



New Trends in  
Qualitative  
Research



## VOLUME 19

### Qualitative Research in Social Sciences

Investigação Qualitativa em Ciências  
Sociais

*Investigación Cualitativa en Ciencias  
Sociales*

#### DOI:

<https://doi.org/10.36367/ntqr.19.2023.e847>

Débora Castro

Sílvia Fernandes

Data de submissão: 03/2023

Data de avaliação: 04/2023

Data de publicação: 09/2023

# HOTELARIA SUSTENTÁVEL NA REGIÃO DO ALGARVE: UMA ANÁLISE DO GRAU DE COMPROMISSO

## RESUMO

Este trabalho tem como objetivo analisar a sustentabilidade nos hotéis de 5 estrelas do Algarve, determinando como é que comunicam o seu comportamento sustentável nos seus websites, quais são as práticas mais adotadas e os principais motivadores/obstáculos. Foram analisados os websites e motores de reserva dos hotéis. E um questionário foi usado para recolher informações sobre as suas práticas sustentáveis. É possível perceber um pouco de comunicação sustentável nos sites desses hotéis. Essa percentagem é superior no motor Booking.com, um canal mais competitivo. As principais áreas de intervenção são a gestão de energia, gestão de água/resíduos e responsabilidade social. A maioria das práticas implementadas são as menos dispendiosas. E os principais impulsionadores são a responsabilidade ambiental, visão estratégica e ganho de eficiência. Embora o principal obstáculo referido seja o custo do investimento, a falta de pessoal qualificado e questões técnicas são outros constrangimentos. A dimensão "mais fraca" da tríade da sustentabilidade é a social (com resultados menores). E a mais limitante para se avançar na área é a económica, pela percepção de custos associados. O crescimento de novos negócios e empregos na área, bem como o uso de um relatório padronizado e de certificação, poderá superar os entraves.

## Palavras-Chave

Hotelaria, Comunicação sustentável, Boas práticas, Fatores impulsionadores, Obstáculos.

## SUSTAINABLE HOSPITALITY IN THE ALGARVE REGION: AN ANALYSIS OF THE DEGREE OF COMMITMENT

### Abstract

This work aims to analyze sustainability in 5-star hotels in Algarve, determining how they communicate their sustainable behavior on their websites, what are the most adopted practices and the main motivators/obstacles. Hotel websites and booking engines were analyzed. And a questionnaire was used to gather information about their sustainable practices. It is possible to notice a bit of sustainable communication on the sites of these hotels. This percentage is higher in the Booking.com engine, a more competitive channel. The main areas of intervention are energy management, water/waste management and social responsibility. Most of the implemented practices are the least expensive. And the main drivers are environmental responsibility, strategic vision and efficiency gains. Although the main obstacle referred to is the investment cost, the lack of qualified personnel and technical issues are other constraints. The "weakest" dimension of the sustainability triad is social (with lower results). And the most limiting to develop the area is the economic one, due to the perception of associated costs. The growth of new businesses and jobs in the area, as well as the use of standardized reporting and certification, could overcome the barriers.

### Keywords

Hospitality, Sustainable communication, Good practices, Ariving factors, Obstacles.

## 1. Introdução

O turismo tem sido um dos motores globais do desenvolvimento. Nas últimas décadas, esse setor experimentou um crescimento contínuo e diversificado, marcado por impactos significativos nas economias, nos recursos naturais, na cultura e nas relações sociais (Battle, Sintes e Moon, 2018). Com um bom planeamento e gestão, este setor pode ser uma força positiva, trazendo benefícios aos destinos. Uma alavanca relevante para isso é a hotelaria, que pode ter um papel principal no planeamento para a sua sustentabilidade.

No entanto, ainda existem reações diferentes a esta tendência. Para alguns executivos, essa meta é uma exigência moral; para outros, é uma exigência legal e, ainda para alguns, a sustentabilidade é percebida como um custo inerente aos negócios para manter a legitimidade da empresa e o seu direito de operar. Algumas empresas passaram a tratar a sustentabilidade como uma oportunidade de negócio, abrindo caminho para reduzir custos e riscos, e aumentar a sua receita e participação de mercado por meio de práticas inovadoras.

A sustentabilidade no turismo é um caminho assumido, com crescente consciencialização pelos agentes do setor à escala global. É crescente a preocupação com o estado do planeta, o que proporciona uma maior reflexão sobre as ações humanas no dia a dia, que devem minimizar os impactos negativos por meio de práticas mais sustentáveis.

