



Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

Mestrado em Gestão Hoteleira

As motivações dos hóspedes para ações de educação ambiental em hotelaria

Sara Espírito Santo Campos de Carvalho

Estoril, outubro 2022



Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

Dissertação de Mestrado em Gestão Hoteleira

**As motivações dos hóspedes para ações de educação ambiental em
hotelaria**

Orientadora: Professora Ana Gonçalves

Coorientador: Professor Jorge Umbelino

Sara Espírito Santo Campos de Carvalho

Estoril, outubro de 2022

Agradecimentos

Gostaria de agradecer a todos aqueles que, de algum modo, contribuiriam para a concretização desta dissertação.

À Professora Ana Gonçalves e ao Professor Jorge Umbelino, pela orientação, disponibilidade e paciência.

A todos os participantes e envolvidos nas entrevistas, pelo tempo dispensado e bons resultados que me forneceram.

Aos meus colegas, pelos encontros online (obrigada, covid!).

Ao Andrea, o meu italiano favorito, pelo apoio.

Ao Luís, pela força e presença.

À Susanne e ao Peter, os meus primeiros clientes nesta área, que me marcarão para a vida. Que mantenham a alegria e simpatia que os caracterizam e espero que nos cruzemos um dia!

Índice geral

| | | |
|-------|---|----|
| 1. | Introdução | 1 |
| 1.1 | Problemática da investigação..... | 3 |
| 1.2 | Objetivos da investigação/questões da investigação | 4 |
| 1.3 | Metodologia | 4 |
| 1.4 | Estrutura da dissertação..... | 5 |
| 2. | Ambiente e hotelaria..... | 6 |
| 2.1 | A Educação e suas modalidades | 14 |
| 2.2 | Educação ambiental | 15 |
| 2.2.1 | Educação ambiental em hotelaria | 16 |
| 3. | Metodologia | 20 |
| 3.1 | Inquérito por Questionário..... | 21 |
| 3.2 | Inquérito por Entrevista | 21 |
| 3.3 | Desenvolvimento de uma estratégia de educação ambiental | 24 |
| 3.4 | Método <i>Delphi</i> | 25 |
| 4 | Resultados e discussão | 27 |
| 4.1 | Inquérito por Questionário..... | 27 |
| 4.2 | Inquérito por Entrevista | 32 |
| 4.2.1 | Critérios ambientais | 32 |
| 4.2.2 | Separação de resíduos..... | 34 |
| 4.2.3 | Consumo de recursos..... | 35 |
| 4.2.4 | Formação em ambiente..... | 35 |
| 4.2.5 | Os hóspedes e o ambiente..... | 36 |
| 4.2.6 | Melhoria da performance ambiental | 38 |
| 4.2.7 | Estratégia de Educação Ambiental no estabelecimento hoteleiro | 39 |
| 4.3 | Estratégia de educação ambiental | 39 |
| 5. | Método Delphi | 49 |
| 6. | Conclusões e futuras linhas de ação | 56 |
| 7. | Referências Bibliográficas | 59 |
| 8. | Apêndices..... | 65 |

Índice de figuras

| | |
|--|----|
| Figura 1 – Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (DGE, 2018) | 2 |
| Figura 2 – Fatores que levam à adoção de práticas ambientais por parte de empresas | 9 |
| Figura 3 – Modalidades Educativas (Adaptado de Bruno, 2014) | 14 |
| Figura 4 – Etapas da metodologia adotada..... | 20 |
| Figura 5 – Características do Método Delphi (Adaptado de Fernandes, 2014) | 26 |
| Figura 6 – Temáticas ambientais a abordar de acordo com preferência dos potenciais hóspedes..... | 29 |
| Figura 7 – Protótipo Noytrall (Fonte: Noytrall, 2022)..... | 42 |
| Figura 8 – Características do comércio local (Adaptado de Smartcities, 2022) | 43 |
| Figura 9 – Pegada Carbónica de alimentos (Fonte: Nemecek & Poore, 2018)..... | 44 |
| Figura 10 – Quantidade de CO ₂ libertada por meio de transporte (Bhutada, 2022) | 46 |
| Figura 11 – <i>Key card holder</i> de cortiça | 47 |
| Figura 12 – Opções de informação ao housekeeping (Behappy Lounge & Brunch, 2022) | 48 |

Índice de Tabelas

| | |
|--|----|
| Tabela 1 – Sugestão de medidas a implementar em hotelaria no setor da energia (Adaptado de Almeida, 2016) | 11 |
| Tabela 2 – Entidades de alojamento turístico entrevistadas | 22 |
| Tabela 3 – Justificação para a seleção das unidades hoteleiras entrevistadas | 23 |
| Tabela 4 – Avaliação de medidas a implementar nos estabelecimentos hoteleiros | 26 |
| Tabela 5 – Identificação, por parte de potenciais hóspedes, de boas práticas ambientais implementadas nas unidades de alojamento turístico | 28 |
| Tabela 6 – Sinais para informação do housekeeping (Behappy Lounge & Brunch, 2022) | 39 |
| Tabela 7 – Valor médio de consumo de energia elétrica em hotéis (Fonte: ENA, 2019). | 41 |
| Tabela 8 – Atividades ambientais sugeridas e seus objetivos | 47 |
| Tabela 9 – Pontuações atribuídas às medidas de educação ambiental..... | 53 |

Resumo

A presente investigação pretende avaliar as motivações dos hóspedes para a participação em atividades ambientais propostas pelos estabelecimentos hoteleiros. Estas medidas fazem parte de uma Estratégia de Educação Ambiental em hotelaria, cuja criação é inovadora e visa a consciencialização dos hóspedes, ambicionado a mudança de comportamentos e aplicação dos mesmos no quotidiano pós-estadia.

A metodologia da dissertação baseia-se em inquéritos por questionário a potenciais hóspedes, inquéritos por entrevista a gestores hoteleiros e a concretização de um método *Delphi*, aplicado ao mesmo grupo de entrevistados. Estas etapas culminaram na elaboração de uma Estratégia de Educação Ambiental, cujo principal objetivo será, futuramente, integrar as políticas apresentadas nos estabelecimentos hoteleiros.

Os resultados indicam que os potenciais hóspedes se interessam por atividades relacionadas com a temática ambiental e que os hotéis já têm alguns cuidados e preocupações ambientais. No entanto, é notável que faltam medidas que impliquem os hóspedes, para que estes sintam que fazem parte da solução.

Destacam-se seis medidas que foram aprovadas por unanimidade como as mais fáceis de implementar: o incentivo ao comércio local e parceria com produtores locais, a organização de limpezas de praia ou de espaços verdes, as caminhadas ecológicas com possível visita guiada pela área envolvente, a oferta de cinzeiros portáteis para hóspedes fumadores, o apadrinhamento de associações e a aposta na comunicação entre hóspedes e *staff*.

As medidas a implementar devem ser adaptadas de acordo com a tipologia e a envolvente do alojamento.

Palavras-chave: Hotelaria; Ambiente; Educação Ambiental; Estratégia de educação ambiental; Medidas de sustentabilidade ambiental;

Abstract

This research aims to evaluate guests' motivations to participate in environmental activities proposed by hotel establishments. These measures are part of an Environmental Education Strategy in hotels, whose creation is innovative and aims to raise guests' awareness, aiming at changing behaviors and applying them in their post-stay every day.

The methodology of the dissertation is based on surveys to potential guests, semi-structured interviews to hotel managers and the implementation of a Delphi method, applied to the same group of interviewees. These steps culminated in the elaboration of an Environmental Education Strategy, whose main goal will be, in the future, to integrate the suggested policies in the hotel establishments.

The results indicate that potential guests are interested in environmentally themed activities and that hotels already have some environmental awareness and concerns. However, it is notable that there is a lack of measures that involve the guests, so that they feel they are part of the solution.

Six measures have been unanimously approved as being the easiest to implement: encouraging local businesses and partnerships with local producers, organizing beach or green space clean-ups, promoting ecological walks with possible guided tours of the surroundings, providing portable ashtrays for smoking guests, sponsoring associations, and investing in the communication between guests and staff.

The measures to be implemented should be adapted according to the type and surroundings of the accommodation.

Keywords: Hospitality; Environment; Environmental education; Environmental education strategy; Environmental sustainability measures

Lista de abreviaturas e siglas

AEA – Agência Europeia do Ambiente

EPAL – Empresa Portuguesa de Águas Livres

DGE – Direção Geral da Educação

LED – Lâmpadas eficientes de díodo

ODS – Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

OTA – *Online Travel Agency*

RGPD – Regime Geral sobre a Proteção de Dados

SGA – Sistema de Gestão Ambiental

1. Introdução

A atual crise climática, que se tem vindo a agravar nas últimas décadas, deve-se essencialmente à atividade humana, que contribui para o aumento da poluição e utilização massiva de recursos (Maia, 2014). O turismo é um setor dependente de diversas atividades que podem ter impactos ambientais, maioritariamente relacionados com a construção de infraestruturas, em geral, e as que implicam a deslocação de turistas – estradas, aeroportos e instalações turísticas (*resorts*, hotéis, restaurantes, entre outros.). O desenvolvimento do turismo pode gradualmente afetar os recursos ambientais e é importante prevenir e solucionar esta situação (Almeida, 2016).

O turismo é um grande impulsionador da movimentação de pessoas, surgindo a oportunidade de, através dele, se transmitirem conhecimentos a um maior público. A educação ambiental é uma possível resposta e solução de longa duração para as problemáticas ambientais, através da qual a população é educada e capacitada, de forma a entender que os seus comportamentos atuais, eventualmente menos adequados, podem ser modificados para que traduzam uma maior e melhor consciência ambiental (APA, 2017).

O turista, ao viajar e sair da sua “zona de conforto”, fica mais recetivo a novas ideias e assimilação de informação, nomeadamente num novo destino. Existe, portanto, um ciclo possível de aprendizagem e de aplicação de conhecimentos que se inicia no momento em que este decide visitar um novo local e é incentivado a mudar os seus comportamentos no quotidiano. Importa, pois, sensibilizar os turistas para a necessidade de melhorar a eficiência da utilização de recursos e para a promoção da economia circular (APA, 2017). O conceito de economia circular assenta na prevenção, redução, reutilização, recuperação e reciclagem de materiais e energia. Vem substituir o conceito de “fim de vida” da economia linear por novos fluxos circulares de reutilização, restauração e renovação, sendo o ciclo de vida dos produtos alargado. Este processo é visto como um elemento-chave para promover a dissociação entre o crescimento económico e o aumento no consumo de recursos (Mourão, 2017). Na prática, quando um produto chega ao fim do seu ciclo de vida, os seus materiais são mantidos dentro da economia sempre que possível, podendo ser reutilizados, o que permite a criação de valor acrescentado (Parlamento Europeu, 2022). A economia circular é assim considerada como um instrumento para

alcançar os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) (Rodríguez-Antón, *et al.*, 2022).

Os ODS surgiram a partir do sucesso dos Objetivos de Desenvolvimento do Milénio e visam criar um modelo global de governança para erradicar a pobreza, proteger o ambiente e promover a prosperidade e o bem-estar até 2030 (DGE, 2018). A agenda orientadora é composta por 17 objetivos (**Figura 1**), que se focam essencialmente nas pessoas, nos direitos humanos e na resposta às crescentes desigualdades sociais, bem como na paz, segurança e alterações climáticas (Nações Unidas, 2015).



Figura 1 - Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (DGE, 2018)

Para a criação de um mundo mais sustentável, os indivíduos devem ser portadores de conhecimento, habilidades, valores e atitudes que os capacitem a contribuir para o desenvolvimento sustentável (Carvalho, 2018).

De forma a avaliar o potencial e a eficácia da educação ambiental em hotelaria, a presente dissertação visa analisar as motivações e receptividade de potenciais hóspedes em relação a ações de educação ambiental, com vista à criação de uma estratégia a implementar em estabelecimentos hoteleiros. O estudo da receptividade dos hóspedes para uma estratégia de educação ambiental é importante, na medida em que permite avaliar a adesão do público-alvo e a sua disponibilidade para alterar comportamentos no período pós-estadia em qualquer alojamento e também no seu quotidiano. Torna-se crucial avaliar também a

recetividade da temática junto de pessoal qualificado da área hoteleira e a sua contribuição para a mesma. Foram, assim, entrevistados diversos gestores hoteleiros, por forma a recolher informações e sugestões de quem trabalha na área e se confronta com o potencial e dificuldades destas questões na sua prática profissional diária.

1.1 Problemática da investigação

O crescimento da atividade turística é um fenómeno económico, social e cultural notável. No entanto, a dimensão ambiental deste processo tem sido pouco considerada, apesar de as preocupações com as alterações climáticas tornarem evidentes as ameaças nos destinos mais vulneráveis (Almeida, 2016), ainda mais sabendo-se que o setor da hospitalidade e do turismo é responsável por cerca de 8% das emissões globais de gases de efeito estufa (*Carbon Brief*, 2018, *apud* Kim, *et al.*, 2019).

A influência da hospitalidade na economia mundial e o seu impacte sobre o ambiente tornam crucial a implementação de princípios operacionais ecologicamente corretos, bem como a sua transmissão não só a clientes, como a funcionários (Kim, *et al.*, 2019). A sustentabilidade no setor hoteleiro torna-se um fator determinante para o turismo atual e futuro (Almeida, 2016). Este deve adaptar-se à realidade, comprometendo-se a minimizar os impactes ambientais negativos e, do ponto de vista económico, melhorar a competitividade.

Por outro lado, tem vindo a observar-se um aumento do “consumo verde”, havendo interesse por parte dos hóspedes e turistas por unidades hoteleiras que demonstrem maior responsabilidade ambiental, o que tem vindo a desencadear uma proliferação de programas e iniciativas de gestão ambiental na indústria hoteleira, orientados para a melhoria do desempenho ambiental dos hotéis (Mensah, 2012). Torna-se, assim, essencial a criação de iniciativas com o objetivo de melhorar o desempenho ambiental dos estabelecimentos hoteleiros, assim como a adoção de estratégias para captar a atenção dos hóspedes e desenvolver a sua formação, capacitando-os e ambicionando alterar os seus comportamentos.

1.2 Objetivos da investigação/questões da investigação

Segundo o PORDATA (2022), em 2019¹ houve mais de 79 milhões de entradas de turistas em alojamentos turísticos em Portugal, com uma média de estadia de 2,6 noites. Com a elevada movimentação de turista, cria-se uma oportunidade para chegar a um vasto público-alvo que certamente aprecia viajar e pretende usufruir de toda a área envolvente de um destino. Assim, o principal objetivo desta dissertação é o de estudar as motivações e receptividade dos hóspedes em relação a ações de educação ambiental.

A educação ambiental pode estar integrada nas políticas das unidades hoteleiras, para que os hóspedes possam interiorizar as ações tomadas pela unidade de alojamento, o que esta faz para minimizar os impactes que as suas instalações provocam no ambiente e o porquê das metas e objetivos estabelecidos serem tão importantes. Ambiciona-se que os hóspedes venham a ser expostos à realidade ambiental, tornando a sua estadia/viagem numa oportunidade de aprendizagem, para depois poderem traspor os conhecimentos adquiridos para o seu quotidiano e aplicá-los em qualquer lugar do mundo. Como objetivos específicos, pretende-se:

1. Analisar a perceção dos hóspedes relativamente à temática da sustentabilidade ambiental;
2. Apresentar medidas e ações de educação ambiental que possam vir a ser implementadas em contexto hoteleiro;
3. Debater, em conjunto com gestores hoteleiros, as vantagens e desvantagens da estratégia criada, visando a melhoria da mesma.

1.3 Metodologia

A metodologia deste estudo passa por uma abordagem mista, de carácter quantitativo e qualitativa (Morais & Pestana, 2007). Em primeiro lugar, através da análise dos resultados quantitativos obtidos por meio de um inquérito por questionário, com o principal objetivo de relacionar possíveis ações de Educação Ambiental em meios de alojamento turístico com as práticas quotidianas dos hóspedes. O inquérito foi realizado

¹ Foram avaliados dados pré-pandémicos, onde se registava um valor crescente do número de turistas em Portugal.

através das redes sociais e visou apurar as motivações e preferências de potenciais hóspedes na implementação de algumas medidas de Educação Ambiental. Foram, assim, estabelecidos critérios para o desenvolvimento de uma estratégia de educação ambiental no contexto da hotelaria.

Após a delineação dessa estratégia, esta foi apresentada a diversos gestores hoteleiros, em formato de Método *Delphi*. Pretendia-se, assim, obter um *feedback* das várias entidades, nomeadamente, no que respeita à exequibilidade das medidas, tanto ao nível prático como financeiro, assim como recolher algumas sugestões de melhoria. Esta solução permitiu avaliar a receptividade dos alojamentos às medidas sugeridas.

Seguiu-se o apuramento da estratégia, com base nas conclusões retiradas do Método *Delphi*.

1.4 Estrutura da dissertação

O trabalho está estruturado com base em vários capítulos principais, seguidos de uma secção de apêndices. Resumindo, a estrutura da dissertação apresentará a seguinte sequência:

- Capítulo 1 – Estabelece o enquadramento do tema, assim como os objetivos que se pretendem alcançar e a forma como o trabalho se encontra estruturado;
- Capítulo 2 – Apresenta uma revisão de literatura com base na análise e reflexão crítica de teses, dissertações, artigos e outras publicações sobre educação ambiental, com especial enfoque no contexto hoteleiro, a nível nacional;
- Capítulo 3 – Fornece uma descrição e fundamentação da metodologia sobre a qual se desenvolveu o trabalho de investigação;
- Capítulo 4 – Procede a uma apresentação dos resultados dos inquéritos, da estratégia de Educação Ambiental e síntese do Método *Delphi* realizado;
- Capítulo 5 – Apresenta a discussão crítica dos principais resultados apresentados anteriormente;
- Capítulo 6 – Elenca conclusões sobre a investigação e possíveis ações futuras;

2. Ambiente e hotelaria

Neste capítulo proceder-se-á a uma revisão da literatura existente que apoie o trabalho de investigação desenvolvido. A grande maioria dos documentos consultados faz parte de um repertório científico e académico que abrange, nomeadamente, publicações e artigos científicos nas áreas do ambiente e da educação ambiental, nos seus enquadramentos geral e específico da hotelaria.

