



Responsabilidade socioambiental na hotelaria:

um estudo na via costeira de Natal, RN

Environmental liability in hotel industry: towards a study of coastal route of Natal, RN

Responsabilidad ambiental en hostelería: hacia un estudio de la costa de Natal, RN

Darlyne Fontes Virginio < darlyninha@hotmail.com >

Mestranda em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), Natal, RN, Brasil. Assessora da Diretoria de Operações da EMPROTUR (Empresa Potiguar de Promoção Turística). Atualmente está trainee do setor de Turismo do SEBRAE, RN.

Lissa Valéria Fernandes < lissaferreira.iadb@yahoo.es >

Doutora em Administração de Empresas pela Universidade de Barcelona (2005), revalidado pela Universidade de Brasília (2006).

CRONOLOGIA DO PROCESSO EDITORIAL

Recebimento do artigo: 10-ago-2010

Aceite: 17-fev-2011

FORMATO PARA CITAÇÃO DESTE ARTIGO

VIRGINIO, D. F. e FERNANDES, L. V. Responsabilidade socioambiental na hotelaria: um estudo na via costeira de Natal, RN. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 11, n. 2., p.220-233, ago. 2011.

REALIZAÇÃO



APOIO INSTITUCIONAL



PATROCÍNIO



Resumo: Como decorrência da expansão do turismo nos últimos anos e do acesso ao lazer e entretenimento, tem havido maiores oportunidades de conhecimento sobre e para novas culturas, além do incremento de ações sociais e ambientais que estabelecem relações diretas ou não com a atividade turística. Assim, é notório enfatizar que essa atividade tem sido vista, por alguns, como fator de desenvolvimento, crescimento econômico e também causador de muitos impactos. Mas será que as empresas do setor turístico tratam todas essas variáveis com responsabilidade? A inclusão social e a gestão correta do meio ambiente fazem-se medidas que precisam ser encaradas com urgência pelos diversos atores envolvidos no turismo. Assim sendo, a análise e identificação de ações de responsabilidade socioambiental praticadas pelos empresários da hotelaria situados na Via Costeira de Natal/RN, configurou-se como objetivo desse estudo para a realização do trabalho proposto, o qual se trata de uma pesquisa de natureza essencialmente qualitativa que contou com a realização de entrevistas junto aos gestores desses empreendimentos. De um modo geral, os resultados obtidos com esta pesquisa apontaram que apesar de tímida e de ainda requerer avanços, os hotéis da Via Costeira de Natal praticam ações de responsabilidade ambiental, social e corporativa junto ao seu município e a seus colaboradores.

Palavras-chave: Turismo; Sustentabilidade; Responsabilidade socioambiental.

Abstract: As a result of the expansion of tourism in recent years and access to leisure and entertainment, there has been greater opportunities of knowledge for and about new cultures, and the increase of social and environmental actions that establish directly or no relationships with the activity of tourism. Thus, it is remarkable to emphasize that this activity has been seen by some as a factor of development, economic growth and also cause many impacts. But will the tourism companies treat all of these variables with responsibility? Social inclusion and good stewardship of the environment are measures that need to be worked urgently by the various actors involved in tourism. Thus, the analysis and identification of actions and environmental responsibility practiced by entrepreneurs in the hotel located on coastal route in Natal/RN, set itself the aim of this study to perform the proposed work, which it is essentially a search qualitative which included conducting interviews with the managers of these enterprises. In general, the results of this research pointed out that although shy and still require improvements, hotels of coastal route in Natal practice actions about environmental responsibility, social and corporate enterprise in town and with its employees.

Keywords: Tourism; Sustainability; Social and Environmental Responsibility.

Resumen: Como resultado de la expansión del turismo en los últimos años y el acceso al ocio y el entretenimiento, no ha habido mayores oportunidades para el conocimiento de nuevas culturas, además del aumento de las acciones sociales y ambientales que establecen una relación directa o no con la actividad turística. Por lo tanto, es claro señalar que esta actividad ha sido visto por algunos como un factor de desarrollo, crecimiento económico y causante de muchos efectos. Es cierto que las empresas de la industria del turismo tratan estas variables con alguna responsabilidad? Inclusión social y la gestión adecuada del medio ambiente son medidas que deben ser abordados con urgencia por los distintos actores involucrados en el turismo. Por lo tanto, el análisis y la identificación de las acciones de responsabilidad social y ambiental practicadas por los empresarios de hoteles ubicados en la carretera costera de Natal / RN, se fijó el objetivo de este estudio para llevar a cabo el trabajo propuesto, que es esencialmente una investigación de naturaleza cualitativa que incluyó la realización de entrevistas con los gerentes de estas empresas. En general, los resultados obtenidos con esta investigación señaló que, aunque tímida y todavía requieren mejoras, los hoteles de "Via Costeira" de Natal practican acciones de responsabilidad ambiental, social y corporativo junto a su ciudad.

Palabras clave: Turismo, sostenibilidad, responsabilidad social y ambiental.

Introdução

No Brasil a desigualdade social é uma das maiores do mundo. De acordo com o relatório do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento – PNUD, o país ocupa hoje a 10ª posição no ranking dos mais desiguais do mundo, numa lista com 126 países e territórios. Ainda de acordo com o relatório, em 2003 no Brasil 46,9% da renda nacional concentrava-se nas mãos dos 10% mais ricos. Enquanto que os 10% mais pobres ficavam com apenas 0,7% da renda. Já no relatório de 2006, esses números passaram para 45,8% da renda para os mais ricos e apenas 0,8% dessa renda ficou para os mais pobres. Índices considerados altíssimos, mas apresentaram redução, o que já é um passo importante para a diminuição da desigualdade e da pobreza no país (PNUD, 2006).

