

Informações sobre Sustentabilidade na divulgação de hotéis: comparação entre João Pessoa/PB e Natal/RN

Sustainability Information in the promotion of hotels: comparison between João Pessoa/PB and Natal/RN

Información de sostenibilidad en la promoción de hoteles: comparación entre João Pessoa/PB y Natal/RN

Recebido: 21/04/2021 | Revisado: 24/04/2021 | Aceito: 10/08/2021 | Publicado: 10/08/2021

Ylanderson Jordão Abreu da Silva | Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil |

E-mail: ylanderson18@gmail.com | Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0208-9777>

Resumo

O presente estudo tem por objetivo comparar a presença de informações sobre Sustentabilidade na divulgação de hotéis das cidades de João Pessoa/PB e Natal/RN. A metodologia utilizada é qualitativa, descritiva, utilizando-se de pesquisa em portais acadêmicos/sociais (Scholar, Booking e TripAdvisor) e análise de conteúdo. Como resultados, constata-se diferenças entre certificações e indicadores locais entre ambas as capitais do lócus da pesquisa e escassez informacional como fator discriminativo tanto em indicativos quanto à busca. Por fim, o estudo conclui que as informações sobre Sustentabilidade na divulgação de hotéis das cidades de João Pessoa/PB e Natal/RN se diferenciam, ainda, quanto à quantidade de informações exibidas nos portais e meios de acesso rápido ao usuário do produto/serviço.

Palavras-chave: Sustentabilidade; Marketing Digital Sustentável; Sustentabilidade Hoteleira.

Abstract

The present study aims to compare the presence of information on Sustainability advertising hotels in the cities of João Pessoa / PB and Natal / RN. The methodology used is qualitative, descriptive, using research on academic / social portals (Scholar, Booking and TripAdvisor) and content analysis. As a result, there are differences between certifications and local indicators between both capitals in the locus of the research and informational scarcity as a discriminating factor both in terms of indicative of the search. Finally, the study concludes that the information on Sustainability in the dissemination of hotels in the cities of João

Pessoa / PB and Natal / RN also differs in terms of the amount of information displayed on the portals and means of quick access to the user of the product / service.

Keywords: Sustainability; Sustainable Digital Marketing; Hotel Sustainability.

Resumen

El presente estudio tiene como objetivo comparar la presencia de información sobre hoteles publicitarios de Sostenibilidad en las ciudades de João Pessoa / PB y Natal / RN. La metodología utilizada es cualitativa, descriptiva, utilizando investigación en portales académicos / sociales (Scholar, Booking y TripAdvisor) y análisis de contenido. Como resultado, existen diferencias entre certificaciones e indicadores locales entre ambas capitales en el locus de la investigación y escasez informativa como factor discriminatorio ambos en términos de indicativo de la búsqueda. Finalmente, el estudio concluye que la información sobre Sostenibilidad en la difusión de hoteles en las ciudades de João Pessoa / PB y Natal / RN también difiere en cuanto a la cantidad de información mostrada en los portales y medios de acceso rápido al usuario de la producto / servicio.

Palabras llave: Sostenibilidad; Marketing digital sostenible; Sostenibilidad hotelera.

Introdução

Ah, Sustentabilidade... Um conceito que viraliza em diversos contextos, fazendo parecer que (quase) tudo, hoje em dia, é sustentável! De fato, a definição de sustentável se torna real quando o crescimento econômico for tratado de forma essencial para o bem-estar de todos (BOFF, 2017); quando a garantia dos desenvolvimentos tecnológicos e fontes de energia forem atendidas em sua grande maioria; e, também, no momento em que o crescimento populacional e a poluição fazer-se preocupação coletiva (VEIGA, 2010; 2014; PAZ; KIPPER, 2016).

A partir das afirmações citadas anteriormente, não é de se admirar que a mudança climática, muitas vezes é simplificada para um debate sobre se os indivíduos devem ou não aumentar seu investimento ou fazer sacrifícios pessoais, por exemplo, chuveiros cronometrados ou, nesse caso, optar por hospedagens ecológicas. Ainda assim, mesmo inferindo algumas práticas, parece um pouco distante/vago e grande demais para inspirar ação que também remeta ao social e econômico.

