hotelaria, a pesquisadora apresentou algumas

sugestões de variáveis de responsabilidade socioambiental, com base no *Global Sustainable Tourism Criteria*<sup>1</sup>, tendo em vista sua pesquisa realizada nos meios de hospedagem, na Chapada dos Veadeiros, no ano de 2016.

Os itens sugeridos foram sobre a utilização de sistemas de gestão que abordam questões ambientais, sociais, culturais, econômicos, qualidade, saúde e segurança que podem ser simples ou mais complexos de acordo com o tamanho da instituição (documentos, guias, diretrizes, treinamento de pessoal, normas, materiais sustentáveis etc.); conformidade com a legislação; treinamento de pessoal sobre questões de qualidade, ambientais etc.; a organização apoia iniciativas de infraestrutura local e desenvolvimento da comunidade; oportunidades iguais de emprego (cargos em gerência); implementação de política contra a exploração sexual, especialmente de crianças; serviços de bens locais são comprados e oferecidos pela organização; oferta de meios para pequenos empreendedores locais desenvolverem e venderem produtos sustentáveis (artesanatos, produtos agrícolas); a organização contribui para a proteção e preservação de locais e propriedades locais históricas e culturais; a organização incorpora elementos da arte local, arquitetura, ou patrimônio cultural em suas operações, decoração, comida etc.; política de compras que favorecem produtos localmente adequados e ecologicamente sustentáveis (alimentos, bebidas e produtos de consumo); redução de produtos descartáveis; avaliação de consumo de água e energia e adoção de medidas para minimizar o consumo; e por fim, mecanismos para redução do lixo ou reciclagem.

No decorrer da realização das técnicas de *benchmarking* e *brainstorming* os gestores da hotelaria apresentaram as práticas e ações de responsabilidade socioambiental realizadas pela hotelaria, sendo: Gestão de acordo com a legislação - não há política específica; sistema informal de gestão sustentável; conscientização de colaboradores sobre responsabilidade socioambiental; utilização de papel higiênico hidrossolúvel; campanha com os hóspedes para ecologia correta; programa Ecolimpe – descarte adequado de óleo de cozinha; política contra exploração sexual (Seguem o Estatuto da Criança e Adolescente - ECA); taxa de turismo é opcional para os hóspedes; promoção de campanhas e patrocínios para exposições no hotel (arte, música); indicação de mapas e explicação sobre pontos turísticos da cidade; fabricação própria de massas e sorvetes; reaproveitamento de água (no uso da

---

<sup>1</sup> Documento completo em Anexo.

lavanderia); sistema de *time* para redução de energia; política de processo seletivo local para contratação de novos colaboradores; contratação de fornecedores e produtores locais; coleta de lixo seletiva; venda de lixo reciclável revertido para colaborador (festas, bolo de aniversário); reforço para a equipe de cozinha sobre limpeza e reciclagem de latinhas e garrafas pets; subsídio para colaboradores que utilizarem bicicletas como meio de transporte; aquisição de edredons e travesseiros fabricados com garrafas recicláveis; não consumo de espécies de peixes ameaçados de extinção, existência de universidade para formação de profissionais; oportunidades iguais de emprego para colaboradores; reutilização de toalhas; introdução de garrafa pet nos vasos sanitários para diminuição do consumo de água; utilização de lâmpadas LED e equipamentos de gás para aquecimento de água.

Após a utilização das técnicas *Benchmarking* e *Brainstorming*, aplicou-se a técnica de Grupo Focal (vide Apêndice B) com: pesquisadora, gestores, doutores e pesquisadores relacionados ao tema para definir os dados básicos para a estrutura multicritério (instrumento de coleta de dados) por meio de discussões em grupo.

## **2.6 Construção dos critérios de avaliação**

A técnica de Grupo Focal (GF) foi aplicada nesta fase, com intuito de confrontar os Pontos de Vista Elementares (PVE) com o rótulo da pesquisa, para filtrar e identificar os Pontos de Vista Fundamentais (PVF), convertendo assim, os pontos de vista elementares em pontos de vista fundamentais (vide Apêndice C), isso tem o propósito do detalhamento, tornando minucioso cada grande critério com informações que são conexas e complementares, porém distintas, como pode ser visto na Figura 16 a seguir.

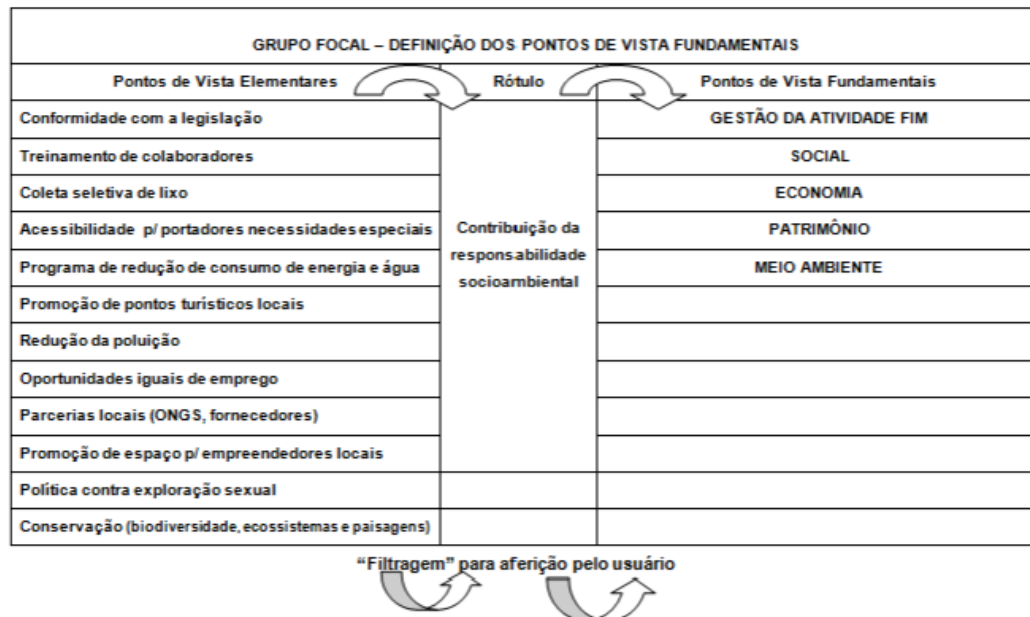


Figura 16: Conversão dos pontos de vista elementares (PVE) em pontos de vista fundamentais  
Elaborado pela autora (2017)

Stewart (1990) e Shamdasani (1990) explicam que a técnica de grupo focal (GF) tem origem anglo-saxônica e foi introduzida no Brasil no final da década de 1940. A técnica de GF tem sido utilizada como metodologia de pesquisas sociais, principalmente aquelas voltadas para avaliação de programas, sistemas, *marketing*, regulamentação pública, propaganda e comunicação.

Chiesa e Ciampone (1999) estabelecem que a técnica de GF é recomendada para pesquisa de campo, uma vez que, em pouco tempo e baixo custo permite uma diversificação e um aprofundamento dos conteúdos relacionados ao tema de interesse.

Em reunião com o Grupo Focal, buscou-se estabelecer as taxas de contribuição de cada questão avaliativa, que corresponde a cada PVF e SubPVF dos diversos graus.

A pesquisadora sugeriu ao GF os percentuais para definição de taxas de contribuição, como mostra a Figura 17. Entretanto, o GF determinou algumas modificações:

PVF	SUBCRITÉRIO PVF1	SUBCRITÉRIO PVF 2
1. Negócio (30%)	1.1 Legislação (20%)	1.1.1 Conformidade (40%)
		1.1.2 Registro de documentos (30%)
		1.1.3 Segurança (30%)
	1.2 Acessibilidade (20%)	1.2.1 Acesso (rampa, elevador...) (40%)
		1.2.2 Adaptações para acessibilidade (barras...) (40%)
		1.2.3 Novas tecnologias (20%)
	1.3 Lixo (25%)	1.3.1 Coleta seletiva (40%)
		1.3.2 Conscientização (30%)
		1.3.3 Reciclagem (30%)
	1.4 Consumo de energia e água (35%)	1.4.1 Campanha de sensibilização (25%)
		1.4.2 Lavanderia (45%)
		1.4.3 Equipamentos sustentáveis (20%)
2. Social (20%)	2.1 Exploração e assédio (40%)	2.1.1 Exploração e assédio (40%)
		2.1.2 Orientação (30%)
		2.1.3 Comércio (30%)
	2.2 Desenvolvimento Humano (60%)	2.2.1 Capacitação profissional (60%)
		2.2.2 Oportunidades iguais (gênero, raça) (40%)
3. Economia (15%)	3.1 Empreendedorismo (45%)	3.1.1 Acessos locais (artes, música, artesanato) (55%)
		3.1.2 Produtos sustentáveis (45%)
	3.2 Parcerias (55%)	3.2.1 Fornecedoros locais (65%)
		3.2.2 ONG's (35%)
4. Patrimônio (15%)	4.1 Promoção do Turismo (55%)	4.1.1 Material informativo (40%)
		4.1.2 Alimentos regionais (40%)
		4.1.3 Avaliação dos serviços (20%)
	4.2 Preservação e proteção de elementos culturais (45%)	4.2.1 Incorporação de elementos locais (40%)
		4.2.2 Taxa de contribuição efetiva (60%)
5. Meio Ambiente (20%)	5.1 Redução da Poluição (65%)	5.1.1 Orientação (30%)
		5.1.2 Produtos recicláveis (35%)
		5.1.3 Produtos orgânicos (35%)
	5.2 Biodiversidade, ecossistemas e paisagens (35%)	5.2.1 Paisagismo (40%)
		5.2.2 Projetos ambientais (60%)

Figura 17: Taxa de contribuição sugerida pela pesquisadora  
 Fonte: Elaborado pela autora

Ficaram estabelecidas novas taxas de contribuição para os pontos de vista fundamentais, mantendo as mesmas taxas para o PVF 3 – Economia, assim como para o subcritério PVF 1 – Legislação; e para os subcritérios PVF 2: Registro de documentos; Novas tecnologias; Segurança Física dos Hóspedes no Entorno do Hotel; Capacitação Profissional; Oportunidades iguais (gênero, raça); Material informativo; Alimentos regionais; Avaliação dos serviços (feedback); Incorporação de elementos locais; e Taxa de preservação de patrimônio.

O Grupo Focal determinou: o acréscimo da palavra “jurídica” no subcritério 1.1.3; o acréscimo das palavras “telefones” e “aplicativos”, no subcritério 1.2.3; substituição da nomenclatura do subcritério 1.4.3 por “Tecnologias sociais para economia de consumo”; o acréscimo do subcritério 2.1.4 “Segurança Física dos Hóspedes no Entorno do Hotel”; a troca de nomenclatura do subcritério 3.1.1 por “Espaço para economia criativa (artes, música, artesanato); acréscimo das palavras “recicláveis” e “menos tóxicas”, no subcritério 3.1.2; o acréscimo das palavras “de bens

e serviços (que minimizem impacto ambiental)”, a substituição da palavra “ONG’s”, no subcritério 3.2.2 por “Organizações de economia solidária”; acréscimo da palavra “*feedback*” no subcritério 4.1.3, alteração do subcritério 4.2.2 para “Taxa de preservação de patrimônio”; e por último, a substituição da palavra “orientação”, no item 5.1.1, por “conscientização”, como mostra a Figura 18.

PVF	SUBCRITÉRIO PVF1	SUBCRITÉRIO PVF2		
1. Gestão da Atividade Fim (20%)	1.1 Legislação (20%)	1.1.1 Conformidade (30%)		
		1.1.2 Registro de documentos (30%)		
		1.1.3 Segurança jurídica (40%)		
	1.2 Acessibilidade (30%)	1.2.1 Acesso (rampa, elevador...) (50%)		
		1.2.2 Adaptações para acessibilidade (barras...) (30%)		
		1.2.3 Novas tecnologias (telefones, aplicativos...) (20%)		
	1.3 Resíduos Sólidos (20%)	1.3.1 Coleta seletiva (30%)		
		1.3.2 Conscientização (50%)		
		1.3.3 Reciclagem (20%)		
	1.4 Consumo de energia e água (30%)	1.4.1 Campanha de conscientização (50%)		
		1.4.2 Lavanderia (25%)		
		1.4.3 Tecnologias sociais para economia de consumo (25%)		
2. Social (25%)	2.1 Exploração e assédio (60%)	2.1.1 Exploração e assédio (30%)		
		2.1.2 Conscientização (20%)		
		2.1.3 Comércio (pessoas, drogas e produtos) (20%)		
		2.1.4 Segurança Física dos Hóspedes no Entorno do Hotel (30%)		
2.2 Desenvolvimento Humano (40%)	2.2.1 Capacitação profissional (60%)	2.2.2 Oportunidades iguais (gênero, raça) (40%)		
		3.1 Empreendedorismo (60%)	3.1.1 Espaço para economia criativa (artes, música, artesanato) (60%)	
3.2 Parcerias (40%)	3.2.1 Fornecedores locais de bens e serviços (que minimizem impacto ambiental) (55%)		3.2.2 Organizações de Economia Solidária (45%)	
		4.1 Promoção do Turismo (60%)	4.1.1 Material informativo (40%)	4.1.2 Alimentos regionais (40%)
4.2 Preservação e proteção de elementos culturais (40%)	4.2.1 Incorporação de elementos locais (40%)			4.2.2 Taxa de preservação de patrimônio (60%)
				5.1 Redução da Poluição (50%)
5.2 Biodiversidade, ecossistemas e paisagens (50%)	5.2.1 Projeto arquitetônico (60%)	5.2.2 Projetos ambientais (parcerias) (40%)		

Figura 18: Taxa de contribuição definida pelo grupo focal  
Fonte: Elaborado pela autora

## 2.7 Construção dos Descritores

Nesta etapa foi definido qual é o nível de esforço GERENCIAL para alterar a situação, de avaliação ruim para boa, ou vice-versa (visão do gestor e foco no esforço da empresa para reverter positivamente a resposta do usuário).

No método MCDA-C os níveis de esforço representam a quantidade de “energia” necessária para que a ação avaliativa possa sair gradativamente de uma situação considerada desfavorável, para uma situação considerada favorável. O



estabelecimento desses níveis de esforço foi fundamental para o momento do preenchimento das matrizes semânticas do método MCDA-C pelo Grupo Focal.

Nessa etapa foi discutida com o GF a alocação dos níveis de esforço (vide Apendice D) para deslocar o resultado na posição de cada ação avaliativa na matriz semântica de julgamento do método MCDA-C, conforme Quadro 5:

Quadro 5: Descritor base e especificidades

Nível de Impacto	Nível de Referência	Registro de documentos
N5		Excelente
N4	Bom	Bom
N3		Pouco significativa
N2	Neutro	Não percebido ou indiferente
N1		Ruim ou péssimo

Fonte: Elaborado pela autora (2017)

Bana e Costa; e Vansnick (1995) esclarecem que descritor é um conjunto ordenado de níveis de impacto que serve para descrever as performances plausíveis das ações potenciais de avaliação em cada PVF e SubPVF.

Tratou-se de definir um conjunto de níveis de impacto de cada questionamento ao usuário, para descrição dos desempenhos. Neste momento foi feito, também, as localizações dos níveis “**BOM**” (corresponde ao maior nível de referência e os pontos esperados), “**NEUTRO**” (menor nível de referência esperado) e a posição negativa (nível de referência não esperado) para cada descritor. Portanto, cada descritor contempla uma questão, os níveis de impacto e os níveis de referência. A partir dessa etapa do método MCDA-C os PVF e SubPVF passaram a ser denominados: critério e subcritérios dos diversos graus.

## 2.8 Estruturação do Instrumento de Coleta e Modelagem de dados

Após a construção dos descritores seguiu-se à construção do instrumento de coleta de dados (vide Apendice E) para posterior aplicação, presencial, junto aos clientes dos hotéis.

A partir do *software* de Modelagem para Análise Multicritério de Apoio à Decisão (MAMADecisão) foi possível desenvolver a estrutura para análise dos dados provenientes de um formulário definido como entrevista estruturada.

O *software* MAMADecisão é capaz de gerar a modelagem matemática, que converte dados qualitativos em quantitativos, principalmente a partir das médias ponderadas; de escalas dos quantitativos de máximo e mínimo e de valor de referência de cada resposta obtida dos usuários de cada ação avaliativa. Foram gerados gráficos e tabelas, que subsidiaram a análise de dados.

As medianas calculadas na tabulação foram lançadas no *software* MAMADecisão de acordo com a escala de avaliação encontrada. Por meio do *software* MAMADecisão foi possível fazer avaliações mais precisas, indicando os principais pontos de melhoria ou de investimento de um determinado critério analisado.