De acordo com o Banco Mundial (2003) o índice de proporção de pobres no Rio Grande do Norte é de 50,63% e a Intensidade da Pobreza é de 52,03%, o que mostra a grande ocorrência de pessoas vivendo na linha da pobreza, sem condições de consumir, ao menos, a dieta nutricional básica que é de 2.880 calorias por dia. Mesmo diante dessa realidade, pode-se aferir que do ponto de vista físico, social e econômico, o estado do Rio Grande do Norte possui condições que possibilitariam ou viabilizariam alternativas para o sustento de sua população de forma satisfatória.

Com base nisso, o governo local aposta no turismo como ferramenta essencial ao crescimento econômico do estado, conforme ocorreu com a iniciativa de desenvolvimento da atividade turística, a partir da década de 1980, quando houve a construção da Via Costeira de Natal e os incentivos fiscais para a construção de megaempreendimentos hoteleiros naquela área (CAVALCANTI, 1993). De fato, sabe-se que o turismo traz inúmeras melhorias para as populações locais através da economia, alavancando e movimentando a mesma. Sendo excelente alternativa de apoio às demais economias locais, um facilitador e, ao mesmo tempo, gerador de divisas e inúmeros outros benefícios.

No entanto, não se pode esquecer que, a atividade turística ocasiona sérios impactos negativos ao meio e aos autóctones. Destes, destacam-se: o vazamento da economia, em que grande parte do dinheiro investido ou gasto nos destinos vai para outros lugares, e segundo dados do PNUD (2007), o vazamento da receita turística em destinos de países em desenvolvimento chega a ser de 80 a 85%; pode-se, ainda, mencionar que a oferta de empregos gerada corresponde, na maioria das vezes, a cargos operacionais; as comunidades tendem a criar certa dependência econômica quanto ao turismo (monocultura), e; uma possível perda de identidade pode ser ocasionada pela falta de sensibilização e pelo choque cultural proporcionado pela atividade; além da degradação ao meio ambiente, ao patrimônio histórico, artístico e paisagístico das comunidades, principalmente, em decorrência de seu mau uso.

De acordo com Dantas (2005) o turismo no Rio Grande do Norte não trouxe uma redução significativa da pobreza, e os dados mostram que o crescimento econômico não promoveu o desenvolvimento social. De acordo com essa análise, observa-se que é relevante a participação de diversos setores da sociedade interagindo entre si, em especial o *trade* turístico a fim de colaborar com a promoção de um turismo melhor e mais inclusivo. Para Dantas (op cit., p.154): “nenhuma atividade econômica pode ter um fim em si mesma; logo, o turismo não tem valia enquanto não promover a equalização social e a expansão das oportunidades e capacidades humanas, tanto dos visitantes como dos visitados”. Partindo desse pressuposto, podem as empresas trabalhar para os pobres? Ou melhor, contribuir para o desenvolvimento através de uma gestão que alie a inclusão social e o meio ambiente ao lucro?

No caso da atividade turística desenvolvida no estado do Rio Grande do Norte, pode-se dizer que a geração de empregos e renda é algo bem perceptível se considerado os números e as estatísticas apresentadas. De fato, a pauta de exportação (receita turística x produtos exportados) mostra, segundo a Secretaria de Estado do Turismo – SETUR (SETUR/RN, 2004), quatro áreas econômicas bastante significativas: o Petróleo, a Carcinicultura, a Fruticultura (melão e castanha de caju) e a Atividade Turística. Segundo esses dados da SETUR do ano de 2004, a atividade turística tem se destacado através da receita que gera para o estado, uma vez que, do total arrecadado pelo petróleo, tido como um dos principais produtos de exportação do Rio Grande do Norte, o turismo sozinho foi capaz de gerar 46% a mais que esse segmento.

Ainda assim, os impactos causados pela atividade turística representam um entrave ao seu completo desenvolvimento como indutor de uma sociedade solidária e sustentável do ponto de vista socioambiental. Por essa razão, acredita-se que, entre outros meios, a responsabilidade social e ambiental é um fator capaz de agregar valores na cadeia do turismo, em conjunto com entidades de governo, iniciativa privada e sociedade civil organizada a fim de estabelecer ações de cidadania para com os demais.

A partir de uma análise desse contexto social em que a atividade turística está inserida, surge, juntamente com o desenvolvimento sustentável, a atuação dos empreendedores da área no sentido de inserir a comunidade local no processo de desenvolvimento da atividade. Essa inserção social pode ocorrer através da criação de empregos diretos, ou da melhoria na infraestrutura, entre outras ações, que venham a contribuir primordialmente para o bem-estar da população local. Dessa forma, a responsabilidade social nasce com o intuito de amenizar impactos causados por empresas de modo a garantir respeito e admiração por parte das pessoas, sejam elas consumidores ou não. Estes aspectos podem ser consolidados a partir da influência que inferem nas atividades desenvolvidas pelas empresas, a fim de minimizar possíveis danos ao meio ambiente e, mais especificamente, à sociedade localizada em seu entorno.