Assim, este trabalho pretende analisar a sustentabilidade nos hotéis de 5 estrelas da região do Algarve, determinando como é que comunicam um comportamento sustentável nos seus websites, quais as práticas sustentáveis que mais adotam e quais os principais fatores motivadores e obstáculos. Está estruturado da seguinte forma: a secção 2 inicia com a apresentação do contexto e objetivos e a secção 3 apresenta a revisão da literatura sobre os conceitos envolvidos e suas relações. A secção 4 apresenta o enquadramento de investigação para a análise das práticas sustentáveis dos hotéis de 5 estrelas no Algarve. A secção seguinte apresenta os resultados obtidos e a sua discussão à luz dos dados recolhidos e analisados. Por fim, a secção 6 apresenta as conclusões e implicações para o planeamento deste importante tema na agenda hoteleira/turística.

## 2. Contexto e Objetivos

O conceito de desenvolvimento sustentável foi discutido pela primeira vez no Relatório Brundtland, pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (WCED, 1987). Este documento considerou-o como o desenvolvimento que atende às necessidades presentes sem comprometer a capacidade das gerações futuras de atender as suas necessidades.

Mais tarde, em 2015, a Assembleia Geral das Nações Unidas definiu a sua agenda 2030 para o desenvolvimento sustentável, relacionando-a com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). São 17 objetivos pelos quais a sociedade civil e o setor privado podem orientar-se e medir os seus contributos para o desenvolvimento sustentável.

O resultado esperado, por um trabalho conjunto de governos, empresas e cidadãos, é um novo modelo global para acabar com a pobreza, promover a prosperidade e bem-estar para todos, proteger o ambiente e combater as alterações climáticas (UNESCO Portugal, 2020). O turismo pode contribuir para os ODS 8, 12 e 14 relacionados com o crescimento económico, consumo e produção responsável e uso sustentável dos recursos hídricos respetivamente (Turismo de Portugal, 2020), entre outros.

De acordo com esses aspetos, o turismo sustentável é definido como uma atividade que leva em conta a sua condição atual e o seu futuro económico, social e ambiental, para atender adequadamente as necessidades dos visitantes, indústria, meio ambiente e comunidade (Abdou, Hassan e Moustafa, 2020). Na construção da Estratégia para o Turismo 2027, Portugal decidiu tornar-se um dos destinos mais competitivos e sustentáveis do mundo, com um forte compromisso de atingir os ODS das Nações Unidas.

Quanto ao Algarve, a sua base económica é fortemente dependente do turismo. Por isso, sofreu recentemente um forte impacto negativo devido à pandemia, resultando numa quebra de 16,7% do seu PIB (CCDR Algarve, 2020). A região conta com um Observatório de Sustentabilidade do Turismo (OBSERVE) que investigará e avaliará o seu desenvolvimento sustentável, com base em indicadores que atendam as necessidades estratégicas dos principais agentes envolvidos. O principal objetivo é fornecer soluções ambientais, económicas, socioculturais e institucionais para apoiar o crescimento sustentável da região (Farinha, Oliveira, Silva, Lance, Pinheiro e Miguel, 2019). Alguns dos estudos desse observatório mostram uma perspetiva convergente em relação à sustentabilidade, nomeadamente nos recursos naturais e biodiversidade, segurança e cadeia de abastecimento. No entanto, ainda não há uniformidade em todos os setores em termos de iniciativas de sustentabilidade. Essa percepção indica a necessidade de uma intervenção prioritária por parte das autoridades locais (Farinha, Huertas, Pinheiro, Silva, Lance, Oliveira e Batista, 2021). Por sua vez, o presente trabalho irá investigar o conhecimento, empenho e utilização de práticas sustentáveis, especialmente em hotéis de 5 estrelas no Algarve. Mais especificamente, este trabalho pretende:

- 1) Demonstrar o nível de compromisso com a sustentabilidade nos seus próprios sites;
- 2) Conhecer as suas práticas sustentáveis mais populares;
- 3) Identificar os principais impulsionadores da implementação dessas práticas;
- 4) Identificar os principais obstáculos à sua implementação.

### 3. A Tríade da Sustentabilidade

A sustentabilidade é sustentada por três dimensões (figura 1), referidas como *Triple Bottom Line* (TBL) ou Tríade da Sustentabilidade (por John Elkington em meados dos anos 90). Começou como uma estrutura de contabilidade que se esforçou para incluir as dimensões ambiental e social na medição tradicional centrada no desempenho financeiro dos negócios. No entanto, falta um método padronizado para medir de forma holística as três dimensões.