Por outro lado, relacionando às questões de Sustentabilidade o/a turista que estiver ciente das ideias ecológicas, sociais e econômicas no seu dia-a-dia vai escolher ser seletivo, de fato, sobre onde vai ficar durante as férias (PEREIRA, 2019). Sendo assim, os hotéis dispostos a se adaptarem a esta realidade poderão não medir esforços para maximizar as suas credenciais verdes, enquanto relaxa durante as diárias com a certeza de que não está prejudicando o planeta.

No início da década de 1970, à luz das evidências e análises crescentes sobre o desenvolvimento social apresentadas pela comunidade científica, tornou-se cada vez mais claro que as crescentes taxas de poluição da água, do solo e da atmosfera associadas ao crescimento da população global poderiam ter graves consequências pela vida na terra. Assim, o conceito de desenvolvimento sustentável foi concebido e reconhecido internacionalmente em 1972 em Estocolmo, na primeira Cúpula da Terra. Desde então, a preocupação geral com o estado do meio ambiente e as possíveis consequências do aumento exponencial da população - poluição ambiental, consumo de recursos e desmatamento – persiste (ALVES, 2014).

Com uma população mundial superior a sete bilhões de pessoas e recursos naturais limitados, todos, como indivíduos e sociedades, precisam aprender a viver juntos de forma sustentável, agindo com responsabilidade e base no entendimento de que o que fazem hoje pode ter implicações na vida das pessoas e do planeta no futuro. Por meio desta perspectiva, a educação para o Desenvolvimento Sustentável possibilita capacitar as pessoas a mudarem a maneira de pensar e trabalhar em direção a um futuro sustentável.

Desse modo, a Sustentabilidade não é mais encarada como uma palavra da moda. Cada vez mais consumidores estão pedindo às marcas para fazerem melhor e estão interessados em reduzir seu impacto nas pessoas e no planeta (JUNGER et al., 2018a; SOUZA NETO, 2019). Além disso, devido à crise pandêmica do coronavírus, apenas acelerou o movimento de Sustentabilidade: mais do que nunca, as pessoas querem saber de onde seus produtos vêm, como são feitos, em que condições e para apoiar suas comunidades locais (COSTA; FIGUEIREDO, 2020; SANTOS, 2020). E a boa notícia é que as marcas estão começando a entrar nas ondas sustentáveis! Muitas empresas estão agora mais transparentes e garantindo um impacto positivo em nosso planeta (JUNGER et al., 2018b; JUNGER; PAIVA; COSTA, 2018; CONFESSOR et al., 2020).

Quanto ao Marketing Digital, é possível trazer como definição e comparação, até, pelo uso de várias táticas e canais digitais para se conectar com os clientes onde eles passam a

maior parte do tempo: online (CINTRA, 2010; MORAIS; BRITO, 2020). Isto é uma abrangência de todas as formas como as empresas atraem, convertem e retêm clientes por meio de ferramentas e técnicas online, havendo uma ocorrência natural de que uma empresa use toda a sua composição genética para se promover e se destacar no mercado.

Assim, o Marketing Digital atrelado à Sustentabilidade busca promover produtos, práticas e valores de marca ambiental e socialmente responsáveis, estimulando gastos benéficos em algo que é de origem local ou 100% reciclável de muitos exemplos de empresas que promovem programas, objetivos, estratégias, planos e todo tipo de terminologia sobre como estão se tornando mais sustentáveis.

Neste momento, estendendo a descrição para as regiões do estudo, os estados do Rio Grande do Norte e da Paraíba ostentam infinidade de riquezas naturais, culturais e populares em seus costumes que, juntos, constituem um produto turístico dinâmico e significativo não somente ao crescimento e subsistências da população local, mas ao desenvolvimento socioeconômico às suas capitais. Neste conjunto, as capitais se tornam os focos das atrações e olhares dos inúmeros viajantes que anseiam conhecer as regiões e, é claro, com suas heterogêneas demandas de escolhas, antes mesmo, por exemplo, das agências e hotéis confirmarem detalhes principais da viagem.