Assim, este artigo apresenta resultados de um estudo que objetivou analisar se os Meios de Hospedagem localizados na Via Costeira em Natal/RN podem ser considerados como organizações social e ambientalmente responsáveis. Identifica e caracteriza, ainda, quais seriam os tipos de ações de responsabilidade sócio-ambiental praticadas por esses hotéis.

Responsabilidades no turismo

Turismo e Ética

O mundo passa atualmente por intensas mudanças sociais, culturais, econômicas e, principalmente ambientais e nota-se que tem aumentado o nível de preocupação com o futuro do Planeta enquanto lugar seguro e saudável ao ser humano. Em meio a esse processo, o turismo se destaca, por se tratar de uma atividade que gera fatores consideráveis de desenvolvimento. Porém, não se pode esquecer das ameaças e danos agregados, fatores estes que desencadeiam a urgente necessidade de um planejamento para se conduzir à atividade favoravelmente.

Brunt; Courtney (1999) *apud* Araújo (2003) enfatizam sobre a necessidade de ponderar esses fatores sociais e culturais desenrolados no decorrer da atividade turística, principalmente durante

o processo de planejamento, objetivando incentivar os benefícios e retrain as ameaças e prováveis danos. O turismo é uma atividade que depende, para ocorrer, da exploração dos recursos existentes tanto na natureza quanto na sociedade, merecendo especial atenção no que se refere à necessidade de se elaborar um planejamento sustentável e consistente que possibilite o desenvolvimento sócio-econômico desses destinos.

Para tanto, para que esses órgãos tomem como relevantes tais fatores advindos da atividade turística, necessita-se de uma mobilização no sentido de desenvolver ações voltadas para o campo social com vistas ao comportamento ético e responsável dos indivíduos e empresas. O estudo da ética no turismo ainda é um tanto incipiente, porém, esse fato está mudando à medida que alguns trabalhos já apontam a estreita relação entre ambos e, mais ainda, a necessidade de se estabelecer um parâmetro ante esses complexos e inerentes campos sociais.

Conceitualmente, Lalande (1996, pág.349) discorre sobre Ética como: “A ciência que toma por objetivo imediato os juízos de apreciação sobre os atos qualificados como bons ou maus”.

Comportamentos éticos na prestação de serviços turísticos tendem a ser importantes ferramentas na gestão das organizações, gerando uma imagem positiva da mesma junto ao mercado consumidor, visto que, cada vez mais os indivíduos se mostram interessados num turismo social e ambientalmente responsável o que reflete, inclusive, nas atitudes que as empresas tomam perante o contexto situacional.

Sabe-se que, a ética se manifesta através dos princípios e valores da empresa, levando-a a atitudes socioambientais responsáveis, de modo que se pode afirmar que não há responsabilidade social sem ética nos negócios. A empresa deve seguir uma linha de coerência entre o que difunde e o que faz dentro ou fora dela, ou seja, ação e discurso interna e externamente tornam a organização digna de ser como realmente é perante todos.

Conduzir a atividade turística de forma responsável com base num planejamento adequado se configura como um obstáculo para os diversos atores envolvidos. Por isso, estar apto e disposto a corrigir possíveis danos sociais e ambientais é de suma importância ao contínuo dessa atividade nas localidades. De forma que a participação das empresas e sua conduta ética possam contribuir com esse processo de planejar que respalda premissas sustentáveis. Além disso, um importante artifício para essa questão é a existência do Código Mundial de Ética do Turismo que já é referência para o desenvolvimento responsável e sustentável do turismo mundial. “O Código Mundial de Ética do Turismo busca definir padrões éticos de comportamento no campo profissional dos serviços turísticos, de forma a estabelecer referências claras e precisas para a atuação dos agentes do setor” (ARAÚJO, 2003, p.107).

A Ética apontada no estudo do turismo tem sido um fator de levantamento de discussões o que tem gerado críticas, e mesmo contenda, acerca da gestão dessa atividade, como também a necessidade de garantir aos cidadãos ou população local os direitos sociais que lhes são atribuídos. Sem dúvida, as empresas que procuram se destacar ante esses aspectos (éticos e sociais), adotando em suas organizações posturas responsáveis e, serviços de qualidade estarão contribuindo para o desenvolvimento das comunidades e do meio onde estão inseridas.

O que é Responsabilidade Socioambiental?

Responsabilidade Social pode ser definida como:

Compromisso que uma organização deve ter com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que a afetem positivamente, de modo amplo, ou a alguma comunidade, de modo específico, agindo pro ativamente e coerentemente no que tange a seu papel específico na sociedade e a sua prestação de contas para com ela. A organização, nesse sentido, assume obrigações de caráter moral, além das estabelecidas em lei, mesmo que não diretamente vinculadas as suas atividades, mas que possam contribuir para o Desenvolvimento Sustentável dos povos. Assim, numa visão expandida, Responsabilidade Social é toda e qualquer ação que possa contribuir para a melhoria da qualidade de vida da sociedade (ASHLEY, 2003, p.6)

Embora o turismo seja um dos ramos da economia que mais cresce na atualidade, pouco se tem falado sobre os efeitos que essa atividade causa no meio ambiente e nas comunidades locais, e em contrapartida, os aspectos econômicos destacados na atividade são cada vez mais ressaltados.

A responsabilidade socioambiental desenvolvida pelas empresas surge como fator determinante de uma nova era que traz no compromisso com a sociedade uma alternativa de melhoria das condições atuais da coletividade, facilitando ou reordenando a vida em sociedade e objetivando torná-la do ponto de vista qualitativo, melhor para todos. É preciso então esclarecer, de modo mais objetivo e abrangente uma gestão em que o social e o ambiental estão agregados não como meros aspectos cotidianos e sim como agentes transformadores e categóricos da qualidade de vida da sociedade atual.