O *software* MAMADecisão apresentou os resultados finais em formato de gráficos e tabelas e permitiu analisar os resultados a partir da comparação entre os níveis máximo e mínimo com o resultado real obtido na pesquisa. Esses resultados finais em formato de gráficos e tabelas referem-se às avaliações locais e globais de cada ação avaliativa e, com isso, foi possível realizar as discussões dos resultados de forma mais focalizada. Para isso, foram tabulados e inseridos os dados da pesquisa de campo, no Software MAMADecisão.

Vale ressaltar que a pesquisadora adotou como suporte para realização das atividades de *Benchmarking*, *Brainstorming* e Grupo Focal, a pesquisa que realizou no primeiro semestre de 2016, na qual tratou do tema “Sustentabilidade nos Meios de Hospedagem”, na Chapada dos Veadeiros – GO, baseada no *Global Sustainable Tourism Criteria for Hotels and Tour Operators*, que destaca os critérios de: gestão sustentável; de benefícios sociais e econômicos para a comunidade local; de benefícios para o patrimônio cultural; e de benefícios para o meio ambiente. Em princípio, seria utilizado, para esta pesquisa, o mesmo questionário lá aplicado. No entanto, chegou-se à conclusão que não seria adequado a este trabalho, pois a pesquisa lá realizada não considerou o usuário, ficando assim, uma pesquisa desprovida (parcialmente) da realidade.

A coleta de dados foi obtida pelas técnicas de *Benchmarking*, *Brainstorming* e *Grupo Focal*, ressaltando: o objeto da pesquisa; formulação dos elementos de avaliação; definição de responsabilidade socioambiental; e definição de critérios e

subcritérios para execução do instrumento de coleta de dados; e pela aplicação de questionário aos clientes dos hotéis.

A análise dos dados foi realizada pela inserção dos dados no software MAMADECISÃO, onde foi analisado o contexto da contribuição da responsabilidade socioambiental, na hotelaria de Brasília, no que compete às ações de gestão; aos benefícios sociais e econômicos para a comunidade local; aos benefícios do patrimônio cultural; e aos benefícios do meio ambiente.

## 2.9 Aplicação do MCDA-C

De acordo com Ensslinet al (2008), a construção do modelo segue as três fases do método MCDA-C: (i) Fase de Estruturação; (ii) Fase de Avaliação; e, (iii) Fase de Recomendações, conforme Figura 19,a seguir.

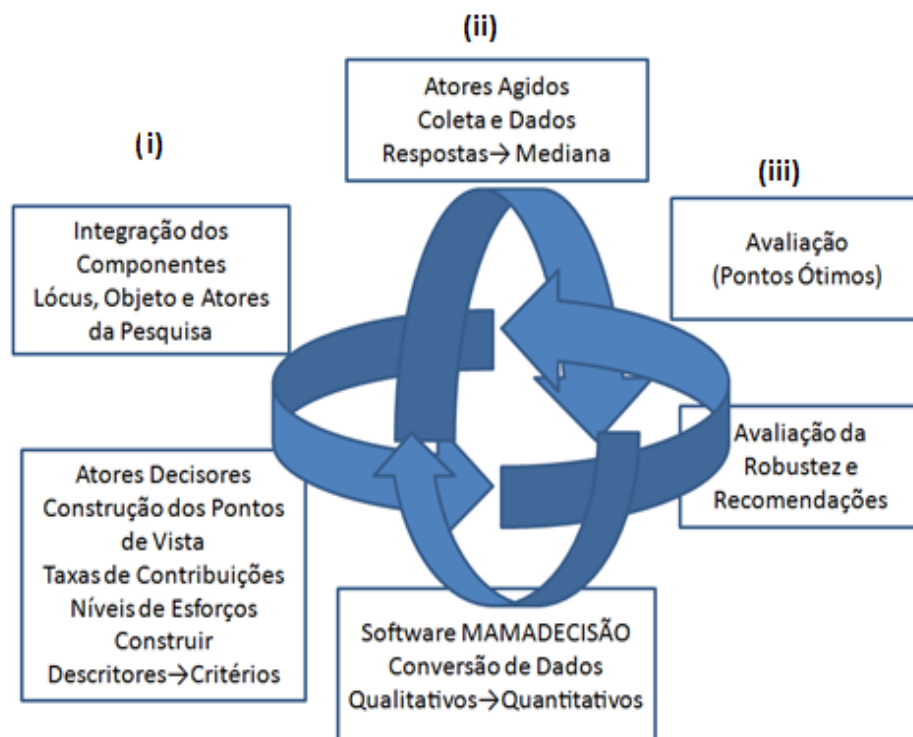


Figura 19: Fases do MCDA-C  
Fonte: Ensslinet al(2000) – modificada pela pesquisadora.

O modelo apresentado foi estabelecido de acordo com a consideração de juízo de valor dos decisores (seus representantes ou especialistas).

## CAPÍTULO 3 – ANÁLISE DE CONTEÚDO

Para a construção do Capítulo 3, foram inseridos os resultados obtidos pela aplicação do Método para Análise Multicritério de Apoio à Decisão – Construtivista – MCDA-C no programa MAMADecisão, aos quais deram suporte para a análise da contribuição da responsabilidade socioambiental na hotelaria de Brasília, após as entrevistas realizadas juntos aos clientes da hotelaria. Foram analisados os resultados de todos os 05 (cinco) critérios, individualmente e, em seguida, a análise consolidada de todos os critérios.

### **3.1 Aplicação do Método para Análise Multicritério de Apoio à Decisão – Construtivista – MCDA-C no programa MAMADecisão**

O software MAMADecisão tem como objetivo transformar os dados qualitativos em quantitativos, a partir de modelagem matemática. A ferramenta de modelagem apoia as escolhas gerenciais com base na pesquisa operacional, que é fundamentada para o Método de Análise Multicritério de Apoio à Decisão – Construtivista – MCDA-C.

No sistema MAMADecisão são incorporados sistemas de valores, interesses relevantes e visões diversas, para formatar uma decisão, que poderão intervir ao longo do processo e tempo, com confrontações e interações das múltiplas preferências.

No software, a modelagem matemática associa as escolhas de percepção dos atores decisores (gestores) e dos agidos (usuários) aos critérios imediatamente superiores, com base nas taxas de contribuição cadastradas.

As taxas de contribuições são dadas em percentuais (de 0% a 100%) e mostram a importância de cada subcritério dentro do critério. As taxas de contribuições devem ser estabelecidas para todos os níveis de avaliação (critério, subcritério 1 e subcritério 2), porém, recomenda-se que cada critério ou subcritério apresente no mínimo 10%, para ter representatividade no sistema.

Com o MAMADecisão torna-se possível avaliar a percepção dos atores em relação ao objeto de estudo, com base em critérios e subcritérios, que geram a avaliação global, com resultados ilustrativos em formatos de gráficos e tabelas.

Para esta pesquisa, foi necessário o preenchimento dos dados, conforme comando do MAMADecisão, para identificação do rótulo da pesquisa, com inclusão do objetivo. Para facilitar a apresentação de dados, ao objeto de estudo, foram indicados os valores máximos e mínimos possíveis de serem alcançados para cada critério e subcritério. O sistema acrescenta a informação de “Max” e de “Mín” para o nome do objeto de pesquisa. E foram indicadas as cinco possíveis opções de respostas, divididas em três níveis: Positivo: Três pontos ótimos (positivos), que neste estudo estão: “Excelente”, “Bom”, “Pouco Significativo”; Neutro: um ponto chamado de “Não percebido”; e Negativo: que significa que está distante dos pontos ótimos, aqui representado por “Ruim ou Péssimo”, conforme Figura 20.

Software MAMADecisão									
Favor alterar apenas os campos com o fundo azul (poderá acompanhar a orientação em azul na linha 8) e usar zoom de 75%									
<b>Rótulo da Pesquisa:</b>	RSA-Hotéis-BSB	<b>Cadastramento:</b> "Inicio"-->			12/06/2017	<b>"Final"--&gt;</b>			
<b>Objetivo da Pesquisa:</b>	Analisar a contribuição da Responsabilidade Socioambiental na hotelaria de Brasília								
<b>Objeto de Estudo (8 dígitos):</b>	RSAHBSB		<b>Desempenhos:</b>		Máximo->	Máx	<b>Desempenho Real</b>	Mínimo -->	Mín
<b>Opções de Respostas (8 dígitos):</b>	Excelent	Bom	PoucSign		NãoPerce	RuimPéss	RSAHBSBMáx	RSAHBSB	RSAHBSBMín

Figura 20: Cabeçalho do Sistema

Fonte: Elaborada pela pesquisadora, com o uso do MAMADecisão (2017)

Procedeu-se ao cadastramento dos nomes ou títulos representativos dos critérios e subcritérios, que podem assumir diversos níveis, subcritérios de nível 2, subcritérios nível 1 e até chegar nos grandes critérios, de acordo com a estrutura da modelagem. No exemplo abaixo, os três subcritérios representam as questões avaliativas, conforme Figuras 21 e 22. A Figura 21 mostra o cadastramento do subcritério de nível 2:

1.1.1. Conformidade com as leis								Objeto de Estudo	
OPÇÕES DE ESCOLHA PARA A MATRIZ SEMÂNTICA (Relação de Esforços a Serem Atribuídos na Matriz)								0	
Extremo	12	ExtrMfort	11	MuitoFort	10	MfortFort	9	Ótimo	0
Forte	8	FortMode	7	Moderado	6	ModeFrac	5	BOM	0
Fraca	4	FracMfrac	3	MuitoFrac	2	NULO	1	Razoável	0
								NEUTRO	0
								Negativo	0
1.1.2. Registro de documentos									
OPÇÕES DE ESCOLHA PARA A MATRIZ SEMÂNTICA (Relação de Esforços a Serem Atribuídos na Matriz)									
Extremo	12	ExtrMfort	11	MuitoFort	10	MfortFort	9		
Forte	8	FortMode	7	Moderado	6	ModeFrac	5		
Fraca	4	FracMfrac	3	MuitoFrac	2	NULO	1		
1.1.3. Segurança jurídica									
OPÇÕES DE ESCOLHA PARA A MATRIZ SEMÂNTICA (Relação de Esforços a Serem Atribuídos na Matriz)									
Extremo	12	ExtrMfort	11	MuitoFort	10	MfortFort	9		
Forte	8	FortMode	7	Moderado	6	ModeFrac	5		

Figura 21: Subcritérios de nível 2

Fonte: Elaborada pela pesquisadora, com o uso do MAMADecisão (2017)

Na Figura 22 é mostrado o cadastramento do subcritério de nível 1, que neste exemplo os dois representam os subcritérios “1.1 “Legislação” e 1.2 “Acessibilidade”.

1.1. Legislação	RSAHBSB <sub>Máx</sub>	RSAHBSB	RSAHBSB <sub>Mín</sub>	(%)
1.1.1. Conformidade com as leis	170	100	-76	30
1.1.2. Registro de documentos	116	100	-22	30
1.1.3. Segurança jurídica	139	100	-47	40
Total	141	100	-48	100
1.2. Acessibilidade	RSAHBSB <sub>Máx</sub>	RSAHBSB	RSAHBSB <sub>Mín</sub>	(%)
1.2.1. Acesso (rampa, elevador...)	180	100	-79	50
1.2.2. Adaptações para acessibilidade (barras...)	149	100	-52	30
1.2.3. Novas tecnologias (telefones, aplicativos...)	125	46	-31	20
Total	160	89	-61	100

Figura 22: Subcritérios de nível 1

Fonte: Elaborada pela pesquisadora, com o uso do MAMADecisão (2017)

Procedeu-se ao cadastramento no software MAMADecisão, de todos os critérios, para posterior transformação em dados quantitativos e gráficos para análise de critérios e grandes critérios.

Os níveis de esforço também foram cadastrados para fazer a diferenciação dos esforços a serem realizados para cada ação avaliativa, no qual gerou uma escala de níveis de maior esforço, níveis intermediários e menor esforço.

Para o cadastro dos níveis de esforço, nas duas linhas superiores foram inseridos os maiores níveis de esforço possíveis e nas duas linhas inferiores foram inseridos os menores níveis de esforço possíveis, gerando o total e a abertura de degraus para cada critério analisado. Na Figura 23 encontra-se o exemplo do critério 1.1.1, conformidade com as leis.

1.1.1. Conformidade com as leis							
Objeto de Estudo		Ótimo	BOM	Razoável	NEUTRO	Negativo	
RSAHBSB		Excelent	Bom	PoucSign	NãoPerce	RuimPéss	Escala
Ótimo	Excelent	Nulo	8	9	10	11	170
BOM	Bom		Nulo	9	10	11	100
Razoável	PoucSign			Nulo	2	3	30
NEUTRO	NãoPerce				Nulo	3	0
Negativo	RuimPéss					Nulo	-76

Figura 23: Níveis de esforços do critério 1.1.1 conformidade com as leis  
Fonte: Elaborada pela pesquisadora, com o uso do MAMADecisão (2017)

Para a análise dos critérios estabelecidos, foram considerados os dados socioeconômicos dos entrevistados, conforme mostrado no Quadro 6:

Quadro 6: Dados socioeconomicos dos entrevistados

POPULAÇÃO PARA COLETA DE DADOS	
<b>04 REDESHOTELEIRAS</b> = 13 HOTÉIS <b>TOTAL DE USUÁRIOS = 103</b> <b>SEXO: 55 MASCULINO E</b> <b>48 FEMININO</b> <b>FAIXA ETÁRIA:</b> 16 A 20 ANOS (1 USUÁRIO) 21 A 30 ANOS (21 USUÁRIOS) 31 A 40 ANOS (32 USUÁRIOS) 41 A 50 ANOS (24 USUÁRIOS) 51 A 60 ANOS (16 USUÁRIOS) ACIMA DE 60 ANOS (03 USUÁRIOS) <b>FORMAÇÃO:</b> ENSINO MÉDIO = 14 SUPERIOR = 83 MESTRADO = 03 DOUTORADO = 01	<b>ESTADOS DE ORIGEM:</b> GO, CE, BA, SP, MG, RJ, MA, PR, SE, RO, SC. (45 NÃO IDENTIFICADOS). <b>FREQUENCIA DE UTILIZAÇÃO DO</b> <b>HOTEL:</b> 1 VEZ AO ANO = 32 USUÁRIOS 2 A 3 VEZES AO ANO = 30 USUÁRIOS 4 A 5 VEZES AO ANO = 07 USUÁRIOS 6 A 7 VEZES AO ANO = 04 USUÁRIOS 8 A 9 VEZES AO ANO = 02 USUÁRIOS ACIMA DE 10 VEZES AO ANO = 48 USUÁRIOS <b>APRECIÇÃO SOBRE O TEMA</b> SIM = 91 USUÁRIOS NÃO = 05 USUÁRIOS NÃO RESPONDERAM = 07

Fonte: Elaborado pela autora (2017)

O sistema MAMADecisão gerou automaticamente gráficos e tabelas, que apresentam várias possibilidades de relações, nesta pesquisa a análise da contribuição da responsabilidade socioambiental na hotelaria de Brasília resultou nas seguintes constatações:

### 3.2 Análise do Critério 1 – Gestão da atividade fim

Na análise do critério Gestão da atividade fim, como mostra a Figura 24, avaliado com taxa de contribuição de 20% pelo grupo focal, observou-se uma escala com total de 210 degraus, onde ainda necessitam 85 degraus a serem alcançados para se atingir o desempenho numérico máximo.

Já na análise de seus subcritérios, percebeu-se um maior nível de esforço da rede hoteleira em seguir as exigências legais, em detrimento de cuidados com acessibilidade, consumo de energia e principalmente de resíduos sólidos, sendo este o ponto em que percebeu-se menor desempenho. Entretanto, na avaliação do grupo



focal os temas acessibilidade e consumo de energia e água foram definidos como mais relevantes, ou seja: com maior percentual em sua taxa de contribuição.

Este resultado corrobora para a interpretação do Guia de Sustentabilidade para as Empresas (IBGC, 2007): “não se pode mais planejar estrategicamente sem levar em conta os temas de sustentabilidade. Na boa governança corporativa, a administração tem o dever de prover a orientação estratégica para a empresa, pois governança, estratégia e sustentabilidade se tornaram inseparáveis”.

De acordo com a Declaração Universal dos Direitos Humanos (2009, art. 2º) “todo ser humano tem capacidade para gozar os direitos e as liberdades estabelecidas nesta Declaração, sem distinção e qualquer espécie, seja de raça, cor, sexo, idioma, religião, opinião política ou de qualquer natureza, origem nacional ou social, riqueza, nascimento, ou qualquer outra condição”.

