

## **ESTRATÉGIAS DE SUSTENTABILIDADE NA INDÚSTRIA HOTELEIRA DE LUXO NO BRASIL: UM ESTUDO EXPLORATÓRIO DE MÚLTIPLOS CASOS.**

### **Pedro Cavazzana**

Graduado em Gastronomia pelo Centro Universitário Senac campus Águas de São Pedro (SP)

### **Larissa Ciani Filomeno**

Graduada em Gastronomia pelo Centro Universitário Senac campus Águas de São Pedro (SP)

### **Gabriel Furlan Coletti**

Orientador e Docente do Centro Universitário Senac campus Águas de São Pedro (SP)

Doutor em Economia pela Universidade Estadual Paulista (UNESP)

### **Marcia Akemi Takahashi Baltieri**

Orientadora e Docente do Centro Universitário Senac campus Águas de São Pedro (SP)

Mestre em Engenharia de Produção pela Universidade de São Paulo (USP)

### **Resumo**

O turismo de luxo no Brasil e globalmente representa um segmento de alto valor para clientes/hóspedes, onde a sustentabilidade se torna uma premissa crucial, especialmente no setor de hotéis de luxo. Com a crescente ênfase nas preocupações ambientais na indústria hoteleira global, lançar luz sobre as práticas no mercado brasileiro se torna indispensável. Assim, o objetivo deste estudo é identificar as práticas de sustentabilidade em hotéis de luxo no Brasil. A pesquisa adota uma perspectiva qualitativa, constituindo pesquisa aplicada com natureza exploratória e descritiva. O estudo emprega uma ferramenta de pesquisa por questionário e envolve 47 respondentes como afiliados da BLTA. Oito práticas foram observadas entre os respondentes, cada uma com percentagens variadas de adoção entre os hotéis. Os hotéis de luxo enfatizam tanto aspectos tangíveis quanto intangíveis para aprimorar a experiência do hóspede, incluindo fatores como qualidade dos alimentos, comodidades e práticas sustentáveis. A gestão eficiente de recursos contribui para a imagem de sustentabilidade desses estabelecimentos, alinhando-se às crescentes preocupações dos consumidores. Este estudo destaca a crescente importância da responsabilidade social e ambiental no segmento de luxo.

### **Palavras-chave**

Sustentabilidade; Estratégia; Indústria Hoteleira Brasileira; Luxo; Resorts.

### **Introdução**

Na compreensão tradicional do mercado de luxo, há uma infinidade de pesquisas focadas em bens de consumo (ILORANTA, 2021), de modo que, ao longo do século atual, houve uma transição nos padrões de consumo das pessoas - passando do ato de consumir bens e/ou serviços para buscar atividades baseadas na experiência do cliente (LORENTZEN, 2009; PINE; GILMORE, 2013). Dentro do setor de serviços, o luxo constitui um segmento de crescente importância nas atividades turísticas. Sob essa perspectiva, a expansão de serviços necessários para a realização do turismo promove uma transição para modelos de consumo direcionados para a convergência de serviços e produtos de alto padrão como componentes da experiência do cliente (AEBERHARD et al, 2020).

O turismo de luxo no Brasil e no mundo representa um segmento de alto valor agregado para hóspedes, com um significativo potencial de receita, dada a exclusividade de seus serviços (PERINOTTO et al, 2019; HANKS; MODY; DOGRU, 2023). Entre os fatores motivadores para seu consumo destacam-se aspectos sociais como diferenciação, exclusividade, pertencimento, etc., contudo, também se verifica a atenção aos valores como preocupação com o serviço sustentável. O segmento está alinhado com uma tendência global de valorização da sustentabilidade, servindo como elemento orientador na tomada de decisão dos consumidores (DANG-VAN et al., 2023).

Segundo Iloranta (2019), o turismo de luxo se apresenta como uma demanda social fortemente influenciada por motivações de prestígio, inerentes à busca por experiências notáveis e únicas, aliada à busca por exclusividade e ao desejo de se tornar um elemento proeminente na esfera social. As motivações ligadas ao luxo não apenas transcendem a mera seleção de destino, mas, encontram-se profundamente enraizadas na abordagem distinta adotada durante o ato de viajar.

As preferências criteriosas dos visitantes no mercado de turismo de luxo brasileiro destacam fatores como a busca por destinos autênticos. Os turistas exibem preferência por locais que oferecem experiências genuínas e distintas, aproveitando a diversidade geográfica e cultural do país - num cenário para experiências incomparáveis, desde enclaves idílicos até reservas naturais meticulosamente preservadas (LE et al., 2019).

Lage e Milone (2018) enfatizam a predileção por atividades personalizadas, como passeios privados e acesso exclusivo a eventos. Esse gosto reflete o desejo geral por experiências feitas sob medida que estejam alinhadas com interesses individuais. Finalmente, a sustentabilidade emerge como um fator consequente que influencia a tomada de decisão dos turistas. Morando e Platania (2022) elucidam uma inclinação discernível entre os turistas de luxo para destinos e operadores que defendem práticas sustentáveis, indicando uma conscientização ambiental elevada dentro desse grupo demográfico. Tal contexto contribui para a expansão do setor e, conseqüentemente, há um número crescente de consumidores expressando interesse na aquisição de serviços e produtos de luxo, especialmente em países emergentes como o Brasil (DINIZ, 2014).

