

Nuances da **ética empresarial** nas ações ambientalmente sustentáveis de **empreendimentos hoteleiros** da orla de **São Luís-MA, Brasil**

MYRLLA MACIEL DE MELO * [myrllamaciel@gmail.com]

DAVID LEONARDO BOUÇAS DA SILVA ** [davidboucasufma@gmail.com]

LUCIANA BRANDÃO FERREIRA *** [bfluciana@gmail.com]

Resumo | Este estudo tem como objetivo prioritário investigar a importância da ética empresarial para os empreendimentos hoteleiros de São Luís do Maranhão, Brasil, no que tange a realização de ações ambientalmente sustentáveis. Os objetivos específicos deste trabalho consistem em realizar um estudo conceitual sobre sustentabilidade ambiental, sistemas de gestão ambiental e ética, pesquisar hotéis da orla de São Luís para averiguar suas preocupações ao exercer ações sustentáveis e sugerir direcionamentos para o comportamento ético dos gestores com relação a práticas sustentáveis. Este estudo é exploratório, qualitativo e descritivo (Richardson, 1999). A metodologia utilizada fundamentou-se em uma pesquisa bibliográfica sobre turismo, sustentabilidade ambiental, economia e filosofia, e num trabalho de campo, por meio do qual foi possível verificar uma realidade de interação problemática entre os referidos hotéis e o meio ambiente identificando divergências entre os interesses prioritários dos gestores quanto ao desenvolvimento de ações sustentáveis. Constatou-se que as ações de preocupação ambiental empreendidas pelos hotéis são inexpressivas diante da amplitude que poderiam ter enquanto agentes de modificação social.

Palavras-chave | Sustentabilidade ambiental, Gestão ambiental hoteleira, Ética, São Luís/Brasil.

Abstract | This study aims to investigate the importance of business ethics for hotels of São Luís, Maranhão, Brazil, regarding to the achievement of environmental sustainability. The specific objectives are: to develop a conceptual study about environmental sustainability, environmental management system and ethics, to collect data of hotels placed on Sao Luis coast, in order to investigate their concerns about sustainable practices, to suggest actions to encourage the managers' ethical behavior regarding to the implementation of sustainable actions. The study is qualitative, exploratory and descriptive (Richardson, 1999). The theoretical framework was developed upon the concept of tourism, environmental sustainability, economics and philosophy. Findings revealed a problematic reality within the hotels and the environment, identifying different priorities among the managers investigated for the development of sustainable actions. It was found that the hotels must improve their sustainable concerns, in order to improve their whole as social agents.

Keywords | Environmental sustainability, Hotels, Environmental management, Ethics, São Luís/Brazil.

* **Licenciada em Turismo** pela Universidade Federal do Maranhão, Brasil.

** **Doutorando em Administração** na Universidade de Brasília. **Professor** do Departamento de Turismo e Hotelaria da Universidade Federal do Maranhão, Brasil.

*** **Mestre em Administração** pela Universidade de São Paulo. **Professora** do Departamento de Turismo e Hotelaria da Universidade Federal do Maranhão, Brasil.

1. Introdução

Quando se pensa em problemas ambientais, logo vem à mente o resultado de ações de fábricas e indústrias, embora, a atividade turística também gere esse tipo de impacto. Na atualidade, muito se tem discutido sobre esse tema, o que tem contribuído para que muitas organizações busquem uma postura ambientalmente correta.

Perante a perspectiva acima, convém ressaltar que essa postura vai além das empresas permeando também os cidadãos (turistas). Observa-se o início de uma preocupação ambiental por parte dos visitantes, que passam a considerar na sua decisão de consumo, entre outros aspectos, mercadorias e serviços com apelo de ambientalmente sustentáveis.

Se por um lado o aumento dessa consciência ambiental representa algo positivo, por outro, apresenta potencial para motivar o comportamento eticamente duvidoso de empresas. Estas, muitas vezes, veiculam uma suposta preocupação com o meio ambiente para atrair o consumidor, sem estarem, de fato, desempenhando ações que gerem benefícios à natureza.

Reconhecendo o crescimento do turismo em São Luís do Maranhão, cidade designada como a mais nova metrópole brasileira, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) (2010), em que 94,4% da população vive no perímetro urbano, faz-se relevante desenvolver estudos que investiguem as medidas de prevenção dos impactos ambientais diante do crescimento desordenado da atividade turística.

Nessa conjuntura de crescimento urbano, ocorrem investimentos em infraestrutura, constituindo-se, portanto, um desafio evitar que o turismo, enquanto promotor de desenvolvimento, seja convertido em um agente degradante do meio ambiente em que está inserido. Deste modo, ponderando sobre os investimentos em equipamentos turísticos, mais especificamente sobre os hotéis da orla marítima de São Luís, é que se realiza o presente estudo.

Portanto, entender quais motivações norteiam

o desenvolvimento de ações ambientais por parte dos hotéis da orla de São Luís, torna-se imprescindível para uma posterior busca de propostas que promovam a sustentabilidade ambiental, antes que os ecossistemas tenham a sua atratividade comprometida, dificultando o envolvimento dos empresários na busca por um equilíbrio de interesses e valores quanto à exploração do espaço em comento.

Nesse sentido, o objetivo deste trabalho é investigar a importância da ética empresarial para os empreendimentos hoteleiros de São Luís do Maranhão, Brasil, no que tange a realização de ações ambientalmente sustentáveis. Para atingir tal objetivo foi realizada uma pesquisa em 14 hotéis presentes na orla marítima do município de São Luís, Maranhão, Brasil.

2. Ética

Ao falar sobre comportamento ético, Zajdsznajder (1994) remete à equivalência de ideias entre ética e a palavra cuidado, referindo-se ao cuidado com o próximo e com si próprio e ressalta que a ausência de ética consiste na falta de cuidado ou na maneira incorreta de cuidar.