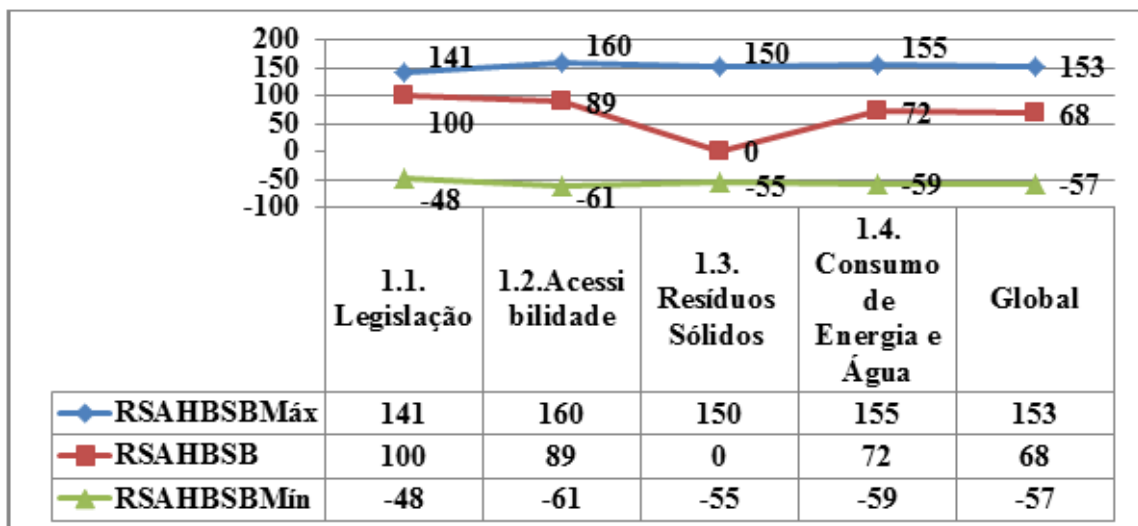


Figura 24: Análise do critério Gestão da Atividade Fim  
Fonte: Elaborado pela autora, com o uso do MAMADecisão (2017)

Assim, a acessibilidade torna item imprescindível para os serviços turísticos, sobretudo para pessoas com deficiência, pois é necessário que os serviços de turismo sejam disponibilizados com segurança, adaptações de mobiliário e equipamentos adequados.

### 3.3 Análise do Critério 2 - Social

Na análise do critério Social, como mostra a Figura 25, avaliado com taxa de contribuição de 25% pelo grupo focal, observou-se uma escala com total de 216 degraus, onde ainda necessitam 79 degraus a serem alcançados para se atingir o desempenho numérico máximo.

Já na análise de seus subcritérios, observou-se que a rede hoteleira dispensou mais atenção para o desenvolvimento humano do que para o tema exploração e assédio, sendo que este foi considerado mais relevante pela avaliação do grupo focal, com maior taxa de contribuição atribuída.

Embora a capacitação profissional seja reconhecida e bem especializada na maior parte da hotelaria, esse resultado aponta um abrandamento no desempenho sobre as questões voltadas à exploração e assédio e corrobora com a desconsideração ao ser humano, como pode ser notada por Kant (1973), apud Campos, 2013 quando teoriza que não há valor para o respeito e que o valor de uma coisa é o desrespeito, ou seja, o tratamento de outro como simples coisa.

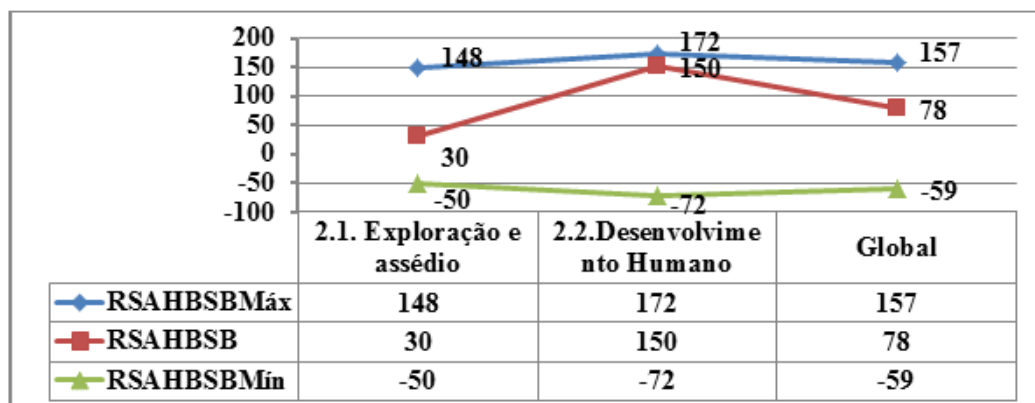


Figura 25 Análise do critério Social

Fonte: Elaborado pela autora, com o uso do MAMADecisão(2017)

### 3.4 Análise do Critério 3 - Economia

Ao analisar o critério Economia, Figura 26, avaliado com taxa de contribuição de 15% pelo grupo focal, observou-se uma escala com total de 187degraus, onde ainda faltam 141 degraus a serem alcançados para se atingir o ponto máximo de excelência. Concluiu-se, assim, que não há um grande desempenho, por parte da hoteleira, nos temas empreendedorismo e parcerias.

Conforme o Guia de Sustentabilidade para as Empresas (2007), a abordagem dos negócios à luz da sustentabilidade permite às empresas considerar, de forma mais estruturada, os aspectos de ordem local e global que estão, cada vez mais, afetando diretamente seus resultados econômico-financeiros, e responder às novas demandas da sociedade nas questões ambientais, de justiça social e aquelas relativas às futuras gerações. Observa-se, assim, a necessidade de maior relacionamento entre hotelaria e seus *stakeholders*, para um aumento de desempenho no critério economia.

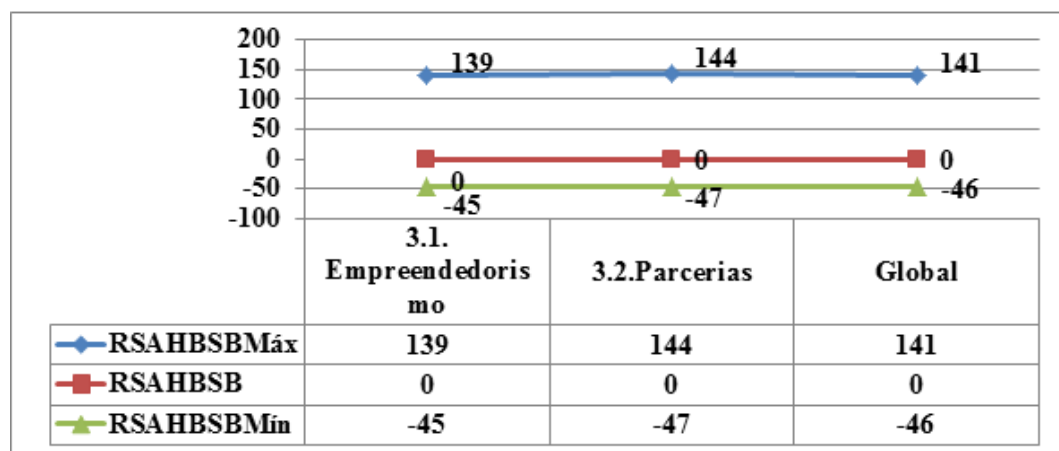


Figura 26: Gráfico análise do critério 3 - Economia

Fonte: Elaborado pela autora, com o uso do MAMADecisão (2017)

### 3. 5 Análise do Critério 4 – Patrimônio

No critério Patrimônio, na Figura 27, avaliado com taxa de contribuição de 25% pelo grupo focal, observou-se uma escala com total de 190 degraus, onde ainda necessitam 128 degraus a serem alcançados para se atingir o ponto máximo de desempenho.

Ao analisar os subcritérios 4.1 e 4.2, entendeu-se que há maior empenho da hoteleira na promoção do turismo do que na preservação e proteção dos elementos culturais, o que corrobora com o entendimento do grupo focal, quando da aplicação de maior taxa de contribuição para promoção do turismo e, também, com a abordagem de Marques: “sem hotelaria não há turismo; sem bons serviços não há bons estabelecimentos hoteleiros” (2003, p.27).

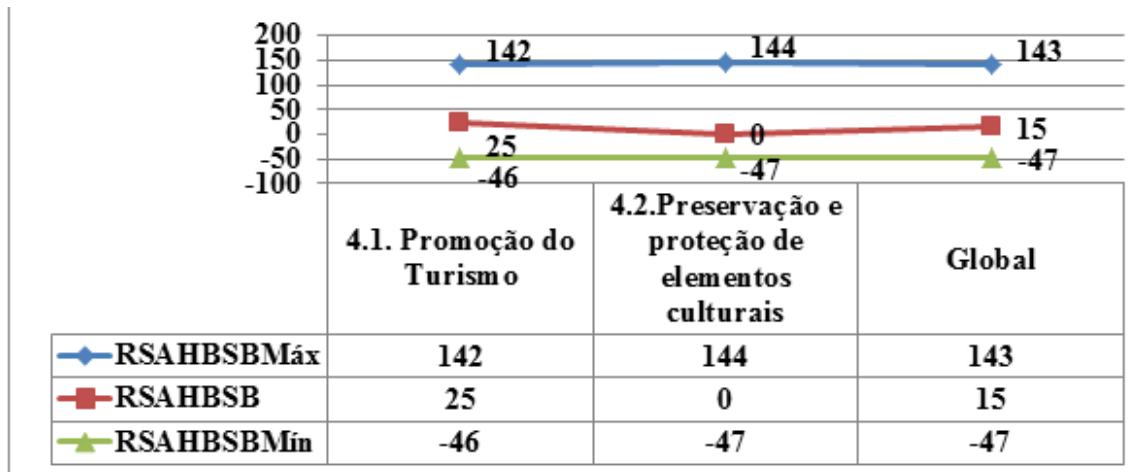


Figura 27: Gráfico Análise do critério 4 - Patrimônio  
 Fonte: Elaborado pela autora, com o uso do MAMADecisão (2017)

### 3.6 Análise do Critério 5 – Meio Ambiente

No critério Meio Ambiente, Figura 28, avaliado com taxa de contribuição de 15% pelo grupo focal, observou-se uma escala com total de 211 degraus, faltando 153 degraus a serem alcançados para se atingir o desempenho máximo de excelência. Concluiu-se, neste critério, que não há um grande desempenho da hoteleira nos temas redução da poluição; e biodiversidade, ecossistemas e paisagens.

Torna-se um desafio para a hotelaria aplicar ações voltadas à política de meio ambiente. “O turista está mais consciente e interessado em melhores práticas ambientais, exigindo um mínimo de desempenho ambiental do hotel” (Molina 2001).

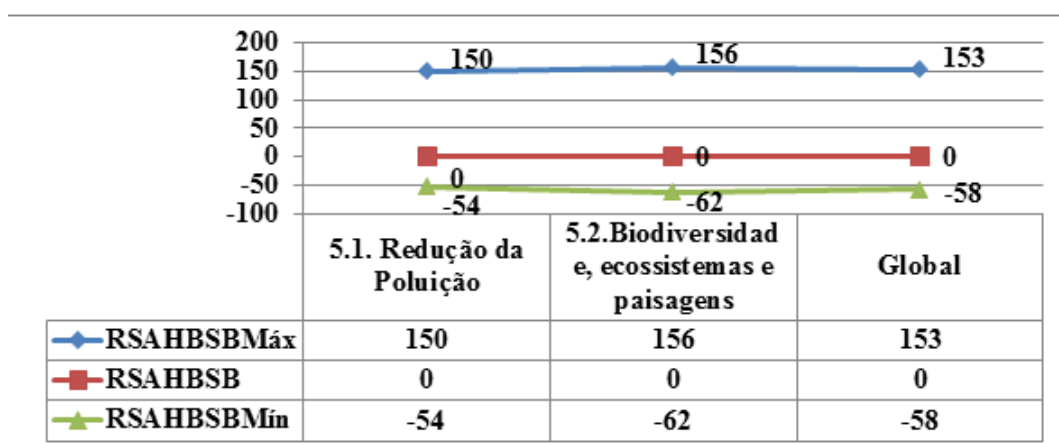


Figura 28: Gráfico Análise do critério 5 – Meio Ambiente  
 Fonte: Elaborado pela autora, com o uso do MAMADecisão (2017)

### 3.7 Resultado Consolidado

Na análise consolidada observou-se uma escala total de 203 degraus, como mostrado na Figura 29, existindo 166 degraus a serem alcançados para se atingir o desempenho máximo de excelência em responsabilidade socioambiental na hotelaria em Brasília.

Ao analisar o gráfico geral, observou-se um maior desempenho para os critérios Gestão da atividade fim e Social em relação aos demais temas. Sendo que os critérios Economia e Meio ambiente, encontram-se sem percepção dos usuários e estes representam 30% da taxa de contribuição atribuídos pelo grupo focal.

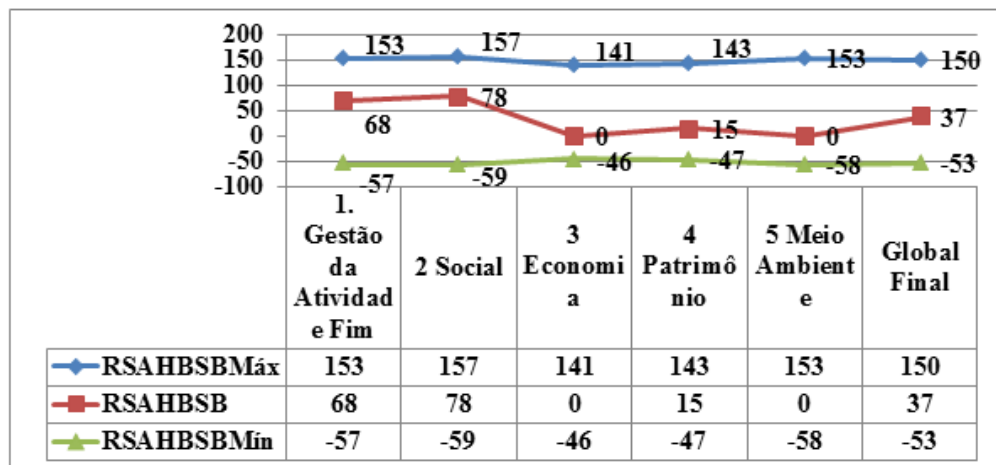


Figura 29: Gráfico análise consolidada

Fonte: Elaborado pela autora, com o uso do MAMADecisão (2017)

Para uma melhor visualização e entendimento, apresentou-se a Figura 30, também de análise consolidada, que demonstra numa escala de 0 a 100 os percentuais de responsabilidade socioambiental na hotelaria, sendo os critérios “Social” e “Gestão da atividade fim” os que apresentaram maior desempenho, com 63% e 59,4% respectivamente. O critério “Patrimônio” apresentou desempenho de 32,2%, o critério “Meio ambiente” desempenha 27,4 e o critério “economia” apresentou 24,4% de desempenho socioambiental. Assim, percebeu-se um total de 44,2% de responsabilidade socioambiental na hotelaria em Brasília, o que representam 166 degraus a serem percorridos para o alcance máximo de desempenho.

Pode-se constatar que, apesar de alguns critérios possuírem degraus ainda a serem alcançados para se chegar ao ponto máximo de desempenho, a hotelaria de Brasília apresenta conformidade com as práticas e ações de responsabilidade

socioambiental. Isso corrobora com a ideia de Winter (1992), em que: todo e qualquer homem de negócio, interessado em garantir a rentabilidade e a viabilidade em longo prazo de sua empresa, vê-se necessariamente obrigado a refletir sobre uma gestão orientada para o ambiente.