É realmente um desafio avaliá-las e quantificá-las com precisão, especialmente os fatores ambientais e sociais (Goh, Chong, Jack e Faris, 2020).



**Figura 1.** As dimensões da sustentabilidade.

Alguns autores referem que a percepção organizacional da sustentabilidade está apenas ligada ao ambiente, o que mostra que o conceito da TBL ainda não foi totalmente apreendido no contexto organizacional. Isso significa que o potencial dessas organizações fica comprometido, sendo limitado não apenas pela equipa em geral, mas principalmente pela liderança (Alberton, Kieling, Lyra, Hoffmann, Lopez e Stefano, 2022). Essas três dimensões interagem, sobrepõem-se e às vezes entram em conflito. Por exemplo, a sustentabilidade ambiental pode afetar a sustentabilidade económica devido a investimento extra necessário para processos de produção mais limpos. No entanto, as organizações precisam agir de forma holística para obter melhores resultados. Cada dimensão representa uma condição necessária, mas não suficiente, para alcançar a sustentabilidade. Quando as organizações não suportam uma dimensão, elas não estão agindo de forma plenamente sustentável. Mesmo que uma organização tenha sinergias entre as dimensões ambiental e económica, ela ainda não alcançou a verdadeira sustentabilidade (Braccini e Margherita, 2019).

São inúmeros os benefícios para as empresas que adotam a sustentabilidade como estratégia, tais como: identificação de oportunidades de negócio, soluções inovadoras, aumento do seu valor corporativo, tolerância ao risco, melhor aproveitamento de recursos, fortalecimento do relacionamento com outros agentes, etc. (Coalition for Green Growth, 2015).

A estrutura do setor hoteleiro e a sua intensa competição tornam as inovações muito importantes e valiosas para as empresas. Os serviços inovadores parecem ser a 'pedra angular' da persistência dos negócios por causa dos seus contributos como: melhorar a qualidade do serviço, o retorno, diminuir custos e diversificação de produtos (Ozturkoglu, Sari & Saygili, 2021). Atualmente existe um portfólio de opções de gestão sustentável na hotelaria, quer por meio de inovações quer pela adoção de boas práticas.

A sua adoção é um passo certo para reforçar a competitividade e contribuir para tornar Portugal um destino cada vez mais sustentável, garantindo às gerações seguintes o usufruto dos ativos que hoje o distinguem (Turismo de Portugal, 2020).

## 4. Quadro de Investigação

### 4.1 Metodologia

A metodologia a aplicar no primeiro objetivo específico será qualitativa, sendo analisado o website de cada hotel para verificar se o mesmo comunica um compromisso sustentável. Em caso afirmativo, será verificado o tipo de informação prestada, ou seja, que dimensão da tríade de sustentabilidade reflete e se o hotel possui alguma certificação/selo. Esta metodologia tem sido utilizada em outros estudos na área como por exemplo no de Moreo, Cobanoglu e DeMicco (2007). Na pesquisa qualitativa, em vez de usar um instrumento padronizado de quantificação, o investigador faz perguntas, recolhe dados, faz interpretações e regista o que observou. O seu objetivo é obter uma visão interna da amostra em estudo, impulsionada pelas questões levantadas (Kasim e Antwi, 2015; Choi, 2014). Tem assim a oportunidade de recolher dados diretamente dos participantes por meio de reuniões com eles, entrevistas individuais/em grupo ou por meio de observação (Mohajan, 2018).

Para os outros objetivos, foi aplicado o método quantitativo que envolveu a recolha de dados obtidos através de um inquérito enviado à amostra de hotéis utilizada. A pesquisa quantitativa concentra-se em aspetos do comportamento social que podem ser quantificados, em vez de interpretar os significados que as pessoas dão às suas próprias ações (Rahman, 2017). O inquérito foi elaborado na plataforma Google Forms e é composto pelas seguintes questões:

**Tabela 1.** Questionário elaborado com base nos objetivos propostos.

Objetivos	Questões
Conhecer os departamentos que refletem um nível mais avançado na implementação de práticas sustentáveis (quais departamentos e quais práticas)	1-7
Quais são os principais fatores impulsionadores da implementação de práticas sustentáveis?	8
Quais são os principais desafios na implementação de práticas sustentáveis?	9
Compreender a estrutura regional da amostra usada	10
Perfil da gestão/gestor do hotel	11-13

O inquérito elaborado, baseado na revisão da literatura, foi formulado para responder às questões de investigação refletidas nos objetivos específicos referidos.