Para conceituar a postura responsável nos âmbitos social e ambiental se faz necessário recorrer a estudos com base em fundamentações teóricas diversas devido à complexidade, dinamicidade e ao mesmo tempo variação do conceito. Sabe-se que não há um consenso acerca da definição precisa do termo Responsabilidade Social e Ambiental, pois muitos autores acreditam que a única responsabilidade de uma empresa é a geração do lucro e criação de valor para os acionistas, o social fica a cargo de cada uma. Outros defendem que as empresas cujas atividades afetam o entorno, devem assumir um papel social e/ou ambiental com a comunidade local, seria uma maneira de respeitar os membros da sociedade contribuindo para a diminuição da desigualdade social e da degradação ambiental.

O fato é que não se pode obrigar todas as empresas a serem socioambientalmente responsáveis, exceto aquelas que têm mais de 500 empregados, porque de acordo com a Lei Nº 1305/2003 a questão da responsabilidade social no País tornou-se algo obrigatório, porém, apenas para empresas de grande porte (ETHOS, 2003, “não paginado”). Com relação às de médio e pequeno porte, o que se pode fazer é apresentar as vantagens de se aderir a essa prática e tentar mostrar ainda aos gestores que, essa postura em pleno século XXI se configura como essencial à continuidade de homens e recursos - matérias finitas - desse planeta.

Portanto, Responsabilidade Social é o objetivo social da empresa somado a sua atuação econômica. É a inserção da organização na sociedade como agente social e não somente econômico (OLIVEIRA, 2002, p. 205). Isto é, o compromisso que a empresa tem perante a sociedade como forma de agregar valor à sua imagem no mercado através do desenvolvimento, bem-estar e melhoria na qualidade de vida de seus colaboradores, suas famílias e a comunidade em geral. A proteção ao meio ambiente, a segurança e saúde dos colaboradores, o respeito aos direitos humanos e aos direitos básicos,

assim como, as relações com os empregados, clientes, fornecedores e as comunidades nas quais a empresa opera e a transparência na comunicação com todos esses grupos sociais, são apenas alguns dos exemplos de responsabilidade social e ambiental que podem ser praticados pelas empresas.

A responsabilidade social engloba preocupações com um público maior, direta ou indiretamente envolvida com a mesma sem perder o foco nos negócios. Esse público maior a que se faz referência é composto por: acionistas, funcionários, prestadores de serviços, fornecedores, comunidade, Governo e meio ambiente, ou seja, os *Stakeholders*. Os quais afetam ou são afetados pela organização.

Um estudo de análise situacional acerca das ações socialmente e ambientalmente responsáveis torna-se fundamental para mostrar se as empresas do setor turístico estão comprometidas com o bem-estar e conseqüentemente com a melhoria da qualidade de vida das comunidades onde se encontram inseridas. Por essa razão e, para que os direitos sociais sejam garantia de todos, tanto os órgãos governamentais quanto a iniciativa privada precisam estar integrados. Pois, entende-se o turismo como atividade que impulsiona um intenso caráter social, um mediador entre essas partes e que deve ser desenvolvido de forma ética e responsável incentivando relações mais saudáveis entre os autóctones, as empresas e o meio, ou melhor, os chamados *Stakeholders*.

Neste sentido Araújo (2003, pág. 107),

Observa a existência de duas perspectivas do turismo desenvolvido com responsabilidade social. A primeira contempla os impactos potenciais do turismo sobre as populações nativas, a segunda trata da maneira como são desenvolvidas as atrações turísticas para apresentação ao público. Ele comenta em seu trabalho as pesquisas de RIEGNER (1992) e ZICARELLI (1984), que se detêm em analisar as atrações turísticas por essas duas perspectivas, relacionando princípios éticos com questões humanistas e sociais.

Nesse contexto é bastante recomendável que as empresas do setor turístico assumam seu papel social, contribuindo para a melhoria na qualidade de vida dos autóctones com o advento de ações sociais e ambientais que, foquem o desenvolvimento sustentável como sendo mediador nas relações humanas e empresariais de forma ética.

A responsabilidade social e ambiental inclui dentre outras questões, as relações diretas com a comunidade e funcionários mantendo uma atitude profissional positiva, através da dignidade, honestidade e do respeito mútuo, procurando agir com imparcialidade e objetividade, assim como o comprometimento com a preservação do meio ambiente e o respeito à dignidade humana.

Segundo Moratelli & Wöhlke (2002, pág.01):

Hoje, a responsabilidade social é um dos quesitos mais importantes para o posicionamento social das empresas, instituições e profissionais no mercado. Ao participar de ações sociais, a organização, além de adotar um comportamento e contribuir para o desenvolvimento econômico, atua na dimensão social do desenvolvimento sustentável, melhorando a qualidade de vida de seu País, Estado ou Município.

Nota-se com certa freqüência o crescimento de empresas preocupadas com a questão socio-ambiental. De acordo com o IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica e Aplicada – no ano de 2002 a maior parte do setor privado Brasileiro esteve envolvida de alguma forma com a área social. Os resultados finais da Pesquisa Ação Social das Empresas (2000) mostram que, 59% das empresas do País desenvolvem ações em benefício da comunidade, são cerca de 465 mil empresas, com um ou

mais empregados, que dão sua contribuição, seja fazendo doações eventuais a pessoas carentes ou desenvolvendo projetos mais estruturados.