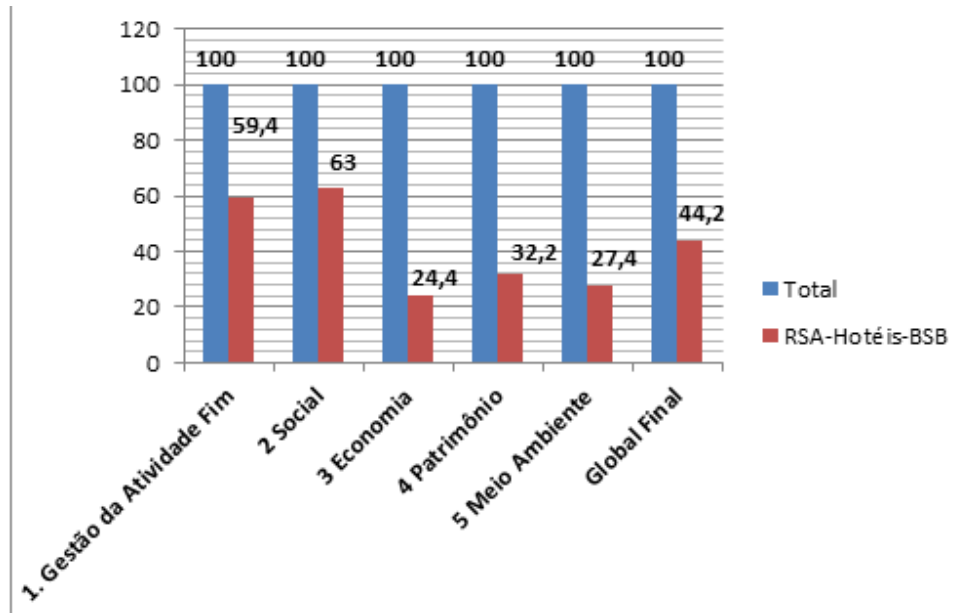


Figura 30: Gráfico análise consolidada em percentuais, numa escala de 0 a 100  
 Fonte: Elaborado pela autora, com o uso do MAMADecisão (2017)

Conclui-se nesse capítulo, que as práticas e ações de responsabilidade socioambiental, embora ainda incipiente, vêm ocupando espaço no âmbito do planejamento e gestão da hotelaria. No entanto, é importante enfatizar o papel decisivo do setor hoteleiro para uma visão sistêmica do turismo e para o desenvolvimento turístico de Brasília.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve o propósito de responder ao problema de pesquisa apresentado no projeto inicial, o qual buscava saber se as ações empreendidas na hotelaria de Brasília estavam em consonância com as práticas de responsabilidade socioambiental. Este questionamento originou-se da experiência profissional da pesquisadora, que incita as empresas sobre o seu papel, e de suas ações para além da atividade fim, no intuito de saber se há de fato responsabilidade socioambiental em seus negócios, pois as empresas utilizam variadas estratégias para a tomada de decisão e os decisores têm a faculdade de implementá-las de diferentes maneiras, possibilitando impactos variados de resposta.

Nesta pesquisa, foram utilizados o MCDA-C e o software MAMADecisão que possibilitaram análises diversificadas dos fatores que determinam o desempenho dos hotéis na adoção de práticas de responsabilidade socioambiental e os efeitos das ações nos critérios de: gestão da atividade fim; social, economia, patrimônio e meio ambiente, o que contemplou o objetivo geral de analisar a contribuição da responsabilidade socioambiental na hotelaria, tendo como recorte os hotéis do Plano Piloto, da cidade de Brasília, Distrito Federal, nos anos de 2016 e 2017.

Por meio das técnicas de brainstorming e grupo focal; e entrevistas, percebeu-se que a responsabilidade socioambiental é apreciada tanto pelos gestores e especialistas em hotelaria, quanto pelos usuários da hotelaria, como uma maneira de melhorar os serviços e aumentar o faturamento dos hotéis. E no intuito de melhor entender as ações da hotelaria de Brasília, foram identificados diversos procedimentos praticados pela hotelaria, no que compete à responsabilidade socioambiental, tais como: conscientização de colaboradores sobre responsabilidade socioambiental; utilização de papel higiênico hidrossolúvel; campanha com os hóspedes para ecologia correta; programa Ecolimpe – descarte adequado de óleo de cozinha; política contra exploração sexual; promoção de campanhas e patrocínios para exposições no hotel (arte, música); indicação de mapas e explicação sobre pontos turísticos da cidade; fabricação própria de massas e sorvetes; reaproveitamento de água (no uso da lavanderia); sistema de *time* para redução de energia; política de processo seletivo local para contratação de novos colaboradores; contratação de fornecedores e produtores locais; coleta de lixo seletiva; reforço para a equipe de cozinha sobre limpeza e reciclagem de latinhas e garrafas pets; subsídio

para colaboradores que utilizarem bicicletas como meio de transporte; aquisição de edredons e travesseiros fabricados com garrafas recicláveis; não consumo de espécies de peixes ameaçados de extinção, existência de universidade para formação de profissionais; oportunidades iguais de emprego para colaboradores; reutilização de toalhas; introdução de garrafa pet nos vasos sanitários para diminuição do consumo de água; utilização de lâmpadas LED e equipamentos de gás para aquecimento de água. Procedimentos estes, que também podem ser observados no contexto nacional, onde diversas iniciativas da sociedade civil buscam práticas de responsabilidade socioambiental, sejam elas filantrópicas ou beneficentes, tais como Organização não Governamental – ONG, Organização da Sociedade Civil de Interesse Público – OSCIP, Institutos ou Fundações sem fins lucrativos.

No desenrolar da pesquisa, constatou-se que os critérios “Social” e “Gestão da atividade fim” são os que apresentaram maior desempenho, com 63% e 59,4% respectivamente. O critério “Patrimônio” apresentou desempenho de 32,2%, o critério “Meio ambiente” desempenha 27,4% e o critério “economia” apresentou 24,4% de desempenho socioambiental. Assim, percebeu-se um total de 44,2% de contribuição de responsabilidade socioambiental na hotelaria em Brasília, numa escala de 0 a 100.

Deste modo, foram mapeadas as práticas de responsabilidade socioambiental na hotelaria de Brasília e constatados seus benefícios sociais, econômicos e ambientais, bem como do patrimônio cultural, ofertados aos turistas e comunidade de Brasília, o que contempla os objetivos específicos da pesquisa.

Observou-se, nesta pesquisa, a contribuição da hotelaria de Brasília nas práticas de responsabilidade socioambiental, no entanto, sendo a hotelaria um segmento de serviços de grande importância estratégica para o desenvolvimento do turismo e um setor que se apresenta em crescimento e em transformação contínua, torna-se fundamental que a hotelaria eleve o desempenho dos critérios de gestão da atividade fim, social, econômico, patrimônio e meio ambiente a um resultado mais expressivo, atendendo ao novo conceito de cidadania, em que o Estado não é o único responsável pelo o bem estar da sociedade.

É importante ressaltar as dificuldades para a aplicação da técnica de entrevista junto aos usuários dos hotéis, devido à falta de receptividade de alguns gestores para a permanência dos entrevistadores nas instalações ou proximidades dos hotéis. Também foram detectadas falta de atualização e divergências de dados estatísticos



em algumas instituições, como Secretaria de Turismo e associações hoteleiras, o que impediu maiores registros estatísticos na pesquisa.

## **Recomendações**

Como visto nesta pesquisa, a percepção do usuário não reflete, na sua totalidade, o mesmo entendimento dos gestores sobre as ações e práticas de responsabilidade socioambiental realizadas pela hotelaria em Brasília. O que conduz aos diferentes olhares sobre o mundo, pois a percepção está relacionada à atitude corpórea, não é uma representação mentalista, mas um acontecimento da corporeidade e como tal da existência. Pois, conforme Merleau-Ponty (1945/1994) a percepção também se refere ao campo da subjetividade e da historicidade, ao mundo dos objetos culturais, das relações sociais, do diálogo, das tensões, das contradições e do amor como amálgama das experiências afetivas. Sob o sujeito encarnado, correlacionamos o corpo, o tempo, o outro, a afetividade, o mundo da cultura e das relações sociais.

Dimensionar os elementos responsáveis pelo êxito organizacional e manter a competitividade das empresas de turismo no mercado é um dos principais desafios dos gestores e como teoriza Avena (2015, p.49), neste contexto, é necessário que: as organizações estejam sempre prontas para uma mudança de paradigmas; prontas para o exercício de novas tendências e prontas para o empreendimento das novas chamadas, tanto econômicas quanto sociais. É necessário o entendimento do turismo como fenômeno social, onde as relações se manifestam de forma mútua num complexo de elementos diversificados. Assim, como resultado deste estudo, recomenda-se:

- admitir a importância do planejamento estratégico para o turismo, com definição de responsabilidades públicas e privadas;
- incorporar práticas e ações de responsabilidade socioambiental nas diversas organizações, no intuito de melhoria de processos e da construção de uma sociedade sustentável; e
- fomentar a pesquisa científica, com parceria entre os órgãos públicos e privados para melhoria de ferramentas e banco de dados, potencializando as informações dos diversos temas pesquisados.

## **Futuros desenvolvimentos**

A responsabilidade socioambiental é um tema de extrema relevância para a construção das empresas e sociedades sustentáveis. Como todo trabalho de pesquisa, não é possível desenvolver além do que se estabeleceu no escopo inicial. Dessa forma, algumas lacunas foram observadas no decorrer deste estudo, o que nos leva a propor como futuros desenvolvimentos de pesquisas acadêmicas:

- a) Considerar o Turismo como setor estratégico;
- b) identificar o turismo como fenômeno social, como forma de desenvolvimento humano;
- c) desenvolver o planejamento estratégico turístico, baseado no conceito de responsabilidade socioambiental;
- d) realizar parcerias Público x Privada no setor turístico;
- e) criar programas de hospedagem para crianças e adolescentes;
- f) efetivar o acesso para pessoas com deficiência nos equipamentos turísticos em todos os hotéis;
- g) praticar a economia criativa como propulsora do desenvolvimento turístico;
- h) fortalecer a relação turista e o patrimônio cultural; e
- i) planejar ações estratégicas alinhadas com o sistema turístico.

## **Contribuições**

A principal contribuição deste estudo é constatada na concepção de uma organização com responsabilidade para além da atividade fim, ou seja: com responsabilidade socioambiental, com amparo na abordagem de Ashely (2004 p.3), onde, para a autora deve haver um desenvolvimento de estratégias empresariais competitivas por meio de soluções socialmente corretas, ambientalmente sustentáveis e economicamente viáveis.

A pesquisa também proporcionou um melhor entendimento sobre a necessidade de uma nova atitude na gestão de práticas de responsabilidade socioambiental para uma maior promoção do turismo, o que torna um desafio para os gestores e decisores dos empreendimentos hoteleiros.

Percebeu-se a importância de parcerias entre a iniciativa privada e os órgãos governamentais para o desenvolvimento de estratégias voltadas ao turismo, compactuando assim, com o desenvolvimento do turismo para além do fator econômico, ou seja: para um turismo como um fenômeno social.

Conclui-se esta pesquisa com a afirmação de que o acúmulo de experiências já praticadas pelo Estado e por empresas voltadas à responsabilidade socioambiental, soma-se ao importante papel da sociedade e do mundo acadêmico na discussão sobre a vida, os costumes, os desafios e as possíveis ações para o desenvolvimento da responsabilidade socioambiental.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALMEIDA, J.C et NASCIMENTO, M.E.M. Responsabilidade Socioambiental na Hotelaria de Brasília. In.: **IV Seminário Latino-Americano de Políticas Públicas e Turismo** – Centro de Excelência em Turismo, Universidade de Brasília, DF, 2016.
- ALVES, M. **Como Escrever Teses e Monografias** – Um roteiro passo a passo. Ed. Campus, 2ª Edição.
- ASHLEY, P. A. – Coordenação – **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2004.
- AVENA, B. M. **Viajando... Se (trans)formando...** – Turismo e Viagens. I.Título. Bookstart, Rio de Janeiro, 2015.
- BANA e COSTA, C.A. **Processo de Apoio à Decisão: Problemáticas, Atores e Ações**. Apostila do Curso de Metodologia Multicritério em Apoio à Decisão. ENE, UFSC, Florianópolis – SC – 1995.
- \_\_\_\_\_, C.A. e VANSNICK, J. **Uma Nova Abordagem ao Problema da Construção de uma Função de Valor Cardinal: M-MCBETH**. Investigação operacional, v. 15, junho, 1995.
- BEGHIN, N. **A Filantropia empresarial: nem caridade, nem direito**. Dissertação de mestrado, Política Social - UNB, Brasília, 2003
- BORGER, F.G. **Responsabilidade social: efeitos da atuação social na dinâmica empresarial**. Tese de doutorado Faculdade de Economia Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, 2001.
- BNDS Setorial, Rio de Janeiro, n22, 2005.
- BRANDÃO, C. E. L e SANTOS, H. L. **Guia de sustentabilidade para as empresas**. Instituto Brasileiro de Governança Corporativa. São Paulo, SP:IBGC, 2007.
- BRASIL. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE. **Meios de Hospedagem: estrutura de consumo e impactos na economia**. São Paulo: SEBRAE, 2007.

BUSCH, S. E. e RIBEIRO, H. **Responsabilidade socioambiental empresarial: revisão da literatura sobre conceitos.** INTERFACEHS – Revista de Gestão Integrada em Saúde do Trabalho e Meio Ambiente – v.4, n.2, Artigo 1, maio/ago.2009.

CAMPOS, N. **Turismo, ética e responsabilidade social com crianças e adolescentes.** CENÁRIO, Brasília – V1, n1/46-45/, Brasília, 2013.

CARROL, A.B. **Corporate social responsibility: evolution of a definitional construction.** Business&Society, v. 38, n.3, p. 268-295, 1999.

CHIESA, A.M.; CIAMPONE, M.H.T. Princípios gerais para a abordagem de variáveis qualitativas e o emprego da metodologia de grupos focais. In: **Associação Brasileira de Enfermagem.** A Classificação internacional das práticas de enfermagem em saúde coletiva – CIPESC. Brasília: ABEN. 1999.

COLTRO, A. – **Ética e responsabilidade social corporativa: questões contemporâneas.** Conhecimento & Sabedoria. São Paulo, 2004.

COSTA, L. **Brasília, a cidade que inventei:** Relatório do Plano Piloto. GDF, 1991.

DECLARAÇÃO DOS DIREITOS HUMANOS. UNIC/Rio/005, Janeiro 2009 (DPI/876).

**DIÁRIO do Rio**, 2015. Hotel Glória – Rio de Janeiro. Disponível em: <http://diariodorio.com/histria-do-hotel-glria/>. Acessado em 10 de maio de 2017.

DIAS, C. M. M. **Hospitalidade:** Reflexões e Perspectivas. Barueri, SP: Manole, 2002.

DIAS, R; AGUIAR, M. R. **Fundamentos do turismo.** São Paulo: Alínea, 2002.

DIGITAL COMMONWEALTH, 1929. Disponível em: <https://www.digitalcommonwealth.org/search/commonwealth:cn69mv587> . Acesso em 02 de Julho de 2017.

DRY EVERYWHERE. HÔTEL RITZ PARIS, 2011. Disponível em: <http://drieverywhere.net/2011/10/27/hotel-ritz-paris/>. Acesso em 02 de junho de 2017.

DUARTE, G. D. e DIAS, J. M. **Responsabilidade Social: a empresa hoje**. Rio de Janeiro; São Paulo: LTC – Livros Técnicos e Científicos: Fundação Assistencial Brahma. 1986.

DUARTE, V. V. **Administração de Sistemas Hoteleiros: conceitos básicos**. São Paulo: editora Senac, 2001.

ENSSLIN, L.; MONTIBELLER, G.; NORONHA, S.. **Apoio à Decisão – Metodologia para Estruturação de Problemas e Avaliação Multicritério para Alternativas**. INSULAR, Florianópolis, 2001.

ENSSLIN, S.R.; CARVALHO, F.N.; GALLON, A.V. e ENSSLIN, L.. **Uma Metodologia Multicritério (MCDA-C) para Apoiar o Gerenciamento do Capital Intelectual Organizacional**. RAM, Ver. Adm. Mackenzie, v. 9, m.7. 2008.

EON,F. **O que é responsabilidade social?** Revista Responsabilidade Social.com, 2014.

**EPHEMERAL New York**. Hotel Savoy – New York Disponível em: <https://ephemeralnewyork.wordpress.com/tag/hotel-savoy/>. Acessado em 18 de junho de 2017.

FREEMAN, R. E.; McVEA, J. A. **Stakeholder approach to strategic management**. In: HITT, M.; FREEMAN, E.; HARRISON, J. Handbook of strategic management. Oxford: Blackwell Publishing, 2000.

\_\_\_\_\_. **Stakeholder approach to strategic management**. Darden Business School Working Paper, Charlottesville, n. 01-02, 2001. Disponível em: [papers.ssrn.com](http://papers.ssrn.com). Acesso em 09 de novembro de 2016.

FRÖHLICH, A. **A Relação entre Responsabilidade Social, Sustentabilidade e Qualidade de vida**. Dissertação de Mestrado. Universidade Estadual de Ponta Grossa – UEPG. Campus Central, 2011

GARCIA, J. **O Negócio do Social**, Jorge Zahar Ed. Rio de Janeiro, 2004.