As alterações climáticas e a degradação ambiental representam uma ameaça não só para a Europa, mas também para o resto do mundo. Por forma a combater esta problemática, a Comissão Europeia anunciou, a 11 de dezembro de 2019, o *European Green Deal* – Pacto Ecológico Europeu, para transformar a União Europeia no primeiro continente climaticamente neutro até 2050 (Comissão Europeia, 2022). Neste pacto existe o compromisso de reduzir as emissões atmosféricas em, pelo menos, 55%, até 2030. Para superar estes desafios, são elencadas as seguintes recomendações:

- Transição justa e inclusiva;
- Fornecimento de energia limpo e acessível;
- Indústria moderna;
- Economia circular limpa;
- Proteção da biodiversidade;
- Mobilidade sustentável e resiliente;
- Alimentos saudáveis e a preços acessíveis;

Este pacto assume, ainda, que a recuperação da pandemia de COVID-19 será “verde”, investindo na recuperação europeia (Comissão Europeia, 2022).

Este compromisso apela à transformação de todas as atividades económicas no espaço europeu, no mesmo sentido, sendo o turismo uma das que deve adotar esse compromisso (*Turismo de Portugal, I.P. & NOVA Tourism and Hospitality Platform, 2021*).

O turismo é uma das maiores atividades económicas mundiais, tendo registado uma ascensão significativa nas últimas décadas, justificada por diversos fatores económicos, sociais e culturais (Almeida, 2016). O setor do alojamento, em particular, tem uma ativa participação na degradação da qualidade do ambiente, tendo em consideração as

características do território e os ecossistemas onde a atividade turística se desenvolve (AREAM, 2002).

Posto isto, conceito de sustentabilidade no setor do turismo tem vindo a ganhar expressão. Atualmente, o impacto do turismo no ambiente é cada vez mais reconhecido, sendo necessário que este setor dê resposta a um elevado nível de exigência dos turistas que procuram destinos com práticas sustentáveis (Turismo de Portugal, 2021).

De acordo com o Presidente do Turismo de Portugal (2021), a sustentabilidade vai ser a grande aposta nos próximos anos, sendo um fator de aumento de competitividade entre os vários destinos turísticos. Assim, torna-se fundamental e estratégico que os empresários deste setor comecem a ter formação neste sentido e implementem práticas mais sustentáveis no desenvolvimento dos seus negócios.

Neste sentido, foi desenvolvido o *Plano Turismo + Sustentável*, alinhado com os objetivos da *Estratégia Turismo 2027* (Turismo de Portugal, 2021)., pretende atingir as seguintes metas:

- 75% de empreendimentos turísticos com sistemas de eficiência energética, hídrica e gestão de resíduos;
- 75% dos empreendimentos turísticos não utilizarem plásticos de uso único;
- 25 000 aderentes ao selo *Clean & Safe* e 30 000 profissionais formados;
- 50 000 profissionais com formação nas áreas da sustentabilidade.

Durante o funcionamento de estabelecimentos hoteleiros, é de esperar o consumo de recursos, como água e energia elétrica, e ainda a produção de resíduos sólidos, assim como a emissão de efluentes líquidos, entre outros (Alves & Conto, 2009).

Grande parte da energia utilizada no turismo é derivada de combustíveis fósseis, sendo o transporte o que mais contribui para as emissões de CO₂ do turismo – com os voos a representarem 40%, o transporte de automóvel 32% e o alojamento 21% (Scott & Gössling, 2018). Por outro lado, um hotel produz, em média, 160 a 200 quilogramas (kg) de CO₂/m² por quarto/ano e cerca de 1kg de resíduos por hóspede/noite (Sloan *et al.*, 2013, *apud* Almeida, 2016). Relativamente ao consumo de água, estima-se que atinja os

170 a 440 litros num hotel de cinco estrelas de média dimensão, por hóspede/noite (Rifai, 2012, *apud* Almeida, 2016).

A Organização Mundial do Turismo prevê que a contribuição do turismo para as emissões de CO₂ possa mesmo crescer 150% até 2045, se não forem tomadas medidas de mitigação adequadas (Almeida, 2016).

A sustentabilidade na atividade turística e hoteleira constitui, pois, um fator determinante para o turismo atual e futuro, que deve ser estudada e utilizada como fator de desenvolvimento e proteção ambiental (Almeida, 2016). Existem diversas medidas que podem ser implementadas pelos alojamentos, nomeadamente, um programa e/ou um Sistema de Gestão Ambiental (SGA), que contribua para uma gestão sustentável dos estabelecimentos hoteleiros. Estes comprometem-se a melhorar o seu desempenho ambiental através da redução do consumo de água e da produção de resíduos ou através da utilização de fontes de energia alternativa e matéria-prima (Senna & Valtuille, 2020). Para um hotel, um programa ambiental pode apresentar diversos desafios, devido ao investimento global necessário (Quinn, 2011), assim como à sua dimensão, idade da edificação e nível de literacia ambiental da gestão e dos funcionários. A falta de conhecimento sobre alternativas, nomeadamente por parte da gestão e dos hóspedes, e o impacte na rotina do hotel são também um grande impasse (Almeida, 2016).

As questões ambientais e climáticas têm sido um dos principais tópicos de discussão social e política, consciencializando gestores a integrá-las nas suas estratégias de negócios, nomeadamente na conservação e no uso eficiente de recursos, por forma a aumentar a vantagem competitiva do negócio (Júnior, *et al.*, 2018). Para além disso, a longo prazo, as estratégias ambientais traduzem-se em retorno de investimento e poupança de custos. Vêm, também, responder a exigências legais ou apostar na responsabilidade social corporativa. Geralmente, as práticas de gestão ambiental mais difundidas são as de baixo custo e aquelas que podem ser realizadas durante os processos habituais de operação do hotel (Armas-Cruz, 2011, *apud* Gil-Soto, *et al.*, 2019). No entanto, ao nível da educação ambiental, tanto de hóspedes como de colaboradores, existem algumas lacunas, nomeadamente nas temáticas ministradas aos indivíduos (Quinn, 2011), quer colaboradores, quer hóspedes. São escassos os programas de

sensibilização ambiental para os hóspedes, sendo comum, ainda assim, pequenos apontamentos direcionados para temas específicos, por exemplo, ligados à redução do consumo de água e de eletricidade.

A política ambiental de uma empresa descreve os princípios ambientais da mesma e atua como diretriz para o estabelecimento de objetivos e metas, de forma a orientar o seu desempenho ambiental (Hsieh, 2012). Trata-se de uma declaração de compromisso dos níveis mais elevados da administração para com o ambiente, estendendo uma visão da preocupação ambiental a toda a organização. Uma política ambiental bem divulgada aos funcionários e clientes ampliará a cultura organizacional da empresa, com vista à melhoria ambiental contínua (Hsieh, 2012). São diversos os incentivos que levam uma empresa a adotar métodos de gestão ambiental, nomeadamente os expressos na **Figura 2**.

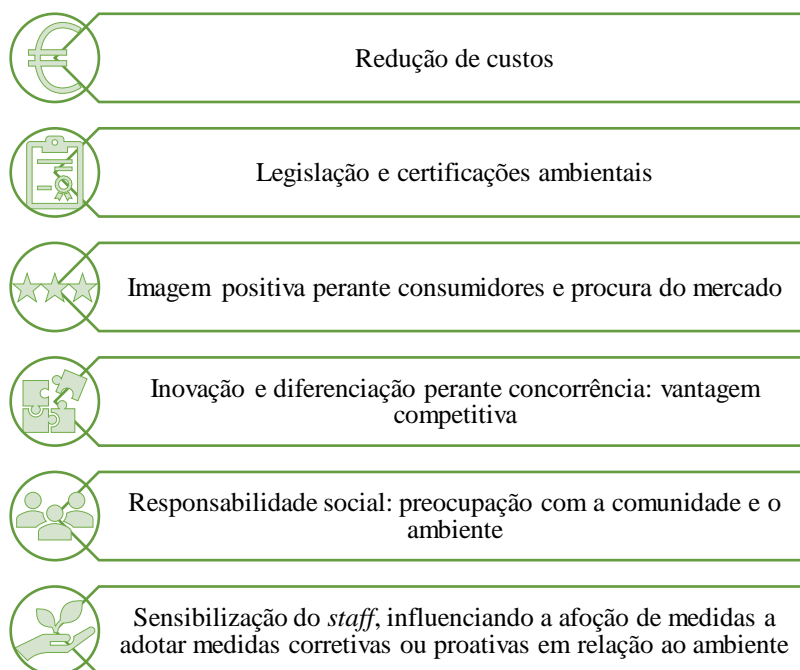


Figura 2 – Fatores que levam à adoção de práticas ambientais por parte de empresas (Adaptado de Junior et al., 2018)

No caso dos estabelecimentos hoteleiros, em particular, estes devem comprometer-se com o cumprimento da legislação ambiental, com o uso eficiente de energia, água e materiais, diminuindo a produção de resíduos. Devem, ainda, formar e capacitar todos os colaboradores e tornar a sua política ambiental pública (através, por exemplo, da sua exposição no estabelecimento ou no próprio *website*), monitorizando o impacte ambiental do estabelecimento (Júnior, *et al.*, 2018).

Junior *et al.* (2018) destacam igualmente as seguintes medidas como práticas ambientais mais comuns em estabelecimentos hoteleiros:

- Conscientização do hóspede para a reutilização de toalhas e redução do consumo de água, através de mensagens de aviso colocadas nas casas de banho;
- Dispositivos de chave eletrónica, que desligam a energia dos quartos quando retirados;
- Instalação de torneiras automáticas nas instalações sanitárias;
- Substituição de lâmpadas convencionais por lâmpadas eficientes de díodo emissor de luz (LED);
- Lâmpadas de sensores nas áreas sociais.

No entanto, são sugeridas por estes autores novas medidas que podem ser implementadas, tais como o incentivo ao uso das escadas em alternativa aos elevadores, a limitação à abertura indevida de equipamentos de refrigeração, a redução do horário da lavandaria – um dos setores com maior consumo de água –, a utilização da capacidade máxima das máquinas de lavagem e secagem de roupa e loiça, a utilização de geradores em horários de pico, palestras para colaboradores e sensibilização através de várias campanhas de recolha de resíduos (Júnior, *et al.*, 2018). Estas e outras medidas são apresentadas na **Tabela 1**, tendo em conta diversos aspetos ambientais e tendo como principal objetivo melhorar a performance ambiental da unidade hoteleira e, conseqüentemente, reduzir custos.

Tabela 1 - Sugestão de medidas a implementar em hotelaria no setor da energia (Adaptado de Almeida, 2016)

| Aspeto Ambiental | Medidas/práticas ambientais | |
|-----------------------------|---|---|
| Energia | Iluminação | Transição das tradicionais lâmpadas para novas tecnologias, como as lâmpadas LED), no intuito de reduzir as emissões de CO ₂ e consumos energéticos. Para uma maior otimização energética é também aconselhável o uso de sensores de presença para ativar luzes de espaços comuns menos frequentados e cartões ou dispositivos similares para ativar a iluminação do quarto. |
| | Ventilação, aquecimento e ar condicionado | Representam cerca de 20-50% dos custos gerais de energia de um hotel. É aconselhada a utilização de extratores, reutilização de ar quente e sistemas automáticos eficientes para auxiliar o processo de arrefecimento, aquecimento ou renovação do ar ambiente, maximizando as potencialidades dos equipamentos, com diminuição de consumos energéticos. |
| | Características de construção | Orientação solar adequada e utilização de materiais de construção e isolamento térmico específicos (janelas, cortiça, caixilharia, vidros duplos e tubos condutores de água). |
| | Medidas de controlo geral | Durante as épocas de ocupação baixa, deve optar-se por colocar os quartos ocupados próximo uns dos outros, de modo a permitir que possam ser desligados os sistemas de climatização (e eventualmente de iluminação) dos locais não ocupados. Nos quartos que não estão ocupados devem ser fechadas as cortinas, para evitar perdas de calor ou frio. |
| | Lavandaria eficiente | As máquinas de lavar eficientes utilizam menos 20 a 66% de água face aos modelos convencionais e o consumo de energia pode ser diminuído até 50%, uma vez que utilizam temperaturas mais baixas em cada ciclo de lavagem. Para além disso, devem ser utilizados detergentes <i>ecofriendly</i> . |
| Água | Redutores de caudal | Consiste num dispositivo regulador do fluxo de água, evitando-se desperdícios que podem representar poupanças de água até 40%. Podem ter utilização sanitária, ser implementados em espaços públicos, lavandarias ou cozinhas. Chuveiros eficientes proporcionam uma elevada pressão com menor quantidade de água. |
| | Autoclismos duplos ou de baixo fluxo | Funcionam com uma pequena quantidade de água e contribuem para a poupança no consumo de água e diminuição dos custos. |
| | Reutilização de água cinzenta | Consiste na reutilização de águas residuais que provêm maioritariamente dos lavatórios, lavandaria, duchas e lava-loiças. Após tratamento físico-químico, podem ser reutilizadas em autoclismos, sistemas de rega e limpezas. Pode representar cerca de 23% do total de água consumida pelo hotel. Pode apresentar um investimento elevado e exigir obras estruturais complexas para a sua implementação. |
| Resíduos | Medidas de reciclagem gerais | É também importante estender o conceito da reciclagem a áreas como a roupa de quarto, mobiliário, colchões, incentivos à reciclagem pelo cliente, entre outros. A realização de técnicas mais específicas como a compostagem são também altamente recomendáveis. Este é um processo simples e económico que transforma resíduos orgânicos em fertilizantes. Uma vez que cerca de 12% dos resíduos produzidos são desperdícios alimentares, a compostagem permite reduzir o envio de resíduos para aterros sanitários, e seus custos associados. |
| | Compra de material reciclado | A compra de material reciclado estimula a produção a preços mais económicos e reduz a necessidade de extração de minerais, petróleo e madeira. |
| Poluição atmosférica | Energias Renováveis | Utilização de painéis solares e energia eólica, recorrendo a métodos de poupança como sensores automáticos e ajustáveis, consoante as estações do ano, luzes LED, entre outros. |
| | Outras medidas | Motivar os hóspedes a deslocarem-se a pé, em bicicletas ou em veículos elétricos e a recorrerem a agências de turismo que promovam passeios ecológicos e participação em medidas de apoio à conservação e reflorestação. |

O investimento em práticas sustentáveis no setor da hotelaria é habitual e erradamente associado a um grande valor, quando comparado com a aplicação de soluções menos eficientes. No entanto, esta premissa é contrariada quando se analisam os custos da atividade a longo prazo e o retorno do investimento sustentável inicial, sendo que é, na maioria dos casos, facilmente atingível. Apresenta, também, benefícios ao nível sociocultural e ambiental (Sloan *et al.*, 2013 *apud* Almeida, 2016). Em algumas áreas da hotelaria, como o *housekeeping*, reconhece-se que existem alternativas dispendiosas, como a implementação de lavandaria eficiente, que podem ser consideradas barreiras à adoção de medidas de sustentabilidade ambiental (Almeida, 2016).

Outro fator importante é a adesão às medidas de boas práticas sustentáveis por parte do *staff* e hóspedes. A elevada rotatividade dos trabalhadores e a necessidade de formação repetida é dispendiosa, o que gera um grande obstáculo à implementação de medidas (Sloan *et al.*, 2013 *apud* Almeida, 2016).

É importante que os estabelecimentos hoteleiros comuniquem as suas práticas ambientais, nomeadamente através das páginas da internet, por exemplo. Para além da promoção de práticas ambientais, existe uma boa comunicação e incentivo destas ações, o que permite atrair hóspedes com interesses ambientais (Gil-Soto, *et al.*, 2019; Mensah, 2012). Assim, a utilização de estratégias voltadas para o *marketing* ambiental pelos meios de hospedagem pode significar um fator de diferenciação significativo (Senna & Valtuille, 2020).

Uma boa estratégia de *marketing* passa por apresentar normas e certificações ambientais do hotel, sendo que são comunicados os esforços dos hotéis na promoção de ações ambientais, influenciando positivamente a sua imagem (Gil-Soto, *et al.*, 2019).

Os hotéis ecológicos são considerados um nicho crescente na indústria hoteleira competitiva atual, não apenas porque se diferenciam de outros hotéis, mas também porque respondem a uma necessidade de mercado e são menos prejudiciais ao ambiente (Ferreira, *et al.*, 2021). Ao adotar medidas ecológicas, os hotéis contribuem para a proteção ambiental e para o desenvolvimento sustentável, atraindo visitantes que se identificam com esses conceitos (Ting *et al.*, 2019 *apud* Ferreira *et al.*, 2021).

É importante também frisar o conceito abrangente de turismo sustentável, que diz respeito ao equilíbrio nas relações entre o turismo e a ambiente, sendo necessário o envolvimento de todas as partes interessadas, desde cidadãos a líderes comunitários (Senna & Valtuille, 2020). A Organização Mundial do Turismo (OMT, 2005) define turismo sustentável como um processo que atende às necessidades atuais dos turistas e das comunidades receptoras, sem comprometer a capacidade de atender às necessidades das gerações futuras. Assim, a prática deste tipo de turismo alinha-se com os princípios de desenvolvimento sustentável, tendo em conta que o ambiente é um recurso fundamental para grande parte das atividades turísticas. Existe, neste contexto, um equilíbrio na relação entre o turismo e o meio (Senna & Valtuille, 2020).

Este tipo de turismo apenas é possível através do planeamento e monitorização de medidas e decisões implementadas, com metas claras e coerentes, tendo em vista os princípios da utilização ótima de recursos ambientais (Senna & Valtuille, 2020). Trata-se, também, de beneficiar as comunidades locais, tanto ao nível económico como social, aumentando a consciencialização para a conservação do ambiente (Almeida, 2016).

De forma a analisar a relação da atividade turística com o ambiente, é interessante compreender o papel do hóspede. Este, para além de ser um agente direto, é também crucial no que toca à tomada de decisão dos gestores hoteleiros, influenciando a adoção de práticas, nomeadamente ambientais, no âmbito dos meios de hospedagem (Alves & Conto, 2009).