Nesse âmbito, as questões ambientais se tornam também questões éticas, considerando-se que a poluição da água, o desmatamento de vegetações nativas, a construção civil em área de proteção ambiental, a dispersão de dejetos, assim como de efluentes (sólidos e líquidos) em lugares inadequados, tem como consequência o desequilíbrio ambiental, sinônimo de descuido. Uma vez observado que o desequilíbrio ambiental ocasiona o desequilíbrio da própria vida humana, que tem sua sobrevivência baseada nos recursos advindos da natureza, então, nesse ponto, terá sido afetado o princípio do cuidado com o outro, assim como o princípio do cuidado consigo.

Contudo, as questões referentes ao cuidado tornaram-se antiquárias no contexto do sentido da

sociedade atual que, segundo Boff (2004, p. 22) corresponde ao “progresso, a prosperidade, o crescimento ilimitado de bens materiais e de serviços”.

A reavaliação do homem quanto ao seu posicionamento frente às questões ambientais, não deve ser fundamentada em valores econômicos como frequentemente acontece, mas em um sentido de pertencimento ao meio ambiente em que está inserido, tendo o dever de agir (e viver) em consonância a sua preservação, uma vez que a perpetuação da raça humana depende diretamente da conservação e preservação do meio ambiente.

Sobre o dever, Zajdsznajder (1994, p. 139) menciona que este se situa atrás da questão do cuidado, consistindo em obrigações de verificar e avaliar as consequências de nossos atos. Assim, cabe verificar a terceira ideia ética do autor:

A terceira ideia ética é a de responsabilidade. Esta ideia parte do fato de que nossas ações têm consequências que podemos antever e sobre as quais, diante das ações que são de nossa escolha, temos responsabilidades. A responsabilidade tem de ser considerada especialmente em relação a danos ou outros efeitos negativos de tais ações.

Tomando como referência a atuação de hotéis, pode ser elucidado que esses empreendimentos, por meio de seus gestores, tem o dever de cuidar dos ecossistemas, em função de que constituem a própria fonte de renda dos hoteleiros, dos autóctones e também motivação de viagem para os hóspedes, além de que a qualidade ambiental é condição para a própria sobrevivência de todas as formas de vida na Terra.

É válido ressaltar ainda que, independente do fator motivacional do turista, ele não está disposto a viajar para se surpreender com questões ambientais insatisfatórias como poluição visual e sonora. Sob essa égide, a ação de se antecipar a um dano ambiental, por meio da promoção de um planejamento adequado das instalações dos hotéis, assim como formulação de visão, missão e valores em conso-

nância à sustentabilidade ambiental, caracteriza-se como um tipo de comportamento ético.

Nesse sentido, deve-se avaliar a amplitude dos impactos da atividade turística, porquanto além de provocar a implantação de inúmeros equipamentos turísticos – inclusive empreendimentos hoteleiros – na realidade da comunidade receptora, é responsável por inúmeras interações, sejam elas instituídas entre homem e outro homem, entre homem e uma instituição e até mesmo entre o homem e o meio ambiente. Tendo em vista tais circunstâncias, nota-se a dimensão dos reflexos de uma atividade turística mal desenvolvida.

Portanto, a predisposição do aparato turístico em auxiliar no reforço (e em alguns casos na construção) de valores éticos que devem ser cultivados dentro de uma sociedade, seria de suma importância frente à emergência da situação ambiental global. Contudo, essa predisposição deve consistir na influência do meio em que está inserido, por meio de suas próprias atitudes, pois, segundo Del Prette e Del Prette (2010, p. 6),

a aquisição e o aperfeiçoamento das habilidades sociais ocorrem por meio de diferentes processos de aprendizagem como: a modelagem via reforçamento diferencial, o seguimento de regras (instrução) e a imitação via observação.

Sendo assim, a colaboração da atividade turística à exaltação da importância de um comportamento eticamente correto, consistiria em uma prática ambientalmente sustentável baseada nos preceitos do cuidado e do respeito ao patrimônio (ambiental) que virá a ser fonte de manutenção de vida também para as gerações futuras.

Na busca concreta de tal comportamento ético, acredita-se que Aristóteles estava certo ao sugerir que as virtudes, fatores fundamentais para a prática do comportamento ético, não são natas ao ser humano, mas podem ser apreendidas conforme a vivência do homem e os ensinamentos que lhes são repassados (Marcondes, 2009, p. 40).

O intuito do estudo da ética vinculado à sustentabilidade no presente trabalho intenta a reflexão sobre o atual modelo econômico, ressaltando que o indivíduo, mesmo imerso na sociedade de hiperconsumo, motivado pela busca do equilíbrio de interesses, pode passar por um processo de interiorização de juízos de valor moral⁴, uma vez avaliada a proposição de moralidade de Frankena (1981) – que trata de um conjunto de objetivos que podem permanecer mais ou menos exteriores aos indivíduos e que a eles se impõem ou nele se inculcam virando um hábito.

Dessa forma, busca-se compreender quanto o comportamento eticamente correto de um indivíduo pode proteger ele mesmo e tudo que o cerca, dos imperativos mercantis que, tomados como referência para a tomada de decisão, muitas vezes induz os homens a infringir as leis de manutenção da qualidade de vida das presentes e futuras gerações.

Logo, um novo posicionamento frente ao cultivo de um comportamento eticamente correto, torna-se um meio de cuidar e respeitar as pessoas e os recursos que o cercam, com o fim de preservação da própria espécie humana. É importante frisar o fato de não se afirmar aqui que as pessoas na sociedade capitalista não tenham mais os valores morais necessários a uma conduta ética. Ao contrário, para Lipovetsky (2007, p. 134), os consumidores são “engajados, ávidos por selos éticos e produtos com sentidos associados à defesa das crianças, dos famintos, dos animais, do meio ambiente, das vítimas de todo tipo”. Portanto, este momento se apresenta como especial para que as organizações avancem, cada vez mais, na promoção de uma consciência ambiental.