Informativo Arquivo Histórico de São Paulo, 2013. Esplanada Hotel, São Paulo. Disponível em: <<http://www.arquiamigos.org.br/info/info33/i-ensaio3.htm>>. Acessado em 10 de maio de 2017.

JENSEN, M. **Value Maximization, stakeholder Theory, and the Corporate Objective Function.** *Journal of applied Corporate Finance*, [S.1], v. 14, n.3, p.8-21, Fall 2001.

KARKOTLI, G. e Aragão, S. D. **Responsabilidade social: uma contribuição à gestão transformadora das organizações.** Petrópolis, RJ. Vozes, 2008.

LIMA, F. S. **Usabilidade das Tecnologias de Informação e Comunicação no BRT-DF: Uma análise construtivista da percepção do usuário – TCC, FACE, UNB.** 2016.

MACHADO Filho, C.P. **Responsabilidade social e governança: o debate das implicações.** São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006.

MARQUES, J. A. **Introdução à hotelaria.** Bauru: EDUSC, 2003.

MATSUSHITA, M. A. **Gestão socialmente responsável: a influência dos valores dos gestores.** Programa de Administração em Administração de empresas. São Paulo, Universidade Presbiteriana Mackenzie, 2004.

Menu Carta da Terra. Disponível em < <http://mma.gov.br/agenda21> > Acessado em: 14 out. 2016.

Merleau-Ponty, M. **Fenomenologia da percepção** (C. Moura, Trad.). São Paulo: Martins Fontes, 1994. (Texto original publicado em 1945).

MOESCH, M. **A produção do saber turístico.** Contexto, São Paulo, 2002.

MOLINA, S. **Turismo e ecologia.** Bauru, SP. Edusc, 2001.

NÓS no Mundo, 2016 - Mapa detalhado do setor hoteleiro – Brasília/DF. Disponível em: < <http://www.nosnomundo.com.br/2016/02> >. Acessado em 10 de maio de 2017.

OMT. **Introdução ao Turismo.** São Paulo: Roca, 2001.

OLIVEIRA, F.R. S. Relações Públicas e Comunicação com a empresa cidadã. Universidade Estadual Paulista Julio Mesquita Filho. Em **Responsabilidade Social das Empresas** – a contribuição das universidades. São Paulo: Peirópolis, 2002.

OLIVEIRA, M. A. L. **SA 8000**: o modelo ISO 9000 aplicado à responsabilidade social, Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

PALADINI, E. P. **Gestão da qualidade no processo**. São Paulo: Atlas, 1995.

PIRES, M. J. **Raízes do Turismo no Brasil**. 2ª Ed. São Paulo: Manole, 2001.

POUPART, J. e outros. **A pesquisa qualitativa**: enfoques epistemológicos e metodológicos -tradução de Ana Cristina Nasser. – Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

RESPIRE Turismo, 2010. Disponível em <https://vanesalopez.wordpress.com/pesquisas/copacabana-palace-hotel/>  
Acessado em: 10 de maio de 2017.

RICHARDSON, R. J. e colaboradores – **Pesquisa Social – Métodos e Técnicas**, 3ª Edição, Revista ampliada, Ed. Atlas, São Paulo, 1999.

RODRIGUES, E.C.C. – **Metodologia para Investigação da Percepção de Inovações na Usabilidade do Sistema Metroviário** – Uma Abordagem Antropotecnológica – Tese de Doutorado em Transportes – UNB, Brasília, 2014.

SAMPA história, 2014. Hotel Términus. Disponível em:<<https://sambahistorica.files.wordpress.com/2014/11/1920-hotel-terminus>>.  
Acessado em 18 junho 2017.

SANTOS, R. C. X. **Perfil do setor hoteleiro do Distrito Federal**. Brasília: SEBRAE/DF, 2005.

SETUR. Secretaria de Economia, Desenvolvimento Sustentável e Turismo do Distrito Federal. **Relatório da Oferta Turística do Distrito Federal** – 2015. Brasília: Observatório do Turismo, 2015.

SROUR, H. R. **Poder, cultura e ética nas organizações**. Campus, Rio de Janeiro, 1985.



STERNBERG, E. ***The Stakeholder Concept: A Mistaken Doctrine***. *Foudation for Business Responsibilities, Issue Paper n.4*, Nov. 1999. Disponível em [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=263144](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=263144). Acesso em 12 de abril de 2017.

STEWART, D.W., SHANASANI, P. – **Focus Group Research: exploration and discovery**. Newburry Park: Sage, 1990.

ST – **Serviços Turísticos e Transporte Executivo**. Foto representativa de Brasília, DF. Disponível em <http://solucaoemtransporte.com.br/sites/tours/brasilgia/>. Acessado em 18 de junho de 2017.

TOLDO, M. **Responsabilidade Social Empresarial**. São Paulo: CeUNSP. In: *Responsabilidade Social das Empresas - A contribuição das universidades*. São Paulo, Peirópolis, 2002

Urbanistas por Brasília, 2011. Setores hoteleiros sul e norte – Brasília/DF. Disponível em: <<https://urbanistasporbrasilgia.wordpress.com/2011/10/27/>>. Acessado em: 10 de maio de 2017.

VALLEN, G. K.; VALLEN, J. J. **Check-in, check-out: gestão e prestação de serviços em hotelaria**. 6ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

VERGARA, S. C. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 11ª Ed. São Paulo. Atlas, 2009.

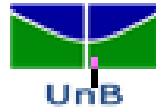
YOUNG, R. ***Dilemmas and advances in corporate social responsibility in Brazil: the work of the Ethos Institute***. *Natural Resources Forum*, V.28, p- 291-301, 2004.

WINTER, G. **Gestão e ambiente: modelo prático de integração empresarial**. Lisboa: Texto, 1992.



## APENDICE A

Roteiro para aplicação da técnica de Brainstorming, com objetivo de orientar os participantes da reunião na execução das tarefas



Universidade de Brasília – UnB  
Centro de Excelência em Turismo – CET  
Mestrado Profissional em Turismo

### RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL NA HOTELARIA DE BRASÍLIA: Uma Análise Construtivista da Percepção do Usuário

(Brainstorming para Viabilizar o Trabalho Final de Dissertação)

Orientanda: **Josefa do Carmo de Almeida**

Orientadora: **Profa. Dra. Maria Elenita Menezes Nascimento**

Brasília, 2017



### Brainstorming

- Técnica que auxilia na geração e seleção de ideias para melhoria de processos organizacionais.

O Brainstorming, nesta pesquisa, SERÁ:

- Aplicada aos ~~decisores~~, representantes das instituições envolvidas e especialistas em gestão da hotelaria;
- Terá o intuito de identificar as principais práticas de responsabilidade socioambiental na hotelaria de Brasília;
- Ratificará os atores da pesquisa; e
- Contribuirá com dados elementares para o documento a ser discutido no grupo focal (auxiliará no método da pesquisa);

### Problema

As ações empreendidas na hotelaria de Brasília estão em consonância com as práticas de responsabilidade socioambiental?

### Objetivo Geral

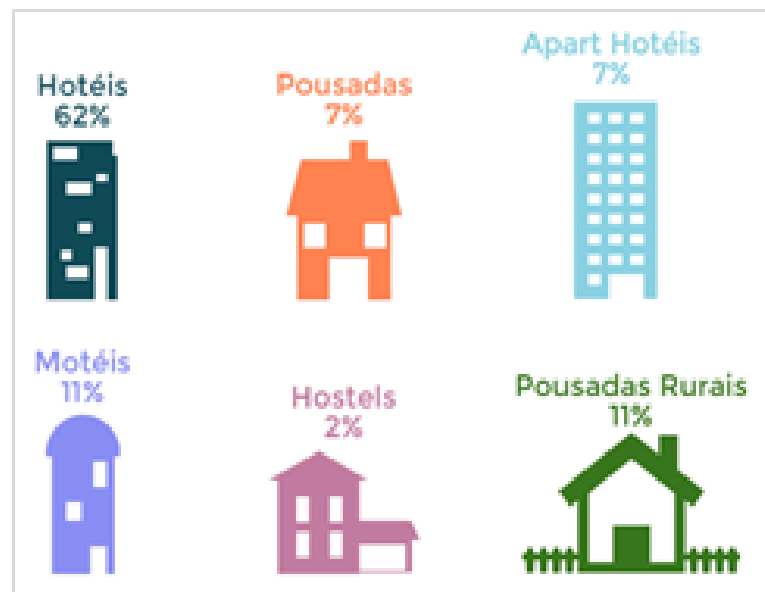
Analisar se há contribuição de responsabilidade socioambiental na hotelaria, tendo como recorte os hotéis do Plano Piloto, da cidade de Brasília, Distrito Federal, nos anos de 2016 e 2017, a partir da percepção de seus usuários.



### Justificativa

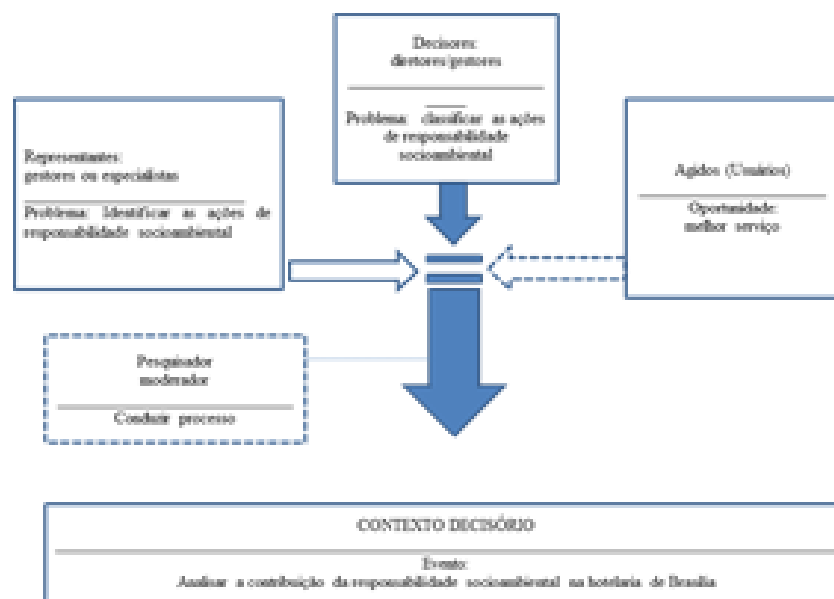
Segundo [Kapçotli](#) e Aragão (2008) a responsabilidade socioambiental está inserida no cotidiano de diversas empresas que englobam "além de interesses de proprietários, dirigentes e trabalhadores, ações que correspondam às responsabilidades de que está investida, dentre as quais podem ser destacadas: a qualidade intrínseca de seus produtos e as consequências de sua utilização; o padrão dos serviços prestados; proteção e preservação do meio ambiente, bem como os efeitos diretos de sua atividade sobre o bem-estar da comunidade". Sendo assim, faz-se necessário que, além do negócio, haja um propósito no mundo corporativo.

### Tipologia dos Meios de Hospedagem do Distrito Federal





### Atores do Processo de Análise da Contribuição da Responsabilidade Socioambiental na hotelaria de Brasília:



<b>Sugestão da pesquisadora para levantamento de práticas e ações de R.SA</b>		
<b>Variáveis de Responsabilidade Socioambiental na hotelaria de Brasília</b>	<b>Características</b>	<b>Observações</b>
<b>Gestão Sustentável</b>	Existem sistemas de gestão que abordam questões ambientais, sociais, culturais, econômicos, qualidade, saúde e segurança que podem ser simples ou mais complexos de acordo com o tamanho da instituição (documentos, guias, diretrizes, treinamento de pessoal, normas, materiais sustentáveis etc.) ;Conformidade com a legislação; treinamento de pessoal sobre questões de qualidade, ambientais etc.	
<b>Benefícios Sociais para a Comunidade Local</b>	A organização apóia iniciativas de infraestrutura local e desenvolvimento da comunidade; oportunidades iguais de emprego (cargos em gerência); implementação de política contra a exploração sexual, especialmente de crianças;	
<b>Benefícios Econômicos para a Comunidade Local</b>	Serviços de e bens locais são comprados e oferecidos pela organização; oferta de meios para pequenos empreendedores locais desenvolverem e venderem produtos sustentáveis (artesanatos, produtos agrícolas);	

<p><b>Benefícios para o Patrimônio Cultural</b></p>	<p>A organização contribui para a proteção e preservação de locais e propriedades locais históricas e culturais;</p> <p>A organização incorpora elementos da arte local, arquitetura, ou patrimônio cultural em suas operações, decoração, comida etc.;</p>	
<p><b>Benefícios para o Meio Ambiente</b></p>	<p>Política de compras que favorecem produtos localmente adequados e ecologicamente sustentáveis (alimentos, bebidas e produtos de consumo);</p> <p>Redução de produtos descartáveis;</p> <p>Consumo de água e energia é avaliado e são adotadas medidas para minimizar o consumo;</p> <p>Mecanismos para redução do lixo ou reciclagem</p>	



**APENDICE B**

Roteiro para aplicação da técnica de Grupo Focal, com objetivo de orientar os participantes da reunião na execução das tarefas



**Universidade de Brasília – UnB  
Centro de Excelência em Turismo – CET  
Mestrado Profissional em Turismo**

**RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL****NA HOTELARIA DE BRASÍLIA: Uma Análise Construtivista da  
Percepção do Usuário**

**(Grupo Focal para Viabilizar o Trabalho Final de Dissertação)**

**Orientanda: Josely do Carmo de Almeida**

**Orientadora: Pro<sup>fa</sup> Dr<sup>a</sup> Maria Elenita Menezes Nascimento**

**Brasília, 2017**

---

### **Grupo Focal**

- Técnica de pesquisa do tipo qualitativa, que tem base em entrevistas grupais, para coletar dados ou informações através de discussões em grupo. Consiste na perseguição de informações que traduzam as percepções, crenças e atitudes a respeito de uma temática. Sua utilização está centrada em conceitos científicos de relevância para as metodologias científicas.

Grupo Focal nesta pesquisa:

- Será aplicado aos decisores, representantes das instituições envolvidas, comunidade científica e especialistas em gestão da hotelaria;
- Ratificará as principais práticas e ações de responsabilidade socioambiental na hotelaria de Brasília;
- Terá o intuito de confrontar os pontos de vista elementares com o rótulo da pesquisa, para filtrar e identificar os pontos de vista fundamentais; e
- Estabelecerá as taxas de contribuição de cada questão avaliativa, correspondente a cada ponto de vista fundamental e subponto de vista fundamental.

### **Problema de Pesquisa**

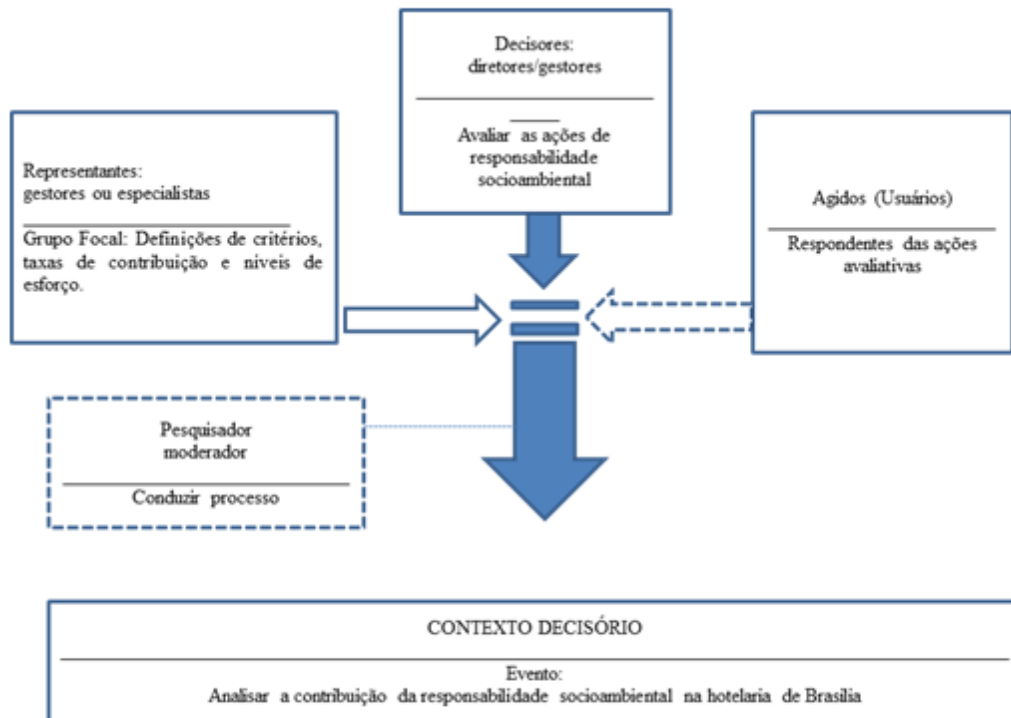
As ações empreendidas na hotelaria de Brasília estão em consonância com as práticas de responsabilidade socioambiental?