De acordo com Mendonça (1995) *apud* Ruschmann (1997) é preciso que o turismo possibilite essa relação mais direta e participativa para que haja de forma efetiva, uma troca de experiências, aprendizado e vivência, se não para o turista a viagem não tem o mesmo valor nem significado.

A partir da integração, do contato entre turistas, comunidade local e natureza, o turismo se apresenta como agente transformador de culturas e modificador de paisagens, interferindo na qualidade de vida local. Mas esse contato, essa convivência, é necessária quando parte-se do pressuposto que só a vivência e o conhecimento remetem ao respeito e à solidariedade com as populações locais, com o meio ambiente e com a sociedade de um modo geral, pois cada nova descoberta pode modificar a visão que cada indivíduo tem das coisas e do mundo. Somente dessa forma, pode-se chegar ao ideal de sustentabilidade tão buscado a fim de preservar os recursos existentes para as gerações futuras.

Responsabilidade Socioambiental na Rede Hoteleira

Por entender o turismo como um fenômeno marcante deste século e pelo surgimento de empresas cada vez mais competitivas no mercado, se objetiva estudar a responsabilidade socioambiental na rede hoteleira da Via Costeira em Natal/RN, fornecendo subsídios necessários à concretização dos dados abordados e alcançados por esse estudo.

Partindo desse pressuposto, destaca-se a rede hoteleira Sol Meliá Hotels, presente em vários países e que vem desenvolvendo trabalhos socialmente responsáveis há muito tempo e com isso, ganhando destaque no cenário mundial devido à sua dedicação em tratar da questão social como parte integrante de sua política de negócios. Evidencia-se com esse exemplo que a participação das empresas do setor turístico, em especial, as redes hoteleiras, tem sido atuante e comprometida com os rumos da sustentabilidade almejada.

Todavia, depreende-se claramente que ainda há uma grande necessidade de mudança de comportamento da maioria das organizações empresariais turísticas, que deverão preocupar-se além do aprimoramento técnico de seus profissionais, também com a importância que começa a ser atribuída pelos consumidores às posturas éticas e responsáveis dessas organizações, uma vez que, a competitividade e o mercado obrigam à adoção de medidas que gerem oportunidades e se configurem como diferencial estratégico para os consumidores em potencial.

Uma Empresa que busca destaque no cenário atual deve estar preparada para assimilar uma nova percepção holística do mundo, já que se têm observado uma ruptura de valores, associados ao lucro máximo e a um processo irresponsável de deterioração do meio. Esse comportamento, decorrente do processo de globalização, exige transformações e medidas emergenciais no que tange aos padrões de consumo e aos processos produtivos.

A Marriott International, atua desde 1997 no Brasil onde mantém seis propriedades e quatro bandeiras que somam mais de 1.500 apartamentos. Uma das líderes mundiais em hotelaria, a Marriot reúne mais de 2600 unidades em 66 países e territórios. Iniciou, recentemente, uma campanha internacional para capacitar jovens carentes por meio do programa 'Espírito de Servir', desenvolvido pela organização não-governamental Internacional Youth Career Initiative (YCI, Educando para Vida). Durante cinco meses, 88 funcionários, dentre eles: diretores, gerentes e profissionais das áreas administrativas e operacionais da Marriott lideraram um programa de 20 semanas de treinamento teórico e prático, abordando diferentes temas de desenvolvimento pessoal e atitude profissional para 37 jovens.

Com base nesses exemplos, pode-se atentar para a possibilidade de uma gestão responsável tanto em prol das comunidades locais quanto do meio ambiente por redes hoteleiras. Mesmo que no Brasil essa prática não seja ainda muito difundida no setor de turismo, há que se concordar que as organizações locais têm suporte para realizar e até alcançar resultados semelhantes ou quem sabe, melhores.

Práticas Socialmente Responsáveis

Acerenza (2002, p.99) acredita que:

O crescimento do turismo gera toda uma série de efeitos sobre o meio ambiente dentro do qual se desenvolve. Precisamente, esses efeitos deram origem ao lucro dos diferentes países para o fomento de seu desenvolvimento, podendo manifestar-se tanto sobre a economia Nacional, quanto sobre a sociedade e sua cultura, ou sobre o meio ambiente natural onde tal atividade é exercida.

Todavia, com a constatação desses impactos nos destinos cabe ao governo, juntamente com a sociedade civil e a iniciativa privada, buscar meios para amenizar esses danos com base num desenvolvimento sustentável que objetive, entre outras questões, garantir uma melhoria na qualidade de vida da população local, o que reflete também na melhoria do nível de percepção dos turistas e visitantes perante a localidade.

A iniciativa privada, em especial os meios de hospedagem, pode contribuir direta e indiretamente para essa melhoria a partir da adoção de práticas socialmente corretas, tais como: fundamentar-se nos princípios de clareza de papéis e transparência (balanço social, código de ética, valores); procurar integrar a comunidade e beneficiá-la com empregos dignos, dando oportunidades de inserção no mercado de trabalho; desenvolver projetos de auxílio às comunidades mais carentes, dando bolsas de estudo, oferecendo cursos de capacitação profissional, entre outros.