No entanto, o hóspede é geralmente colocado à margem dos programas e iniciativas de gestão ambiental nos hotéis (Mensah, 2012). Muitas vezes não é sequer informado acerca dos mesmos, nem ambientalmente educado. Ainda assim, as “escolhas turísticas ambientalmente sensíveis” ganharam importância nos últimos anos, visto que cada vez mais clientes com consciência ecológica procuram hotéis seguindo práticas de proteção ao ambiente (Gil-Soto, *et al.*, 2019)

Bruns-smith (2015) conclui que os hóspedes são bastante receptivos a participar em programas de sustentabilidade promovidos pelo estabelecimento hoteleiro. No entanto, estas atividades não constituem um fator de escolha do hotel acima do preço e da

conveniência do local do mesmo. Afirma, também, que os clientes têm uma maior motivação em participar nas mesmas quando o hotel oferece algum tipo de benefício/vantagem (Almeida, 2016). Apesar de não serem uma prática habitual dos hotéis, os incentivos que compensam práticas sustentáveis durante a estadia são extremamente eficazes, pois estimulam os hóspedes a reciclar e a aderir a medidas sustentáveis durante a estadia, tal como avançado por Bruns-smith (2015).

Na mesma linha de pensamento, surgem a promoção de visitas ecológicas, como passeios de bicicleta, carros ecológicos ou atividades a pé, as quais, na maioria dos casos, não são sugeridas ao cliente por não serem uma prioridade no conceito geral do hotel (Almeida, 2016).

2.1 A Educação e suas modalidades

A educação pode assumir-se como um processo amplo e abrangente de aquisição de conhecimentos e um meio para impulsionar o desenvolvimento global e o progresso (Patrício, 2019). Esta pode dividir-se em diferentes tipologias, dependendo da forma como é transmitida e das práticas sociais dos intervenientes (**Figura 3**).

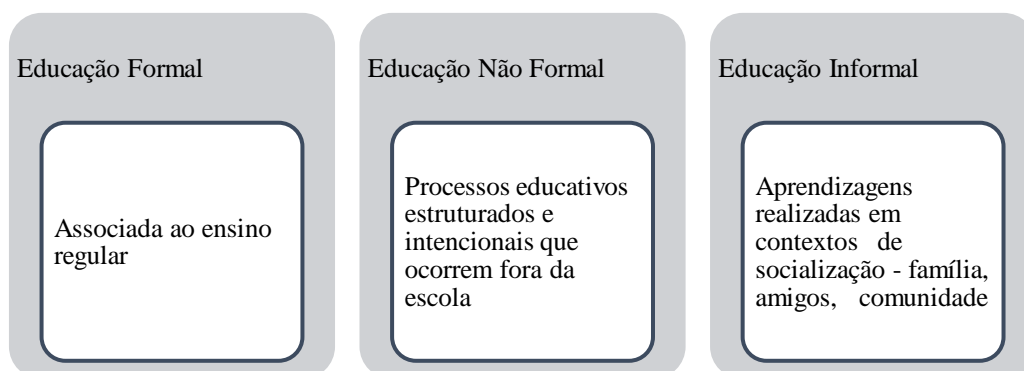


Figura 3 – Modalidades Educativas (Adaptado de Bruno, 2014)

A educação formal consiste em aprendizagens que têm lugar num ambiente organizado e estruturado, que confere uma qualificação e está associada aos sistemas de ensino regular, de formação profissional e de ensino superior (Patrício, 2019). É de carácter metódico e organiza-se por faixas etárias/níveis de conhecimento, sendo que o resultado esperado é a aprendizagem efetiva, que capacite os sujeitos a seguir para níveis mais avançados (Bruno, 2014).

A educação não-formal realiza-se por meio de aprendizagens estruturadas e intencionais que ocorrem fora do sistema de ensino geral. O educador passa a ser o indivíduo com quem se interage e destaca-se a intencionalidade da ação educativa e da participação (Bruno, 2014).

A educação informal, por sua vez, passa pela espontaneidade da aprendizagem. Ocorre involuntariamente, mas foca-se na sabedoria dos indivíduos e baseia-se na experiência, sendo realizada em contextos da vida quotidiana, em socialização com amigos, família e comunidade, ou mesmo através da participação em atividades turísticas (Patrício, 2019).

Quando em contexto hoteleiro, os hóspedes serão sobretudo expostos a uma educação de cariz informal, na medida em que podem participar em atividades organizadas pelos estabelecimentos – como uma caminhada ecológica – e, indiretamente, adquirir conhecimentos sobre a temática ambiental. Por outro lado, o hotel pode fornecer aos hóspedes uma série de palestras/*workshops*, expondo-os a um tipo de educação não-formal. Através de ambas as formas, pretende-se cativar os seus interesses e ambiciona-se a mudança de comportamentos.

2.2 Educação ambiental

Segundo Ferreira *et. al.* (2019), a educação ambiental é responsável por estimular a consciencialização do indivíduo em relação aos problemas ambientais e define diretrizes para combatê-los. Visa criar uma consciência crítica sobre os problemas ambientais, fazendo com que o indivíduo desenvolva uma postura mais complexa e realista, considerando o ambiente na sua totalidade (Senna & Valtuille, 2020). Trata-se de uma componente chave para um plano ambiental bem-sucedido para todas as empresas que procuram tornar-se ecologicamente corretas (Quinn, 2011).

A educação ambiental pode ser passiva, com base na simples observação dos recursos de gestão de energia, água e resíduos, ou ativa, quando fornecida por meio de cursos e ações de formação sobre o tema (Styles, *et al.*, 2013). A inserção de práticas de educação ambiental é uma boa estratégia para o desenvolvimento de ações em prol da sustentabilidade (GIESTA, 2013, *apud* Junior *et al.*, 2018), uma vez que são elementos cruciais nos processos de sensibilização e mobilização das pessoas.

A educação ambiental vem, assim, promover conhecimento ambiental que deve levar a um comportamento ambientalmente responsável, promovendo a sustentabilidade (Mensah, 2012). Indivíduos bem informados sobre questões ambientais tornam-se mais conscientes sobre as mesmas e, conseqüentemente, são mais motivados a agir de forma ambientalmente responsável no seu dia-a-dia (Mensah, 2012).

2.2.1 Educação ambiental em hotelaria

A indústria do turismo pode desempenhar um papel educacional significativo e sensibilizar os indivíduos para as conseqüências ambientais das suas ações. Estamos perante um desafio de alteração de comportamento destes agentes económicos, mas igualmente uma oportunidade em beneficiar as atividades turísticas e hoteleiras através da implementação de boas práticas sustentáveis que podem contribuir para uma hotelaria mais eficiente e economicamente viável (Sloan *et al.*, 2013).

Viajar pode desde logo ser considerado um processo educativo, na medida em que aproxima as pessoas e promove a compreensão entre povos e culturas, aumentando o seu valor, dependendo da envolvimento e interatividade implicadas (Styles, *et al.*, 2013). Os hóspedes, para além de bagagem, trazem curiosidade, hábitos e características culturais, que são enriquecedoras para os anfitriões e vice-versa (UNEP, 2005, *apud* Almeida, 2016).

A educação ambiental pode e deve ser fornecida por todos os tipos de alojamento, desde o ecoturismo até aos hotéis urbanos, onde os principais temas devem ser relacionados com transporte e mobilidade, biodiversidade e conservação, eficiência energética e renovável, eficiência e reciclagem de água e prevenção e reciclagem de resíduos (Styles, *et al.*, 2013).

Os locais tidos como mais eficazes para afixar informações são brochuras e sites de reservas, para aconselhar os hóspedes antes de viajar, mas também as informações expostas ou transmitidas no local, que podem influenciar os planos de viagem futuras (Styles, *et al.*, 2013). Os gestores hoteleiros podem, ainda, por exemplo, ter influência

sobre os temas abordados por meio de incentivos para o uso de transporte público e fornecimento de opções de transporte local de baixo carbono (Styles, *et al.*, 2013).

A oferta de cursos de educação ambiental aos hóspedes, atividades *ecofriendly* e baseadas na natureza podem ser integrados em pacotes de turismo de alojamento e, portanto, são impulsionadas principalmente por objetivos de negócios. Gera-se receita, agrega-se valor e o *marketing* é facilitado. Estas experiências podem ser oferecidas em parceria com centros de educação, que recebem financiamento público ou são apoiados por subsídios do governo (Styles, *et al.*, 2013).

A *International Hotels Environment Initiative* (1996 *apud* Hsieh, 2012), que fornece aos hotéis diretrizes de ação para responder às questões ambientais, afirma que os elementos de um programa ambiental devem:

- Possuir uma política ambiental clara;
- Designar uma equipa responsável pela gestão ambiental;
- Criar um plano de implementação para reduzir o consumo excessivo de recursos e reduzir emissões;
- Ter um plano de consciencialização ambiental para funcionários e clientes;
- Participar em atividades da comunidade local;
- Ter um plano de auditoria de desempenho ambiental.

Diversos estudos defendem que existe a necessidade de aumentar o conhecimento da equipa de funcionários e clientes no que respeita a medidas de proteção ambiental. Assim, são sugeridas diversas campanhas de formação e incentivo (Scarinci & Myers, 2012 *apud* Almeida, 2016). Por outro lado, o sucesso dos programas ambientais em hotéis depende, simultaneamente, do comportamento responsável dos hóspedes. Apesar disso, e como já referido, estes têm-se mantido (ou têm sido mantidos) à margem dos programas e iniciativas de gestão ambiental em hotéis.

A formação de *staff* constitui um papel fundamental para o sucesso da gestão ambiental e para a implementação de práticas ambientais nas organizações. A sensibilização dos profissionais alerta para a mudança de comportamentos e aumenta o seu interesse na temática, adquirindo conhecimentos sobre aspetos como o uso eficiente da água, energia, combustíveis, resíduos, entre outros (Junior *et al.*, 2018).

A percepção dos colaboradores sobre o desempenho ambiental do hotel indica, não raramente, alguma incerteza e desconhecimento, o que afeta o seu comportamento ecológico e, conseqüentemente, o dos hóspedes. A melhoria deste aspeto traduzir-se-á numa maior disponibilidade dos colaboradores para implementar práticas ambientais no hotel (Ferreira *et al.*, 2021). Apenas com o apoio dos membros internos (colaboradores) e externos (clientes) serão experienciados verdadeiramente os benefícios da adoção de políticas ambientais (Ferreira, et al., 2021). Su e Swanson (2019) complementam que os funcionários são *stakeholders* importantes que desempenham um papel fundamental no contacto direto com os hóspedes, afetando as suas experiências. Assim, funcionários do hotel bem informados e ambientalmente conscientes podem ter a capacidade de afetar diretamente o comportamento ecológico dos turistas (Ferreira *et al.*, 2021).

Torna-se necessário, por isso, reforçar o incentivo aos colaboradores e aos hóspedes. A imagem do hotel deve ser, para os colaboradores e para os hóspedes, um exemplo a seguir, devendo ser coincidente com a sua política ambiental. Para isso, urge melhorar o conhecimento e a percepção total da sua política ambiental e definir os seus objetivos de forma clara (Ferreira *et al.*, 2021).

Para que os hóspedes participem ativamente em programas ambientais oferecidos pelos hotéis devem, primeiramente, ser informados sobre a existência dos mesmos e sobre os comportamentos a adotar (Mensah, 2012). A falta de informação ambiental por parte dos hotéis pode, ao invés, ser um obstáculo para a promoção de comportamentos ambientalmente recomendáveis (Mensah, 2012).

A exibição de avisos sobre práticas ambientais consiste na ação mais comum nas instalações do hotel (Mensah, 2012), nomeadamente, “Desligar a torneira de água quando não estiver em uso” ou “Desligar a luz e os aparelhos ao sair do quarto”. Contudo, comportamentos que exigem alguma alteração no conforto do hóspede não costumam ter tanta adesão, como a escolha de pratos locais em vez de internacionais e a reutilização de toalhas e guardanapos (Mensah, 2012; Budovska, *et al.*, 2020).

Torna-se, por isso, necessário o estudo das motivações dos hóspedes para a adesão a práticas ambientais em contexto hoteleiro, de forma a analisar quais as melhores ações a implementar neste tipo de estabelecimentos. É essa a motivação central deste estudo, sendo que o capítulo seguinte descreve a metodologia utilizada para o efeito.

3. Metodologia

A educação ambiental em contexto hoteleiro, e quando direcionada para os hóspedes, deve ser prática, dinâmica e direta, com resultados rápidos e fáceis de interpretar, para evitar interpretações incorretas. Neste sentido, e de acordo com os objetivos preconizados para este trabalho de investigação, focou-se o setor do alojamento e a sua vertente ambiental, nomeadamente a motivação dos hóspedes para participar em programas de educação ambiental durante a sua estadia em estabelecimentos de alojamento turístico.

São apresentados, seguidamente, os métodos utilizados para a realização da investigação, suportados pela revisão de literatura. A metodologia geral deste estudo incidiu, essencialmente, na avaliação das respostas obtidas a partir de um inquérito por questionário realizado a potenciais hóspedes, de forma a estabelecer critérios para o desenvolvimento de uma estratégia de educação ambiental. Posteriormente, foram entrevistados vários atores-chave, mais especificamente, gestores de unidades de alojamento, por forma a identificar a importância atribuída e a receptividade à formação específica no domínio do ‘ambiente’. Depois de desenvolvida pela autora uma proposta de Educação Ambiental em Hotelaria, aplicou-se um método *Delphi* adaptado, com gestores de diferentes unidades hoteleiras, para avaliação da mesma. A delineação das diversas etapas metodológicas está apresentada na **Figura 4**.

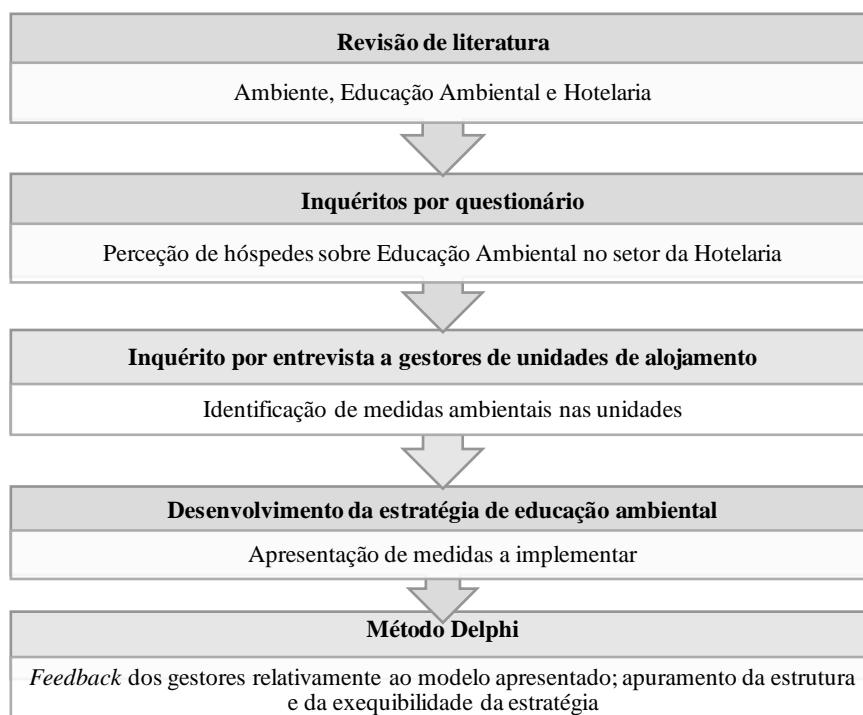


Figura 4 - Etapas da metodologia adotada

3.1 Inquérito por Questionário

Como instrumento de observação utilizou-se um inquérito por questionário (**Apêndice I**), através do qual se procurou conduzir a avaliação do nível de conhecimento e expectativas na área da consciencialização ambiental de potenciais hóspedes. O inquérito foi partilhado nas redes sociais *Facebook*, *Instagram*, *LinkedIn* e ainda através de mailing enviado a toda a comunidade académica da Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril por parte do seu Gabinete de Comunicação, por forma a abranger um maior número de respondentes.

O questionário, composto por catorze perguntas, foi respondido de forma anónima via *web*, com recurso à plataforma *GoogleForms*. A ferramenta utilizada permitiu uma agilidade na realização do questionário e na divulgação do mesmo. O período de resposta decorreu entre os dias 3 e 20 de janeiro de 2022 e resultou na obtenção de 207 respostas. Para lá da validação estatística da amostra, o número total de respostas é expressivo, com capacidade para interpretação, tendo permitido uma análise favorável dos resultados.

A parte inicial do inquérito tem como objetivo conhecer o perfil do inquirido e os seus hábitos de viagem/hospedagem em estabelecimentos hoteleiros. O inquirido é depois apresentado a diversas opções de atividades/decisões relacionadas com questões ambientais, onde se podem retirar sugestões para o desenvolvimento de uma estratégia de Educação Ambiental. Os resultados dos questionários serão tratados na secção 4.1.

3.2 Inquérito por Entrevista

Como instrumento de observação indireta utilizou-se um inquérito por entrevista, onde se procurou avaliar o nível de conhecimento e expectativas na área da formação ambiental de gestores hoteleiros e outras entidades em diversos estabelecimentos hoteleiros.

O conjunto dos entrevistados engloba intervenientes da área da hospitalidade e foram selecionados tendo em conta a sua função/área profissional e respetiva relevância para o estudo. Num total de quatro inquiridos (discriminados na **Tabela 2**), todos expressaram a sua opinião acerca da vertente ambiental na unidade hoteleira pela qual são responsáveis. As entrevistas tiveram lugar via plataforma *Zoom*, onde se analisou a situação ambiental atual no contexto da oferta de alojamento para turistas.

Tabela 2 – Entidades de alojamento turístico entrevistadas

| Data da entrevista | Unidade | Categoria | Função na unidade |
|---------------------------|------------------------------------|---------------------------|---|
| 12/05/2022 | Vale das Lobas | Empreendimento turístico | Chefe Executivo |
| 20/05/2022 | Inspira Liberdade Boutique Hotel | Hotel de quatro estrelas | Responsável do Departamento de Sustentabilidade |
| 27/05/2022 | AquaLuz Troia Mar & Rio | Conjunto turístico | Diretor Hoteleiro |
| 07/06/2022 | <i>Behappy Lounge & Brunch</i> | Alojamento Local – Hostel | Diretora de serviços |

O guião semiestruturado da entrevista foi composto por nove perguntas, que tinham como objetivo responder à necessidade da implementação de uma estratégia de Educação Ambiental nos alojamentos. As entrevistas tiveram a duração de cerca de 15 minutos cada, tendo as mesmas sido gravadas, com a devida autorização dos intervenientes, para posterior consulta de informação. As questões colocadas foram as seguintes:

1. Têm estabelecidos internamente critérios ambientais?
2. A separação do lixo é realizada no estabelecimento? Em que áreas? (cozinha, quartos, etc.). Existe reutilização de algum material?
3. Tem ideia acerca de onde há mais gasto de recursos, seja de água, papel ou eletricidade?
4. Existe alguma comunicação ambiental junto do *staff*/hóspedes? Se sim, como é realizada? Ações de sensibilização/intervenção?
5. Existe alguma perceção ou preocupação ambiental por parte dos hóspedes na escolha do alojamento?
6. Os hóspedes costumam abordar o *staff* com questões ambientais?
7. Têm perspetivas de alterar algum aspeto no hotel/estabelecimento de forma a melhorar a sua performance ambiental?
8. O alojamento estaria disposto a integrar uma estratégia de educação ambiental na sua política?