Levando em consideração a proposta fundamental deste estudo, realizou-se uma pesquisa na principal cidade litorânea dos estados - João Pessoa/PB e Natal /RN – das quais a atividade turística tem se intensificado por meio das belezas naturais (ilhas, praias, etc.), turismo ecológico, aventureiro, cultural, gastronomia (NASCIMENTO; OLIVEIRA, 2018) e, ainda pouco visualizado, pelo crescente cuidado ambiental e social em ambas as metrópoles (SILVA, 2018; ARAÚJO; PESSOA, 2019).

Nesta ocasião, justifica-se a essencialidade da Sustentabilidade, mesmo se você não for um especialista em ciências ambientais. Ainda na academia e destacando o lado profissional, os graduados em negócios precisam aprender sobre sustentabilidade porque ajuda a atrair clientes e cumprir a Responsabilidade Social Corporativa; os estudantes de agricultura, nutrição e saúde pública precisam se concentrar na sustentabilidade para aprender como alimentar uma população crescente com alimentos nutritivos e de qualidade. Ainda, a própria educação espalha o conhecimento sobre sustentabilidade para a próxima geração, havendo necessária que eles possam liderar mudanças.

Por meio destas considerações, o objetivo do artigo é comparar a presença de informações sobre Sustentabilidade na divulgação de hotéis das cidades de João Pessoa/PB e

Natal/RN. Em relação à sua estrutura, o artigo divide-se nos seguintes pontos norteadores: 1) os procedimentos metodológicos, com a caracterização do estudo, procedimentos e análise; 2) a apresentação e discussão dos resultados; e, por fim, 3) as considerações finais e 4) referências.

Metodologia

Para os fins do estudo e pesquisa realizada, a coleta projetada foi com dados primários e secundários, em etapas, a saber: 1) pesquisa bibliográfica; 2) levantamento de empreendimentos hoteleiros por meio de plataformas de reservas online; 3) Tratamento de dados, resultados e discussão por meio comparativos quanto ao lócus desta pesquisa; e 4) análise de dados.

Por intermédio desta perspectiva, o estudo trata-se, portanto, de uma pesquisa qualitativa, descritiva, realizada por meio da análise de conteúdo, mediante o levantamento bibliográfico no contexto do Marketing para a Sustentabilidade na rede hoteleira. Assim, a investigação do apanhado bibliográfico deu-se por meio de três principais plataformas acadêmico-sociais: 1) Google acadêmico, do qual há o acesso a periódicos, artigos científicos e estudos gerais a nível nacional e internacional; 2) sites agregadores de tarifas de viagens e mecanismo de metabusca de viagens para reservas de hospedagem tanto no Booking quanto no TripAdvisor.

Durante a busca do aparato teórico e nas plataformas digitais, utilizou-se de palavras-chave principais como forma de facilitação e foco nos encontrados teóricos, tais como: “Sustentabilidade”, “Sustentável”, “Prática ambiental”, “Sustentabilidade na Paraíba/Rio Grande do Norte”, entre outras. A fim de produzir inferências de conteúdo comunicativo do texto desta discussão, utiliza-se o tipo de análise de dados escolhido foi do tipo de conteúdo para melhor desmembrar partes/conteúdos, por exemplo, durante a discussão.

Para a análise, três principais etapas precisarão ser seguidas: a pré-análise; a exploração do material; e o tratamento dos resultados e discussão. Laurence Bardin (2012) converge para dentro deste estudo porque as etapas combinam com o processo inicial de (1) organização das informações; (2) na codificação a partir das unidades de registro de levantamento; e (3) Na última etapa se faz a mensuração dos elementos a partir de suas semelhanças e por diferenciação (BARDIN, 2012).

Resultados

Conforme descrito anteriormente, a descrição metodológica deixa explícita que a pesquisa esteve fundamentada em uma revisão teórica de tema quanto a Sustentabilidade em diferentes níveis escolares, por meio de um levantamento de empreendimentos hoteleiros das cidades de João Pessoa/PB e Natal/RN.