Práticas Ambientalmente Responsáveis

As características ambientais de uma destinação turística são tão importantes que Mathieson & Wall (1990) *apud* Aucilino (2001, p.56) afirmam que:

Destinos que não disponham de condições apropriadas de clima, geologia, flora e fauna raras vezes são selecionados para o desenvolvimento do turismo, e que a criação de comodidades e de infra-estrutura por si só são insuficientes para que tal desenvolvimento ocorra. Outras características, entretanto, podem colaborar nesse sentido, tais como uma história rica, ou a exclusividade de peculiaridades arqueológicas ou culturais.

A partir dessa análise, vê-se o quanto a gestão correta do meio ambiente e de seus recursos naturais são essenciais à continuidade da atividade turística. Desse modo, surge a necessidade de um planejamento turístico efetivo nas localidades antes que o turismo se instale nelas e que se comece a tecer os efeitos de uma reação em cadeia que, geralmente, termina com a saturação do destino. Em suma, não adianta simplesmente possuir uma excelente infra-estrutura, isso é um componente essencial, mas não é tudo.

Para que um determinado lugar se firme como destino receptor de turistas deve possuir, principalmente aspectos que revelem sua riqueza natural, cultural e exótica, pois estes fatores agregados à boas condições estruturais de acesso e serviços tendem a impulsionar o surgimento do interesse por grande parte das pessoas quando resolvem escolher um destino para visitar. Para que uma empresa se configure como responsável ambientalmente, ela deve ter algumas características, por exemplo: manter um sistema de gerenciamento ambiental evitando desgastes ao meio; aplicar medidas de proteção ambiental no seu entorno e minimizar os riscos; adotar medidas de racionalização dos principais insumos industriais, como energia elétrica, combustível e água, entre outros.

Portanto, o atual estudo apresenta, quanto ao aspecto metodológico, natureza quali-quantitativa do tipo descritivo-exploratório, uma vez que procurou dar maior enfoque às temáticas abordadas, através de pesquisas bibliográficas, em teses, dissertações e artigos científicos, objetivando analisar os aspectos científicos e focando na busca por informações de qualidade.

Como procedimentos e instrumentos da coleta de dados realizou-se entrevistas junto aos gestores turísticos desse complexo hoteleiro localizado na via costeira da Cidade do Natal/RN, utilizando roteiros semiestruturados e padronizados contendo questões abertas e fechadas que abordaram temas relacionados intimamente com a temática da responsabilidade socioambiental na hotelaria, tendo sido aplicadas entre os dias 16 e 31 de outubro do ano de 2007. O universo estudado foram os hotéis da Via Costeira da Cidade do Natal/RN, com exceção de apenas um hotel, num total de dez empreendimentos avaliados. Além da realização de entrevistas, foi realizada uma pesquisa documental, visando a coleta de material informativo dos hotéis, in loco, bem como a complementação de informação nos sites das empresas.

Resultados

Para identificar e caracterizar os tipos de ações socioambientais desenvolvidas pelos hotéis pesquisados dividiu-se as ações em sociais e ambientais a fim de facilitar o entendimento de cada prática, mais detalhadamente. Dessa forma, inicialmente, identificaram-se aspectos relacionados à responsabilidade ambiental.

Responsabilidade Ambiental

Todos os hotéis pesquisados: Natal Mar Hotel, Ocean Palace Hotel, Serhs Natal Grand Hotel, Hotel Vila do Mar, Imirá Plaza Hotel, Hotel Parque da Costeira, Hotel Marsol, Blue Tree Hotel, Hotel Porto do Mar e Hotel-Escola Barreira Roxa, totalizando dez empreendimentos ao todo, afirmaram praticar algum tipo de política ambiental no empreendimento. Dentre as opções citadas com relação ao aspecto desenvolvido como políticas ambientais, todos afirmaram controlar os desperdícios com energia a fim de reduzir gastos e entre as ações praticadas, pode-se destacar: sensores nas chaves dos apartamentos que desligam todos os aparelhos e equipamentos quando o hóspede sai do quarto.

O Consumo diário de toalhas foi o segundo tópico mais citado. Observou-se que 90% dos hotéis abordados praticam algum tipo de política que reduz o consumo de toalhas pelos hóspedes. Dentro dessa perspectiva, o Ocean, Villa do Mar, Porto do Mar e Imirá adotaram métodos que facilitam esse controle, como por exemplo, a existência de cartões-toalha; instruções para jogar a toalha no chão,

caso queira que ela seja trocada; as toalhas são colocadas no quarto de acordo com a quantidade de hóspedes em cada unidade habitacional; pagamento de taxas por cada toalha utilizada na piscina, entre outros.

De acordo com o grupo de gestores dos hotéis pesquisados 80% desses empreendimentos têm tratamento de água.

No que diz respeito à água da piscina, o Serhs possui um sistema de bombeamento para renovação e conseqüentemente reutilização dessa água que após processada volta para a piscina. Já o Ocean realiza o tratamento da água de suas piscinas com ozônio. Outro aspecto abordado, diz respeito à forma como o lixo é tratado por esses estabelecimentos hoteleiros desde sua seleção até a coleta. Dos hotéis analisados 70% afirmou fazer uso da seleção do lixo e desses, o Imirá disse que o lixo orgânico é triturado e que esse lixo é recolhido todos os dias. Já o Ocean separa pilhas e baterias do lixo convencional.

Perguntou-se ainda, se havia algum tipo de controle para que não houvesse desperdícios de alimentos e 60% dos hotéis consultados disseram que sim. O Barreira Roxa, por exemplo, destina o resto dos alimentos para uma empresa de criação de suínos procurando não desperdiçar o alimento. Enquanto os demais responderam que aproveitam os alimentos para consumo interno, já que os funcionários fazem suas refeições no hotel.