Pensando nisso, há a exigência da incorporação de valores éticos que estimulem uma nova forma de refletir sobre a liberdade de decisão individual, de modo que se possa desenvolver uma atividade turística denominada de sustentável, instituindo, na prática, um modelo novo de desenvolvimento, visando a corresponsabilização na sua realização (Irving, 2002).

2.1. Ética empresarial

As organizações tem um papel fundamental na vida dos cidadãos. Além de gerar empregos são responsáveis pela oferta de bens e serviços à sociedade. Alguns autores defendem que esse é o seu mote. Contudo, alguns reforçam que as organizações têm outras responsabilidades, porquanto causam impactos socioambientais por meio de suas atividades, devendo buscar formas de minimizá-los (Figueira; Dias, 2011). No caso das empresas turísticas, sua existência pressupõem custos sociais e ambientais tanto às regiões turísticas quanto aos residentes (Lage & Milone, 2001).

Desse modo, a ética empresarial envolve desde ações ambientalmente corretas, até ações do cotidiano da empresa como o atendimento ao cliente e a oferta de produtos/serviços. Muitas vezes, tratam-se de comportamentos não previstos em lei, mas esperados e aceitos socialmente (Carrol, 1979).

Para Barbieri e Cajazeira (2012), responsabilidades éticas constituem atividades, práticas, comportamentos desenvolvidos pela/na empresa para atender àquilo que os seus *stakeholders* consideram legítimo, correto, justo ou de acordo com seus direitos, morais ou expectativas. Os empreendimentos turísticos e hoteleiros possuem vários *stakeholders* – acionistas/proprietários, funcionários, clientes (hóspedes, agências de viagens, operadoras, empresas), fornecedores, entre outros – cujas necessidades devem ser levadas em consideração para o desenvolvimento de ações pautadas na ética.

O maior desafio é compatibilizar todos esses interesses que por vezes são contraditórios. Por exemplo, quando um hotel vende mais diárias do que realmente dispõe incidindo no *overbooking*, embora esteja almejando maximizar a sua ocupação e, conseqüentemente, o seu lucro (perspectiva do

⁴ Referem-se não a ações ou tipos de ação, mas a pessoas, motivos, intenções, traços de caráter e coisas semelhantes e deles dizemos que são bons, maus, viciosos, virtuosos, culposos, santos, desprezíveis e assim por diante.

acionista), apresenta um comportamento antiético com o seu hóspede (perspectiva do cliente).

Desse modo, as organizações precisam aprender a equacionar a necessidade de obter lucros, obedecer às leis, ter um comportamento ético e se envolver em alguma forma de filantropia para com as comunidades em que se inserem (Barbieri e Cajazeira, 2012). Nesta fala, nota-se uma abrangência do que é um comportamento ético, indo desde a obediência às leis até a própria filantropia. Entretanto, mesmo com essas premissas, o objetivo de auferir lucro é preservado, até porque se tratam de empresas.

O comportamento ético é caracterizado e motivado por um comportamento natural oriundo de princípios do que é ser correto, justo em sociedade e pode gerar também um resultado benéfico para as empresas. A ética empresarial reflete diretamente não apenas na imagem da empresa, mas também na confiança e satisfação dos colaboradores e clientes como pode ser visto na figura 1.

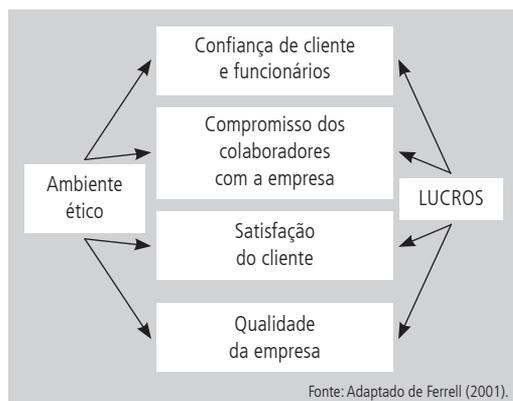


Figura 1 | Resultados empresariais da construção de ambientes ético.

Nesse raciocínio, Tachizawa (2008) enfatiza que chegará o dia em que posturas éticas com a sociedade e a natureza não serão mais diferenciais competitivos, mas necessidades competitivas. Para Barbieri e Cajazeira (2012), está se tornando hegemônica a visão de que os negócios devem ser feitos de forma ética, obedecendo a rigorosos valores morais e comportamentos universalmente aceitos como apropriados.

Apesar da visão dos teóricos apontadas, das mudanças no nível de consciência dos consumidores e da preocupação ética das empresas, a situação ainda está longe do ideal. Existem muitas empresas consideradas antiéticas, inclusive no setor turístico, que têm diversas ações condenáveis como: fazer propaganda enganosa, utilizar-se de má fé para vender o produto, além de não terem a preocupação com ações para minimizar os impactos ambientais e sociais que a atividades turística causa. A esse respeito, ainda há muito para avançar por parte dos empreendimentos hoteleiros.

3. Gestão ambiental no setor hoteleiro

Desde meados da década de 1970, o desenvolvimento econômico e seu impacto ao meio ambiente vem sendo percebidos a partir de uma ótica diferente, o que motivou órgãos públicos e empresas privadas a criarem formas de regulamentar e nortear as atividades econômicas capazes de criar impacto negativo ao meio ambiente. Como agentes desse processo de degradação, as empresas começaram a ser responsabilizadas por essas ações.