### **Objetivo Geral da Pesquisa**

Analisar a contribuição de responsabilidade socioambiental na hotelaria, tendo como recorte os hotéis do Plano Piloto, da cidade de Brasília, Distrito Federal, nos anos de 2016 e 2017, a partir da percepção de seus usuários.

## Atores do Processo do Grupo Focal para Análise da Contribuição da Responsabilidade Socioambiental

na hotelaria de Brasília:



## **METODOLOGIA**

**1 - Estudo de caso**

**2 - Programação multicritério de apoio à decisão (construtiva) MCDA-C (traz uma nova perspectiva pautada na identificação de multirestados esperados – vários atores de decisão atuam no processo de definição de parâmetros de análise.**

**3 - Benchmarking**

**4 - Brainstorming**

**5 - Grupo Focal**

**6 - Utilização do software MAMADecisão (ADM-GPIT-UNB)**

### APENDICE C

Apresentação de pontos de vistas elementares ao grupo focal, com o objetivo de determinar os pontos de vista fundamentais

GRUPO FOCAL – DEFINIÇÃO DOS PONTOS DE VISTA FUNDAMENTAIS		
Pontos de Vista Elementares	Rótulo	Pontos de Vista Fundamentais
Conformidade com a legislação	Contribuição da responsabilidade socioambiental	NEGÓCIO
Treinamento de colaboradores		SOCIAL
Coleta seletiva de lixo		ECONOMIA
Acessibilidade p/ portadores necessidades especiais		PATRIMÔNIO
Programa de redução de consumo de energia e água		MEIO AMBIENTE
Promoção de pontos turísticos locais		
Redução da poluição		
Oportunidades iguais de emprego		
Parcerias locais (ONGS, fornecedores)		
Promoção de espaço p/ empreendedores locais		
Política contra exploração sexual		
Conservação (biodiversidade, ecossistemas e paisagens)		

“Filtragem” para aferição pelo usuário



## APENDICE D

Cadastro dos níveis de esforço no programa MAMADecisão, com objetivo de criação de escala

### Cadastro de níveis de esforço

1.1.1. Conformidade com as leis							
Objeto de Estudo		Otimo	BOM	Razoável	NEUTRO	Negativo	Escala
RSAHBSB		Excelent	Bom	PoucSign	NãoPerce	RuimPéss	
Otimo	Excelent	Nulo	8	9	10	11	170
BOM	Bom		Nulo	9	10	11	100
Razoável	PoucSign			Nulo	2	3	30
NEUTRO	NãoPerce				Nulo	3	0
Negativo	RuimPéss					Nulo	-76
1.1.2. Registro de documentos							
Objeto de Estudo		Otimo	BOM	Razoável	NEUTRO	Negativo	Escala
RSAHBSB		Excelent	Bom	PoucSign	NãoPerce	RuimPéss	
Otimo	Excelent	Nulo	8	7	7	8	116
BOM	Bom		Nulo	8	10	7	100
Razoável	PoucSign			Nulo	9	5	53
NEUTRO	NãoPerce				Nulo	4	0
Negativo	RuimPéss					Nulo	-22
1.1.3. Segurança jurídica							
Objeto de Estudo		Otimo	BOM	Razoável	NEUTRO	Negativo	Escala
RSAHBSB		Excelent	Bom	PoucSign	NãoPerce	RuimPéss	
Otimo	Excelent	Nulo	8	9	8	8	139
BOM	Bom		Nulo	8	10	10	100
Razoável	PoucSign			Nulo	5	5	38
NEUTRO	NãoPerce				Nulo	3	0
Negativo	RuimPéss					Nulo	-47
1.2.1. Acesso (rampa, elevador...)							
Objeto de Estudo		Otimo	BOM	Razoável	NEUTRO	Negativo	Escala
RSAHBSB		Excelent	Bom	PoucSign	NãoPerce	RuimPéss	
Otimo	Excelent	Nulo	8	9	11	12	180
BOM	Bom		Nulo	9	10	11	100
Razoável	PoucSign			Nulo	2	3	31
NEUTRO	NãoPerce				Nulo	2	0
Negativo	RuimPéss					Nulo	-79
1.2.2. Adaptações para acessibilidade (barras...)							
Objeto de Estudo		Otimo	BOM	Razoável	NEUTRO	Negativo	Escala

Razoável	PoucoSign			Nulo	4	5	38
<b>NEUTRO</b>	NãoPerce				Nulo	3	0
Negativo	RuimPéss					Nulo	-38
2.1.3. Comércio (pessoas, drogas e produtos)							
<b>Objeto de Estado</b>	<b>Ótimo</b>	<b>BOM</b>	<b>Razoável</b>	<b>NEUTRO</b>	<b>Negativo</b>		
<b>RSAHBSB</b>	Excelent	Bom	PoucoSign	NãoPerce	RuimPéss		<b>Escala</b>
<b>Ótimo</b>	Excelent	Nulo	8	7	7	7	110
<b>BOM</b>	Bom		Nulo	8	10	6	100
<b>Razoável</b>	PoucoSign			Nulo	10	5	57
<b>NEUTRO</b>	NãoPerce				Nulo	4	0
<b>Negativo</b>	RuimPéss					Nulo	-16
2.1.4. Segurança física dos hóspedes no estorno Hotel							
<b>Objeto de Estado</b>	<b>Ótimo</b>	<b>BOM</b>	<b>Razoável</b>	<b>NEUTRO</b>	<b>Negativo</b>		
<b>RSAHBSB</b>	Excelent	Bom	PoucoSign	NãoPerce	RuimPéss		<b>Escala</b>
<b>Ótimo</b>	Excelent	Nulo	9	10	11	12	190
<b>BOM</b>	Bom		Nulo	9	10	11	100
<b>Razoável</b>	PoucoSign			Nulo	2	3	30
<b>NEUTRO</b>	NãoPerce				Nulo	2	0
<b>Negativo</b>	RuimPéss					Nulo	-23
2.2.1. Capacitação profissional (atendimentos)							
<b>Objeto de Estado</b>	<b>Ótimo</b>	<b>BOM</b>	<b>Razoável</b>	<b>NEUTRO</b>	<b>Negativo</b>		
<b>RSAHBSB</b>	Excelent	Bom	PoucoSign	NãoPerce	RuimPéss		<b>Escala</b>
<b>Ótimo</b>	Excelent	Nulo	8	10	11	12	184
<b>BOM</b>	Bom		Nulo	9	10	11	100
<b>Razoável</b>	PoucoSign			Nulo	2	3	30
<b>NEUTRO</b>	NãoPerce				Nulo	2	0
<b>Negativo</b>	RuimPéss					Nulo	-23
2.2.2. Oportunidades iguais (gênero, raça)							
<b>Objeto de Estado</b>	<b>Ótimo</b>	<b>BOM</b>	<b>Razoável</b>	<b>NEUTRO</b>	<b>Negativo</b>		
<b>RSAHBSB</b>	Excelent	Bom	PoucoSign	NãoPerce	RuimPéss		<b>Escala</b>
<b>Ótimo</b>	Excelent	Nulo	8	9	9	10	153
<b>BOM</b>	Bom		Nulo	8	10	10	100
<b>Razoável</b>	PoucoSign			Nulo	4	5	38
<b>NEUTRO</b>	NãoPerce				Nulo	3	0
<b>Negativo</b>	RuimPéss					Nulo	-23
3.1.1. Espaço para economia criativa (artes, música, artesanato)							
<b>Objeto de Estado</b>	<b>Ótimo</b>	<b>BOM</b>	<b>Razoável</b>	<b>NEUTRO</b>	<b>Negativo</b>		<b>Escala</b>

RSAHESE		Excelent	Bom	PoucoSign	NãoPerce	RuimPiss	
Ótimo	Excelent	Nulo	8	9	7	8	128
BOM	Bom		Nulo	8	10	8	100
Razoável	PoucoSign			Nulo	7	5	42
NEUTRO	NãoPerce				Nulo	4	0
Negativo	RuimPiss					Nulo	-58

### 3.1.2. Produtos sustentáveis (recicláveis, menos tóxicos)

Objeto de Estado		Ótimo	BOM	Razoável	NEUTRO	Negativo	Escala
RSAHESE		Excelent	Bom	PoucoSign	NãoPerce	RuimPiss	
Ótimo	Excelent	Nulo	8	9	10	10	158
BOM	Bom		Nulo	8	10	11	100
Razoável	PoucoSign			Nulo	4	5	57
NEUTRO	NãoPerce				Nulo	3	0
Negativo	RuimPiss					Nulo	-58

### 3.2.1. Fornecedores locais de bens e serviços (que minimizem impactos ambientais)

Objeto de Estado		Ótimo	BOM	Razoável	NEUTRO	Negativo	Escala
RSAHESE		Excelent	Bom	PoucoSign	NãoPerce	RuimPiss	
Ótimo	Excelent	Nulo	8	9	8	8	150
BOM	Bom		Nulo	8	10	8	100
Razoável	PoucoSign			Nulo	7	5	45
NEUTRO	NãoPerce				Nulo	4	0
Negativo	RuimPiss					Nulo	-58

### 3.2.2. Organizações de economia solidária

Objeto de Estado		Ótimo	BOM	Razoável	NEUTRO	Negativo	Escala
RSAHESE		Excelent	Bom	PoucoSign	NãoPerce	RuimPiss	
Ótimo	Excelent	Nulo	8	9	10	11	181
BOM	Bom		Nulo	8	10	11	100
Razoável	PoucoSign			Nulo	4	5	57
NEUTRO	NãoPerce				Nulo	3	0
Negativo	RuimPiss					Nulo	-61

### 4.1.1. Material informativo

Objeto de Estado		Ótimo	BOM	Razoável	NEUTRO	Negativo	Escala
RSAHESE		Excelent	Bom	PoucoSign	NãoPerce	RuimPiss	
Ótimo	Excelent	Nulo	8	9	10	11	165
BOM	Bom		Nulo	9	10	11	100
Razoável	PoucoSign			Nulo	3	5	55
NEUTRO	NãoPerce				Nulo	3	0
Negativo	RuimPiss					Nulo	-68



4.1.2. Alimentos regionais							
Objeto de Estudo		Ótimo	BOM	Razoável	NEUTRO	Negativo	Escala
RSAHBSSE		Excelent	Bom	PoucoSign	NãoProc	RuimPias	
Ótimo	Excelent	Nulo	8	9	8	8	155
BOM	Bom		Nulo	8	10	8	100
Razoável	PoucoSign			Nulo	6	5	41
NEUTRO	NãoProc				Nulo	3	0
Negativo	RuimPias					Nulo	-29
4.1.3. Avaliação dos serviços (feedback)							
Objeto de Estudo		Ótimo	BOM	Razoável	NEUTRO	Negativo	Escala
RSAHBSSE		Excelent	Bom	PoucoSign	NãoProc	RuimPias	
Ótimo	Excelent	Nulo	8	7	7	8	114
BOM	Bom		Nulo	8	10	6	100
Razoável	PoucoSign			Nulo	10	5	57
NEUTRO	NãoProc				Nulo	4	0
Negativo	RuimPias					Nulo	-17
4.2.1. Incorporação de elementos locais							
Objeto de Estudo		Ótimo	BOM	Razoável	NEUTRO	Negativo	Escala
RSAHBSSE		Excelent	Bom	PoucoSign	NãoProc	RuimPias	
Ótimo	Excelent	Nulo	8	9	10	11	164
BOM	Bom		Nulo	8	10	11	100
Razoável	PoucoSign			Nulo	3	5	33
NEUTRO	NãoProc				Nulo	3	0
Negativo	RuimPias					Nulo	-64
4.2.2. Taxa de preservação de patrimônio							
Objeto de Estudo		Ótimo	BOM	Razoável	NEUTRO	Negativo	Escala
RSAHBSSE		Excelent	Bom	PoucoSign	NãoProc	RuimPias	
Ótimo	Excelent	Nulo	8	9	8	8	151
BOM	Bom		Nulo	8	10	8	100
Razoável	PoucoSign			Nulo	7	5	44
NEUTRO	NãoProc				Nulo	3	0
Negativo	RuimPias					Nulo	-38

5.1.1. Conscientização							
Objeto de Estudo		Ótimo	BOM	Razoável	NEUTRO	Negativo	Escala
RSAHBSSE		Excelent	Bom	PoucoSign.	NãoPerce	RuimPiss	
Ótimo	Excelent	Nulo	3	9	10	11	166
BOM	Bom		Nulo	9	10	11	100
Razoável	PoucoSign.			Nulo	3	4	32
NEUTRO	NãoPerce				Nulo	3	0
Negativo	RuimPiss					Nulo	-70
5.1.2. Produtos recicláveis							
Objeto de Estudo		Ótimo	BOM	Razoável	NEUTRO	Negativo	Escala
RSAHBSSE		Excelent	Bom	PoucoSign.	NãoPerce	RuimPiss	
Ótimo	Excelent	Nulo	3	7	7	3	119
BOM	Bom		Nulo	3	10	7	100
Razoável	PoucoSign.			Nulo	10	5	56
NEUTRO	NãoPerce				Nulo	4	0
Negativo	RuimPiss					Nulo	-19
5.1.3. Produtos orgânicos							
Objeto de Estudo		Ótimo	BOM	Razoável	NEUTRO	Negativo	Escala
RSAHBSSE		Excelent	Bom	PoucoSign.	NãoPerce	RuimPiss	
Ótimo	Excelent	Nulo	3	9	3	3	133
BOM	Bom		Nulo	3	10	9	100
Razoável	PoucoSign.			Nulo	6	5	40
NEUTRO	NãoPerce				Nulo	3	0
Negativo	RuimPiss					Nulo	-41
5.2.1. Projetos arquitetônicos							
Objeto de Estudo		Ótimo	BOM	Razoável	NEUTRO	Negativo	Escala
RSAHBSSE		Excelent	Bom	PoucoSign.	NãoPerce	RuimPiss	
Ótimo	Excelent	Nulo	3	9	10	11	169
BOM	Bom		Nulo	9	10	11	100
Razoável	PoucoSign.			Nulo	2	4	31
NEUTRO	NãoPerce				Nulo	3	0
Negativo	RuimPiss					Nulo	-74
5.2.2. Projetos ambientais (parcerias)							

Objeto de Estudo		Ótimo	<u>BOM</u>	Razoável	<u>NEUTRO</u>	Negativo	Escala
<b>RSAHBSB</b>		Excelent	Bom	PoucSign	NãoPerce	RuimPéss	
<b>Ótimo</b>	Excelent	<b>Nulo</b>	8	9	8	8	137
<b><u>BOM</u></b>	Bom		<b>Nulo</b>	8	10	9	100
<b>Razoável</b>	PoucSign			<b>Nulo</b>	5	5	38
<b><u>NEUTRO</u></b>	NãoPerce				<b>Nulo</b>	3	0
<b>Negativo</b>	RuimPéss					<b>Nulo</b>	-45