Responsabilidade Social

Num outro momento, a responsabilidade social foi o foco das abordagens e quando questionado se estes hotéis mantinham algum vínculo com instituição social ou Organização Não Governamental a fim de identificar ações de responsabilidade social, 70% deles disse que sim, entre outros aspectos relativos a essa prática.

Mas quanto a participarem de organizações sociais, apenas 50% disse que sim. Destes, 20% disseram que uma vez por semana ou uma vez por mês realizavam alguma atividade voluntária e o restante, pelo menos, uma vez a cada seis meses. Apenas um estabelecimento disse que não participou de nenhuma atividade voluntária no ano de 2007. Dos hotéis pesquisados, 70% doaram parte de suas economias para temas sociais durante o ano de 2007 e desses, 60% já doaram mais de três vezes nesse mesmo ano. O Parque da Costeira doa de 0,6 a 0,7% do lucro da empresa para as entidades. O gestor do Natal Mar Hotel já chegou a doar mais de cinco vezes em um único ano parte de suas economias, se destacando dentre os demais.

Com relação à responsabilidade social corporativa, perguntou-se se havia programas de treinamento para todos os funcionários e qual a frequência desses programas. 70% responderam que sim e a frequência variava de semestral a anual. Apenas um dos gestores afirmou que a frequência destes treinamentos era mensal, que foi o Serhs, além do Parque da Costeira que realiza treinamentos com os funcionários de 3 a 4 vezes por ano, ou seja, trimestral. Dentre os programas de treinamento realizados, os principais são: treinamento de comportamento, educação sexual, teste de aptidão, inglês, sou vendedor, qualidade no atendimento e integração de equipes, geralmente esses cursos são dados por profissionais de outros Estados ou mesmo de instituições como o SENAC e o SEBRAE. Todavia, o Marsol informou que não realizava programas de treinamento, mas admitiram que isso precisa ser melhorado e é uma falha da empresa. O Ocean e o Porto do Mar disseram que há treinamento, mas não através de programas, ele ocorre no dia-a-dia do trabalho desempenhado pelos colaboradores.

Discussão

Responsabilidade ambiental

No Serhs, existe um sistema automático que liga e desliga os equipamentos de acordo com o horário. Mas, o que mais chamou a atenção com relação ao controle de luz foi o fato de que existe energia solar em 30% dos estabelecimentos, que são: Porto do Mar, Imirá Plaza e Marsol.

Quanto ao consumo diário de toalhas, esse procedimento implica na diminuição da quantidade de peças na lavagem o que minimiza gastos com água e energia, além de não utilizar produtos químicos nessas lavagens.

No que se refere ao item sobre tratamento de água, em 2003 houve uma fiscalização junto a esses hotéis, porque jogavam seus esgotos na praia, a partir de então todos foram obrigados a realizar o tratamento. Contudo, alguns fatores são levados em conta, como: a cloração da água pelo Porto do Mar; realização de exame de qualidade da água a cada seis meses pelo Imirá que, possui também uma estação de tratamento de água no próprio hotel; assim como o Serhs que dispõe de toda uma estrutura para realizar esse tratamento.

A reciclagem do lixo foi outro ponto abordado, o gestor do Serhs comentou que fazem reciclagem, mas é preciso ter apoio do Governo nesse processo, já que muitas vezes, não adianta separar o lixo se a própria empresa contratada pelo governo para realizar esse trabalho de recolhimento, não faz a separação adequada do lixo.

Pode-se concluir que as ações desempenhadas pelos hotéis da Via Costeira com relação ao meio ambiente são ainda incipientes, mas mostram a disposição de seus gestores em estar sempre melhorando, procurando contribuir de alguma forma, mesmo que os objetivos deles não estejam diretamente associados à preservação ou conservação, afinal são empresas e para se manterem no mercado precisam ter lucros e reduzir gastos. Os hotéis Ocean Palace e Parque da Costeira possuem os selos ISO 14000 e ISO 9000, além disso, o gestor deste último hotel contratou um profissional formado em meio ambiente para realizar uma gestão específica nessa área.

Responsabilidade social

Dentre as instituições que os hotéis ajudam, a mais citada foi o Grupo de Apoio à Criança com Câncer – GACC tendo sido a instituição que apresentou maior número de adeptos: 40% num grupo de 70% que afirmaram ajudar alguma instituição social. Além disso, outras instituições foram citadas na pesquisa por recebem apoio dos gestores de empreendimentos hoteleiros da Via Costeira, tais como: Movimento da Casa do Bem, ONG's, Projeto Asa Branca, Natal Voluntários, Armazém da Caridade e o Instituto dos Cegos.

A maioria desses hotéis fornece algum tipo de ajuda há mais de uma instituição, como é o caso do Hotel Imirá Plaza fundador do GACC. No que se refere aos 30% dos hotéis que não participam de ações sociais através de vínculo com ONG ou instituição social, eles informaram que ajudam instituições diversas em algumas ocasiões. Nesse caso, merece destaque o Natal Mar Hotel que eventualmente ajuda creches de Mãe Luiza, doa lençóis e alimentos, além de disponibilizarem a área de lazer do hotel para receberem algumas crianças, coisa que o Porto do Mar, o Serhs e o Imirá também afirmaram fazer.