A escala utilizada na primeira questão tem 5 pontos (de “5. Mais relevante” a “1. Menos relevante”). Da segunda à nona questão, todas as opções aplicáveis ao contexto hoteleiro podem ser escolhidas. Também é possível adicionar uma nova opção através do título “Outros”. A décima questão é de tipo aberto, sobre a sustentabilidade na região do Algarve. E as restantes questões visam identificar o perfil do gestor do hotel/grupo hoteleiro. Os dados recolhidos foram analisados no software SPSS em termos de frequências (análise descritiva).

## 4.2 Amostra

A estratégia do Algarve para 2030 segue um caminho de mudança rumo à competitividade e sustentabilidade. Isso implica um enfoque numa gestão mais coesa e informada, com maiores níveis de formação e participação. A categoria de 5 estrelas foi escolhida devido à natureza dos serviços relacionados. Por estar no topo da classificação hoteleira preza muito os atributos de imagem, modernização e satisfação do cliente. Outro motivo para estudar esta categoria é o seu cliente, normalmente com maior poder de compra e nível de qualidade desejada. Tais clientes tendem a revelar uma maior consciência ambiental (Salem et al., 2022), podendo ser influenciadores do alojamento através da sua atitude face à sustentabilidade.

A tabela seguinte apresenta outros estudos relacionados e amostras utilizadas, cuja comparação reflete uma ‘lacuna’ que este trabalho pretende preencher. Estes estudos centram-se mais em hotéis de 4 estrelas ou em casos de hotéis/grupos específicos.

**Tabela 2.** Outros estudos relacionados e seu enfoque

Referência	Amostra	Metodologia	Enfoque
Almeida (2016)	Hotéis de 4 estrelas de Lisboa	Matriz de Sullivan (difusão de práticas amigas do ambiente)	Obstáculos a práticas verdes
Catan (2018)	Hotel Sheraton Lisboa & Spa	Estudo de caso (indicadores de sustentabilidade)	Resultados (redução de custos e proteção ambiental)
Silva (2016)	3 casos de hotéis de 5 estrelas e clientes	Entrevistas, questionário online (medidas da qualidade de serviços)	Comparação das preferências dos clientes com as práticas sustentáveis dos hotéis
Tavares (2016)	Hotel Neya Lisboa	Estudo de caso	Perceção dos hoteleiros quanto ao impacto de práticas sustentáveis nos clientes
Ferreira (2021)	86 hotéis com o certificado Green Key em Portugal	Teoria do comportamento planeado e aplicação	Benefícios percebidos e intenção dos clientes de escolher hotéis verdes
Ornelas (2017)	28 hotéis da ilha da Madeira	Questionário online e documentos oficiais	Práticas sustentáveis e os seus impactos no turismo
Calheiros (2021)	Hotéis de 4 estrelas no Porto	Entrevistas, questionário online	Implementação de práticas sustentáveis e seu impacto
Alemão (2019)	Hotéis de 1 a 5 estrelas (no Porto, Lisboa e Algarve)	Questionários online e enviados por email	Práticas sustentáveis na cadeia de valor hoteleira e perceção dos clientes
Pereira, Silva & Dias (2021)	Hotel de luxo no parque natural da Arrábida	Abordagem qualitativa (estudo de caso)	Práticas sustentáveis e dimensão social

Classificadas pelo Turismo de Portugal (2021), são 55 as unidades de 5 estrelas localizadas na região. A pesquisa começou por meio de observação estruturada para verificar se os hotéis revelam algum compromisso sustentável nos seus sites. Também foi analisado se possuem alguma estratégia de certificação em termos de sustentabilidade. Para determinar se cada site é elegível, foi analisada a estrutura do hotel, pois em alguns casos ele pertence a um grupo que utiliza apenas um site. Devido a este fator, a amostra considerada passou a ser de 47 unidades.

Foi disponibilizado um inquérito online (entre 23 de março e 7 de junho de 2022), cujo link foi enviado no contexto de um email dirigido aos referidos hotéis. Foram apenas 13 os hotéis respondentes, o que reflete uma taxa de resposta de 28%. Esta amostra é considerada de conveniência, por ser uma amostra acessível da população cujas respostas estão disponíveis. Este tipo de amostragem tem algumas limitações, como o facto dos seus resultados não serem generalizáveis ao universo. No entanto, pode fornecer uma boa imagem do que está a acontecer enquanto outros estudos na área podem complementá-lo.