O contacto com os diferentes intervenientes teve lugar em vários momentos, tendo sido seleccionados pelas razões apresentadas na **Tabela 3**.

Tabela 3 – Justificação para a seleção das unidades hoteleiras entrevistadas

| Entidade | Justificação |
|--|---|
| <p>Vale das Lobas</p> | <p>Empreendimento turístico com previsão de abertura na primavera de 2023. O conceito principal prende-se no uso de recursos naturais e de economia circular. Localizado na Beira Alta, o espaço será composto por um hotel, restaurante, um parque de campismo, uma quinta pedagógica, um spa natural e outros espaços, onde o hóspede está permanentemente em contacto com a natureza (Vale das Lobas, 2021).</p> <p>O facto de ser um alojamento ainda em desenvolvimento tem a vantagem de poderem colocar em prática quaisquer medidas inovadoras de Educação Ambiental. Por outro lado, não existe ainda qualquer <i>feedback</i> por parte de hóspedes, sendo difícil saber que aspetos se podem melhorar. O público-alvo passa por indivíduos já consciencializados, que procuram uma estadia calma, junto da natureza.</p> |
| <p>Inspira Liberdade Boutique Hotel</p> | <p>Considerado o melhor hotel <i>eco/green</i> de luxo pelo <i>World Luxury Awards</i> em 2018 e 2019, este hotel de quatro estrelas situa-se no centro de Lisboa e baseia-se numa política de sustentabilidade ambiental e compromisso social (Inspira, 2022). A análise deste hotel permite avaliar a performance ambiental de um estabelecimento no centro de uma cidade, considerada a capital verde europeia de 2020 (European Union, 2020).</p> <p>Para além disso, tem a particularidade de promover o envolvimento dos funcionários e a participação direta ao nível de gestão ambiental através da <i>Green Squad</i>. Esta consiste numa equipa de representantes de cada departamento que incentivam, monitorizam e avaliam o progresso de medidas ambientais já implementadas, por forma a garantir o seu desenvolvimento contínuo (Inspira, 2022).</p> |
| <p>Aqualuz Troia Mar & Rio</p> | <p>Localizado a menos de uma hora de Lisboa, este complexo turístico encontra-se junto à praia e insere-se num ambiente privado e paradisíaco (AquaLuz, 2022). É composto por um <i>resort</i>, apartamentos de luxo e um hotel de quatro estrelas, onde se foca este estudo. Este complexo faz atualmente parte do Programa <i>Seeds – Grow the Future</i> que “nasce com a necessidade de dar visibilidade às práticas de sustentabilidade praticadas nos hotéis” (AquaLuz, 2022). Todos os alojamentos são regidos por uma gestão ambiental eficaz e responsável, com especial enfoque nas questões relacionadas com a otimização dos consumos de água e energia, na preservação e divulgação dos valores</p> |

| | |
|--|--|
| | <p>naturais do destino, privilegiando os produtos sazonais de produtores locais na maioria dos espaços de restauração (AquaLuz, 2022).</p> <p>A dimensão deste hotel apresenta uma boa oportunidade para a implementação de uma estratégia de educação ambiental, não só por toda a envolvimento com a natureza, como por ser, já por si, um exemplo para outras unidades no que respeita a questões de sustentabilidade.</p> |
| <p><i>Behappy Lounge & Brunch</i></p> | <p>Situa-se na praia de Esmoriz, local de forte tradição piscatória e tanoeira. O <i>hostel</i> dispõe de suites privadas, camaratas, cozinha e balneários partilhados, local para encontros descontraídos e refeições ligeiras, terraço com vista para o mar e um espaço de <i>co-work</i>. O <i>Behappy</i> procura adotar uma política sustentável, criando medidas de redução do consumo energético, gestão de resíduos e valorização do comércio e cultura local (Behappy - Lodge & Brunch, 2021). É um alojamento local focado num público-alvo jovem e do estilo “nómada digital”, onde seria interessante aplicar a estratégia de educação ambiental, sendo que os indivíduos serão mais aventureiros e conectados com a natureza.</p> |

No total foram contactadas mais de dez unidades hoteleiras, tendo sido apenas possível realizar as entrevistas com as quatro mencionadas acima, o que confere a este estudo um carácter exploratório. O início da época alta e a falta de oportunidade por parte dos gestores podem justificar tal cenário, sendo que teria sido interessante ter mais pontos de vista de diferentes unidades. No entanto, foi possível analisar quatro unidades diferentes que possuem já algumas preocupações ambientais. Os resultados e conclusões das entrevistas encontram-se no capítulo 4.2, tendo sido essenciais para a elaboração da estratégia de educação ambiental, referida no ponto seguinte.

3.3 Desenvolvimento de uma estratégia de educação ambiental

A cada vez maior complexidade do mundo atual confronta-nos, no exercício do papel educativo, com a necessidade de abordar problemáticas que cruzam as escalas local e global, comportamentos individuais e processos coletivos, questões sociais, culturais, ambientais e económicas sendo que, muitas vezes, a sociedade está pouco preparada para tais desafios (Dias *et al*, 2016).

Após a análise dos resultados dos questionários, foram deduzidas algumas medidas a implementar na oferta de alojamento para turistas, as quais vão ao encontro dos interesses dos potenciais hóspedes em matéria de Educação Ambiental. Devem ter-se em conta os custos associados, matéria que foi discutida no Método *Delphi* com os gestores hoteleiros, explicitado na secção seguinte.

O principal objetivo desta estratégia centra-se na sensibilização e formação de hóspedes, imaginando que estes podem ser capazes de transpor os conhecimentos adquiridos para a prática e aplicá-los no seu quotidiano. Nesta etapa foi desenvolvida a estratégia de educação ambiental, onde se apresenta a justificação e enquadramento no setor do alojamento turístico, assim como os objetivos, medidas a implementar, vantagens e obstáculos da mesma. A estratégia desenvolvida será apresentada na secção 4.2.

3.4 Método *Delphi*

Após desenvolvida a proposta de estratégia de Educação Ambiental, recorreu-se ao método *Delphi* para avaliação da exequibilidade da mesma. Foram apresentadas e discutidas com os gestores hoteleiros as diferentes medidas, tendo sido possível obter um *feedback* por parte das várias entidades.

O método *Delphi* trata-se de uma metodologia qualitativa que procura combinar o conhecimento e a experiência de um grupo de especialistas para formar uma opinião consensual sobre a probabilidade de ocorrência de um evento (Pacheco, 2019). Os peritos respondem independentemente a um cenário de problemas em múltiplas rondas de perguntas e respostas, evitando assim o enviesamento das respostas por predomínio de opiniões.

O uso do método *Delphi* na área do turismo pode oferecer vantagens como a identificação de questões críticas em áreas onde a metodologia quantitativa pode ser menos adequada e também uma previsão relativamente mais rápida e de baixo custo a partir de diferentes pontos de vista (Fernandes, 2014). A metodologia é aplicável quando se torna necessário contrastar e combinar argumentos e opiniões individuais para chegar a decisões. As características fundamentais desta metodologia são apresentadas na **Figura 5**.

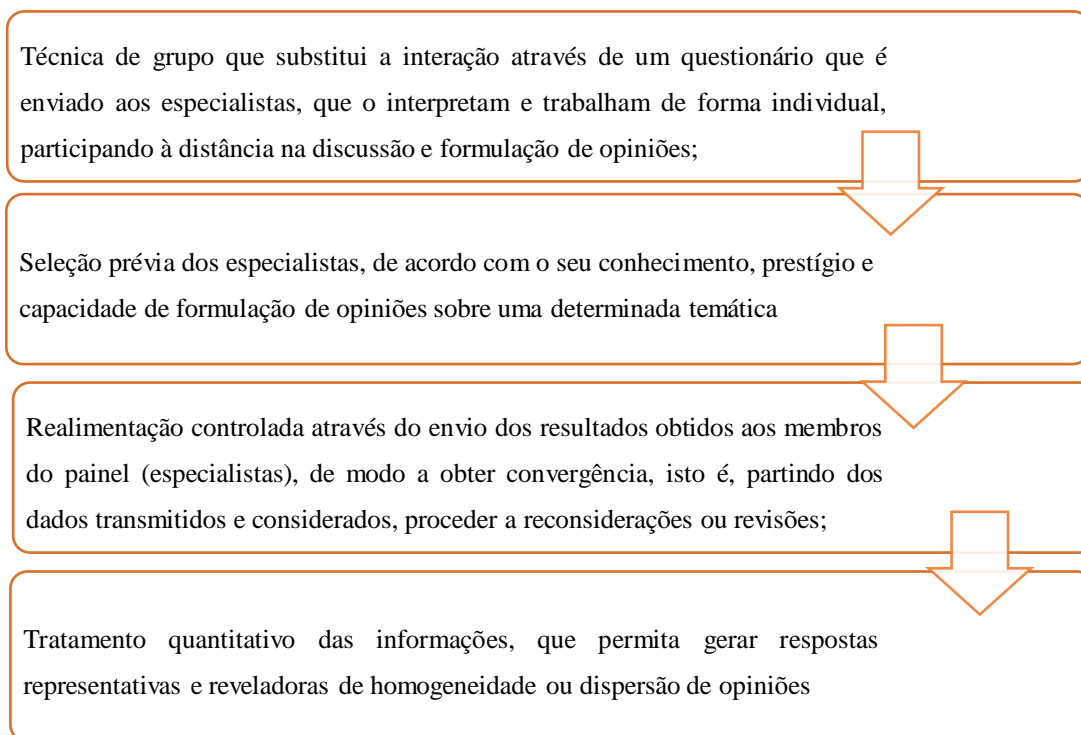


Figura 5 - Características do Método Delphi (Adaptado de Fernandes, 2014)

Por uma questão de praticidade, foi solicitado aos gestores hoteleiros previamente entrevistados o preenchimento de uma tabela com a seguinte estrutura:

Tabela 4 - Avaliação de medidas a implementar nos estabelecimentos hoteleiros (exemplo)

| Medida | Descrição | Avaliação (0-10) | Justificação / observações |
|---|---|--------------------------------|--------------------------------|
| Organização de limpezas de praia ou de espaços verdes | Alerta para a deposição indevida de resíduos. | <i>A preencher pelo gestor</i> | <i>A preencher pelo gestor</i> |

De forma avaliar a eficácia de implementação de cada medida, estas foram sujeitas a uma avaliação de acordo com uma escala de 0 a 10, com diferente gradação de cores, na qual:



0 – Impossível de implementar no estabelecimento

10 – Muito fácil de implementar no estabelecimento

Na última coluna, os gestores puderam acrescentar alguma justificação ou pequenas notas sobre a temática. Os resultados são apresentados na secção 4.4.

4. Resultados e discussão

4.1 Inquérito por Questionário

Foram obtidas 207 respostas ao inquérito por questionário (ver Apêndice I), onde se avaliaram diferentes parâmetros. Cerca de 64% dos inquiridos são do género feminino e 41,5% têm menos de 25 anos.

Os produtos turísticos mais referidos (Q3) foram “Sol e Mar” (82,6%), “Natureza” (67,1%), “Cultura” (59,9%), seguido de “Rural” (37,2%) e “Aventura” (32,9%). Destaca-se claramente a preferência dos potenciais hóspedes por um turismo mais focado nos recursos naturais, o que indica também a urgência de estes serem preservados, não só em prol do ambiente, como da dimensão socioeconómica.

Relativamente à tipologia de alojamento onde os inquiridos já estiveram hospedados (Q4), os hotéis e o alojamento local foram os mais referidos, seguidos por hotéis-apartamento e pousadas, sendo que, em média, a estadia é de cerca de três a quatro dias (Q5). O verão é, sem dúvida, o período do ano mais escolhido para os hóspedes ficarem alojados, com cerca de 90% de preferência (Q6). Constatase, assim, que a estratégia de educação ambiental a elaborar deve ser adaptada a um grupo específico de tipologia de alojamento, nomeadamente hotéis e alojamento local, onde se devem desenhar atividades/experiências educativas com a duração de poucos dias. A época alta influenciará também o tipo de estratégia a implementar, sendo que as atividades devem ser adaptadas à altura no ano, nomeadamente devido a condições climáticas.

Quando em viagem e alojados num destino turístico, os potenciais hóspedes apreciam maioritariamente a cultura (83,6%) e gastronomia do local (81,6%) (Q7). Esta questão evidencia a preferência dos potenciais hóspedes pela temática das atividades/experiências educativas, sendo importante para cativar o seu interesse e motivação à participação.

Conclui-se que mais de 50% dos inquiridos tem por hábito escolher o alojamento turístico por questões ambientais (distância, modo de deslocação, políticas do alojamento, etc.), sendo que mais de metade dos indivíduos (59%) afirma não saber que podem consultar a política ambiental no local (Q8 e Q10).

Aquando da sua última estadia num alojamento turístico, foram diversas as situações que os hóspedes identificaram como relacionadas com as boas práticas ambientais (Q9), nomeadamente as referidas na **Tabela 5**.

Tabela 5 – Identificação, por parte de potenciais hóspedes, de boas práticas ambientais implementadas nas unidades de alojamento turístico

| Medida implementada | Nº de respostas | % |
|---|-----------------|-------------|
| Apelo à reutilização das toalhas de banho (avisos em papel/autocolantes) | 105 | 50,7 |
| Apelo ao não desperdício alimentar (avisos em papel/autocolantes) | 37 | 17,9 |
| Apelo ao consumo responsável de água (avisos em papel/autocolantes) | 99 | 47,8 |
| Shampoo/gel de banho em recipiente reutilizável em embalagem fixa | 83 | 40,1 |
| Shampoo/gel de banho em pequenas embalagens individuais de plástico | 103 | 49,8 |
| Ecopontos dentro do alojamento | 40 | 19,3 |
| Copos de plástico embalados em plástico no quarto | 56 | 27,1 |
| Copos de vidro no quarto | 126 | 60,9 |
| Política ambiental do alojamento | 32 | 15,5 |
| Pratos vegetarianos na ementa do local de refeições | 53 | 25,6 |

As medidas mais frequentemente identificadas foram os copos de vidro no quarto (60,9%), produtos de banho colocados em pequenas embalagens individuais de plástico (49,8%) e ainda a colocação de avisos em papel/autocolantes a apelar ao consumo responsável de água no estabelecimento (47,8%), assim como à reutilização das toalhas de banho (50,7%). De referir que um dos inquiridos afirma não ter reparado em qualquer situação relacionada com questões ambientais.

São identificadas já algumas medidas positivas nas unidades hoteleiras, como a oferta de copos de vidro ao invés de copos de plástico. O apelo à reutilização e diminuição do consumo de recursos é visível, no entanto, meramente informativo (avisos escritos). Em relação à política ambiental do alojamento, embora obrigatória, é de notar que os hóspedes não têm fácil acesso a ela, ou têm pouco interesse em aceder à mesma.

Tendo em conta a temática da Educação Ambiental em alojamentos turísticos, os inquiridos foram questionados acerca do seu interesse em participar em certas atividades/decisões relacionadas com questões ambientais (Q11), se estas fossem proporcionadas pelo próprio alojamento. Cerca de 86% mostrou interesse na realização de passeios ecológicos (a pé ou de bicicleta). De entre as propostas em avaliação, as atividades com maior adesão foram a interação com animais e o desconto em estadia se a deslocação for efetuada de comboio ou de autocarro (62% e 61%, respetivamente).

A participação num *workshop* de cozinha vegetariana chamou a atenção de 85 inquiridos (41%). As ações menos apreciadas foram a atividade de reutilização de materiais e o *workshop* de compostagem.

No âmbito das atividades mencionadas, os potenciais hóspedes elegeram ainda outras questões ambientais que seria importante serem abordadas, apresentadas na **Figura 5**.

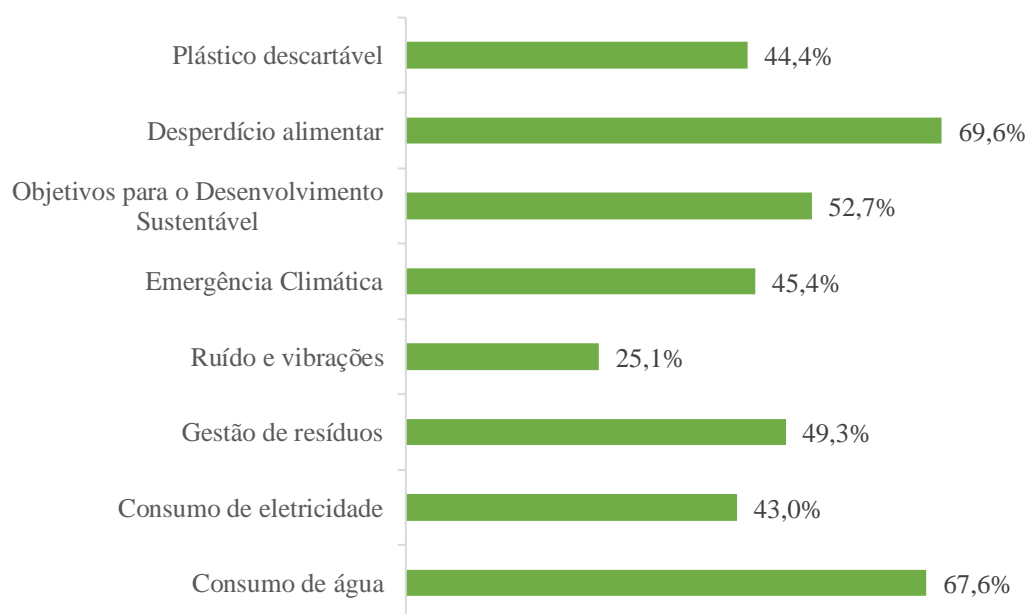


Figura 6 - Temáticas ambientais a abordar de acordo com preferência dos potenciais hóspedes

Foram ainda mencionadas, com menor expressão, as temáticas da alimentação vegetal e a desigualdade social.