Porém, neste momento é dada a essencialidade do assunto voltado exclusivamente à rede hoteleira que prioriza a prática sustentável, seja intrínseco à reconhecimentos sociais ou advinda de alguns indicadores que enquadram o seguimento.

Primeiramente, trazendo uma síntese reflexiva quanto aos hotéis encontrados, aponta-se que a responsabilidade dos empreendimentos, e da área sustentável, ajuda a garantir que este planeta, suas pessoas, vida selvagem e habitats possam prosperar agora e por muito tempo no futuro. Portanto, mesmo que a maioria dos hotéis não seja rica em diferenciais ecológicos, buscam trabalhar com parceiros para fornecer uma gama mais ampla de experiências sustentáveis, como é o caso das plataformas online que os divulgam, para dar aos clientes escolhas mais sustentáveis quando viajam.

O hotel VerdeGreen, por exemplo, chama sua atenção devido ao atrativo sustentável ser o principal fator priorizado pelo empreendimento. Por meio dos dados levantados e realizando uma breve comparação em relação aos critérios estabelecidos pelas próprias plataformas digitais e selos/reconhecimentos alcançados com os demais hotéis da cidade de João Pessoa, foi identificado que ele está à frente de todos os outros se remetendo ao assunto de prática de Sustentabilidade social, econômica e financeira. Ainda, comparando também com a realidade de Natal, não foi encontrado nenhuma acomodação similar ao Hotel Verde Green.

Devido as ações por um mundo mais verde, o hotel citado anteriormente apresenta certificados pela ISO 14001 (SGA) – uma norma internacionalmente aceita que estabelece diretrizes sobre gestão ambiental nas empresas, além de termos sido eleito Hotel Sustentável do Ano pelo Guia 4 Rodas – 2012. Também recebeu, em 2015, o Selo Ecolíderes – Nível Ouro, um programa desenvolvido pelo TripAdvisor que premia hotéis e pousadas comprometidos com práticas sustentáveis, facilitando a pesquisa e a reserva dos viajantes que procuram uma estada voltada para a Sustentabilidade.

Em relação à Natal, o Hotel Majestic é um dos poucos hotéis verde sustentável. Com um projeto elaborado para utilização máxima de serviços e proteção da natureza. O único

prédio de Natal a utilizar em todos os locais, lâmpadas de LED que proporcionam economia de energia em torno de 85%. Todos os vidros das janelas são espelhados para que haja reflexão do sol, trazendo uma economia no consumo de ar-condicionado de 30%, a utilização de sensores de presença e economizadores de energia em todas as áreas comuns e nos apartamentos e a preocupação com a reciclagem de seu próprio lixo.

Quanto ao litoral natalense, o SERHS Resort destacou-se pelo seu selo Turismo Sustentável e de Turismo Protegido do Rio Grande do Norte. Mesmo diante de discussões quanto a sua localização muito próximo à costeira marítima, a construção não fere padrões ecológicos que impeça de ser conhecido internacionalmente, realizando práticas de biossegurança e protocolos do estado para abertura e recepção de clientes.

A seguir são destacadas as vantagens apresentadas como exemplo de iniciativas sustentáveis descritas em um hotel localizado pela Booking:

Estas medidas foram tomadas pela acomodação para proporcionar uma viagem mais sustentável e ecológica:

Resíduos: Lixeiras para coleta seletiva disponíveis para os hóspedes, bem como reciclagem de resíduos; A acomodação se esforça para reduzir o desperdício de alimentos, Bebedouro/galão d'água; Embalagens plásticas descartáveis de produtos de higiene pessoal (shampoo, condicionador e sabonete líquido) não são utilizadas; Mexedores plásticos descartáveis não são utilizados; Canudos plásticos descartáveis não são utilizados; Garrafas plásticas descartáveis de água não são utilizadas; Garrafas plásticas descartáveis de bebidas não são utilizadas; Copos plásticos descartáveis não são utilizados; Pratos/talheres plásticos descartáveis não são utilizados

Água: Vasos sanitários com baixo consumo de água; Chuveiros com baixo consumo de água; Possibilidade de não optar pela limpeza de quarto todos os dias; Opção de reutilizar toalhas