## APENDICE E

### Roteiro de entrevista para coleta de informações dos usuários dos hotéis

<b>Universidade de Brasília – UnB</b> Centro de Excelência em Turismo – CET Mestrado Profissional em Turismo							
ROTEIRO DE ENTREVISTA – CONTRIBUIÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL NA HOTELARIA DE BRASÍLIA, SOB A PERSPECTIVA DO USUÁRIO							
Prezado (a) Usuário (a) – cliente, Este questionário foi elaborado para identificar a percepção do (a) usuário (a) quanto à utilização dos serviços de hotelaria na cidade de Brasília/DF. Faz parte de uma pesquisa de mestrado, vinculada ao curso de Turismo, do Centro de Excelência em Turismo, da Universidade de Brasília - UNB. É garantido o sigilo da identidade do respondente, bem como das informações fornecidas, as quais serão muito valiosas para a realização desta pesquisa. Obrigada pela participação!							
<b>Hotel:</b>		<b>Nome:</b>					
<b>Faixa Etária:</b> 16 a 20 anos ( )    21 a 30 anos ( ) 31 a 40 anos ( )    41 a 50 anos ( ) 51 a 60 anos ( )    Acima de 60 anos ( )		<b>Estado de origem:</b> <b>Frequência de utilização do hotel/ano:</b> 1x ( )    2 a 3x ( )    4 a 5x ( ) 6 a 7x ( )    8 a 9x ( )    acima de 10x ( )		<b>Sexo:</b> ( ) M    ( ) F  <b>FORMAÇÃO:</b> ENSINO MÉDIO ( )    SUPERIOR ( )    MESTRADO ( )    DOUTORADO ( )		<b>Apreciação sobre o Tema (RSA):</b> ( ) Sim    ( ) Não	
<b>Assinale com um "X" a opção mais apropriada para:</b>							
CRITÉRIOS	SUBCRITÉRIOS 1	SUBCRITÉRIOS 2 - Qual sua percepção sobre a responsabilidade socioambiental, na hotelaria de Brasília, a respeito de:	EXCELENTE	BOM	POUCO SIGNIFICANTE	NÃO PERCEBIDO OU INDIFFERENTE	RUIM OU PÉSSIMO
1. Gestão da Atividade Fim	1.1 Legislação	1.1.1 Conformidade com as leis 1.1.2 Registro de documentos 1.1.3 Segurança jurídica					
	1.2 Acessibilidade	1.2.1 Acesso (rampa, elevador...) 1.2.2 Adaptações para acessibilidade (barras...) 1.2.3 Novas tecnologias (telefones, aplicativos...)					
	1.3 Resíduos Sólidos	1.3.1 Coleta seletiva de lixo 1.3.2 Conscientização 1.3.3 Reciclagem					
	1.4 Consumo de energia e água	1.4.1 Campanha de conscientização 1.4.2 Lavanderia (racionamento) 1.4.3 Tecnologias sociais para economia de consumo					
2. SOCIAL	2.1 Exploração e assédio	2.1.1 Exploração e assédio sexual 2.1.2 Conscientização 2.1.3 Comércio (pessoas, drogas e produtos) 2.1.4 Segurança Física dos hóspedes no Entorno do Hotel					
	2.2 Desenvolvimento Humano	2.2.1 Capacitação profissional (atendimento) 2.2.2 Oportunidades iguais (gênero, raça)					
3. ECONOMIA	3.1 Empreendedorismo	3.1.1 Espaço para economia criativa (artes, música, artesanato) 3.1.2 Produtos sustentáveis (recicláveis, menos tóxicos)					
	3.2 Parcerias	3.2.1 Fornecedores locais de bens e serviços (que minimizem impacto ambiental) 3.2.2 Organizações de Economia Solidária					
4. PATRIMÔNIO	4.1 Promoção do Turismo	4.1.1 Material informativo 4.1.2 Alimentos regionais 4.1.3 Avaliação dos serviços (feedback)					
	4.2 Preservação e proteção de elementos culturais	4.2.1 Incorporação de elementos locais 4.2.2 Taxa de preservação de patrimônio					
5. MECO AMBIENTE	5.1 Redução da Poluição	5.1.1 Conscientização 5.1.2 Produtos recicláveis 5.1.3 Produtos orgânicos					
	5.2 Biodiversidade, ecossistemas e paisagens	5.2.1 Projeto arquitetônico 5.2.2 Projetos ambientais (parcerias)					

## ANEXO

Critérios globais para turismo sustentável utilizados para o norteamento do levantamento de práticas e ações de responsabilidade socioambiental, desenvolvidas pela hotelaria



**Global Sustainable Tourism Criteria**  
FOR  
**Hotels and Tour Operators**  
VERSION 2, 23 FEBRUARY 2012  
COMBINED WITH  
**Suggested Performance Indicators**  
VERSION 2.0, 10 DECEMBER 2013

### Preamble

Sustainable tourism is on the rise: consumer demand is growing, travel industry suppliers are developing new green programs, and governments are creating new policies to encourage sustainable practices in tourism. But what does “sustainable tourism” really mean? How can it be measured and credibly demonstrated, in order to build consumer confidence, promote efficiency, and fight false claims?

The Global Sustainable Tourism Criteria are an effort to come to a common understanding of sustainable tourism, and are the minimum that any tourism business should aspire to reach. They are organized around four main themes: effective sustainability planning; maximizing social and economic benefits for the local community; enhancing cultural heritage; and reducing negative impacts to the environment. Although the criteria are initially intended for use by the accommodation and tour operation sectors, they have applicability to the entire tourism industry.

The criteria are part of the response of the tourism community to the global challenges of the United Nations’ Millennium Development Goals. Poverty alleviation and environmental sustainability – including climate change – are the main cross-cutting issues that are addressed through the criteria.

Beginning in 2007, a coalition of 27 organizations – the Partnership for Global Sustainable Tourism Criteria – came together to develop the criteria. They have out to close to 80,000 tourism stakeholders, analyzed more than 4,500 criteria from more than 60 existing certification and other voluntary sets of criteria, and received comments from over 1500 individuals. The first version of the criteria was released in October 2008 and was publicly available for comment until April 2011. The Global Sustainable Tourism Council reviewed all comments received, responded to each, and revised the criteria accordingly. The revised criteria were available for public comment and review from July 15 –



**Global Sustainable Tourism Criteria**  
Hotels and Tour Operators

October 15, 2011 in English, French, Spanish, and Mandarin. Again all comments were reviewed and addressed, to produce this version 2 of the Global Sustainable Tourism Criteria for hotels and tour operators. The next revision will take place in 2016. The Global Sustainable Tourism Criteria are administered by the Global Sustainable Tourism Council.

Some of the expected uses of the criteria include the following:

- Serve as basic guidelines for businesses of all sizes to become more sustainable, and help businesses choose sustainable tourism programs that fulfill these global criteria;
- Serve as guidance for travel agencies in choosing suppliers and sustainable tourism programs;
- Help consumers identify sound sustainable tourism programs and businesses;
- Serve as a common denominator for information media to recognize sustainable tourism providers;
- Help certification and other voluntary programs ensure that their standards meet a broadly-accepted baseline;
- Offer governmental, non-governmental, and private sector programs a starting point for developing sustainable tourism requirements; and
- Serve as basic guidelines for education and training bodies, such as hotel schools and universities.

The criteria indicate what should be done, not how to do it or whether the goal has been achieved. This role is fulfilled by performance indicators, associated educational materials, and access to tools for implementation, all of which are an indispensable complement to the Global Sustainable Tourism Criteria.

The Global Sustainable Tourism Criteria were conceived as the beginning of a process to make sustainability the standard practice in all forms of tourism.

## Use of the Criteria

©COPYRIGHT Global Sustainable Tourism Council. Copyright and ownership of the intellectual property contained in this document remains with the Global Sustainable Tourism Council. The moral rights of authorship by the Global Sustainable Tourism Council are asserted. The tourism industry, governments, community organisations and individuals are encouraged to use the GSTC as a basis for achievement of sustainability.

The criteria (and indicators) may be reproduced in full (but must include the "criteria application" section, see below) provided there is proper citation and referencing of the GSTC as the owner and author of the work (referencing should include "...see [www.gstcouncil.org](http://www.gstcouncil.org) for the current GSTC Criteria, relevant indicators and definitions of terms."). The use of the GSTC Criteria and indicators as a basis for the development of local sustainability guidelines and standards is encouraged. The GSTC Criteria and Indicators may be used as a general framework or background guide, or they may be set out in full as the GSTC Criteria (which may include the GSTC indicators) and then locality or industry sector specific measures/guidelines/indicators can be adopted for each GSTC criteria/indicator. Other than fair dealing for educational purposes, partial publication of the GSTC criteria is not permitted and would be considered a breach of the GSTC's moral rights.

NOTE: The GSTC regularly reviews and updates the GSTC criteria and indicators on the basis of consultation feedback and emerging knowledge and trends in sustainability. Users of the GSTC criteria should ensure they regularly appraise themselves of the current GSTC criteria and indicators.



## Criteria Application

It is recommended that all criteria be applied to the greatest extent practical, unless for a specific situation the criterion is not applicable and this is justified. There may be circumstances in which a criterion is not applicable to a specific tourism product, given the local regulatory, environmental, social, economic or cultural conditions. In the case of micro and community-owned tourism businesses which have a small social, economic and environmental footprint, it is recognized that limited resources may prevent comprehensive application of all criteria.

Further guidance on these criteria may be found from the performance indicators and glossary, which are published by the Global Sustainable Tourism Council.

## Performance Indicators

The performance indicators presented here are designed to provide guidance in measuring compliance with the Global Sustainable Tourism Criteria for Hotels and Tour Operators (GSTC-HTO). They are not intended to be the definitive set or all-inclusive, but to provide a solid sample set for users of the GSTC-HTO in developing their own indicator sets. This set of indicators will be updated periodically, as new information is developed. If you would like to suggest new indicators or other improvements, please send your suggestions to [accreditation@gstcouncil.org](mailto:accreditation@gstcouncil.org).

CRITERIA	INDICATORS
<b>SECTION A: Demonstrate effective sustainable management</b>	
<b>A1 Sustainability management system</b>	IN-A1.a. There is a sustainability management system in place which is appropriate to the organization's scale and size.
<b>The organization has implemented a long-term sustainability management system that is suitable to its reality and scope, and which addresses environmental, social, cultural, economic, quality, health and safety issues.</b>	IN-A1.b. The system addresses environmental, social, cultural, economic, quality, health and safety issues.
	<b>GUIDANCE:</b> Small organizations with small staff may have a simple system, provided it is implemented (emphasis is on performance). Larger organizations must have documented systems, formal reporting, records and training (performance is vital with sustainable management embedded within organizations management).
<b>A2 Legal compliance</b>	IN-A2.a. Compliance with all relevant legislation and regulations (including health, safety, labor and environmental).
<b>The organization is in compliance with all applicable local to international legislation and regulations (including, among others, health, safety, labor and environmental aspects).</b>	IN-A2.b. There is an up-to-date list of legal requirements.
	<b>GUIDANCE:</b> An overall register of legal requirements and documentation showing compliance with fees/conditions is desirable. Compliance with permit/license and planning conditions should be documented.

CRITERIA	INDICATORS
<b>A3 Guidance and training</b>  <b>All personnel receive periodic guidance and training regarding their roles and responsibilities with respect to environmental, social, cultural, economic, quality, health and safety issues.</b>	IN-A3.a. All staff has awareness of their roles and responsibilities with respect to environmental, social, cultural, economic, quality, health and safety issues. IN-A3.b. Staff have locally required licences/certification relevant to their duties (e.g. sewage treatment plant operator). GUIDANCE: On-the-job and formal training is provided as required to ensure awareness. Larger organizations must have formal training with materials and duty statements for critical tasks/responsibilities. Training and manuals etc. are in appropriate languages. Staff with required certifications/licences should be supported to maintain currency/understand best practice.
<b>A4 Customer Satisfaction</b>  <b>Customer satisfaction, including sustainability aspects, is measured and corrective action taken.<sup>(1)</sup></b>	IN-A4.a. A complaint system is in place which records customer complaints and corrective actions. GUIDANCE: Best practice is to have proactive customer satisfaction surveys/interviews with analysis and corrective action/improvement programs,
<b>A5 Accurate Promotion</b>  <b>Promotional materials are accurate and complete with regard to the organization and its products and services, including sustainability claims. They do not promise more than is being delivered.</b>	IN-A5.a. Marketing materials set realistic expectations and do not make false or misleading claims. GUIDANCE: Images are of the actual experiences and places visited by customers. Marketing about wildlife or cultural events does not promise sightings which are not guaranteed. Claims about sustainability should be based on past performances not sustainability aspirations.
<b>A6 Buildings and Infrastructure</b>  <b>Planning, design, construction, renovation, operation and demolition of buildings and infrastructure...</b>	
<b>A.6.1 Compliance</b>  <b>...comply with zoning requirements and with laws related to protected areas and heritage consideration.</b>	IN-A6.1.a. Land use and activities are in compliance with local zoning and protected or heritage area laws and regulations, including any licenses and permits and/or management plans. GUIDANCE: Consider all relevant social, conservation, urban, recreational, amenity and tourism planning instruments. Statutory instruments must be complied with and non-statutory instruments should be complied with except in appropriate circumstances. Instruments made after the organization started should be complied with as far as practical.
<b>A.6.2 Respect heritage</b>  <b>...respect the natural and cultural heritage surroundings in planning, siting, design and impact assessment.</b>	IN-A6.2.a. Siting and design has considered visual amenity, materials, landscape, the assimilative capacity of the ecosystem to change and takes into account local cultural heritage conservation and presentation aims. IN-A6.2.b. Archaeological, cultural heritage, and sacred sites have not been disturbed (inventory of sites and steps taken to protect them) IN-A6.2.c. Endangered (OR PROTECTED??) wildlife has not been displaced or reproductive habitat destroyed. IN-A6.2.d. Buildings do not destroy scenic amenity. IN-A6.2.e. Water courses/catchments/wetlands have not been altered and runoff from buildings, parking lots, and grounds is channeled and filtered. GUIDANCE: Criteria mandatory for new construction, redevelopment and new activities.



CRITERIA	INDICATORS
<b>A.6.3 Sustainable practices and materials</b>  ...use locally appropriate sustainable practices and materials.	IN-A6.3.a. Does the organization incorporate local practices, materials and crafts into structures, native plants into landscaping, and local customs into programs and operations. <b>GUIDANCE:</b> Balance the benefit of local sourcing of materials with sustainability of the materials, including life cycle considerations.
<b>A.6.4 Access</b>  ...provide access for persons with special needs, where appropriate.	IN-A6.4.a. Facilities and services (including materials) are accessible to persons with special needs. Level of accessibility is clearly communicated to the customer. <b>GUIDANCE:</b> Match the special needs access with the normal mobility expected of the customer for example city hotel would be expected to fully provide, remote mountain lodge with hiking trails as the main activity less requirements and adventure river rafting would cater only for fully able-bodied customers.
<b>A7 Land water and property rights</b>  Land and water rights, and property acquisition are legal, comply with local communal and indigenous rights, including their free, prior and informed consent, and do not require involuntary resettlement.	IN-A7.a. Land use/tenure and rights to activities have formal legal recognition or there is documentation of agreement by local communities and indigenous owners. IN-A7.b. The land use and activity has not involved any involuntary resettlement or land acquisition. <b>GUIDANCE:</b> Criteria mandatory for new construction, redevelopments and new activities.
<b>A8 Information and interpretation</b>  Information about and interpretation of the natural surroundings, local culture, and cultural heritage is provided to customers, as well as explaining appropriate behavior while visiting natural areas, living cultures, and cultural heritage sites.	IN-A8.a. Customers are aware of appropriate behaviors and have a general understanding of the local natural and cultural environment. The company has an interpretation program with displays, guides, collateral etc. <b>GUIDANCE:</b> Best practice is to engage staff of the local culture and/or experts in natural/cultural heritage of the local area to present.
<b>SECTION B: Maximize social and economic benefits to the local community and minimize negative impacts</b>	
<b>B1 Community support</b>  The organization actively supports initiatives for local infrastructure and social community development including, among others, education, training, health and sanitation. <sup>(2)</sup>	IN-B1.a. There is some form of contribution to local* community for public benefit through commercial, in-kind, or pro bono engagement. <b>GUIDANCE:</b> Best practice is a program developed in collaboration with community. The level of contribution should be commensurate with the organizations tourism business turnover and the economic status of the local community.
<b>B2 Local employment</b>  Local residents are given equal opportunity for employment including in management positions. All employees are equally offered regular training, experience and opportunities for advancement.	IN-B2.a. Local residents are employed, including in management positions. Training and career opportunities are offered to local residents. <b>GUIDANCE:</b> Best practice is employees engaged from an existing local community. The level of local resident employment should be commensurate with the seasonality, location and economic status of the local community.