Tanto as empresas como a sociedade civil foram instigadas a desenvolver uma consciência ambiental, enquanto forma proativa de lidar com normas e leis que tratam da preservação do meio ambiente. Enquanto as empresas atuam de forma mais impactante (vide a ampla dimensão de suas ações) sobre o meio ambiente, a sociedade usufrui dos serviços oferecidos pelas organizações, ditando o mercado, tornando-se, do mesmo modo, responsável pelo ambiente que a cerca.

Desta forma, as organizações, como forma de sobrevivência no contexto de um mercado cada vez mais competitivo, veiculam valores ligados à preocupação com o meio ambiente (Figueira & Dias, 2011). Os empreendimentos hoteleiros, enquanto foco deste estudo, são peças-chave da atividade turística, portanto, também se utilizam dos recursos naturais, tornando-os vulneráveis a impactos am-

bientais, advindos da utilização de certos tipos de equipamentos, da dispersão de resíduos sólidos em locais inapropriados, da destinação de dejetos orgânicos, de efluentes líquidos e da destinação de lixo.

A Lei Brasileira n.º 6.938/1981, que dispõe sobre a Política Nacional do Meio Ambiente, incita os atores sociais a cumprirem com suas obrigações ambientais. Funciona como um norteador do planejamento e execução de ações das empresas, inclusive os complexos hoteleiros, facilitando, assim, a salvaguarda da matéria-prima da atividade turística.

Para que se possa entender as preocupações das empresas quanto ao manejo dos impactos ambientais negativos da ação dos hotéis, faz-se necessário citar, especificamente, quais os predicados existentes naquele que segundo a lei, caracteriza-se como agente poluidor, colocando em risco a qualidade ambiental e, eventualmente, poluindo o meio ambiente. Portanto, sobre degradação da qualidade ambiental, poluição e poluidor respectivamente, os incisos II, III e IV do artigo 3º da Lei n.º 6.938/1981 instituem:

II – degradação da qualidade ambiental, a alteração adversa das características do meio ambiente;

III – poluição, a degradação da qualidade ambiental resultante de atividades que direta ou indiretamente:

- a) Prejudiquem a saúde, a segurança e o bem estar da população;
- b) Criem condições adversas às atividades sociais e econômicas;
- c) Afetem desfavoravelmente a biota;
- d) Afetem condições estéticas ou sanitárias do meio ambiente;
- e) Lancem matérias ou energia em desacordo com os padrões ambientais estabelecidos.

IV – poluidor, a pessoa física ou jurídica, de direito público ou privado, responsável, direta ou indiretamente, por atividade causadora de degradação ambiental.

Seja potencializado pela legislação, pela ética ou pelas cobranças sociais, observa-se que existe uma conscientização dos empresários do ramo ho-

teleiro, de que os recursos naturais são a fonte de divisas de suas atividades, e do potencial impacto ambiental negativo que podem causar. Dessa forma, um comportamento não responsável em relação aos atrativos naturais pode afetar diretamente os seus próprios lucros, a aparência dos destinos turísticos e a perpetuação da atividade hoteleira. Por todas essas consequências, foi desenvolvido o Sistema de Gestão Ambiental (SGA) objetivando evitar/mitigar danos ao meio ambiente e também lhes assegurar um bom retorno financeiro, mesmo que em longo prazo.

Conforme relata Gonçalves (2004, citado por Chamuska & Centeno, 2008), a ideia de um SGA é que a organizações tenham condições de controlar e/ou mitigar os efeitos ambientais de suas próprias atividades, o que é resultado não só de questões legais, mas de objetivos estratégicos para angariar diferenciais competitivos. Isso fica evidente também na colocação sobre gestão ambiental de Donaire (1999, citado por Nicoletta, 2004, p. 8):

[...] a gestão ambiental no âmbito das empresas tem significado a implementação de programas voltados para o desenvolvimento de tecnologias, a revisão de processos produtivos, o estudo de ciclo de vida dos produtos e a produção de “produtos verdes”, entre outros, que buscam cumprir imposições legais, aproveitar oportunidades de negócios e investir na imagem institucional (grifo nosso).

Diante de tais circunstâncias, compete refletir sobre a motivação empresarial no enfoque aos cuidados ambientais. Muitas vezes, o discurso de desenvolvimento sustentável é utilizado pela iniciativa privada para maquiagem responsabilidades ambientais em função de uma imagem institucional compatível com necessidades e desejos da demanda.

Nesse contexto, surgiram as normas da série ISO 14000, com o intuito de mitigar impactos negativos e com a intenção de padronização dos procedimentos necessários para uma empresa se certificar ambientalmente. Sobre as normas da série ISO 14000, Silva et al. (2003, citado por Nicoletta et al., 2004, p. 10)

destaca que se trata “de um grupo de normas que fornece ferramentas e estabelece um padrão de Sistema de Gestão Ambiental”. Especificamente, a NBR Série ISO 14001/1996 enumera os requisitos para implementação do SGA, o qual é passível de aplicação em qualquer tipo e tamanho de organização.

Para conseguir a certificação ambiental, uma empresa precisa exercer os requisitos básicos presentes na norma ISO 14001. Na atualidade, é usual presenciar a Gestão Ambiental em hotéis que procurem integrar o controle ambiental na gestão administrativa. Isso é feito, lembrando do meio ambiente na tomada de decisões estratégicas. É analisado até que ponto a proteção ao meio ambiente pode representar uma ameaça ou uma oportunidade, como forma de reagir às exigências legais e evitar punições.