Neste contexto, a perspectiva da sustentabilidade torna-se uma premissa no setor de hospitalidade, especialmente para o segmento de luxo. Países desenvolvidos notadamente lideram pesquisas, esforços e estabelecem tendências em termos de práticas de sustentabilidade na indústria hoteleira (OLYA et al, 2021). Dada essa condição, torna-se importante identificar as práticas de sustentabilidade prevalentes no mercado hoteleiro de luxo brasileiro, identificado como uma lacuna de pesquisa. Assim, o objetivo deste estudo é identificar as práticas de sustentabilidade em hotéis de luxo no Brasil.

## **Metodologia**

O estudo adota uma perspectiva qualitativa, de natureza exploratória e descritiva. A pesquisa utiliza a ferramenta de pesquisa por questionário, cujo papel é reunir dados e informações diretamente do grupo de estudo (GIL, 2007). O instrumento de pesquisa utilizado foi um questionário estruturado fechado, com o objetivo de padronizar respostas e facilitar a análise entre os respondentes (CHAER; DINIZ; RIBEIRO, 2012).

Os dados obtidos fazem parte desta pesquisa qualitativa-quantitativa, coletados por meio de um questionário aplicado de acordo com a área de especialização do respondente (hospitalidade ou operador turístico). Uma vez validadas, as perguntas foram implementadas em uma ferramenta virtual, Survey Monkey, usada para coleta de dados.

As técnicas de pesquisa empregadas incluem revisão de literatura para compor o referencial teórico e a base de pesquisa, e um levantamento com um questionário estruturado fechado para coletar dados primários da amostra. Ao final do período de disponibilidade do formulário, de um total de 47 participantes, incluindo hotéis e operadores turísticos, todos os operadores turísticos participaram da coleta de dados, enquanto alguns hotéis preencheram parcialmente o formulário. O questionário é composto por 8 itens relacionados à sustentabilidade nos hotéis, conforme apresentado nos resultados. A análise emprega estatísticas descritivas como método para apresentar os dados, analisados de acordo com a revisão de literatura (GIL, 2007).

## **Resultados e Discussões**

No que diz respeito à eficiência energética, os hotéis demonstram um compromisso significativo, adotando medidas como o uso de lâmpadas eficientes, políticas de consumo consciente de energia e aproveitamento da iluminação natural. Por exemplo, 100% dos hotéis pesquisados relataram o uso de lâmpadas eficientes, enquanto 93% possuem políticas de consumo de energia ou realizam campanhas de conscientização entre os funcionários. Ademais, 90% dos respondentes aproveitam a iluminação natural, e pouco mais da metade dos estabelecimentos possuem sistema de desligamento automático para reduzir o consumo de energia e/ou dispositivos economizadores de energia ativados por cartões-chave nos quartos dos hóspedes.

A gestão da água e dos efluentes líquidos também é priorizada, com a implementação de políticas de controle de consumo de água e campanhas de conscientização entre os funcionários em 93% dos hotéis. Além disso, 88% conduzem inspeções periódicas e manutenção de encanamentos. Em relação aos equipamentos e serviços que os hóspedes podem notar facilmente em seus quartos, 83% dos estabelecimentos possuem dispositivos para controlar a água nas descargas, enquanto apenas

43% relataram o uso de torneiras com temporizadores. Adicionalmente, 74% têm um programa para a troca não diária de roupas de cama e toalhas, o que aumenta a conscientização dos hóspedes sobre sua responsabilidade na preservação ambiental.

Estratégias de redução, reutilização e reciclagem de resíduos são amplamente adotadas, com 93% dos membros comprando produtos a granel ou em grande quantidade para reduzir o desperdício de embalagens, e 86% relatando a reciclagem de vidro, papel, papelão, plásticos e cartuchos. Além disso, 64% reutilizam resíduos orgânicos, e 71% também reciclam pilhas. Em relação à seleção de insumos, 95% dos hotéis pesquisados compram insumos de fornecedores locais, enquanto 93% oferecem opções gastronômicas locais em seus cardápios. O envolvimento com a comunidade local também é evidente, com 93% dos estabelecimentos empregando a maioria de seus funcionários da comunidade local e 55% contratando grupos locais para entretenimento, além de 62% envolvidos na venda de produtos locais.

Por fim, a preocupação com questões sociais, como a geração de empregos e a capacitação dos funcionários, também é evidente, com 86% dos membros investindo em programas de treinamento e desenvolvimento profissional e 64% relatando a existência de planos de carreira para seus funcionários. Em relação à redução do uso de plástico, 92% dos hotéis já adotam medidas para reduzir o consumo de plástico, com esforços concentrados na diminuição do uso de garrafas plásticas e embalagens individuais de amenidades. Enfim, os resultados evidenciam um compromisso crescente com práticas ambientalmente responsáveis da indústria hoteleira no Brasil.