A falta de capacitação e qualificação no turismo são fatores que preocupam e que deveriam ser mais bem analisados pelos gestores para que oferecessem aos seus funcionários programas de treinamento adequados ao perfil do estabelecimento, o que garantiria bons resultados tanto econômicos quanto humanos para as empresas. Porém, observa-se que essa realidade está um pouco longe de ocorrer, já que de acordo com os dados obtidos que apontam para apenas 50% o número de gestores que afirmaram participar de algum curso de formação.

De um modo geral, apesar de tímida e de ainda requerer avanços, os hotéis da Via Costeira de Natal praticam ações de responsabilidade ambiental, social e corporativa junto ao seu município e a seus colaboradores.

Considerações finais

Os turistas buscam, em sua grande maioria, vivenciar um estado de paz, de autenticidade, de natureza, diferente do que eles estão acostumados. Muitas empresas tentam dinamizar e fidelizar esse consumidor através de atitudes éticas tomadas no estabelecimento, atuando pró-ativamente nas comunidades locais através da inserção da população no mercado de trabalho e mesmo à prática de atividades voluntárias que beneficiem os mais carentes. Percebe-se nos resultados desse artigo, que as empresas devem trabalhar junto com o governo e a sociedade para encontrar soluções. Nesse contexto, o desafio em conjugar o avanço da atividade turística nos trâmites sociais encontra como alternativas as ações dos empreendedores do setor, uma vez que possuem ferramentas adequadas à realização dessas ações.

Destaca-se o Hotel Serhs com sua política de recursos humanos e alfabetização de funcionários, o Hotel Imirá, o Hotel Porto do Mar e o Hotel Marsol com energia solar, assim como o Natal Mar Hotel com suas doações a creches e outras instituições mesmo que eventualmente. Mencionam-se ainda o Ocean Palace Hotel e o Hotel Parque da Costeira, que possuem padrões Internacionais de preservação ao meio ambiente nos seus estabelecimentos, como a Norma ISO 14000, entre outros. O Hotel-escola Barreira Roxa destaca-se pela capacitação e qualificação de pessoas, através do SENAC, e a conseqüente oportunidade de contratação de jovens.

Mesmo que de forma tímida pode-se constatar que ações socioambientais são realizadas pelos gestores dos hotéis da pesquisa em tela. Até porque não dá para esperar que a iniciativa privada resolva os problemas sociais de um país como o Brasil, nem tão pouco acabe com os danos ambientais causados pelos seres humanos no Planeta.

Avaliar o comprometimento ou mesmo a contribuição dessas organizações, em maior ou menor amplitude no que se refere à melhoria na qualidade de vida da população local é importante, tanto para a visão da empresa perante o mercado quanto para os próprios empresários que ganham, entre outras coisas, a empatia dos autóctones, incentivos do governo, agrega valor à imagem de sua empresa ao promover o marketing social das mesmas. De forma mais abrangente, com a adesão da responsabilidade socioambiental, os estabelecimentos se tornariam mais competitivos e garantiriam uma boa imagem no mercado e na sociedade como um todo, além de contribuírem com o desenvolvimento local possibilitando, inclusive, a inserção social nesse processo.

Referências bibliográficas

ACERENZA, Miguel Ángel. **Administração do turismo**. Bauru, São Paulo: EDUSC, 2002.

ARAUJO, Cíntia Möller. **Ética e qualidade no turismo do Brasil**. São Paulo: Atlas, 2003.

ASHLEY, Patrícia Almeida. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2003.

AUCILINO, Madalena Pedroso. **Turismo e estâncias: impactos e benefícios para os municípios**. São Paulo: Futura, 2001.

CAVALCANTI, Keila Brandão. **Estado e política de turismo: o caso da Via Costeira da cidade de Natal**. 1993. 279 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Departamento de Ciências Administrativas, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 1993.

DANTAS, Andréa Virgínia Sousa. **Uma análise sobre a relação turismo e pobreza no Rio Grande do Norte**. Monografia apresentada ao Curso de Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal: 2005.

ETHOS - **Instituto de Responsabilidade Social**. Disponível em: <www.ethos.org.br.> Acesso em: 25 mar. 2007.

_____. Práticas Empresariais de Responsabilidade Social. Disponível em: <www.ethos.org.br.> Acesso em: 27 mar. 2007.

GOVERNO DO ESTADO DO RN. **Pobreza no Rio Grande do Norte: condicionantes sócio-econômicos**. Vol. 1. Natal: Fundação Instituto de Desenvolvimento do Rio Grande do Norte - IDEC, 1995.

IPEA - **Instituto de Pesquisa Econômica e Aplicada**. Disponível em: < www.ipea.gov.br. > Acesso em 25 abr. 2007.

LALANDE, André. **Vocabulário técnico e crítico da filosofia**. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

MORATELLI, Rafael Fachini & WOHKLE, Marina. O Turismo e o terceiro setor - ética e responsabilidade social para o desenvolvimento sustentável. Santa Catarina, 2003. disponível em: <http://www.ecoterrabrasil.com.br/home/index.php> Acesso em: 25 mar. 2007.

RIO GRANDE DO NORTE. **Lei Nº 13.500, de 05 de setembro de 1977**. Natal, 1977.

RUSCHMANN, Doris Van de Meene. **Turismo e Planejamento Sustentável: a proteção do meio ambiente**. Campinas: Papirus, 1997. (Coleção Turismo)

_____. **Marketing Turístico: um enfoque promocional**. 4ªed. Campinas, São Paulo: Papirus, 1999.