## 5. Resultados e Discussão

Os resultados obtidos e sua discussão apresentam-se descritos a seguir, de acordo com os quatro objetivos propostos.

1) Demonstrar o nível de compromisso dos hotéis com a sustentabilidade nos seus próprios sites:

Pôde observar-se que apenas 20,8% da amostra comunica claramente o seu posicionamento sustentável no próprio website. Os restantes inquiridos (79,2%) não consideram esta informação relevante ou não a comunicam. No entanto, percebeu-se que 58,3% comunica algum tipo de atitude sustentável. Outro aspeto observado é que não há padronização nessa comunicação, ou seja, há uma grande variedade de informações, o que dificulta a comparação das práticas divulgadas pelos hotéis.

No entanto 45,8% da amostra divulga o seu compromisso sustentável no site Booking.com. É interessante notar, nesta plataforma, uma competição direta entre os hotéis. As unidades hoteleiras que integram o filtro de sustentabilidade são assinaladas como alojamento do 'programa de viagens sustentáveis'. Isso diferencia o seu posicionamento em relação aos concorrentes. Quando um cliente procura por 'Acomodação do Programa de Viagens Sustentáveis', é possível saber que ações são realizadas pelo hotel para garantir uma viagem mais sustentável e ecologicamente correta.

Quando são comparadas as informações dos seus websites com o motor Booking.com 55,3% dos respondentes preocupa-se em divulgar o compromisso sustentável em uma ou ambas as plataformas (ver Anexo 1 - Site próprio vs. Booking.com). Isso significa que mais de metade já menciona o seu posicionamento sustentável.

2) Conhecer as suas práticas sustentáveis mais populares:



Quanto à aplicação de práticas sustentáveis destacam-se como principais, o consumo de energia e emissões de gases de efeito estufa, o consumo de água, a gestão de resíduos e a responsabilidade social.

Em Portugal, as unidades hoteleiras representam 53% do consumo total de energia no setor do turismo e emitem 51% dos gases com efeito de estufa (Turismo de Portugal, 2021). Na amostra considerada 90,9% dos hotéis utilizam lâmpadas LED. A segunda prática mais utilizada é a eletricidade acionada pelo detetor de interruptor da acomodação (86,4%). A terceira é a colocação de vidros duplos (81,8%). É algo dispendioso, mas o isolamento térmico permite poupanças energéticas e económicas significativas.

Na redução dos gases de efeito estufa, 77,3% da amostra relataram que a maior parte da sua alimentação é local. Isso é ótimo pois, com a proximidade, o consumo de combustível fóssil é reduzido além de ajudar os produtores locais. Outra prática é o estacionamento de bicicletas (77%), cujo aluguer incentiva os hóspedes a conhecer a região de forma sustentável. Ter postos de carregamento de carros elétricos é uma prática adotada por 27,3% da amostra. Isso atrai turistas que possuem veículos elétricos e permite que a frota do hotel use energia renovável nas suas operações diárias.

O consumo de água e o seu abastecimento são motivos de preocupação no Algarve. A região pode enfrentar uma situação grave de escassez hídrica nos próximos anos (Sul Informação, 2021). A prática mais usada nos hotéis respondentes é a reutilização de toalhas (95,5%). O apelo para não trocar as toalhas diariamente tem gerado economia de energia e água. A segunda e terceira práticas são os sanitários e chuveiros com consumo eficiente de água (90,9%). A quarta prática é a opção de recusar a limpeza diária do quarto, o que reduz o consumo de produtos de limpeza, água, energia e jornada de trabalho.

As práticas mais adotadas na gestão de resíduos têm a ver com a eliminação de plásticos descartáveis. Mexedores plásticos descartáveis e canudos plásticos são utilizados por 95,5% da amostra. Apenas 54,5% da amostra elimina o uso de garrafas de água descartáveis. E há uma tendência de substituir o uso de amostras por dispensadores de champô e gel de banho.

Relativamente ao desperdício alimentar, estima-se que na hotelaria represente 25% das compras (Publituris. hotelaria, 2020). O esforço para reduzi-lo é observado em 90,9% da amostra, o que contribui para a redução de gases de efeito estufa e da compra de alimentos, além de economizar água e energia. Existe uma iniciativa, o ReFood, organizada por empresas sem fins lucrativos onde voluntários recolhem alimentos em hotéis, restaurantes, supermercados e pastelarias para fazer a sua distribuição a pessoas carenciadas.