No final do questionário, utilizando uma questão de resposta aberta, os inquiridos tiveram oportunidade de expressar a sua opinião e apresentar sugestões de atividades em unidades de alojamento turístico relacionadas com questões ambientais, assim como alguns aspetos a serem melhorados.

Energia

- Instalação de luzes com sensores de movimento;
- Instalação de painéis solares para fornecimento de energia;
- Sistema inteligente que desliga a eletricidade no quarto quando o hóspede não está no alojamento (luzes, ar condicionado, etc.)
- Política e contratação que inclua passe para utilização de transportes públicos, divulgação de rede de transportes públicos para desincentivar o recurso a viatura própria durante a estadia;
- Oferta de descontos aos hóspedes consoante o consumo de água e eletricidade por quarto;
- Produção de energia verde para autoconsumo e eventual venda à rede;

Recursos hídricos

- Criação de um sistema de controlo do uso de água;
- Informação de água potável no alojamento;
- Vigilância de torneiras a pingar ou autoclismos avariados;
- Consumo de água exclusivamente da rede de abastecimento;
- Reutilização de água do lavatório/duche no autoclismo, sem comprometer o conforto do hóspede.

Desperdício alimentar

- Criação de hortas domésticas e *workshops* de agricultura;
- *F&B* com produtos locais e sazonais;
- Possibilidade de escolha da quantidade de comida sempre que não seja *buffet*;
- Realização de acordos para aproveitamento de refeições não consumidas (ex: *Refood*)
- Realização de compostagem no alojamento turístico;
- Oferta de refeições 100% *plant based*, eliminação de uso de carnes vermelhas e/ou processadas e de laticínios e derivados;

Resíduos

- Atividades de limpeza de resíduos na envolvente do estabelecimento hoteleiro, ou mesmo de praias e florestas, com atribuição de prémios ou descontos aos participantes/hóspedes;
- Patrocínio de ações de limpeza e de plantação de árvores como resultado das reservas;
- Diminuição da utilização de plásticos de uso único;
- Abolição de *merchandising* e descartáveis desnecessários;
- Redução do consumo de papel: adoção de faturas eletrónicas e outras formalidades ou informações em suporte digital (faturas para fechos do dia, relatórios de departamentos, menus, entre outros);
- Ecopontos no interior dos quartos de hotel.

Produtos de higiene e limpeza

- Produtos de higiene em embalagens recicláveis;
- Possibilidade de, mediante desconto simbólico, os hóspedes utilizarem as suas próprias toalhas e produtos de higiene;
- Sensibilização dos hóspedes para a quantidade de produtos químicos utilizados nas lavagens de toalhas/lençóis;
- Utilização exclusiva de produtos de limpeza *cruelty free* e material de limpeza ecológico.

Sustentabilidade

- Existência de uma classificação dos alojamentos ao nível da sustentabilidade ambiental;
- Passeios ecológicos – caminhadas guiadas pelas cidades ou vilas;
- Permissão de animais de estimação nos alojamentos;
- Criação de áreas verdes exteriores com plantas autóctones e com baixa necessidade de rega;
- Preferência por materiais com maior durabilidade e reutilizáveis;
- Turismo de proximidade com ofertas criativas e alternativas;
- Alugueres e promoção de transportes ecológicos;

Educação ambiental

- Formações obrigatórias para colaboradores, de modo a estarem cientes do impacto ambiental do alojamento turístico, criando-se oportunidades para educar e alertar os hóspedes para melhores práticas;
- Exposições temáticas, por exemplo, sobre a biodiversidade da área;

- Dia de cinema com documentários ou filmes relacionados com as questões ambientais;
- Sensibilização para aspetos de emergência: o que fazer em caso de sismos, incêndios e inundações.

Os potenciais hóspedes inquiridos representam, maioritariamente, um público jovem com preocupações ambientais. A preferência por turismo de sol e natureza é notável, sendo compreensíveis todas as sugestões apresentadas, que se focaram em sete temáticas: energia, recursos hídricos, desperdício alimentar, resíduos, produtos de higiene e limpeza, sustentabilidade e educação ambiental. Conclui-se que os inquiridos possuem alguns conhecimentos acerca das problemáticas, devendo a estratégia de educação ambiental focar-se nas soluções às mesmas. Cria-se uma oportunidade de instruir ainda mais um público-alvo consciente, cujas motivações para participar em ações/atividades de carácter ambiental são claras.

4.2 Inquérito por Entrevista

A presente secção apresenta os resultados do inquérito realizado a quatro entidades de alojamento turístico. Foram colocadas oito questões inicialmente definidas (apresentadas na secção 3.2), tendo os resultados sido agrupados por temáticas.

4.2.1 Critérios ambientais

Todos os estabelecimentos alvo desta entrevista possuem atualmente políticas ambientais formais em vigor, à exceção do *Behappy Lounge & Brunch*. No entanto, todos apresentam práticas ambientais que são postas em ação, de acordo com os inquiridos, sendo essencial a cooperação dos hóspedes e do *staff*.

O alojamento **Vale das Lobas**, embora não esteja ainda em funcionamento, é claramente o que promete vir a ter maior cuidado com a envolvente do hotel, tendo em conta os próprios materiais com que este está a ser construído: blocos de terra comprimida – cujo material foi recolhido do próprio local ou da envolvente, ao invés do tradicional uso do tijolo, poupando-se assim cerca de 20 vezes de energia para a produção do material (Artur Gomes, Vale das Lobas). A reutilização das águas cinzentas é algo inovador no setor, sendo que é também uma particularidade da área onde o alojamento está instalado (Artur Gomes, Vale das Lobas). Ao nível das energias renováveis, o alojamento possuirá painéis

solares e também contará com a instalação de um *vortex* de energia hidroelétrica, que terá origem numa linha de água circundante. Um antigo restaurante dá agora lugar a esta estrutura, que transforma a corrente natural de água em energia elétrica (Artur Gomes, Vale das Lobas). A certificação é também bastante apreciada neste estabelecimento, tendo em conta que existem muitos produtos de origem *fair trade* ou com certificação *Rain forest*, como o chocolate e o café, contribuindo também para a sustentabilidade social (Artur Gomes, Vale das Lobas).

O **Inspira Liberdade Boutique Hotel** foi eleito o melhor *Eco Green Hotel* em Portugal, em 2018, e em 2019 foi mesmo eleito o melhor do sul da Europa. O alojamento foca-se nos três grandes pilares da sustentabilidade, que incluem a área ambiental, social e o desenvolvimento económico do negócio (Patrícia Marques, Inspira Liberdade Boutique Hotel). Ao nível social, todas as parcerias apoiam a comunidade local, na medida em que, por exemplo, oferecem para venda artigos de determinadas instituições sociais e todos os donativos angariados vão diretamente para apoiar as mesmas. De modo a evitar o desperdício alimentar, os chefes de cozinha iniciam os seus cuidados com uma correta gestão das compras, evitando comprar produtos em excesso. É realizada também a reutilização/reaproveitamento de alguns produtos, como a utilização de talos na confeção de molhos (Patrícia Marques, Inspira Liberdade Boutique Hotel). Existe uma parceria com a Zero Desperdício, onde o hotel contacta a empresa e esta identifica uma instituição próxima do hotel que tenha interesse nesses produtos alimentares, nomeadamente produtos cujo prazo de validade esteja a terminar. Por vezes, quando estes alimentos são em pouca quantidade, são consumidos pelo próprio *staff* (Patrícia Marques, Inspira Liberdade Boutique Hotel).

Relativamente ao *AquaLuz Troia Mar & Rio*, existem três unidades de grande desenvolvimento vertical (i.e. com mais de 100 unidades de alojamento), inseridas num conjunto turístico: três edifícios – Troia Rio (129 apartamentos) e Troia Mar (123 apartamentos), Troia Lagoa (132 apartamentos) – piscina interior e exterior, centro de eventos e pontos de restauração. Os hotéis estão integrados no *resort*, que é considerada uma área com regulamentação própria, onde existe um sistema de gestão ambiental que integra todas as componentes. Na prática, existe um núcleo responsável por esta gestão, que traça metas ambientais anuais e é realizada uma avaliação do grau de concretização

destas mesmas metas e de ações corretivas, nomeadamente através de auditorias internas, externas e auditorias de validação da certificação.

No *Behappy Lounge & Brunch*, como já foi referido, não existe ainda qualquer política ambiental formalmente implementada, mas o alojamento já coloca em prática diversas ações, como a abolição de chaves/cartões físicos para entrar nos quartos, os quais foram substituídos pela inserção de um código num sistema eletrónico.

4.2.2 Separação de resíduos

De momento, no estabelecimento **Vale das Lobas** não está prevista a instalação de ecopontos dentro dos quartos, uma vez que o seu conceito permite um *room service* limitado, fazendo com que a quantidade de resíduos produzida pelo hóspede seja reduzida e controlada pelo hotel. O *staff* tem informação de quando o hóspede tem ou não comida no quarto, por exemplo, dependendo do tratamento a que está a ser sujeito.

No **Inspira Liberdade Boutique Hotel** existem ecopontos nas áreas comuns, na área de *staff* e nas salas de reunião, para promover a separação correta dos resíduos por parte dos hóspedes. Nos quartos existem dois pequenos contentores, sendo um deles com duas divisórias. Assim, os hóspedes podem separar o papel, o plástico e o lixo indiferenciado. O vidro é um resíduo que raramente é produzido, sendo a sua recolha e separação da responsabilidade do *housekeeping*. Esta prática já ocorre com as garrafas próprias do hotel, que são oferecidas aos hóspedes. Relativamente à reutilização de algum material, destaca-se a utilização de folhas de rascunho para impressões internas.

O diretor do **Aqualuz Troia Mar & RioTroia** assume que a gestão de resíduos é de bastante importância, maioritariamente devido à dimensão do conjunto turístico e à sua localização.

Já no *Behappy Lounge & Brunch*, a separação do lixo é realizada, mas torna-se um desafio devido ao facto de o local de deposição de resíduos – cozinha – ser partilhado e, portanto, hóspedes com menos conhecimento juntam, por vezes, resíduos de diferentes tipologias. Foram já colocados avisos informativos, mesmo nos contentores, tendo já havido melhorias nesta prática. Dentro dos quartos não existe a possibilidade de os

hóspedes fazerem a separação do lixo, contudo, o alojamento considera colocar um papel informativo de forma a comunicar aos hóspedes que podem realizar a separação noutra divisão. As sobras do pequeno-almoço, nomeadamente pão, são congeladas e oferecidas ao *staff*, uma vez que a quantidade é sempre reduzida.

4.2.3 Consumo de recursos

Prevê-se que no alojamento **Vale das Lobas** haja mais produção de resíduos no departamento de F&B e mais consumo de água na área do *spa*, sendo que este espaço tem a particularidade de utilizar água diretamente da natureza. Existe uma reutilização da água cinzenta, resultante da lavagem da loiça, com recurso a produtos de limpeza sem químicos, podendo a água ser usada para rega da horta biológica, por exemplo.

No **Inspira Liberdade Boutique Hotel**, existe um consumo alto de gás, nomeadamente no inverno e as metas desejáveis de consumo de água têm sido ultrapassadas.

Relativamente ao **AquaLuz Troia**, o diretor assume existir um grande consumo energético e uma pegada carbónica grande, devido essencialmente à dimensão do alojamento.

Já no **Behappy Lounge & Brunch**, o consumo de água é o maior problema. Um pequeno “erro de arquitetura” colocou a caldeira longe dos pontos de água, fazendo com que a mesma demore imenso tempo a aquecer e, portanto, há um grande desperdício quando o hóspede prepara o seu banho. Para além disso, é utilizado papel para limpar vidros e instalações sanitárias, ao invés de panos, tendo a responsável assumido mesmo que é um aspeto a melhorar. A diretora de serviços considera que existe uma luta entre corresponder às expectativas e oferecer um bom serviço ao cliente e ainda ter todos os cuidados possíveis com o ambiente.

4.2.4 Formação em ambiente

Todo o *staff* que colabora com o **Vale das Lobas** é sujeito a uma formação inicial, uma vez que todo o projeto está desenhado em torno das boas práticas ambientais. O hotel contará com um centro de conferências, onde irão ocorrer diferentes eventos focados na formação ambiental e holística, que faz parte da experiência do hóspede.

No **Inspira Liberdade Boutique Hotel** são constantemente desenvolvidas formações devido à rotatividade de pessoal. Estas baseiam-se em ações de formação de acolhimento, onde se incluem regras básicas no que diz respeito às normas do hotel: circulação, funcionamento do hotel e sustentabilidade, onde se aborda todo o trabalho desenvolvido pelo hotel. O lema do alojamento é “*Doing the Right Thing*” e, portanto, é importante incluir todos os colaboradores no conceito e objetivos do mesmo. Existe comunicação ambiental junto dos hóspedes, tanto ao nível de indicações pequenas, mas também na televisão do quarto, onde são colocadas diversas informações, como o diretório do quarto, que está disponível através de um *QR Code* – evitando o papel -, e inclui também dicas de sustentabilidade. O hóspede pode, por exemplo, escolher o nível de intensidade da luz do quarto.

No **Aqualuz Troia Mar & Rio** existe um plano de acolhimento para o *staff* composto por várias etapas e conteúdos, incluindo sensibilização ambiental. Todos os anos são realizadas ações de formação ao nível de intervenção em emergências, também no âmbito das auditorias. Para este ano de 2022, o hotel tem prevista a realização de uma atividade para o público mais jovem (já que 30 a 35% dos clientes são crianças até aos 12 anos), que se baseia numa caderneta e autocolantes com questões de teor ambiental.

No **Behappy Lounge & Brunch** não existe uma formação específica para os colaboradores do *hostel*, assim como não existe qualquer abordagem ambiental junto dos hóspedes. No entanto, as pequenas práticas ambientais conseguem servir de ponte para uma educação ambiental indireta, sendo que estão a informar os indivíduos de como devem proceder corretamente.

4.2.5 Os hóspedes e o ambiente

Existe bastante informação sobre a dimensão ambiental no *site* do alojamento **Vale das Lobas** e, por esta razão, os indivíduos têm a possibilidade de conhecer os ideais do espaço, mesmo antes de o visitar. Atualmente, o alojamento tem tido visitas semanais de parceiros e investidores que acompanham toda a construção e implementação do conceito, tais como a *Rewilding Europe* e a *Rewilding Internacional*. Uma vez que o **Vale das Lobas** ainda não recebe hóspedes, não é possível avaliar se o alojamento é escolhido

pelos hóspedes por questões ambientais, mas sendo o seu conceito focado na vertente ambiental, espera-se que isso cause alguma curiosidade e surjam, portanto, bastantes informações nesse sentido.

O **Inspira Liberdade Boutique Hotel** é muitas vezes escolhido por clientes *corporate*/empresas devido às práticas ambientais aplicadas, sendo que, no final da estadia de grupos, é enviado um questionário de satisfação, sendo assim possível avaliar se a questão relativa à sustentabilidade foi de acordo com as suas expectativas. A Responsável do Departamento de Sustentabilidade assume que os hóspedes já têm noções básicas ambientais e alguns cuidados, como o facto de avisarem o *staff* que dispensam a limpeza do quarto e a mudança de toalhas em todos os dias da sua estadia.

O diretor do **Aqualuz Troia Mar & Rio** assume que não segue uma política ambientalmente *friendly* para atrair clientes, mas sim porque é o correto para ser feito. Pode eventualmente haver clientes mais interessados que escolhem o alojamento por esse motivo, sem poder afirmar com certeza que isto acontece. Afirma ainda que “as pessoas no discurso são muito amigas do ambiente, mas na prática, e principalmente de férias, isso não acontece. Dá-me quase ideia de que a pessoa é ambientalista no dia de trabalho e no dia que está de lazer é selvagem”.

O **Behappy Lounge & Brunch**, à primeira vista, pode ser considerado relativamente sustentável, uma vez que os materiais de construção e decoração são maioritariamente madeira e cortiça. Existe também um separador no *site* do alojamento que aborda questões da sustentabilidade, não sendo possível afirmar com certeza que o *hostel* é escolhido por estas razões. No geral, o cliente já é relativamente sensível a estas questões e, talvez pela sua localização perto da praia, atrai hóspedes com uma mentalidade mais focada na dimensão ambiental. A diretora de serviços do alojamento afirma que existe, por parte dos hóspedes, sensibilidade para com as questões ambientais, por exemplo, nas trocas de quarto. Quando há incompatibilidade na disponibilidade e se torna necessário efetuar uma troca de quarto, os hóspedes têm o cuidado de pedir que a roupa de cama seja a mesma, ao invés de colocar novos lençóis e toalhas. A questão do tempo que a água demora a aquecer também já foi abordada.

4.2.6 Melhoria da performance ambiental

O **Vale das Lobas** espera tornar-se totalmente autónomo ao nível energético e assumir, globalmente, um papel sustentável, sendo que se rodeia da natureza.

O **Inspira Liberdade Boutique Hotel** apresenta alguma intenção de mudança e inovação. Os *amenities*, que atualmente ainda são oferecidos ao cliente em embalagens individuais de plástico, serão brevemente substituídos por doseadores de vidro fixos, assim como os dispensadores de sabonete das mãos que estão em áreas públicas. Por outro lado, tem havido um esforço crescente para sensibilizar os hóspedes para a diminuição do consumo de água, sendo que a sensibilização é feita por informações colocadas nos quartos. Está atualmente em vigor um projeto piloto em dois quartos, que conta com a parceria de uma *start-up* portuguesa, onde, através de uma aplicação, o próprio hóspede pode controlar os consumos de água e, eventualmente, o hotel pode premiar o hóspede que consiga uma melhor performance ambiental. O hotel vai desenvolver duas novas unidades em Lisboa com a mesma política de sustentabilidade e manter assim as boas práticas.