No entanto, esta se torna uma forma restrita de perceber a gestão ambiental, já que para Dias (2009, p. 96), “a adoção de um Sistema de Gestão Ambiental nas empresas deve vir acompanhado de uma mudança cultural, em que as pessoas têm de estar mais envolvidas com a nova perspectiva”. Assim, é válido lembrar que além de uma forma de atender às exigências de um mercado cada vez mais preocupado com questões ambientais, a Gestão Ambiental nos hotéis, assim como nas demais empresas, amplia as possibilidades de gerar benefícios econômicos e estratégicos ao negócio.

Ressalta-se, ainda, que o envolvimento do corpo administrativo das empresas é um aspecto importante para a realização de práticas ambientais, pois, como cita Ruschmann (1997, p. 76), “a postura de empresários do setor hoteleiro em relação à proteção do meio ambiente constitui o primeiro estágio para a conscientização ambiental de seus clientes”.

Existem benefícios econômicos advindos da implantação de SGA, principalmente quando estão associadas a uma veiculação midiática de grande abrangência. Contudo, torna-se adequado sugerir uma atenção sobre a intenção do empresariado em implantar tal sistema, pois, comumente é transmiti-

do à sociedade que tal certificação assegura a não geração de impactos negativos ao meio ambiente, o que, na prática, não representa a verdade.

Baseado nessas evidências, clarificando-se o eventual intuito da sociedade empresarial em se utilizar de tais ferramentas de controle do dano ambiental para, além de se inserir em um novo mercado, reparar sua imagem perante o público consumidor e a sociedade em geral.

Ademais, tendo como base o Novo Sistema Brasileiro de Classificação Hoteleira (SBClass)⁵, lançado pelo Ministério do Turismo (MTur), em parceria com o Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR), atualmente, a sustentabilidade aparece como um critério técnico específico para atribuir ao empreendimento hoteleiro uma melhor avaliação por estrelas, reforçando, novamente, que as ações ambientais implementadas pelas empresas, além de sugerirem um parâmetro indicativo de qualidade do empreendimento, cada vez mais se confundem com seus próprios interesses econômicos.

4. Metodologia

Para o alcance do objetivo proposto, o presente estudo apresenta-se como exploratório, qualitativo e descritivo (Richardson, 1999). A metodologia utilizada envolve uma pesquisa bibliográfica e documental de fontes primárias e secundárias referentes ao estudo do turismo e de ciências distintas como História, Economia e Filosofia, buscando melhor conceber e correlacionar as temáticas envolvidas no trabalho.

A técnica de investigação se baseou em uma pesquisa qualitativa realizada em junho de 2012. Utilizou-se a aplicação de questionário misto (perguntas abertas e fechadas), em doze hotéis alocados nas delimitações da Avenida Litorânea e Ponta do Farol, na cidade de São Luís localizada na Ilha de Upaon-Açu e situada entre as coordenadas geográficas 2°24'10" e 2°46'37" de latitude Sul e 44°22'39" e 44°22'39" de longitude Oeste (GERCO, 2010).

⁵ Para maiores informações, acessar o site www.turismo.gov.br.

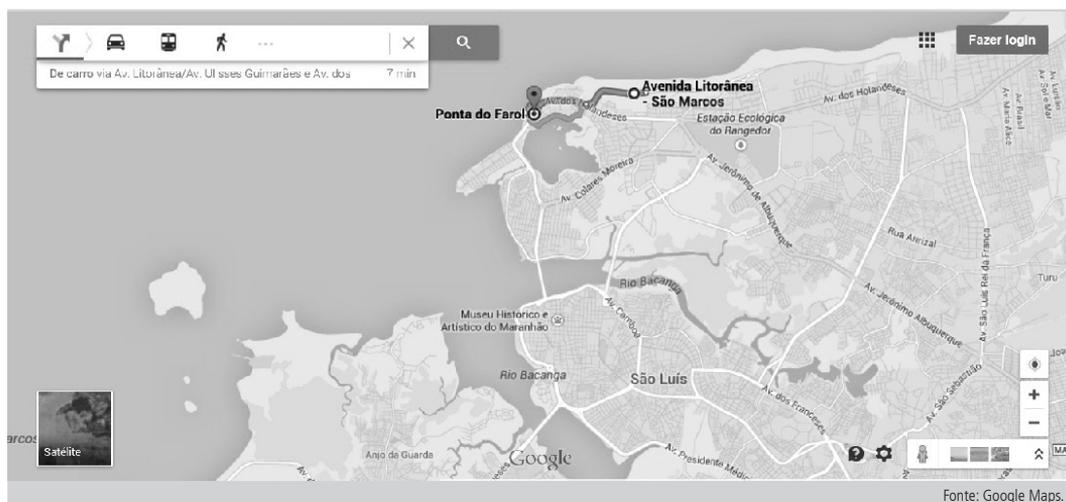


Figura 2 | Resultado mais importante na adoção do SGA.

A partir do trabalho de campo, foi possível verificar a realidade correspondente à interação dos hotéis com o meio ambiente, assim como, quais os motivos dos gestores hoteleiros quanto ao desenvolvimento de ações sustentáveis e divulgação dessas práticas.

5. Apresentação e discussão de resultados

As motivações de estudar os empreendimentos hoteleiros da orla de São Luís ocorreram em

função do crescimento acelerado da cidade, em termos de infraestrutura e equipamentos hoteleiros que tem promovido impactos ambientais na localidade em comento (GERCO, 2010), a exemplo da interdição das praias (Melo, 2009), o que repercute de maneira negativa para os negócios. Nesse sentido, o público-alvo da investigação foram colaboradores dos empreendimentos hoteleiros que, na ocasião, ocupavam cargos estratégicos. O conteúdo dos questionamentos encontra-se descrito no quadro 1.

Quadro 1 | Principais perguntas do questionário aplicado.