No que diz respeito à responsabilidade social, a principal prática adotada por 86,4% dos entrevistados é a realização de atividades organizadas por guias locais e empresas. Isso é importante para o desenvolvimento de pequenos negócios na região, que geram empregos e oferecem mais atrativos turísticos. Outra ação interessante (68,2%) é investir uma percentagem da faturação em projetos locais. Tais esforços capacitam as comunidades locais e fortalecem a economia local.

3) Identificar os principais impulsionadores da implementação dessas práticas:



Os hotéis respondentes referem a responsabilidade social e ambiental como principais motivadores para a implementação de práticas sustentáveis. Isso expressa o seu compromisso de realizar atividades que não prejudiquem a sociedade ou o meio ambiente. A visão estratégica é o segundo motivador (90%), que reflete a implementação dessas práticas como parte da estratégia do negócio. O ganho de eficiência é o terceiro motivador mais citado (80%). A economia financeira decorrente da redução do uso de materiais é o quarto motivador (70%).

A melhoria da imagem do hotel é outro motivador (70%), seguido da atitude dos clientes (60%). Com o aumento dos problemas ambientais atuais, os consumidores tornaram-se mais conscientes da necessidade de proteger o meio ambiente. As práticas sustentáveis podem mudar positivamente a imagem de um hotel perante os clientes. Os impulsionadores menos importantes são a opinião pública (30%), a aplicação de regulamentos (30%) e a pressão dos investidores (20%).

#### 4) Identificar os principais obstáculos à sua implementação:

O primeiro obstáculo diz respeito a custos elevados, segundo 70% da amostra. De facto, os hotéis consideram, de um modo geral, que o processo de se tornar mais sustentável tem elevados custos. A falta de pessoal qualificado e questões técnicas/tecnológicas (60%) são outros dos obstáculos referidos. Investir no treinamento do pessoal pode resolver parte deste problema, e uma consultoria adequada pode sugerir formas inovadoras de adequação aos três pilares da sustentabilidade.

A falta de parceiros adequados e a escassez de recursos financeiros são outros constrangimentos (50%). O crescimento de novos negócios na área pode superar estes problemas. A falta de informação disponível é um obstáculo para 30% dos respondentes. Por exemplo, o Turismo de Portugal tem vários guias de apoio aos gestores em matéria de sustentabilidade, mas deve haver interesse e tempo da parte dos gestores para a planear e implementar. A falta de apoio técnico sobre as soluções mais vantajosas é outro obstáculo referido (20%). Na verdade, é caro contratar consultores especializados.

Quanto à questão aberta – se a região do Algarve possui as condições necessárias para a implementação de medidas sustentáveis nas dimensões ambiental, económica e social (referindo os pontos positivos e os que precisam de melhoria) – apenas quatro responderam, em que dois desenvolveram mais referindo que o aspeto que carece de maiores apoios e investimentos para soluções sustentáveis e ecológicas é o aproveitamento e reutilização de águas e que pontos fortes da região são a energia solar e eólica.

## 6. Conclusão

O presente estudo, por meio da sua abordagem, fornece mais informações sobre as práticas na gestão hoteleira verde e indicadores relacionados. A maioria das melhores práticas relatadas está relacionada com o design de processo verde interno. Isso acontece porque os processos internos do hotel geram mais emissões e envolvem maior consumo de água e energia.

A implementação de práticas verdes é importante para os hotéis uma vez que melhoram a sua imagem através de um aumento do grau de confiança e satisfação dos seus hóspedes (Moise et al., 2021). As várias dimensões dessas práticas estão positivamente relacionadas com a permanência dos turistas num hotel amigo do ambiente (Rawashdeh e Al-Ababneh, 2021).

No presente estudo, apenas 20,8% dos hotéis analisados comunicam claramente o seu posicionamento sustentável nos seus sites. Cerca de 45,8% divulgam o seu compromisso sustentável no Booking.com e 55,3% preocupam-se em divulgá-lo em uma ou ambas as plataformas. Assim, metade da amostra comunica algum aspeto de sustentabilidade no próprio site, no Booking.com ou em ambos. Estes aspetos tornaram-se ações concretas principalmente através de campos/filtros no motor de reservas.

Nos hotéis observados, destacam-se como principais grupos de práticas o consumo de energia e emissões de gases com efeito de estufa, o consumo de água, a gestão de resíduos e a responsabilidade social. Contudo, práticas sustentáveis mais “avançadas” são necessárias. Mais informações e capacitações na área são necessárias para que a tríade da sustentabilidade passe a fazer parte da estratégia de negócio hoteleiro. Além disso, o papel das plataformas sociais (conectando hotéis a projetos/talentos da comunidade) e o relatório/certificação de sustentabilidade são importantes.