O hotel **Aqualuz Troia Mar & Rio** ambiciona uma estratégia de não utilização de papel, ainda por concretizar, e para isto haverá uma monitorização do seu uso. Será ainda aplicada a seguinte medida no que toca a responsabilidade social: por cada noite que o cliente prescindir da limpeza do apartamento, o hotel doará 2,50€ a uma organização de solidariedade social. Em 2021, o hotel adotou o mesmo princípio, sendo que o desconto era um *voucher* oferecido ao cliente, para que este pudesse consumir na unidade. Pretende-se, assim, reduzir as lavagens de roupa e o consumo de produtos, tratando-se de uma sensibilização ambiental indireta dos clientes. O hotel está a abolir o plástico, tendo já colocado, em alguns quartos, doseadores em vez de embalagens individuais de plástico.

No **Behappy Lounge & Brunch** está em elaboração uma medida bastante interessante que passa pela criação de diferentes sinais para colocar nos quartos, para informação do *housekeeping*, resumidos na **Tabela 6**.

Tabela 6 - Sinais para informação do housekeeping (Behappy Lounge & Brunch, 2022)

| Sinal informativo | Significado |
|-----------------------------|---|
| <i>Do Not Disturb (DND)</i> | Não é realizada limpeza, o <i>housekeeping</i> não entra no quarto. |
| <i>Full Cleaning</i> | O <i>housekeeping</i> realiza uma limpeza total ao quarto, incluindo troca de lençóis e toalhas de banho. |
| <i>Fast Cleaning</i> | O <i>housekeeping</i> realiza uma limpeza ao quarto, incluindo troca de toalhas de banho. |
| <i>Eco Cleaning</i> | O <i>housekeeping</i> realiza uma limpeza ao quarto, não havendo trocas de lençóis ou toalhas de banho. |

Estas opções têm em vista um “programa ambiental” para os hóspedes que consiste numa espécie de desafio, a implementar ainda este ano, que premiará os clientes com melhores práticas ambientais. Para além disso, o alojamento planeia também substituir película aderente, utilizada para conservar produtos do pequeno-almoço, por película reutilizável. Para resolver a problemática da demora no aquecimento da água do banho, a gerência tenciona instalar caldeiras mais pequenas nos quartos mais afastados.

4.2.7 Estratégia de Educação Ambiental no estabelecimento hoteleiro

Todas as unidades de alojamento contactadas se mostraram disponíveis para adotar uma estratégia de educação ambiental. O *modus operandi* de cada uma já inclui a prática de ações ambientalmente corretas, sendo o *staff* também consciencializado para tal. Abranger os hóspedes seria uma mais-valia, tornando-os agentes de mobilização, para ressaltar a importância dos seus comportamentos. O diretor hoteleiro do **Aqualuz Troia Mar & Rio** assumiu claramente que propostas que tenham em vista a redução de custos são sempre bem-vindas, notando-se a relevância da dimensão financeira neste estabelecimento hoteleiro.

4.3 Estratégia de educação ambiental

As práticas ambientais habitualmente implementadas nas unidades de alojamento são do conhecimento da maioria dos hóspedes: utilização de lâmpadas *LED*, redução do consumo de plástico, reutilização de materiais, concentração de hóspedes nos andares inferiores em casos de menor ocupação, entre outros, como, aliás, demonstram as

respostas ao inquérito por questionário na secção anterior. Mas a verdadeira questão, no que a esta investigação diz respeito, concerne na ação do próprio hóspede e no que este pode fazer para alterar no seu comportamento e para contribuir para um ambiente mais limpo, não só em contexto hoteleiro, mas no seu dia-a-dia. Para isto, é essencial alertar o hóspede para o seu comportamento e para o consumo de recursos.

É importante referir que a passagem de informação para os hóspedes deve ser sucinta e direta, evitando que este se sinta sobrecarregado e não assimile os ideais a serem transmitidos. Assim, é fundamental transmitir pequenas mensagens que causem um grande impacto.

Após questionar mais de 200 potenciais hóspedes e entrevistar responsáveis por unidades hoteleiras, ficaram claras as temáticas principais a abordar:

- Informar quantitativamente o hóspede acerca dos seus consumos de água, gás e eletricidade.

A água é um recurso que deve ser utilizado sem comprometer as necessidades dos ecossistemas e a continuidade hídrica dos cursos de água (APA, 2012). É da maior relevância que os indivíduos tenham consciência de que este é um recurso limitado e, portanto, deve ser usado com responsabilidade. De forma a poupar centenas de litros de água por mês, basta alterar pequenos hábitos, que em nada alteram o conforto, impactando positivamente a eficiência de recursos e a redução de emissões de CO₂ (EPAL, 2022). São comuns os avisos afixados nas instalações sanitárias que apelam ao consumo responsável da água.

Aplicando uma estratégia mais visual e dinâmica, é sugerida a adoção de medidores de consumo, que informam o hóspede, em tempo real, do volume de água que este está a utilizar. Seriam, assim, instalados pequenos painéis de informação, no campo de visão do hóspede, enquanto esta toma banho. Para além disso, e em forma de comparação, é importante afixar que um duche de 15 minutos, com a torneira aberta, consome cerca de 180 litros, sendo que reduzirá o consumo para 60 litros se fechar a torneira enquanto se ensaboia (APA, 2022). Assim que estes limites sejam ultrapassados o dispositivo avisa o hóspede. O mesmo conceito pode ser aplicado ao consumo de gás (quanto aplicável) e

eletricidade no quarto. De acordo com a Agência de Energia e Ambiente da Arrábida (2019) e após auditorias energéticas em diversas unidades hoteleiras, determinou-se o valor médio de alguns indicadores relacionados com o consumo de eletricidade, apresentados na **Tabela 7**.

Tabela 7 - Valor médio de consumo de energia elétrica em hotéis (Fonte: ENA, 2019)

| Indicador | Valor médio |
|---------------------|-------------|
| kWh/hóspede | 36,3 |
| kWh/quarto | 64,4 |
| €/quarto utilizado | 6,93 |
| €/quarto disponível | 5,25 |

É necessário ter em conta que o estudo anterior teve por base 20 hotéis, de diferentes categorias, com um número total de hóspedes de 1 051 982 e de 1 614 quartos.

Seria necessário um estudo mais pormenorizado e por categoria, de forma a poder comparar valores e assim informar o hóspede de quando este ultrapassa o valor médio para cada estabelecimento hoteleiro específico.

Aproveitado o estudo piloto que está em curso no Inspira Liberdade Boutique Hotel, a empresa *Noytrall* está a desenvolver uma aplicação que pode ser instalada pelo hóspede, permitindo que este tenha acesso a todos os seus consumos durante o período da sua estadia (protótipo na **Figura 7**).

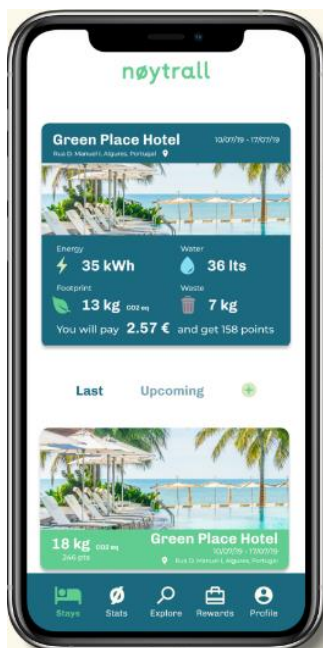


Figura 7 - Protótipo Noytrall (Fonte: Noytrall, 2022)

Esta aplicação é vantajosa no que toca aos consumos fora da unidade hoteleira (restaurante, uso de áreas comuns, lavandaria, etc.). Seria interessante questionar o hóspede sobre os seus hábitos no hotel, apresentando numericamente os seus gastos. Por outro lado, o facto de requerer uma instalação no telemóvel pessoal pode criar algum entrave, nomeadamente ao nível de Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados (RGPD).

É sugerido, assim, um *software* semelhante, evitando o perfil individual da aplicação e adaptando para uma versão mais “pública”. Pequenos dispositivos visíveis a todos os utilizadores do quarto, tendo por base a educação não-formal.

Foi estabelecido o contacto com a empresa, através dos contactos disponíveis no seu sítio da internet (<https://noytrall.pt>), mas não foi possível obter resposta até à data, de forma a entender o potencial da aplicação.

A tomada de consciência da quantidade de recursos, quer seja de água, gás ou eletricidade, que um indivíduo gasta diariamente, direta ou indiretamente, permite que este seja mais eficiente e opte por soluções alternativas (EPAL, 2022).

- Incentivo ao comércio local e parceria com produtores locais.

A produção e consumo atuais têm contribuído para problemas ambientais, como as alterações climáticas, a poluição, o esgotamento de recursos naturais e perda de biodiversidade (IMR, 2019).

A qualidade de vida está dependente da capacidade de viver dentro dos limites dos recursos disponíveis e, por essa razão, a União Europeia incentiva o consumo e a produção sustentáveis (IMR, 2019). Neste contexto, o consumo de produtos nacionais potencia a economia nacional e sustentabilidade, ao mesmo tempo que evita as

consequências negativas do transporte de produtos alimentares provenientes do estrangeiro.

O comércio local promove a alimentação de qualidade, a sustentabilidade e o desenvolvimento das comunidades e economias locais. Assegura-se não só a redução da pegada ecológica, como uma gestão mais sustentável de recursos energéticos, de modo a proteger a economia local (IMR, 2019).



Figura 8 - Características do comércio local (Adaptado de Smartcities, 2022)

A hotelaria e o turismo representam uma importante fonte de rendimentos devido ao consumo diversificado de produtos e serviços relacionados, desde restauração, transportes e comércio local (Cegoc, 2022). Optar pelo comércio local é também uma forma de evitar grandes deslocações e a emissão de gases com efeito de estufa e outros poluentes (Green Savers, 2018).

Assim, os estabelecimentos hoteleiros devem, para além de comprar local, sugerir aos seus hóspedes que o façam. Devem promover o desenvolvimento económico da comunidade como um todo, através da sugestão de restaurantes, bares, atrações turísticas e outros monumentos nacionais, podendo também, em jeito de parceria, oferecer descontos que incentivem os clientes a frequentar estes espaços.

- F&B “verde”

Indiretamente ligado ao ponto anterior, as unidades de alojamento devem garantir a oferta alargada de refeições com uma baixa pegada carbónica, isto é, emissões resultantes da produção, alimentação para animais (quando aplicável), processamento do produto, transporte, venda a retalho e embalagem. É importante dar prioridade a produtos frescos, biológicos e pouco processados, optando pela sazonalidade e evitando o recurso a pesticidas.

Alimentos produzidos na sua época são habitualmente mais frescos, ricos em sabor e nutritivos, precisamente porque não percorrem distâncias tão longas e tendem a amadurecer na planta ou árvore até estarem no ponto para serem colhidos (*SmartCities*, 2022).

As refeições nos estabelecimentos hoteleiros devem ser servidas à carta, evitando o desperdício associado aos *buffets*. Para além disso, o hóspede deve ser informado do impacte ambiental das suas escolhas alimentares, sendo sugerida a apresentação da pegada carbónica de cada alimento/prato no próprio menu (exemplo na **Figura 9**).

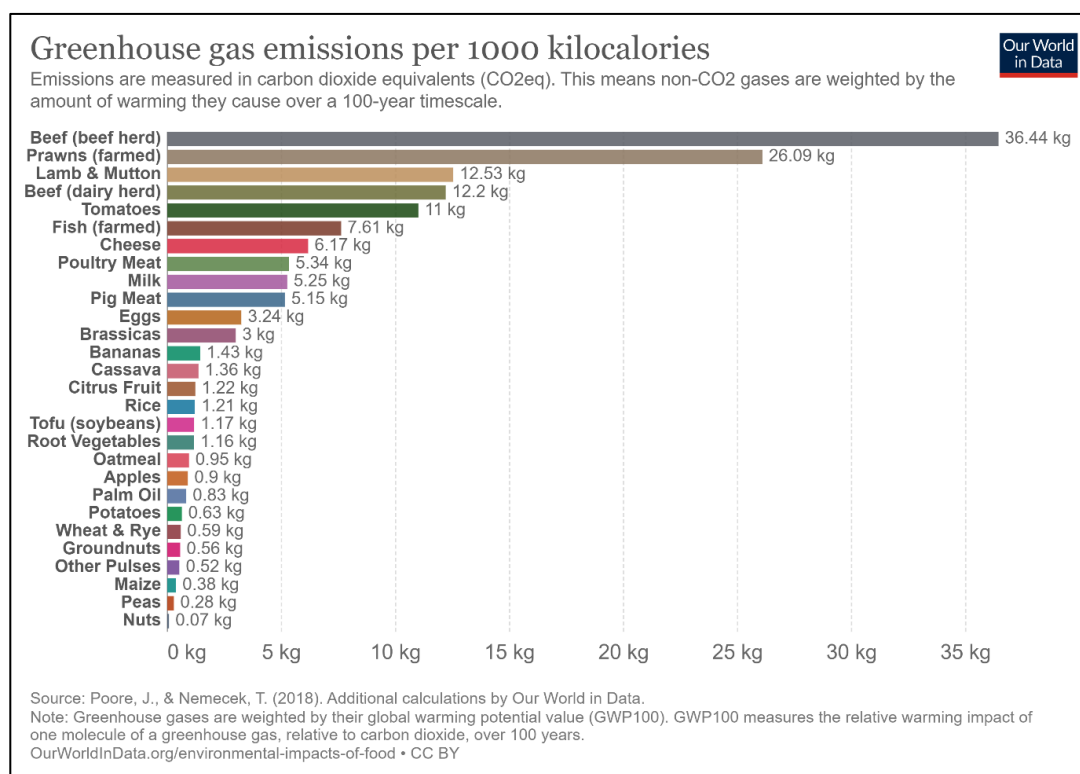


Figura 9 - Pegada Carbónica de alimentos (Fonte: Nemecek & Poore, 2018)

O cliente tem, assim, acesso a informação da quantidade de CO₂ que foi libertada na atmosfera para que este pudesse consumir a refeição escolhida. O estabelecimento deve apostar também na alimentação vegetariana, sendo esta uma dieta menos poluente.

- Desconto na estadia em função do meio de transporte utilizado pelo hóspede para se deslocar até ao hotel

O setor dos transportes é um dos principais emissores de gases com efeitos de estufa, representando cerca de 25% destas emissões em Portugal (APA, 2021). As políticas de transporte passam por mitigar os impactes negativos deste setor sobre o ambiente e promover a transição para o transporte coletivo. A poluição sonora é outra consequência associada aos transportes, havendo mais de 100 milhões de pessoas afetadas por níveis nocivos nos países membros da Agência Europeia do Ambiente (AEA, 2020).

É, assim, sugerida a aplicação de um desconto na estadia do cliente, em função do meio de transporte que este utilizou na sua deslocação até ao hotel. O estabelecimento tem aqui a oportunidade de incentivar o hóspede a optar por meios de transportes menos poluentes.

No momento do *check-in*, o hóspede deve comprovar, através da aquisição de bilhetes/*tickets* de viagem, qual o transporte que utilizou, sendo sujeito a avaliação do hotel. Por exemplo: o cliente comprova que utilizou o metro para chegar a um hotel no centro da capital. É assim informado que, devido às suas boas práticas, terá direito um desconto de 10% no preço total da sua estadia.

Outra sugestão complementar seria a instalação de um quadro interativo, numa área comum, onde o visitante pode indicar o seu ponto de partida e o transporte utilizado para o destino. Tendo em conta a distância percorrida e a quantidade de CO₂ libertada (**Figura 10**), este seria informado da sua pegada carbónica.

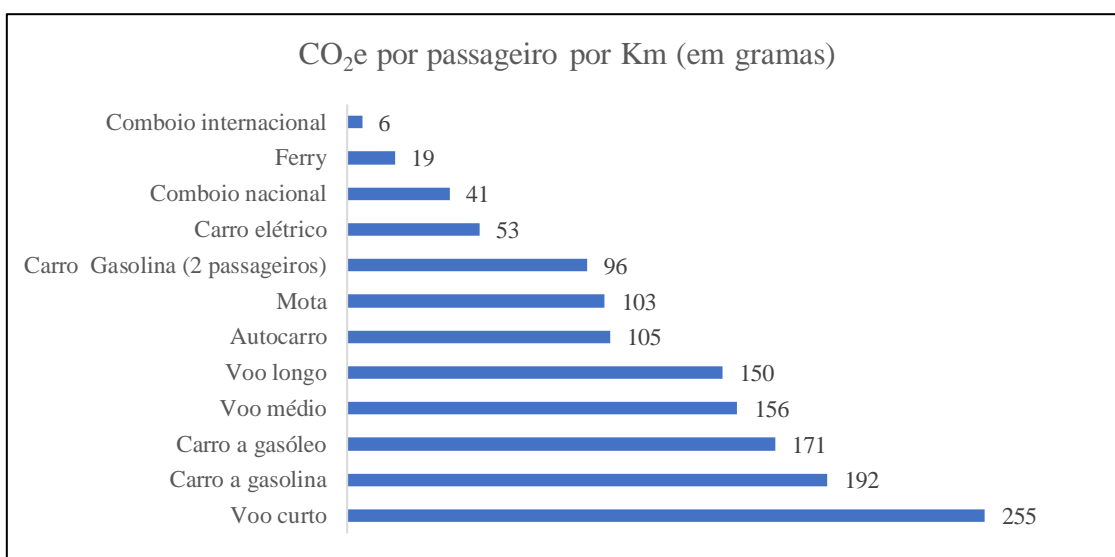


Figura 10 - Quantidade de CO₂e libertada por meio de transporte (Bhutada, 2022)

Deve ser sempre avaliada a interface de transportes disponível para cada estabelecimento. No hotel **Aqualuz Troia Mar & Rio**, por exemplo, esta medida é difícil de aplicar, uma vez que a rede de transportes em Troia é bastante escassa, havendo apenas dois autocarros diários para a ilha, que partem de Setúbal. Neste caso, o hotel pode também oferecer o seu próprio transporte (um autocarro, por exemplo), que facilitasse a chegada dos hóspedes e evitando que estes utilizem o automóvel individual.

- Oferta de plano de atividades que contribuam para o ambiente

É importante que os hóspedes sintam que fazem parte da solução. Assim, o estabelecimento hoteleiro deve oferecer um plano de atividades onde os clientes podem participar e serem ativos de forma a contribuírem para um melhor planeta. O hotel deve usufruir da própria envolvente, evitando grandes deslocações.