CRITERIA	INDICATORS
<b>B3 Local purchasing</b>  Local services and goods are purchased and offered by the organization, following fair-trade principles.	IN-B3.a. Purchases are mostly from local providers and/or fair trade. Services offered involve local businesses to the greatest extent possible. <b>GUIDANCE:</b> Best practice is a purchasing policy which gives priority to local and fair trade suppliers that meet quality and environmentally-friendly criteria. Services and contractors etc. should be locally sourced as far as practical. For tour operators the critical aspect is to support locally owned restaurants, services, and shops utilized on tours.
<b>B4 Local entrepreneurs</b>  The organization offers the means for local small entrepreneurs to develop and sell sustainable products that are based on the area's nature, history and culture (including food and beverages, crafts, performance arts, agricultural products, etc.).	IN-B4.a. The organization provides their customers with access to local enterprises, including handcrafts, food/beverage, cultural performances, or other goods and services, to sell directly to guests, as far as practical. <b>GUIDANCE:</b> The level of local entrepreneur's access should be commensurate with the organizations tourism business turnover relative to the economic status of the local community (i.e. larger tourism business in impoverished community the access should be high, city hotel in a developed economy the access may be low).
<b>B5 Code of conduct - community</b>  A documented code of conduct for activities in indigenous and local communities has been developed and implemented with the collaboration and consent of the affected community.	IN-B5.a. Documented code of conduct with includes the organization's policy documents, marketing, staff induction and training material, and interpretive brochures. In developing the code, the organization has consulted and sought consent of the local community. <b>GUIDANCE:</b> Small organizations with few staff may have a simple approach provided it is implemented larger organizations must have documented code of conduct.
<b>B6 Exploitation and harassment</b>  The organization has implemented a policy against commercial, sexual or any other form of exploitation and harassment, particularly of children, adolescents, women and minorities. <sup>(3)</sup>	IN-B6.a. Documented policy is made known to all staff and management. In developing the code, the organization has consulted and sought consent of the local community. <b>GUIDANCE:</b> Small organizations with few staff may have a simple policy provided it is implemented; larger organizations must have documented policy and associated staff awareness and reporting systems.
<b>B7 Equal opportunity</b>  The organization offers equal employment opportunities to women, local minorities and others, including in management positions, while restraining child labor. <sup>(4)</sup>	IN-B7.a. Percentage of women and local minority employees on staff is reflective of local demographics (both in management and non-management categories). Internal promotion of women and local minorities occurs. There is no child labor (as defined by the ILO). <b>GUIDANCE:</b> In local economies with little tourism employment and/or for businesses with high degrees of training and experience requirements of staff the employment of local minorities may be reduced, however in this case some employment and training, commensurate with the size of the organization is expected.

CRITERIA	INDICATORS
<b>B8 Employee protection and wages</b>  The international or national legal protection of employees is respected, and employees are paid at least a living wage.	IN-B8.a. Salaries and benefits meet or exceed local, national and international regulations, (whichever are higher). IN-B8.b. Payment is made into national social security system (if available) for qualified employees. IN-B8.c. Overtime is paid for hours worked beyond the established work week hours and working hours must not exceed the legal maximums or those established by the International Labor Organization. IN-B8.d. All employees have the right to annual paid vacation. IN-B8.e. Health insurance or the equivalent is provided to all employees. <b>GUIDANCE:</b> Salaries and benefits for local employees should compensate to any extraordinary travel costs (e.g. out of hours travel when public transport is not available).
<b>B9 Community services</b>  The activities of the organization do not jeopardize the provision of basic services, such as food, water, energy, healthcare or sanitation, to neighboring communities. <sup>(5)</sup>	IN-B9.a. No increase in the number of incidents/reports of outages, reduced service or quality of product for the local community as compared to organization. IN-B9.b. Changes in energy/water/waste disposal costs as a % of community income. IN-B9.c. No reduction in availability of water, waste, and energy to the local community as the result of the organization's activities. <b>GUIDANCE:</b> The assessment of this criterion should as far as practical address the cumulative effects of all tourism on the local community as well as the individual organization.
<b>B10 Local livelihoods</b>  Tourism activity does not adversely affect local access to livelihoods, including land and aquatic resource use, rights-of-way, transport and housing.	IN-B10.a. The local community retains access to public and common areas and is able to engage in traditional, non-tourism livelihoods. IN-B10.b. Rights-of-way, transport, and housing remain accessible and affordable to local people. <b>GUIDANCE:</b> Tourism can distort a local economy and make non-tourism livelihoods difficult to sustain, ensuring access to including land and aquatic resource use, rights-of-way, transport and housing helps to mitigate this impact.
<b>SECTION C: Maximize benefits to cultural heritage and minimize negative impacts.</b>	
<b>C1 Code of behaviour - visits</b>  The organization follows established guidelines or a code of behaviour for visits to culturally or historically sensitive sites, in order to minimize negative visitor impact and maximize enjoyment.	IN-C1.a. The organization adopts or has its own established guideline or code of behavior which is annually reviewed. <b>GUIDANCE:</b> Best practice is for the code to be based on impact assessment and monitoring.
<b>C2 Artefacts</b>  Historical and archaeological artefacts are not sold, traded or displayed, except as permitted by local to international law.	IN-C2.a. Any sales, trading or display of historical and archeological artifacts is permitted by local to international law. <b>GUIDANCE:</b> The organization should be able to show evidence it is permitted prior to any sales, trading or display



CRITERIA	INDICATORS
<b>C3 Site protection and access</b>  The organization contributes to the protection and preservation of local historical, archeological, culturally and spiritually important properties and sites, and does not impede access to them by local residents.	IN-C3.a. There is an in-kind or cash contribution to the protection and preservation of sites visited for tour operators or within the locality for accommodation. IN-C3.b. Local resident retain equitable and cost effective access to the sites. <b>GUIDANCE:</b> The level of contribution should be commensurate with the organizations tourism business magnitude and the organisation's customers visits to the sites in relation to overall tourism visitation to the local historical, archeological, culturally and spiritually important properties and sites.
<b>C4 Presenting culture and heritage</b>  The organization incorporates elements of local art, architecture, or cultural heritage in its operations, design, decoration, food, or shops; while respecting the intellectual property rights of local communities.	IN-C4.a. Customers observe or experience aspects of local art, architecture and/or cultural heritage whilst staying with or on tour with the organization. IN-C4.b. Use of indigenous or cultural heritage design, motifs, and art respects intellectual property rights of communities and individuals. <b>GUIDANCE</b> Ensure local artworks/motifs and design which are embedded in materials by the organization (e.g. logos, elements on brochures, printed on fabrics or as murals etc.) have appropriate copyright permissions. Ensure any presentation of cultural heritage is considered appropriate to by local communities (especially local indigenous cultures).
<b>SECTION D: Maximize benefits to the environment and minimize negative impacts</b>	
<b>D1 Conserving resources</b>	
<b>D1.1 Local purchasing</b>  Purchasing policies favor locally appropriate and ecologically sustainable products, including building materials, capital goods, food, beverages and consumables.	IN-D1.1.a. There is a written purchasing policy and actual purchases of building materials, capital goods, food, beverages and consumables clearly favors local and/or ecologically sustainable products. <b>GUIDANCE</b> Small organizations with few staff may have a simple policy provided it is implemented; larger organizations must have documented policy and associated staff awareness and review of local/sustainable supplies.
<b>D1.2 Disposable goods</b>  The purchase and use of disposable and consumable goods is measured and the organization actively seeks ways to reduce their use.	IN-D1.2.a. Purchasing policy requires re-usable, returnable and recycled goods where available. Purchases are in bulk and/or avoid packaging as far as practicable. <b>GUIDANCE:</b> There should be some form of waste management practices and for larger organizations a waste management policy/plan.
<b>D1.3 Energy conservation</b>  Energy consumption is measured, sources are indicated, and measures are adopted to minimize overall consumption, and encourage the use of renewable energy.	IN-D1.3.a. Total energy consumed, per tourist specific activity (guest-night, tourists, etc.) per source. Percentage of total energy used which is renewable versus non-renewable fuel. <b>GUIDANCE</b> There should be awareness by staff and guests as to how they can minimize energy use.

CRITERIA	INDICATORS
<p><b>D1.4 Water conservation</b></p> <p>Water consumption is measured, sources are indicated, and measures are adopted to minimize overall consumption. Water sourcing is sustainable, and does not adversely affect environmental flows.</p>	<p>IN-D1.4.a. Total volume of water in kiloliters consumed per source per specific tourist activity (guest night, visitors, etc.).</p> <p>IN-D1.4.b. Water supply is either from a municipal/government approved source OR there is some evidence that the water supply is a sustainable source and has not previously and is unlikely to affect environmental flows.</p> <p>GUIDANCE</p> <p>The assessment should address impacts on groundwater aquifers, wetlands and watercourses. Potential for salinization of aquifers in arid and coastal situations should be considered.</p> <p>Where possible the cumulative impacts of tourism in the locality on water sources should be considered.</p>
<b>D2 Reducing pollution</b>	
<p><b>D2.1 Greenhouse gas emissions</b></p> <p>Greenhouse gas emissions from all sources controlled by the organization are measured, procedures are implemented to minimize them, and offsetting remaining emissions is encouraged.</p>	<p>IN-D2.1.a. Total direct and indirect greenhouse gas emissions are calculated as far as practical. The Carbon Footprint (emissions less offsets) per tourist activity or guest-night is monitored and is not increasing year on year.</p> <p>IN-D2.1.b. Carbon offset mechanisms are used where practical.</p> <p>GUIDANCE</p> <p>The rigour of the greenhouse/carbon measurement and offset program should be commensurate with the level of energy used, e.g. a wilderness trekking tour operator may focus on the pre/port trip transport aspects whereas a city hotel or large resort should have detailed carbon measurement systems in place.</p>
<p><b>D2.2 Transport greenhouse gas emissions</b></p> <p>The organization encourages its customers, staff and suppliers to reduce transportation-related greenhouse gas emissions.</p>	<p>IN-D2.2.a. Customers, staff and suppliers are aware of practical measures/opportunities to reduce transport related greenhouse gas emissions.</p> <p>GUIDANCE</p> <p>The measure is customer/staff/suppliers awareness</p>
<p><b>D2.3 Wastewater</b></p> <p>Wastewater, including gray water, is effectively treated and is only reused or released safely, with no adverse effects to the local population and the environment. <sup>(6)</sup></p>	<p>IN-D2.3.a. Wastewater is either disposed to a municipal or government approved treatment system</p> <p>OR</p> <p>IN-D2.3.b. there is a system in place to treat and ensure no adverse effects on the local population and the environment.</p> <p>GUIDANCE</p> <p>The level of treatment and rigor of assessment should be commensurate with the sensitivity of the local environment.</p>
<p><b>D2.4 Waste</b></p> <p>Waste is measured, mechanisms are in place to reduce waste, and where reduction is not feasible, to re-use or recycle it. Any residual waste disposal has no adverse effect on the local population and the environment.</p>	<p>IN-D2.4.a. There is measurement and recording of waste types and amounts disposed and the amounts and types of waste recycled.</p> <p>IN-D2.4.b. Waste disposal is to a government run or approved landfill OR there is evidence that the landfill is managed and has no effect on the environment.</p> <p>GUIDANCE</p> <p>Best practice is to have a solid waste management plan which is implemented, with quantitative goals to minimize waste that is not reused or recycled.</p>

CRITERIA	INDICATORS
<p><b>D2.5 Harmful substances</b></p> <p>The use of harmful substances, including pesticides, paints, swimming pool disinfectants, and cleaning materials, is minimized, and substituted when available, by innocuous products or processes. All storage, use, handling, and disposal of chemicals are properly managed. <sup>(7)</sup></p>	<p>IN-D2.5.a. There is a material safety data sheets (MSDS) for each chemical held/used.</p> <p>IN-D2.5.b. There has been a review of each chemical used to identify available alternatives which are more environmentally innocuous.</p> <p>IN-D2.5.c. Chemicals, especially those in bulk amounts are stored and handled in accordance with appropriate standards.</p>
<p><b>D2.6 Minimise pollution</b></p> <p>The organization implements practices to minimize pollution from noise, light, runoff, erosion, ozone-depleting compounds, and air, water and soil contaminants.</p>	<p>There is minimal pollution from:</p> <p>IN-D2.6.a. Noise</p> <p>IN-D2.6.b. Light</p> <p>IN-D2.6.c. Runoff</p> <p>IN-D2.6.d. Erosion</p> <p>IN-D2.6.e. Ozone depleting compounds</p> <p>IN-D2.6.f. Air pollutants</p> <p>IN-D2.6.g. Water pollutants</p> <p>IN-D2.6.h. Soil contaminants</p> <p>GUIDELINE</p> <p>Only in exceptional or emergency situations should there be any pollution which affects natural ecosystems or the local community.</p>
<p><b>D3 Conserving biodiversity, ecosystems and landscapes</b></p>	
<p><b>D3.1 Wildlife harvesting</b></p> <p>Wildlife species are not harvested, consumed, displayed, sold, or traded, except as part of a regulated activity that ensures that their utilization is sustainable, and in compliance with local to international laws. <sup>(8)</sup></p>	<p>IN-D3.1.a. There is evidence of compliance with local to international laws for any harvesting, consumption, display, sale, or trade of wildlife.</p> <p>GUIDANCE</p> <p>Best practice is a sustainable management plan developed with scientific experts which includes strategies, current and future plans and considers any other threatening process affecting the wildlife.</p>
<p><b>D3.2 Captive wildlife</b></p> <p>No captive wildlife is held, except for properly regulated activities, in compliance with local to international law. Living specimens of protected and wildlife species are only kept by those authorized and suitably equipped to house and care for them humanely.</p>	<p>IN-D3.2.a. There is evidence of compliance with local to international laws for any captive wildlife.</p> <p>GUIDANCE</p> <p>Generally, government approvals and licenses should be obtained for any captive protected wildlife.</p>
<p><b>D3.3 Alien species</b></p> <p>The organization takes measures to avoid the introduction of invasive alien species. Native species are used for landscaping and restoration wherever feasible, particularly in natural landscapes.</p>	<p>IN-D3.3.a. If there are weeds, feral animals, or pathogens (invasive alien species) present on site, there should be an implemented program to restrict their spread and preferably control or eradicate them.</p> <p>IN-D3.3.b. Tour operators in natural landscapes should have a program in place to ensure they do not bring in alien species, nor spread them.</p> <p>IN-D3.3.c. Review landscaping of site and consider feasibility and use of native species.</p> <p>GUIDELINE</p> <p>Special priority should be given to any highly invasive/noxious invasive species (weeds and feral animals), particularly near or in protected areas.</p>



CRITERIA	INDICATORS
<p><b>D3.4 Biodiversity conservation</b></p> <p>The organization supports and contributes to biodiversity conservation, including natural protected areas and areas of high biodiversity value.</p>	<p>IN-D4.4.a. The percentage of annual budget allocated to or in-kind support of</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>i. natural protected areas or biodiversity conservation. –OR–</li> <li>ii. land restoration (hectares) –OR–</li> <li>iii. habitats protected or restored (hectares)</li> </ul> <p>IN-D4.4.b. Environmental education in biodiversity conservation</p> <p><b>GUIDELINE</b></p> <p>The level of support for biodiversity conservation should be commensurate with the tourism product focus on presentation of biodiversity/natural values. It should be high for a wilderness lodge and may be more modest for a city based hotel.</p>
<p><b>D3.5 Wildlife interactions</b></p> <p>Interactions with wildlife, taking into account cumulative impacts, do not produce adverse effects on the viability and behaviour of populations in the wild. Any disturbance of natural ecosystems is minimized, rehabilitated, and there is a compensatory contribution to conservation management.<sup>(1)</sup></p>	<p>IN-D3.5.a. Where there are any interactions with wildlife the organization has sought approval from government or sanction from experts to ensure there are no adverse effects.</p> <p>IN-D3.5.b. If there is any disturbance of natural ecosystems there is a program in place to minimize impacts and if necessary rehabilitate the disturbance.</p> <p>IN-D3.5.c. The amount of any compensatory contribution (cash or in-kind) as a percentage of annual turnover or per guest.</p> <p><b>GUIDANCE</b></p> <p>It is best to avoid interactions with rare or endangered species unless there is absolutely no possibility of adverse effects.</p> <p>Compensatory contributions may include tour operators providing logistical support (e.g. free trips) to researchers/managers etc.</p>

- (1) The concept of customer satisfaction is clarified in the glossary, according to UNWTO indicators and GRI criteria.
- (2) Infrastructure: improvement or maintenance of community public institutions and physical plant (roads, aqueducts, sewage treatment, etc.).
- (3) The signing of the code of conduct from UNWTO, UNICEF, ECPAT, etc. is evidence of implementation of policies (see [www.thecode.org](http://www.thecode.org)).
- (4) "The term 'child labor' is often defined as work that deprives children of their childhood, their potential and their dignity, and that is harmful to physical and mental development. It refers to work that is mentally, physically, socially or morally dangerous and harmful to children; and interferes with their schooling by: depriving them of the opportunity to attend school; obliging them to leave school prematurely; or requiring them to attempt to combine school attendance with excessively long and heavy work." <http://www.ilo.org/fippec/facts/lang-en/index.htm>
- (5) Including beachfront and waterfront access
- (6) "Gray water" defined in glossary.
- (7) "Proper management of chemicals" defined in glossary.
- (8) "Wildlife" and "sustainable use" defined in glossary.
- (9) "Viability of populations" and "compensatory contributions" defined in glossary.