Os principais motivadores de práticas sustentáveis no contexto da amostra analisada estão relacionados com: responsabilidade socioambiental (100%); visão estratégica (90%); ganho de eficiência (80%); poupança financeira e imagem do hotel (70%). E os principais entraves estão relacionados com: custos elevados (70%); falta de pessoal qualificado e questões tecnológicas (60%); falta de parceiros adequados e escassez de recursos financeiros (50%). A dimensão “mais fraca” da tríade neste estudo é a social (com resultados inferiores). E a mais limitante para se avançar na área é a económica, pela perceção latente de elevados custos associados.

O crescimento de novos negócios/empregos na área provavelmente superará a maioria das questões levantadas neste trabalho tais como parceiros adequados, escassez de recursos financeiros e de pessoal qualificado. Algumas empresas passaram a tratar a sustentabilidade como uma oportunidade de negócio, abrindo caminho para reduzir custos e riscos pelo aumento da sua receita e posicionamento por meio de práticas inovadoras (Farinha et al., 2021). Futuros estudos irão na linha de obter mais respostas de hotéis de 5 estrelas, e também de 4 estrelas, e usar análises estatísticas mais avançadas como a de clusters e discriminante. Além disso, incluir a localização geográfica dos mesmos e relacioná-la com os resultados obtidos.

## 7. Referências

- Abdou, A.H., Hassan, T.H., and Moustafa, M.E.D. (2020). A description of green hotel practices and their role in achieving sustainable development. *Sustainability*, 12(22), 9624. Doi: 10.3390/su12229624.
- Alberton, A., Kieling, A.P., Lyra, F.R., Hoffmann, E.M., Lopez, M.P.V., and Stefano, S.R. (2022). Competencies for sustainability in hotels: Insights from Brazil. *Employee Relations*, 44(3), 555-575. Doi: 10.1108/ER-01-2019-0093.

- Alemão, C. (2019). Environmental sustainability practices in the supply chain of hotels and the consumers' perception, Master Dissertation in Management. UCP, Lisbon.
- Almeida, J. (2016). Sustentabilidade na hotelaria. Uma análise de infusão/difusão em hotéis de Lisboa. Master Dissertation, Universidade Europeia. Lisbon, Portugal.
- Batle, J., Sintes, F. O., and Moon, C.J. (2018). Environmental management best practices: Towards social innovation. *International Journal of Hospitality Management*, 69, 14-20. Doi: 10.1016/j.ijhm.2017.10.013.
- Braccini, A.M., and Margherita, E.G. (2019). Exploring organizational sustainability of industry 4.0 under the Triple Bottom Line: The case of a manufacturing company. *Sustainability*, 11(1), 36. Doi: 10.3390/su11010036.
- Calheiros, L. (2021). A importância das práticas sustentáveis e a sua utilização como estratégia de marketing nos hotéis de 4 estrelas da região Norte de Portugal. Master Dissertation, Politécnico do Porto, Portugal.
- Catan, M. (2018). Environmental practices in hospitality industry for a more sustainable tourism. Master Dissertation, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril. Lisbon, Portugal.
- CCDR Algarve (2020). Observatório das dinâmicas regionais. <https://www.ccdr-alg.pt/site/info/observatorio-das-dinamicas-regionais>.
- Coalition for Green Growth (2015). Compromisso para o Crescimento Verde. <https://www.crescimentoverde.gov.pt/compromisso/>.
- Farinha, F., Huertas, D. H., Pinheiro, M. D., Silva, E. M. J., Lança, R., Oliveira, M. J., and Batista, R. (2021). Sustainable competitiveness of tourism in the Algarve region. Critical stakeholders' perception of the supply sector. *Sustainability*, 13(11), 6072. Doi: 10.3390/su13116072.
- Farinha, F., Oliveira, M. J., Silva, E. M. J., Lança, R., Pinheiro, M.D., and Miguel, C. (2019). Selection process of sustainable indicators for the Algarve region - OBSERVE project. *Sustainability*, 11(2), 444. Doi: 10.3390/su11020444.
- Ferreira, S. (2021). Sustentabilidade ambiental e os antecedentes da intenção comportamental dos consumidores: Uma abordagem aos hotéis ecológicos em Portugal. Master Dissertation, Universidade do Minho. Braga, Portugal.
- Goh, C. S., Chong, H. Y., Jack, L., and Faris, A. F. M. (2020). Revisiting triple bottom line within the context of sustainable construction: A systematic review. *Journal of Cleaner Production*, 252, 119884. Doi: 10.1016/j.jclepro.2019.119884.
- Kasim, A., Gursoy, D., Okumus, F., and Wong, A. (2014). The importance of water management in hotels: A framework for sustainability through innovation. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(7), 1090-1107. Doi: 10.1080/09669582.2013.873444.
- Mohajan, H. (2018). Qualitative research methodology in social sciences and related subjects. *Journal of Economic Development, Environment and People*, 7(1), 23-48. Doi: 10.26458/jedep.v7i1.571.
- Moreo, A., Cobanoglu, C., and DeMicco, F. (2007). A comparative analysis of restaurant websites and hospitality school restaurant websites. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 19(3), 40-47. Doi: 10.1080/10963758.2007.10696896.
- Ornelas, C. (2017). Sustentabilidade, razões, práticas e impactos na indústria hoteleira. Master Dissertation, Universidade da Madeira, Portugal.
- Ozturkoglu, Y., Sari, F. O., and Saygili, E. (2021). A new holistic conceptual framework for sustainability-oriented hospitality innovation with Triple Bottom Line perspective. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 12(1), 39-57. Doi: 10.1108/jhtt-02-2019-0022.
- Pereira, V., Silva, G. and Dias, A. (2021). Sustainability practices in hospitality: Case study of a luxury hotel in Arrábida Natural Park. *Sustainability*, 13(6), 3164. Doi:10.3390/su13063164.
- Publituris.hotelaria (2020). A prioridade do grupo Accor é lutar contra o desperdício alimentar. <https://www.publiturishotelaria.pt/2020/11/25/opiniao-prioridade-do-grupo-accor-lutar-desperdicio-alimentar/>.