Tabela 8 - Atividades ambientais sugeridas e seus objetivos

| Atividade | Objetivo |
|---|--|
| Organização de limpezas de praia ou de espaços verdes | Alerta para a deposição indevida de resíduos |
| Caminhadas ecológicas com possível visita guiada pela envolvente | Incentivo à mobilidade verde, motivando o contacto com a natureza e os locais |
| Oferta de cinzeiros portáteis para hóspedes fumadores | Incentivo à não poluição por beatas. |
| Workshops de cozinha vegetariana | Incentivo à alimentação com baixa pegada carbónica |
| Workshops de compostagem | Utilização de resíduos orgânicos produzidos na unidade de alojamento, podendo ser utilizados como fertilizantes |
| Criação de hortas domésticas | Dependendo da estrutura do estabelecimento, esse pode adotar um espaço para produção própria, com eventual participação dos hóspedes (colheita, rega, plantação) |
| Realização de “concursos verdes” | Atribuição de um prémio ao hóspede mais ‘ambientalmente correto’, através da monitorização da sua estadia (consumos de água, eletricidade, participação em atividades, etc.) |
| Sessões de cinema | Projeção de filmes/documentários sobre a temática ambiental e realização de debates entre hóspedes interessados |
| Apadrinhamento de associações | Oportunidade de os hóspedes financiarem, em nome próprio e do hotel, de projetos que contribuam para a proteção do ambiente |

- Keycard holders sustentáveis

Os habituais cartões para abertura dos quartos são normalmente acompanhados de um *key card holder*, em papel. De forma a evitar o consumo deste recurso é sugerida a adoção de sistemas automatizados com códigos, por exemplo, que podem ser enviados aos hóspedes por mensagem para o contacto pessoal ou email.

Alternativamente, podem ser reutilizados outros materiais, como as rolhas. Na **Figura 11** é possível observar uma adaptação simples de um *key card holder* de cortiça.



Figura 11 - Key card holder de cortiça

- Aposta na comunicação entre hóspedes e staff

De forma a agilizar a passagem de informação/conhecimento, é importante também que o *staff* esteja informado das políticas ambientais do hotel, por forma a poder transmiti-las aos hóspedes. É importante, assim, a formação antecipada dos colaboradores, a qual, de uma forma geral, já ocorre nos estabelecimentos aquando da contratação de novo pessoal. Outra sugestão será a liberdade de os hóspedes terem oportunidade de dar a sua opinião acerca de questões relacionadas como funcionamento do hotel. A informação dada ao *housekeeping* acerca da limpeza dos quartos deve partir do hóspede, alertando o estabelecimento para a eventual necessidade de mudança de lençóis e/ou toalhas.

O sistema a ser usado futuramente pelo *Behappy Lounge & Brunch* é um bom exemplo, ilustrado na **Figura 12**.



Figura 12 - Opções de informação ao housekeeping (Behappy Lounge & Brunch, 2022)

- Alternativas às Online Travel Agencies (OTA)

O estabelecimento hoteleiro deve incentivar a marcação de alojamento através da plataforma *EcoHotels*, cuja missão é ser uma comunidade de hotéis, compartilhando conhecimento e melhores práticas e estando lado a lado para promover a sustentabilidade na indústria de viagens. Cada vez que o cliente reserva um quarto nesta plataforma, é plantada uma árvore, estando o hóspede a contribuir para o aumento do reflorestamento e a eco diversidade (Ecohotels, 2021). Esta opção é viável apenas para estabelecimentos certificados ao nível ambiental, existindo já em Portugal 247 propriedades inscritas.

5. Método Delphi

Todos os gestores, à exceção do estabelecimento “Aqualuz Troia Mar & Rio” enviaram o seu *feedback* às medidas sugeridas. O método utilizado cingiu-se apenas a uma ronda, na qual os inquiridos responderam à questão inicial e, quando necessário, foi pedida uma clarificação, para evitar erros de interpretação. A vantagem deste método Delphi “adaptado” consiste na facilidade de resposta, uma vez que se recorreu a uma tabela e a uma escala, quantificando-se a metodologia. Por outro lado, não foi possível assistir à interação e discussão dos intervenientes acerca da temática, o que poderia ter sido uma mais-valia e enriquecido o estudo. Seguidamente apresentam-se as avaliações de cada medida sugerida.

a) Informar quantitativamente o hóspede acerca dos seus consumos de água, gás e eletricidade

Adoção de medidores de consumo que informam o hóspede, em tempo real, do volume de água que este está a utilizar.

Os estabelecimentos *Behappy Lounge & Brunch* e *Inspira Liberdade Boutique Hotel* consideram que esta medida requer um investimento elevado, nomeadamente pela instalação dos contadores por quarto, tendo dado uma pontuação de 5 e 6 em 10, respetivamente. Como mencionado anteriormente, está já em fase de implementação um projeto piloto semelhante no *Inspira Liberdade Boutique Hotel*. Noutra perspetiva, o Chefe Executivo do Vale das Lobas afirma ser uma medida muito fácil de implementar (10/10), mas de baixo impacto, quando comparada com medidas já aprovadas pelo próprio estabelecimento, tais como a gestão das águas cinzentas e a sua reutilização (água do banho passa para os sanitários, por exemplo), a oferta de shampoos e géis de banho biodegradáveis com baixo nível de impacto nas águas residuais, o tratamento das águas de piscinas e jacuzzis com recurso a algas e a reutilização das mesmas, bem como a reserva das águas das chuvas para os sanitários.

b) Incentivo ao comércio local e parceria com produtores locais

Promoção do consumo de produtos locais no estabelecimento e do desenvolvimento económico da comunidade.

Todos os estabelecimentos consideram esta medida de muito fácil implementação (10/10). O Vale das Lobas sugere ainda a colocação de informações pré-preparadas na receção e a identificação de ingredientes endógenos nas cartas dos espaços de *F&B*.

c) F&B “verde”

Serviço de refeições à carta e informação do impacte ambiental dos pratos.

A diretora de serviços do *Behappy Lounge & Brunch* assume que, como tem apenas uma pessoa responsável pelo serviço de pequeno-almoço, o serviço à carta não seria eficaz. Uma vez que se trata de um alojamento de pequena dimensão, existe pouca quantidade de alimentos desperdiçados, sendo também aproveitada para o dia seguinte (8/10). No Inspira Liberdade Boutique Hotel esta medida já é implementada, excetuando a apresentação da pegada de carbono/prato no menu (7/10). Relativamente a este ponto, o Vale das Lobas sugere a introdução de um *QR Code* no menu que apresente informações mais detalhadas de cada prato num formato digital (7/10).

d) Desconto na estadia em função do meio de transporte utilizado pelo hóspede para se deslocar até ao hotel

Aplicação de um desconto de 10% no preço total da estadia do hóspede após comprovativo de viagem sustentável e apresentação da pegada carbónica da mesma.

Para o *Behappy Lounge & Brunch* existe uma dificuldade associada aos custos, principalmente na instalação do quadro interativo. Pelo facto de se tratar de um estabelecimento de pequena dimensão, a opção do autocarro não se aplica (5/10). O Inspira Liberdade Boutique Hotel considera interessante incluir no cálculo da pegada de carbono não só o transporte, mas também o consumo de recursos naturais e as refeições tomadas durante a estadia do hóspede. Relativamente ao desconto a efetuar ao hóspede por este utilizar transportes públicos, a diretora de sustentabilidade assume que não será prático no momento do *check-in*, solicitar a prova dos bilhetes, sendo algo a considerar. Sugere, por outro lado, questionar, sensibilizar e informar o cliente nesse momento sobre os meios de mobilidade mais sustentáveis ao seu dispor (5/10). Para o Chefe Executivo do Vale das Lobas, o desconto por “avaliação do hotel” do transporte utilizado necessita de uma reformulação e introdução de regras para a sua atribuição de forma a não existir

abuso ou interpretações erradas que levem a problemas no *check-in/out*. Quanto ao *transfer* e ao placard informativo, o chefe executivo concorda com a medida apresentada (7/10).

e) Oferta de plano de atividades que contribuam para o ambiente

▪ **Organização de limpezas de praia ou de espaços verdes**

Todos os estabelecimentos atribuíram pontuação máxima a esta medida, sendo que a mesma já está implementada no Inspira Liberdade Boutique Hotel.

▪ **Caminhadas ecológicas com possível visita guiada pela envolvente**

Todos os estabelecimentos atribuíram pontuação máxima a esta medida, sendo que esta já está implementada no *Behappy Lounge & Brunch* e no Inspira Liberdade Boutique Hotel.

▪ **Oferta de cinzeiros portáteis para hóspedes fumadores**

Todos os estabelecimentos atribuíram pontuação máxima a esta medida.

▪ **Workshops de cozinha vegetariana e de compostagem**

Todos os estabelecimentos atribuíram uma pontuação bastante elevada a esta medida, tendo o Vale das Lobas sugerido um *workshop* de cozinha sustentável, ao invés de vegetariana.

▪ **Criação de hortas domésticas**

Tanto o Inspira Liberdade Boutique Hotel como o Vale das Lobas assumiram tratar-se de uma medida bastante interessante, estando já implementada no Inspira, apenas com a participação dos colaboradores. Por outro lado, o *Behappy Lounge & Brunch* (3/10) constata que as instalações do estabelecimento não permitem a criação de uma horta. Ainda assim, esta medida não é descartada totalmente, sendo que a Diretora de Serviços informa que dispõe de um terraço exterior onde poderá eventualmente ter alguns vasos para plantação.

- **Realização de “concursos verdes”**

Esta medida pressupõe a atribuição de um prémio ao hóspede mais ‘ambientalmente correto’, através da monitorização da sua estadia (consumos de água, eletricidade, participação em atividades, etc.). À semelhança da primeira medida sugerida, o Inspira Liberdade Boutique Hotel afirma que esta continua a requerer algum investimento para instalação de contadores nos quartos. Tanto o *Behappy Lounge & Brunch* como o Vale das Lobas atribuíram uma pontuação alta a esta medida (8 e 10, respetivamente).

- **Sessões de cinema**

O Hotel Inspira Liberdade Boutique Hotel afirma que já é realizada a projeção de filmes/documentários no *lobby*. Tanto o *Behappy Lounge & Brunch* como o Vale das Lobas demonstram alguma reticência, nomeadamente associada à falta de material e à estrutura da unidade hoteleira.

- **Apadrinhamento de associações**

Todos os estabelecimentos atribuíram pontuação máxima a esta medida, sendo que esta já é implementada no Inspira Liberdade Boutique Hotel.

- **Aposta na comunicação entre hóspedes e *staff***

Todos os estabelecimentos atribuíram pontuação máxima a esta medida, sendo que ela já é implementada no Inspira Liberdade Boutique Hotel e no *Behappy Lounge & Brunch*.

f) Alternativas às *Online Travel Agencies* (OTA)

Tanto o Vale das Lobas como o Inspira Liberdade Boutique Hotel afirmam que esta é uma medida muito fácil de implementar, estando mesmo já implementada no Hotel Inspira Liberdade Boutique Hotel. Por outro lado, o *Behappy Lounge & Brunch* afirma que, de momento, esta medida não é viável, uma vez que não dispõe das certificações que a plataforma solicita.

Na **Tabela 9** estão resumidas as pontuações obtidas nesta metodologia, assim como uma média das avaliações, por forma a sintetizar os resultados.

Tabela 9 - Pontuações atribuídas às medidas de educação ambiental

| Medida | | Pontuação Behappy Lounge & Brunch | Pontuação Inspira Liberdade Boutique Hotel | Pontuação Vale Das Lobas | Pontuação Média |
|--|--|--|---|---|----------------------------|
| Informar quantitativamente o hóspede acerca dos seus consumos de água, gás e eletricidade. | | 5 | 6 | 10 | 7,00 |
| Incentivo ao comércio local e parceria com produtores locais | | 10 | 10 | 10 | 10,00 |
| F&B “verde” | | 8 | 7 | 10 | 8,33 |
| Desconto na estadia em função do meio de transporte utilizado pelo hóspede para se deslocar até ao hotel | | 5 | 5 | 7 | 5,67 |
| Oferta de atividades que contribuam para o ambiente | Organização de limpezas de praia ou de espaços verdes | 10 | 10 | 10 | 10,00 |
| | Caminhadas ecológicas com possível visita guiada pela envolvente | 10 | 10 | 10 | 10,00 |
| | Oferta de cinzeiros portáteis para hóspedes fumadores | 10 | 10 | 10 | 10,00 |
| | <i>Workshops</i> de cozinha vegetariana | 8 | 10 | 10 | 9,33 |
| | <i>Workshops</i> de compostagem | 9 | 10 | 10 | 9,67 |
| | Criação de hortas domésticas | 3 | 10 | 10 | 7,67 |
| | Realização de “concursos verdes” | 8 | 6 | 10 | 8,00 |
| | Sessões de cinema | 7 | 10 | 5 | 7,33 |
| | Apadrinhamento de associações | 10 | 10 | 10 | 10,00 |
| | Aposta na comunicação entre hóspedes e <i>staff</i> | 10 | 10 | 10 | 10,00 |
| Alternativas às <i>Online Travel Agencies</i> (OTA) | | 10 | 10 | 0 | 6,67 |

Constata-se que, de uma forma geral, os estabelecimentos hoteleiros aprovaram as medidas sugeridas, salientando-se seis como as mais consensuais: 1) incentivo ao comércio local e parceria com produtores locais, 2) organização de limpezas de praia ou de espaços verdes, 3) caminhadas ecológicas com possível visita guiada pela área envolvente, 4) oferta de cinzeiros portáteis para hóspedes fumadores, 5) apadrinhamento de associações e 6) aposta na comunicação entre hóspedes e *staff*. Este conjunto de medidas foi avaliado com a máxima pontuação, sendo aspetos da estratégia de educação ambiental que poderiam ser facilmente implementados.

No entanto, constata-se que a avaliação de medidas difere bastante dependendo do tipo de alojamento. A sugestão de utilização da plataforma *Ecohotels* pode ser facilmente implementada nos dois hotéis (Inspira Liberdade Boutique Hotel e Vale das Lobas), mas o alojamento local já considera muito improvável, devido ao facto de não possuir todos os requisitos necessários.

Todas as medidas que requerem algum tipo de investimento financeiro têm pontuações mais baixas.

Seria importante aperfeiçoar alguns pontos da estratégia apresentada, nomeadamente os que foram avaliados com menor pontuação. As medidas devem ser adaptadas de acordo com a tipologia de alojamento e os gestores devem assumir que, embora exista um investimento inicial, a longo prazo as medidas irão valorizar o seu estabelecimento tanto a nível financeiro, como no apoio à criação de vantagens competitiva.

A adoção de medidores de consumo em tempo real pressupõe um investimento que consiste na aquisição de contadores proporcional ao número de quartos do alojamento. Por forma a reduzir os custos, é sugerida a colocação dos medidores em áreas comuns, como as casas de banho ou a zona da piscina, causando impacte semelhante e informando os hóspedes dos seus gastos. É importante referir que junto destes medidores deve existir uma pequena informação que sirva de comparação para os usuários (*ex*: Uma torneira aberta 1 minuto pode desperdiçar 12 litros de água (EPAL, 2022)). O hóspede entende assim se está a ter um comportamento ambientalmente correto ou se já ultrapassou a média de consumos.

O serviço à carta é uma excelente opção para evitar o desperdício, sugerindo-se a criação de um pequeno *QR Code* que apresenta ao hóspede as informações ambientais de cada alimento, nomeadamente da sua pegada carbónica. Evita-se assim o excesso de informação do menu, correndo o risco que o cliente não o leia. Por outro lado, sugerem-se a criação de individuais personalizados reutilizáveis que contenham estas temáticas expostas.

O desconto a atribuir na estadia em função do meio de transporte utilizado pelo hóspede para se deslocar até ao hotel não terá sido bem visto pelos gestores. No entanto, a medida incentiva o uso de transportes públicos e deve ser bem analisada. No momento do *check-in*, o rececionista deverá subtilmente questionar os hóspedes acerca do seu meio de transporte. Dependendo da resposta, o hóspede é informado que existe uma campanha em vigor para os clientes que sejam ambientalmente responsáveis. A instalação de um quadro interativo seria meramente informativa para o hóspede e, sendo esta medida dispendiosa, é compreensível que não tenha sido tão bem aceite pelos gestores. No entanto, é importante que os turistas tenham conhecimento da quantidade de gases tóxicos que a sua viagem libertou para a atmosfera, por forma a ficarem consciencializados para a temática da poluição do ar. Assim, é sugerida novamente a colocação de um *QR Code* devidamente identificado que direcione os clientes a uma página informativa.

Todas as atividades oferecidas pelo alojamento devem ter em conta a dimensão e estrutura do mesmo. Para um alojamento local junto à praia será fácil realizar uma limpeza de praia com os hóspedes, mas um hotel citadino terá alguma dificuldade na mesma ação. Atividades que sejam menos fáceis de implementar devem apresentar-se como sugestão aos hóspedes. Os *workshops* são atividades mais práticas que podem ser realizadas noutros estabelecimentos, nomeadamente com a criação de parcerias. Promovem-se assim projetos dinâmicos e diferentes para os hóspedes e impulsiona-se o comércio local.

A utilização de meios *eco friendly* para a realização de reservas é ainda limitada. No entanto, torna-se fácil arranjar uma solução alternativa. O alojamento pode comprometer-se, por exemplo, a plantar uma árvore a cada dez reservas efetuadas. O hóspede deve ser informado desta iniciativa, promovendo as boas práticas do estabelecimento.

6. Conclusões e futuras linhas de ação

Com as atuais questões e preocupações ambientais em evidência, é importante e inevitável que os estabelecimentos hoteleiros alterarem e alarguem os seus horizontes numa perspetiva de globalização, onde o seu papel não se limita apenas à hospedagem e receção de turistas. Isto leva a uma alteração das políticas ambientais, de forma a incluir a Educação Ambiental na sua estratégia.

Através da realização de inquéritos a potenciais hóspedes (n=207), incluindo estudantes da Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril², foi possível a conceção de um modelo de Estratégia de Educação Ambiental, avaliada e aperfeiçoada depois da realização de uma metodologia *Delphi* adaptada, com a participação de três entidades gestoras de diferentes estabelecimentos hoteleiros.

A introdução de uma Estratégia de Educação Ambiental em estabelecimentos hoteleiros vem contribuir para a formação de hóspedes e sensibilizá-los para diversas questões ambientais e de sustentabilidade, assim como os elementos de *staff*. De salientar a preocupação ambiental dos estabelecimentos hoteleiros analisados, lembrando que já existiam medidas ambientais implementadas e perspetivas de inovação para melhorar a performance ambiental.