1. Sobre o entrevistado e o empreendimento	2. Sobre a gestão ambiental	3. Práticas hoteleiras vinculadas à gestão ambiental	4. O entendimento do entrevistado sobre ética
Perfil do entrevistado, função	Qual o seu entendimento sobre a importância da preservação/ conservação do meio ambiente?	Conhece alguma fiscalização ambiental em hotéis?	Qual o seu entendimento sobre a ética?
Classificação e características do empreendimento	Quais ações esta empresa desenvolve para contribuir com a preservação/ conservação da natureza?	Conhece alguma lei que trate das obrigações de preservação ambiental por parte dos hotéis? Se sim, cite qual(is).	Quando você ouviu falar sobre ética a primeira vez? Em que local?
	A falta de balneabilidade das praias prejudica o seu negócio? Se sim, de que forma?		Na sua opinião, o que pode ser feito para atingir os objetivos desejados pela empresa e compatibilizar com interesses ambientais?
	Como esta empresa realiza o manejo dos seus efluentes líquidos e sólidos?		Por que as empresas agiram de forma antiética com o consumidor ou com o meio ambiente?
	O que motivou este empreendimento a realizar ações ambientais?		
	Indique o resultado mais importante para a adoção de um sistema de gestão ambiental.		

Fonte: Elaboração própria.

A tabulação dos dados obtidos, por meio da aplicação dos questionários, foi realizada com o intuito de identificar de que forma os gestores hoteleiros entendem a importância das ações ambientais, estabelecendo nexos com os valores éticos que permeiam o processo decisório da organização.

Dessa forma, pretende-se tomar como base o interesse em contribuir com o despertar crítico da sociedade ludovicense frente às motivações que alicerçam o posicionamento da iniciativa privada – em específico, os hotéis da orla da referida cidade – frente às problemáticas ambientais e a tentativa de direcionamento de uma solução para eventuais problemas detectados.

Uma vez colhidos os dados e feitas interpretações e inferências, visou-se desvendar o conteúdo subjacente ao que está manifesto nos trechos selecionados e categorizados. Dessa forma, delimitaram-se três categorias: percepção sobre a implantação do SGA; ações ambientais desenvolvidas; e o confronto de valores. Estas categorias serão apresentadas subsequentemente.

5.1. Percepção sobre a implantação do SGA

Questionados sobre o resultado mais importante para empresa (Figura 3), a partir da adoção de um SGA, 37,5% dos entrevistados alegaram que fortalece a imagem da empresa e 37,5% responderam ser a conscientização dos colaboradores.

A partir desses dados, percebe-se que, embora haja uma preocupação com as ações dos colaboradores, os gestores concebem práticas ambientais como contribuintes na melhoria da visão da clientela sobre os empreendimentos, o que reforça a ideia de Hawken et al. (1999, citado por Viégas, 2009) de que a responsabilidade ambiental promovida pelas empresas vem se apresentando mais relacionada a ganhos de competitividade do que como uma mera obrigação legal.

Porém, há de ser ressaltado que a relação da implantação de SGA e conscientização dos colaboradores não consiste na relatada pelos entrevistados (respectivamente, causa – consequência), pois a sensibilização dos colaboradores configura uma fase inicial (e não final) de desenvolvimento de um SGA. Nesse sentido, corrobora Dias (2009, p. 53):

Outros motivos que afetam o envolvimento da empresa com a gestão ambiental mais efetiva são: a dificuldade de obtenção do investimento necessário para adaptação de seu processo produtivo, falta de conhecimento técnico-científico sobre a questão ambiental envolvida e o grau de compromisso do seu quadro de pessoal com a ética ambiental.

Diante de tal conjuntura, institui-se relevante recordar os interesses econômicos do mercado atual, que induzem o empresariado (no caso, hoteleiros) a gerir sua tomada de decisão visando prioritariamente o lucro, sem pensar no valor a ser agregado a seu serviço através de um posicionamento que tenha

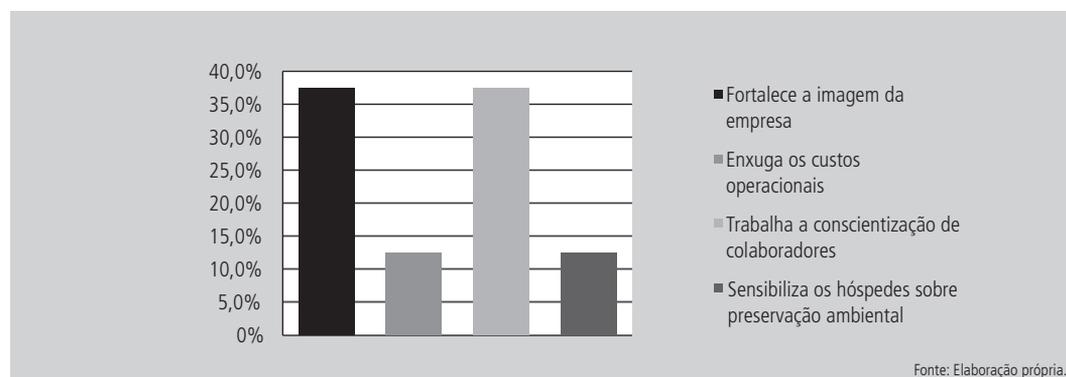


Figura 3 | Resultado mais importante na adoção do SGA.

como objetivo a preservação do meio ambiente, que em termos de médio e longo prazo também materializam-se em lucro para os empreendimentos, uma vez que proporcionam redução de custos e favorecem a exploração contínua dos recursos.

Compreende-se, então, a necessidade de medidas educativas em empreendimentos com tal perfil, como forma de orientá-los de que além da redução de custos, um SGA desenvolvido com eficiência, será perante toda a sociedade um fator de excelência da prestação de seus serviços e consequente diferencial mercadológico, revelando a real função de um SGA e da empresa que se predispõe a desenvolvê-lo.