Rahman, M. (2017). The advantages and disadvantages of using qualitative and quantitative approaches and methods in language "Testing and Assessment" research: A literature review. *Journal of Education and Learning*, 6(1), 102-112. Doi: 10.5539/jel.v6n1p102.

Rawashdeh, A., and Al-Ababneh, M. (2021). Hotel guests' perceptions of environmentally friendly practices in Jordan. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 12(1), 107-120. Doi: 10.14505/jemt.v12.1(49).09.

Salem, I., Elbaz, A., Al-Alawi, A., Alkathiri, N., and Rashwan, K. (2022). Investigating the role of green hotel sustainable strategies to improve customer cognitive and affective image. *Sustainability*, 14, 3545. Doi: 10.3390/su14063545.

Silva, F. (2016). Práticas ambientalmente sustentáveis nos hotéis: Percepções dos consumidores e gestores. Master Dissertation, Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE). Lisbon, Portugal.

Sul Informação (2021). Águas do Algarve lança nova campanha de sensibilização. <https://www.sulinformacao.pt/2021/08/aguas-do-algarve-lanca-nova-campanha-de-sensibilizacao>.

Tavares, B. (2016). Práticas de sustentabilidade no setor hoteleiro: Estudo de caso do Neya Lisboa Hotel. Master Dissertation, Lisbon School of Economics and Management (ISEG). Lisbon, Portugal.

Tourism of Portugal (2021). Visão geral. [https://www.turismodeportugal.pt/pt/Turismo\\_Portugal/visao\\_geral/Paginas/default.aspx](https://www.turismodeportugal.pt/pt/Turismo_Portugal/visao_geral/Paginas/default.aspx).


Tourism of Portugal (2020). Os objetivos do desenvolvimento sustentável. <http://business.turismodeportugal.pt/pt/crescer/sustentabilidade/Paginas/objetivos-desenvolvimento-sustentavel.aspx>.

UNESCO Portugal (2020). Objetivos do desenvolvimento sustentável. <https://unescoportugal.mne.gov.pt/pt/temas/objetivos-de-desenvolvimento-sustentavel/os-17-ods>.

WCED - World Commission on Environmental and Development (1987). *Our Common Future*. Oxford: Oxford University Press.

### Débora Castro


Faculdade de Economia, Universidade do Algarve. Portugal

 <https://orcid.org/0000-0000-0000-0000>

✉ [deboramc12@gmail.com](mailto:deboramc12@gmail.com)

### Sílvia Fernandes

Faculdade de Economia & CinTurs, Universidade do Algarve. Portugal

 <https://orcid.org/0000-0002-1699-5415>

✉ [sfeman@ualg.pt](mailto:sfeman@ualg.pt)