A transversalidade da Estratégia de Educação Ambiental permite que seja adaptada a qualquer estabelecimento, moldando-se às necessidades e interesses de cada um, tendo também em conta a tipologia de cliente. Assim, é possível dotar os hóspedes de competências que podem vir a ser usadas no seu quotidiano, com vista à redução dos impactos ambientais causados pela sua deslocação e tipo de alimentação.

² Ressalva-se que os estudantes, e em particular os desta instituição, pela formação que adquirem, estão habitualmente mais despertos para as necessidades da hotelaria e para as questões da sustentabilidade, não sendo por isso um "potencial hóspede" comum.

Como referido, os três estabelecimentos analisados apresentam atualmente nas suas práticas uma pequena abordagem a conceitos ambientais que, contudo, não se direcionam especificamente para o hóspede. Destaca-se o Vale das Lobas que possui medidas como a reutilização de água cinzenta e preocupação até com o tipo de material inerente à construção dos edifícios. O Inspira Liberdade Boutique Hotel, sendo um estabelecimento mais citadino, aposta na certificação ambiental e inovação, estando a participar num projeto piloto relacionado com o consumo de recursos. O *Behappy Lounge & Bruch* é um alojamento local que recebe habitualmente hóspedes mais jovens e sensibilizados, que apresentam, geralmente, um comportamento ambiental correto, apostando na comunicação entre hóspedes e *staff*, por forma a diminuir o desperdício de recursos.

A realização dos inquéritos por entrevista aos diversos gestores permitiu concluir que uma estratégia com estas características apresenta vantagens significativas, tanto para os hóspedes como para os colaboradores e estabelecimentos, mas deve considerar-se a tipologia dos mesmos, podendo as medidas ser adaptadas. As temáticas sugeridas, na sua totalidade, são relevantes para uma boa promoção da Educação Ambiental e Educação para o Desenvolvimento Sustentável.

O método *Delphi* realizado teve como principal objetivo a divulgação do trabalho desenvolvido e recolha de *feedback* por parte de diferentes entidades do setor da hotelaria. A identificação das medidas com maior facilidade de implementação que a Estratégia Ambiental apresentou permitiu a avaliação e apuramento da estrutura da mesma. A metodologia e respetiva discussão de resultados culminaram na apresentação de diversas perspetivas, criando uma dinâmica positiva.

O setor da hotelaria e os estabelecimentos hoteleiros devem exibir um conceito firme de Estratégia Ambiental, pelo que caminham num bom sentido para serem um exemplo para outros setores e instituições. Perspetivando o futuro, e como a EA deve uma área prioritária, seria pertinente a elaboração de uma Estratégia para todas tipologias de estabelecimentos hoteleiros. Sendo os hotéis um local privilegiado para a receção de diferentes públicos, com idades e noções ambientais distintas, torna-se vantajosa a promoção do ambiente e do desenvolvimento sustentável e a concretização de projetos e/ou ações de educação ambiental. Esta deverá também ser uma aposta contínua,

suscitando nos hóspedes o interesse pela temática e promovendo novos hábitos e atitudes no seu quotidiano.

Para além disso, os estabelecimentos hoteleiros podem agora melhorar o seu desempenho ambiental, na medida em que, após a implementação da EA, instruem-se hóspedes e colaboradores que podem contribuir para a identificação de aspetos ambientais significativos e propor outras medidas de redução de impactes ambientais.

Por forma a avaliar melhor a eficácia destes métodos de educação ambiental, seria interessante, num futuro estudo, avaliar as alterações nos hábitos dos hóspedes depois de visitarem um hotel que tenha uma estratégia semelhante já implementada.

Como principais limitações ao estudo identificam-se o número reduzido de entrevistas realizadas a unidades hoteleiras, sendo que uma maior diversidade de estabelecimentos inquiridos contribuiria para uma visão mais detalhada da atualidade ambiental na hotelaria. O facto de não ter sido obtido *feedback* por parte de um dos estabelecimentos relativamente à estratégia elaborada – Aqualuz Troia Mar & Rio – consiste também numa limitação, visto que seria uma perspetiva diferente de um hotel de maior dimensão e com uma área envolvente mais ligada ao turismo de praia.

É importante lembrar que os responsáveis hoteleiros entrevistados não exerciam todos a mesma função no respetivo estabelecimento. Por forma a melhorar a avaliação das medidas, seria mais acertado entrevistar diretamente os gestores hoteleiros, uma vez que são a entidade mais conceituada.

Destaca-se também uma lacuna na bibliografia tanto na temática dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, como na Educação Ambiental focada para os hóspedes, sendo mais comum a apresentação de ações de formação na área do ambiente a administrar aos funcionários. Por esse motivo, salienta-se o carácter inovador deste estudo e a pertinência em dar-lhe continuidade.

7. Referências Bibliográficas

Agência de Energia e Ambiente da Arrábida, 2019. *Por um turismo sustentável - Eficiência Energética no setor hoteleiro*. Disponível em <http://www.porumturismosustentavel.pt/?cix=1059&lang=1>, acessado a 10 de junho 2022.

Agência Europeia do Ambiente, 2020. *Transportes*. Disponível em <https://www.eea.europa.eu/pt/themes/transport/intro>, acessado a 8 de junho 2022.

Agência Portuguesa do Ambiente, 2017. *Estratégia Nacional de Educação Ambiental 2020*. s.l.: Agência Portuguesa do Ambiente.

Agência Portuguesa do Ambiente, 2021. *Transportes*. Disponível em <https://apambiente.pt/clima/transportes>, acessado a 3 de junho 2022.

Agência Portuguesa do Ambiente, 2022. *Portal da Água*. Disponível em <https://www.portaldaagua.pt/%C3%A1gua-em-n%C3%BAmeros.html>, acessado a 3 de junho 2022.

Almeida, J., 2016. *Sustentabilidade em Hotelaria: Uma Análise da Infusão/Difusão em Hotéis de Lisboa*, Lisboa: Universidade Europeia.

Alves, T. & Conto, S., 2009. Informações de hóspedes em relação a práticas ambientais como fator de escolha de um meio de hospedagem. *Revista Hospitalidade*. VI(2), pp. 73-95.

AquaLuz, 2022. *Overview*. Disponível em <https://www.editoryhotels.com/aqualuz-troia-mar-rio/overview/>, acessado a 20 de junho 2022.

AREAM, 2002. *Gestão Ambiental da Hotelaria na Região Autónoma da Madeira: Levantamento e Medidas Correctivas e de Melhoria*. Funchal: AREAM.

Behappy – Lounge & Brunch, 2021. *Em harmonia com a natureza*. Disponível em <https://behappy Lounge.com/pt/sustentabilidade/>, acessado a 21 de junho 2022.

Bhutada, G., 2022. *Comparing the Carbon Footprint of Transportation Options*. Disponível em <https://www.visualcapitalist.com/comparing-the-carbon-footprint-of-transportation-options/>, acessado a 15 de junho 2022.

Bruno, A., 2014. Educação formal, não formal e informal: da trilogia aos cruzamentos, dos hibridismos a outros contributos. *Mediações – Revista OnLine da Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Setúbal*. 2(2), pp. 10-25.

Budovska, V., Delgado, A. & Øgaard, T., 2020. Pro-environmental behaviour of hotel guests: Application of the Theory of Planned Behaviour and social norms to towel reuse. *Tourism and Hospitality Research*, 20(1), pp. 105-116.

Carvalho, S., 2018. *Desenvolvimento de um modelo de Unidade Curricular de Educação Ambiental e Defesa para Instituições de Ensino Superior Militar*, Lisboa: Faculdade de Ciências e Tecnologias da Universidade Nova de Lisboa.

Cegoc, 2022. *Setor Hotelaria e Turismo*. Disponível em <https://www.cegoc.pt/case-studies/setor-hotelaria-e-turismo>, acessado a 4 de junho 2022.

Comissão Europeia, 2022. *Pacto Ecológico Europeu*. Disponível em https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_pt, acessado a 14 abril 2022.

Direção-Geral da Educação, 2018. *Objetivos de Desenvolvimento Sustentável*. Disponível em <https://www.dge.mec.pt/objetivos-de-desenvolvimento-sustentavel-ods>, acessado a 18 maio 2022.

Ecohotels, 2021. *Ecohotels.com*. Disponível em <https://ecohotels.com/>, acessado em junho 2022.

EPAL, 2022. *Uso eficiente*. Disponível em <https://www.epal.pt/EPAL/menu/%C3%A1gua/campanhas/uso-eficiente>, acessado a 11 de junho 2022.

European Union, 2020. LISBON – European Green Capital 2020. Luxembourg: Publications Office of the European Union. Disponível em https://ec.europa.eu/environment/europeangreencapital/wp-content/uploads/2020/09/Lisbon_Brochure_Web_F02.pdf, acessado a 10 de junho de 2022

Fernandes, G., 2014. A metodologia Delphi como ferramenta de apoio na gestão de destino turísticos. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 5(21/22), pp. 129-131.

Ferreira, S., Martins, I. & Vareiro, L., 2021. Environmental sustainability in hotels and the role of employees in implementing green practices: The Case of Meliá Braga Hotel & Spa. *Journal of Tourism & Development*, 2(36), pp. 259-276.

Gil-Soto, E., Armas-Cruz, Y., Morini-Marrero, S. & Ramos-Henríquez, J., 2019. Hotel guests' perceptions of environmental friendly practices in social media. *International Journal of Hospitality Management*, pp. 59-67.

Green Savers, 2018. *Como ajudar o ambiente? optar pelo comércio local*. Disponível em <https://greensavers.sapo.pt/como-ajudar-o-ambiente-optar-pelo-comercio-local/>, acessado a 11 de junho de 2022.

Hsieh, Y.-C., 2012. Hotel Companies' Environmental Awareness and Commitment: A content analysis of their web pages.. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 24(1), pp. 97-121.

Instituto Nacional de Estatística, 2022. *Dormidas nos alojamentos turísticos coletivos: total e por tipo de alojamento*. Disponível em <https://www.pordata.pt/Portugal/Dormidas+nos+alojamentos+tur%c3%adsticos+colectivos+total+e+por+tipo+de+alojamento-2636-217542>, acessado a 2 de fevereiro de 2022.

Inspira, 2022. *O seu Boutique Hotel no coração de Lisboa*. Disponível em https://www.inspirahotels.com/?utm_source=googlebusinesslisting&utm_medium=gmb_santamarta, acessado a 10 de junho 2022.

Instituto de Marketing Research (IMR), 2019. A importância do consumo dos produtos locais. Disponível em <https://www.imr.pt/pt/noticias/a-importancia-do-consumo-dos-produtos-locais>, acessado a 12 de junho 2022.

Júnior, F. *et al.*, 2018. Ações ambientais de organizações no segmento de hotéis. *Perspectivas Contemporâneas*, 13(1), pp. 38-53.

Kim, W. G., McGinley, S., Choia, H.-M. & Agmapisarn, C., 2019. Hotels' environmental leadership and employees' organizational citizenship. *International Journal of Hospitality Management*, 87(102375).

Maia, A., 2014. *Avaliação da exposição a poluentes atmosféricos na cidade de Aveiro*, Aveiro: Universidade de Aveiro.

Mensah, I., 2012. Environmental Education and Environmentally Responsible Behavior: The Case of International Tourists in Accra Hotels. *International Journal of Tourism Sciences*, 12(3), pp. 69 - 89.

Mourão, G., 2017. *Avaliação e Melhoria do SIGAGFS de uma Unidade Militar*, s.l.: Universidade Europeia.

Morais, A.; Pestana I. *Fazer investigação usando uma abordagem metodológica mista* Revista Portuguesa de Educação, vol. 20, núm. 2, 2007, pp. 75-104 Universidade do Minho Braga, Portugal

Nações Unidas, 2015. 17 *Objetivos de Desenvolvimento Sustentável entram em vigor a 1 de janeiro*. Disponível em <https://unric.org/pt/17-objetivos-de-desenvolvimento-sustentavel-entram-em-vigor-a-1-de-janeiro/>, acessado a 18 de maio de 2022.

Nemecek, T. & Poore, J., 2018. Reducing food's environmental impacts through producers and consumers. *Science*, 360(6392), pp. 987-992.

Pacheco, T., 2019. Previsão da procura turística por Portugal com modelos quantitativos alternativos: a eficiência comparativa dos modelos econométricos, Porto.: Faculdade de Economia da Universidade do Porto.

Parlamento Europeu, 2022. *Economia circular: definição, importância e benefícios*. Disponível em <https://www.europarl.europa.eu/news/pt/headlines/economy/20151201STO05603/economia-circular-definicao-importancia-e-beneficios>, acessido a 18 de maio de 2022.

Patrício, M. R. (2019). Educação formal, não formal e informal. In M. J. Brites, I. Amaral & M. T. Silva (Eds.), *Literacias cívicas e críticas: refletir e praticar* (pp. 105-107). Braga: CECS

Poore, J., & Nemecek, T. (2018). Reducing food's environmental impacts through producers and consumers. *Science*, 360(6392), 987-992.

Quinn, M., 2011. *The effect of environmental education on the attitudes and beliefs of hotel housekeepers*, Iowa: Iowa State University.

Rebelo, S., 2022. *Políticas Ambientais no Setor Hoteleiro Nacional*. Disponível em <https://escolacomerciolisboa.pt/2020/11/politicas-ambientais-setor-hoteleiro-nacional/>, acessido a 2 de maio 2022.

Scott, D. & Gössling, S., 2018. *Tourism and Climate Change Mitigation - Embracing the Paris Agreement: Pathways to Decarbonisation*, Bruxelas: European Travel Commission.

Senna, M. & Valtuille, A., 2020. A educação ambiental como instrumento de sensibilização para os gestores da hotelaria. *Revista brasileira de Educação Ambiental*. 15(1), pp. 360-378.

Styles, D., Schönberger, H. & Martos, J., 2013. *Environmental Management Practice*, Luxembourg: Publications Office of the European Union.


Turismo de Portugal, I.P. & NOVA *Tourism and Hospitality Platform*, 2021. *Guia neutralidade carbónica nos empreendimentos turísticos*. Lisboa: Turismo de Portugal.

Turismo de Portugal, 2021. *Turismo de Portugal apresenta Plano Turismo +Sustentável 20-23*. Disponível em <https://www.turismodeportugal.pt/pt/Noticias/Paginas/turismo-de-portugal-apresenta-plano-turismo-sustentavel-20-23.aspx>, acessado a 20 de junho de 2022.

Vale das Lobas, 2021. *Welcome to Vale das Lobas*. Disponível em <https://www.Valedaslobas.com/>, acessado a 12 de junho de 2022.

8. Apêndices

Apêndice I - Questionário





Ambiente e hotelaria

No âmbito de uma dissertação de mestrado em Gestão Hoteleira, o presente questionário visa aferir as motivações de hóspedes, no que concerne às questões de educação ambiental em alojamentos turísticos.

Demorará cerca de 5min a responder e está disponível online até dia 20/01/2022.

Para qualquer dúvida, por favor entre em contacto para o email se.carvalho94@gmail.com

Os dados recolhidos são confidenciais e serão tratados em bloco, apenas para os efeitos académicos/científicos propostos nesta dissertação.

 se.carvalho94@gmail.com (não partilhado) [Mudar de conta](#) 

*Obrigatório

1. Género *

F

M

Outro

Prefiro não responder

2. Idade *

- Menos de 25
- 25-34
- 35-44
- 45-54
- 55-64
- Mais de 64

3. Que tipo de produtos turísticos costuma escolher? *

- Sol e mar
- Natureza
- Cultura
- Rural
- Religião
- Compras
- Aventura
- Negócios
- Outra: _____

4. Em que tipologias de alojamento já esteve hospedado? *

- Hotéis
- Pensões
- Pousadas
- Hotéis-apartamento
- Aldeamentos turísticos
- Alojamento local (inclui hostel, airbnb ou similar)
- Outra: _____

5. Normalmente, quanto tempo fica hospedado num alojamento turístico? *

- 1-2 dias
- 3-4 dias
- Mais de 4 dias
- Não sabe

6. Em que período no ano costuma ficar alojado num alojamento turístico? *

- Verão
- Inverno
- Primavera
- Outono

7. O que mais aprecia numa viagem e alojamento num destino turístico? *

- Gastronomia
- Vida noturna
- Cultura (museus, monumentos, etc.)
- População
- Compras
- Outra: _____

8. Tem por hábito escolher o alojamento turístico por questões ambientais (distância, modo de deslocação, políticas do alojamento, etc.)? *

- Sim
- Não

9. Quais das seguintes situações se recorda/reteve na sua última estadia num alojamento? *

- Apelo à reutilização das toalhas de banho (avisos em papel/autocolantes)
- Apelo ao não desperdício alimentar (avisos em papel/autocolantes)
- Apelo ao consumo responsável de água (avisos em papel/autocolantes)
- Shampoo/ gel de banho em recipiente reutilizável em embalagem fixa
- Shampoo/gel de banho em pequenas embalagens individuais de plástico
- Ecopontos dentro do alojamento
- Copos de plástico embalados em plástico no quarto
- Copos de vidro no quarto
- Política ambiental do alojamento
- Pratos vegetarianos na ementa do local de refeições
- Outra: _____

10. Sabia que a política ambiental de um alojamento turístico pode ser consultada no próprio alojamento? *

- Sim
- Não

11. Teria interesse em participar em algumas das seguintes atividades/decisões relacionadas com questões ambientais, se estas fossem proporcionadas pelo alojamento onde se hospeda? *

- Passeios ecológicos (a pé ou de bicicleta), com visita guiada pelos pontos turísticos de destino
- Workshop de cozinha vegetariana
- Workshop de compostagem
- Atividade de reutilização de materiais
- Interação com animais
- Desconto em estadia se a deslocação até ao destino for de comboio ou de autocarro
- Outra: _____

12. Que outras questões ambientais seriam importantes ou gostaria de ver abordadas em atividades semelhantes? *

- Consumo de água
- Consumo de eletricidade
- Gestão de Resíduos
- Ruído e vibrações
- Emergência Climática
- Objetivos para o Desenvolvimento Sustentável
- Desperdício alimentar
- Plástico descartável
- Outra: _____

13. Sugestões de atividades em hotelaria relacionadas com questões ambientais

A sua resposta _____