Portanto, tais medidas educativas seriam uma tentativa de instruir tais gestores e colaboradores a respeito da importância do comprometimento organizacional com a preservação ambiental para a garantia de sua própria qualidade de vida e das gerações futuras, despertando-os para o compromisso ético de prezar pela matéria-prima de sua atividade profissional (meio ambiente) contribuindo para um equilíbrio de vantagens e valores entre os empreendimentos hoteleiros e comunidade receptora.

Outro aspecto importante auferido através dos questionários foi o fato do fortalecimento da imagem da empresa como ecologicamente responsável, ser encarado pela segunda maioria dos entrevistados (37,5%), como o resultado mais importante que ocorre no hotel após a implantação de um SGA.

Percebe-se então, um ciclo vicioso em que, segundo Lipovetsky (2005), clientes que não cumprem com deveres morais coletivos, encontram nos servi-

ços oferecidos por empreendimentos com discurso de ambientalmente corretos, uma forma de aliviar a consciência, e os empreendimentos com falso discurso ambiental encontram nesses indivíduos a fragilidade oportuna para obterem lucro.

Perante essa constatação, verificou-se que os gestores reconhecem a preocupação ambiental como um fator em ascendência no campo das motivações de consumo dos clientes, caso que vem a comprovar afirmação de Dias (2009, p. 140) no contexto do universo da presente pesquisa, quando este afirma que as empresas tem "procurado manter um posicionamento favorável junto aos consumidores, em relação aos seus concorrentes, e para tanto utilizam de estratégias de marketing voltadas para a utilização do meio ambiente como variável competitiva".

5.2. Ações ambientais desenvolvidas

Em se tratando das questões acerca das ações ambientais implantadas (Figura 4), foi possível perceber que os empreendimentos ainda não possuem uma visão clara e sistêmica sobre as preocupações ambientais que devem ter. Os dados obtidos revelaram limitações no que diz respeito à prática de ações ambientalmente sustentáveis, muito embora todos tenham declarado ser relevante a preocupação com o meio ambiente. Sendo assim, 75% afirmaram que tais questões são importantes ou muito importantes.

De acordo com a figura 4, verifica-se que 87% dos hotéis possuem redutores de consumo, en-

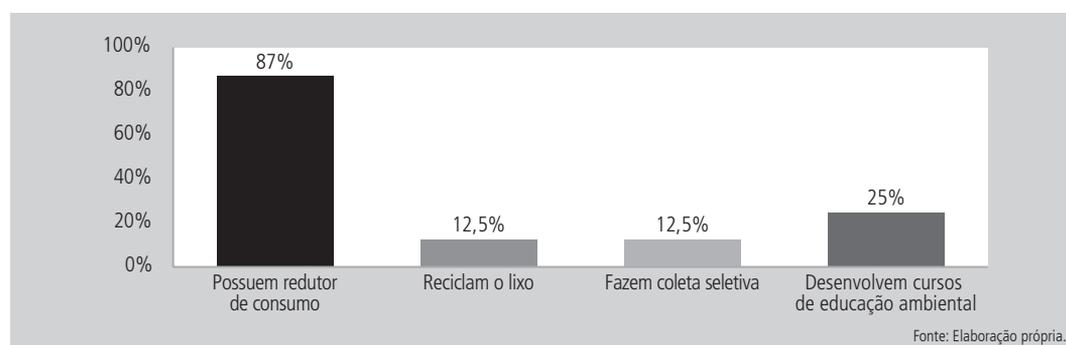


Figura 4 | Ações de preocupação ambiental mais implantadas.

quanto somente 12,5% reciclam o seu lixo e outros 12,5% fazem coleta seletiva.

Evidencia-se, portanto, que a preocupação das empresas com a preservação do meio ambiente, não pode ser averiguada única e exclusivamente pela observação da forma com que estes lidam com seus efluentes sólidos, embora seja uma atitude importante. No contexto apresentado, os gestores justificaram que a falta de capital inviabiliza o desenvolvimento de outras atividades que contribuam com as questões ambientais.

Idealmente, os empreendimentos deveriam desenvolver um planejamento com vistas a orientar funcionários e a comunidade do entorno, sobre a importância da responsabilidade individual com o meio ambiente, um bem coletivo. Desse modo, seria propícia a adoção de equipamentos com baixo consumo de energia e de medidas preservacionistas, como reutilização da água, lavagem da roupa de cama somente mediante pedido do hóspede e priorização por parceria com empresas que tivessem a mesma preocupação ambiental.

De fato, foi observado que as ações desenvolvidas ainda são incipientes, considerando-se as possibilidades e orientações das leis específicas ou das certificações existentes – a exemplo da ISO 14001. Os empreendimentos acabam por perder possibilidades de angariarem os benefícios que podem surgir, a partir da aposta nessas práticas sustentáveis aludidas.

5.3. Confronto de valores

A partir da pergunta: 'Por que as empresas agiriam de forma antiética com o consumidor ou com o meio ambiente?', verificou-se que 62,5% dos entrevistados afirmaram sem receio, que o motivo o qual levaria uma empresa a agir de forma antiética seria a busca de lucro.

Além disso, pode-se observar que a ação de preocupação ambiental mais exercida pelos hotéis pesquisados é a instalação dos redutores de consu-

mo (como lâmpadas com sensor de presença), que além de colaborarem com o meio ambiente, também são responsáveis por uma queda significativa nos gastos da empresa.

Dessa forma, fica clara a relação da realidade observada com a aplicação de uma ética contemporânea, dita circunstancial, que como o próprio nome insinua, é aquela a qual o sujeito que se diz preocupado com as questões éticas, só prima pelos valores éticos quando estes não exigirem altruísmo, ou mesmo, somente quando a escolha por atitudes ditas eticamente corretas não lhes acarretarem qualquer tipo de prejuízo, ou quando lhe acarretarem lucros.