### **Considerações Finais**

No mercado de luxo, tanto aspectos tangíveis quanto intangíveis contribuem para a experiência do cliente, e a percepção do cliente sobre esses fatores pode gerar experiências positivas com o hotel. Aspectos tangíveis que os hotéis podem explorar incluem insumos operacionais como alimentos e bebidas, amenidades e disposição adequada de resíduos. O uso eficiente e a disposição apropriada dos recursos ilustram uma perspectiva para os hóspedes de luxo, que estão cada vez mais preocupados com questões ambientais ao decidir sobre destinos de férias ou hospedagem.

Fatores como trabalho e renda, gestão de água e energia podem não impactar diretamente a perspectiva do hóspede durante sua estadia; no entanto, contribuem para consolidar a imagem do estabelecimento do ponto de vista da sustentabilidade. A responsabilidade social e ambiental surgiu como um determinante para o segmento de luxo. O estudo observou que os hotéis de luxo no Brasil têm expandido seus esforços e investimentos para se alinharem com as tendências globais que estão

transformando a indústria. Notavelmente, o segmento depende tanto do turismo doméstico de alta renda quanto dos turistas estrangeiros, exigindo que os hotéis em todo o mundo adaptem suas práticas.

Em conclusão, o estudo alcançou seu objetivo proposto de explorar e identificar práticas-chave da indústria. Oportunidades de pesquisa futura incluem explorar os efeitos econômicos e ambientais sobre o local, avaliar a eficácia das práticas sociais e investigar estratégias para reduzir o uso de plástico. Além disso, examinar inovações específicas na redução de plástico e entender as percepções dos hóspedes é crucial. O estudo destaca a necessidade de pesquisas sobre as preferências dos consumidores por amenidades sustentáveis, visando avançar na compreensão acadêmica das complexidades da sustentabilidade no setor de hospitalidade.

## Referências

- AEBERHARD, M., CONRADY, R., GRANDY, S., ILLES, T. P., PARKEN, A., POKORNY, N., VOGLER, R., WENSKE, M., WOHLTORF, J. (2020). *Luxury and the Tourism Offer*. In **Luxury Tourism: Market Trends, Changing Paradigms and Best Practices** (pp. 157-211). Zurich: Springer.
- CHAER, G.; DINIZ, R. R. P.; RIBEIRO, E. A. A técnica do questionário na pesquisa educacional. **Revista Evidência**, v. 7, n. 7, 2012.
- DANG-VAN, T.; VO-THANH, T.; WANG, J.; NGUYEN, H. V.; NGUYEN, N. Green hotel practices and consumer revisit intention: A mediating model of consumer promotion focus, brand identification, and green consumption value. **Journal of Vacation Marketing**, p. 13567667231164630, 2023.
- DINIZ, C. The luxury market in Brazil. In: **The Luxury Market in Brazil: Market Opportunities and Potential**. London: Palgrave Macmillan UK, 2014. p. 24-42.
- GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4ª ed. – São Paulo: Atlas, 2007.
- HANKS, L.; MODY, M.; DOGRU, T. Is Authenticity the New Luxury? Examining the Components and Dynamics of the Luxury Accommodation Experience. **Journal of Hospitality & Tourism Research**, p. 10963480231204351, 2023.
- ILORANTA, R. Luxury tourism service provision – lessons from the industry. **Tourism Management Perspectives**, v. 32, n. 1, 2019.
- \_\_\_\_\_. Luxury tourism – a review of the literature. **European Journal of Tourism Research**, v. 30, n. 1, p. 3007, 2021.
- LAGE, B.; MILONE, P. Turismo de Luxo e suas representações: uma análise da percepção de turistas brasileiros. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 12, n.1, p. 73-93, 2018.
- LE, D.; SCOTT, N.; BECKEN, S.; CONNOLLY, R. M. Tourists' aesthetic assessment of environmental changes, linking conservation planning to sustainable tourism development. **Journal of Sustainable Tourism**, v. 27, n. 10, p. 1477-1494, 2019.
- LORENTZEN, A. Cities in the Experience Economy. **European Planning Studies**, v. 17, n.6, p. 829-845, 2009.

MORANDO, M.; PLATANIA, S. Luxury tourism consumption in the accommodation sector: The mediation role of destination brand love for potential tourists. **Sustainability**, v. 14, n. 7, p. 4007, 2022.

OLYA, H.; ALTINAY, L.; FARMAKI, A.; KENEBAYEVA, A.; GURSOY, D. Hotels' sustainability practices and guests' familiarity, attitudes and behaviours. **Journal of Sustainable Tourism**, v. 29, n. 7, p. 1063-1081, 2021.

PERINOTTO, A. R. C.; CARMARÇO, J. C. F.; BRAGA, S. S.; MALTA, G. A. P. Histórico e análise da hotelaria de luxo no Brasil. **Revista Iberoamericana de Turismo - RITUR**, v. 9, n. 1, p. 219-247, 2019.

PINE, B. J.; GILMORE, J. H. The experience economy: past, present and future. In: SUNDBO, J.; SØRENSEN, F. (Eds.). **Handbook on the Experience Economy**. Edward Elgar Publishing, 2013.