Energia e gases do efeito estufa: A maior parte da comida servida na acomodação é feita com ingredientes locais; A maior parte da iluminação da acomodação usa lâmpadas de LED, que economizam energia; Todas as janelas são de vidro duplo; A acomodação compensa parte de sua pegada de carbono; Eletricidade acionada por movimento ou pelo cartão do quarto

Destino e comunidade: Parte da receita é investida em projetos comunitários ou de Sustentabilidade; Atividades e passeios são organizados por guias e negócios locais; A acomodação oferece espaço para os artistas locais se apresentarem; A acomodação oferece informações sobre ecossistemas, patrimônio e cultura da região, além de orientar os visitantes sobre os costumes adequados.

Natureza: Não há exibição/interação com animais silvestres (não domesticados) mantidos em cativeiro na acomodação, tampouco abate, consumo ou venda; A acomodação conta com área verde como jardins/telhados verdes; A maior parte da comida servida é orgânica; Aluguel de bicicleta; Bicicletário

A partir do texto destacado, vale refletir que esse tipo de divulgação online tem a sua prática promissora devido à algumas razões pelas quais empresas sustentáveis utilizam como diferencial no mercado. Dentre esses motivos, fazem parte o alinhamento com os valores, confiabilidade de serviço e o suporte em vendas, descritos com mais detalhes a seguir.

Como um negócio sustentável e ético, é possível fazer o melhor para ter um impacto positivo no planeta, caracterizado por argumentos sobre um item feito de forma ética, sendo transparente e, também, sensível culturalmente. Advogar por melhores práticas torna-se essencial para este tipo de negócio, refletindo no marketing (online e offline).

Ainda, como uma marca sustentável, o hotel, por exemplo, pode se diferenciar de outras empresas que vendem os mesmos tipos de produtos. Mas e quanto a outras marcas sustentáveis? Ter uma estratégia de Marketing Digital e fazer as coisas de maneira um pouco diferente do que o resto do setor ajuda a se diferenciar dos concorrentes que podem estar usando técnicas de marketing mais tradicionais.

À medida que mais e mais marcas sustentáveis entram no mercado, é importante ter certeza de que as reputações dos hotéis devem estar no seu melhor. O Marketing Digital sustentável garante que suas atividades de comunicação e promoção estejam alinhadas com suas práticas e missão, para que você possa manter uma boa reputação.

Considerações Finais

Tal identificação e modo de ações ambientais são utilizadas pelas empresas como forma de se destacar no mercado em que atua, visando a competitividade e a agregação de valor à sua imagem.

Além disso, carece filtro de pesquisa para acomodações que tomaram medidas sustentáveis como fator de escolha durante a reserva na Booking e, conseqüentemente, detalhamento de indicadores que remetem à Sustentabilidade.

Apesar de realização dos procedimentos e alcance do objetivo geral de apontamentos sobre indicadores sustentáveis na rede hoteleira das duas cidades, toma-se como barreiras/limitações da pesquisa fatores relacionados, como: 1) a escassez de hotéis que estivessem comprometidos diretamente com a sustentabilidade e, em consequência disto; 2) houve a insuficiência das próprias plataformas em publicações digitais sobre empreendimentos que estivessem comprometidos com a ideia sustentável. Além disso, foi percebida uma carência das próprias plataformas em priorizar ou criar possíveis filtros que

remettessem à indicadores sustentáveis, por exemplo, a busca por hotéis que fornecem comida orgânica e/ou que reaproveita sua própria água.

Por fim, acredita-se que a pesquisa pode ter contribuído com importantes informações sobre o perfil da gestão hoteleira da Via Costeira de João Pessoa e Natal, quanto ao desenvolvimento sustentável nos aspectos ambiental, econômico e social. Acredita-se ainda que o presente estudo tenha colaborado para enriquecer debates relacionados à Sustentabilidade, de modo que é evitável em todo o planeta, seja em uma perspectiva acadêmico, política ou empresarial.

Referências

ALVES, J. E. D. População, desenvolvimento e sustentabilidade: perspectivas para a CIPD pós-2014. **Revista Brasileira de Estudos de População**, v. 31, n. 1, p. 219-230, 2014.

ARAÚJO, Ana Célia Baía; PESSOA, Zoraide Souza. Cidades Sustentáveis e as Políticas Públicas Urbanas: desafios na Região Metropolitana de Natal/RN. Lindijane de Souza Bento Almeida [et. al.](orgs). **Anais do III ENEPCP–Encontro Nacional de Ensino e Pesquisa do Campo de Públicas**. Natal, ANEPCP, 2019.

BARDIN, Lawrence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: edições, v. 70, p. 225, 2012.

BOFF, Leonardo. **Sustentabilidade: o que é-o que não é**. Editora Vozes Limitada, 2017.

CINTRA, Flávia Cristina. Marketing Digital: a era da tecnologia on-line. **Investigação**, v. 10, n. 1, 2010.

CONFESSOR, Í. V. de F. et al. Aplicação do zero defeito na montagem de móveis. **Revista de Ensino, Pesquisa e Extensão em Gestão**, v. 3, n. 1, p. e32, 7 dez. 2020.

COSTA, Malaine Miranda Conceição; FIGUEIREDO, Giane Lourdes Alves de Souza. Estratégias de Marketing em meio à pandemia. **Facit Business and Technology Journal**, v. 1, n. 21, 2020.

JUNGER, A. P. et al. Aplicativo re-inove: um novo conceito em roupas transformadas. **Revista de Ensino, Pesquisa e Extensão em Gestão**, v. 1, n. 1, p. e11, 5 dez. 2018a.

JUNGER, A. P. et al. Estudo de caso: uma análise da economia circular e gestão estratégica ambiental na reutilização de resíduos orgânicos para utilização em ração animal. **Revista de Ensino, Pesquisa e Extensão em Gestão**, v. 1, n. 1, p. e12, 7 dez. 2018b.

JUNGER, A. P.; PAIVA, T. M.; COSTA, T. A. da S. Branding como posicionamento de mercado: Como as empresas do ramo alimentício podem se posicionar em relação ao share of mind de produtos voltados para saudabilidade. **Revista de Ensino, Pesquisa e Extensão em Gestão**, v. 1, n. 1, p. e13, 7 dez. 2018.

MORAIS, Natallya Silva Dantas; BRITO, Max Leandro de Araújo. Marketing digital através da ferramenta Instagram. **E-Acadêmica**, v. 1, n. 1, p. e5-e5, 2020.

NASCIMENTO, Polímnia Niágara Santos Silva Rodrigues; OLIVEIRA, Sofia Araujo de. Cultura e Sabor: um olhar sobre a gastronomia típica e o turismo de João Pessoa-PB/Brasil. **A&C**, 2018.

PAZ, Fabio Josende; KIPPER, Liane Mahlmann. Sustentabilidade nas organizações: vantagens e desafios. **Revista Gestão da Produção Operações e Sistemas**, v. 11, n. 2, p. 85, 2016.

PEREIRA, Vitor Manuel. Turismo-Produção e consumo sustentáveis. **Cadernos de Geografia**, n. 40, p. 91-100, 2019.

SANTOS, Nicole Vedovatto dos. Causas do Marketing Soci (et) al em Tempos de Pandemia do COVID-19 e suas Consequências no Comportamento do Consumidor do Varejo. In: **CLAV 2020**. 2020.

SILVA, Alex Dias da et al. **Produção de alimentos na cidade: uma estratégia para o desenvolvimento local sustentável a partir de experiências em João Pessoa-PB.**

Dissertação. João Pessoa, 2018. 139f. Disponível em:
<https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/14025>.

SOUZA NETO , P. M. de. Logística Reversa de Resíduos Sólidos: Uma análise bibliométrica. **Revista de Ensino, Pesquisa e Extensão em Gestão**, v. 2, n. 1, p. e21, 8 dez. 2019.

VEIGA, José Eli da. Indicadores de sustentabilidade. **Estudos avançados**, v. 24, n. 68, p. 39-52, 2010.

VEIGA, José Eli da. O âmago da sustentabilidade. **Estudos avançados**, v. 28, n. 82, p. 7-23, 2014.