É bem verdade que na atividade empresarial ninguém enseja perdas financeiras, mas é importante lembrar que, a cada dia que passa, os consumidores estão optando por produtos e serviços que estejam atrelados à prática de ações de preocupação socioambiental, vide inclusão de demonstrações contábeis sobre 'valor adicionado' na publicação contábil obrigatória às empresas de capital aberto, como a Vale, por exemplo. Esse tipo de demonstração contábil se refere ao detalhamento de ações que agregam valor à sociedade, em outras palavras, uma metodologia de demonstrar ao público que o empreendimento não somente explora os recursos locais, mas também adiciona valor à comunidade em que está inserida.

Portanto, a escolha gerencial por uma ação sustentável que incida em mais gastos financeiros da empresa, não consiste exatamente em perda de lucro, mas em investimento, a longo prazo, que resulta em reconhecimento da empresa pela sociedade como um empreendimento que prima pelas questões ambientais e fidelização crescente com o público que observa a empresa investindo em algo de valor coletivo, como a preocupação com o meio ambiente.

6. Considerações finais

Reconhecendo o crescimento do turismo em São Luís, ressalta-se a importância de desenvolver

estudos e medidas de prevenção ao crescimento desordenado da atividade turística (GERCO, 2010), tendo em vista que esta lida diretamente com a sociedade e o meio ambiente, apresentando grande probabilidade de interferir tanto naquela quanto neste último.

Institui-se em desafio, portanto, evitar que o turismo, enquanto promotor de desenvolvimento, seja transformado em um agente degradante do meio ambiente no qual está sendo desenvolvido. Tal afirmação pode ser ratificada pelo aumento do número de hotéis localizados na orla de São Luís e a recente interdição das praias devido à poluição das águas. Fatores que, certamente, possuem inter-relação.

Dessa forma, a pesquisa estabelecida apresenta indícios de que em vários aspectos a ética não é um fator decisório na implantação de ações ambientalmente sustentáveis por parte dos hotéis da orla de São Luís, embora se tenha observado também algumas práticas condizentes com a preservação ambiental, as quais devem ser incorporadas por demais hotéis. Nessa ocasião, esse estudo se dedicou a elencar fatores que amparam a afirmação de que a ética usualmente não motiva o processo de tomada de decisão de alguns empreendimentos, baseado em fatos observados através de análise dos dados.

Uma vez ratificada a afirmação de que a ética não é um fator determinante na implantação de ações ambientalmente responsáveis por parte da maioria dos hotéis da orla de São Luís, configura-se pertinente refletir sobre as críticas promovidas pelo presente estudo, tomando este como um meio de instigar pensamento reflexivo a respeito da atividade hoteleira desenvolvida nas praias ludovicenses.

Face ao problema detectado, compete à gerência pública criar políticas de incentivo fiscal a hotéis que desenvolvam ações ambientalmente responsáveis de abrangência e impacto significativo para o local em que estão situados e direcionar políticas educacionais que visem proporcionar aos gestores e população local o entendimento da importância de uma concepção sistêmica sobre o valor da preservação ambiental.

A interdição das praias de São Luís, declaradamente, significou prejuízo aos hoteleiros, assim como prejuízo à qualidade de vida dos ludovicenses. É preciso que esta interdição seja elementar no processo de maturação tanto dos autóctones quanto dos gestores hoteleiros e dos gestores públicos com relação às questões ambientais, para que a cidade consiga se posicionar proativamente quanto aos impactos negativos advindos da intensa exploração.

Para tanto, pondera-se a importância do indivíduo que, motivado pela consciência ética, busca o justo na hora de agir, negando seu interesse individual para atender às necessidades coletivas. Por isso, a ética é importante nesse contexto, porque mesmo quando faltar poder coercitivo que regule uma ação, ou mesmo quando faltar fiscalização da coerção instituída a uma determinada ação, o indivíduo, motivado pela busca do equilíbrio de interesses pessoais e o bem da coletividade, tenderá a agir com justiça.

Referências bibliográficas

- Barbieri, J., & Cajazeira, J. (2012). *Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável: da teoria à prática* (2ª ed. atual. e ampl.). São Paulo: Saraiva.
- Boff, L. (2004). *Ecologia: Grito da terra, grito dos pobres*. Rio de Janeiro: Sextante.
- Lei Federal n.º 6.938/81. Política Nacional de Meio Ambiente. Governo do Brasil.
- Carrol, A. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*, 4, 497-505.
- Chamusca, A., & Centeno, C. (2008). *Gestão ambiental em meios de hospedagem*. Acedido a 15 de novembro de 2011, em http://www.ethos.org.br/_Uniethos/Documents/GEST%C3%83O%20AMBIENTAL%20EM%20MEIOS%20DE%20HOSPEDAGEM.pdf
- Del Prette, Z. A., & Del Prette, A. (2010). Habilidades sociais e análise do comportamento: Proximidade histórica e atualidades. *Revista Perspectivas em análise do comportamento*, 1(2), 104-115.
- Dias, R. (2009). *Gestão ambiental: Responsabilidade social e sustentabilidade*. São Paulo: Atlas.
- Ferrell, O., Fraedrich, J., & Ferrell, L. (2001). *Ética empresarial: Dilemas, tomadas de decisões e casos*. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso.
- Figueira, V., & Dias, R. (2011). *A responsabilidade social no turismo*. Lisboa: Escolar Editora.
- Frankena, W. (1981). *Ética*. Rio de Janeiro: Zahar Editores.

- Grupo de Gerenciamento Costeiro do Maranhão [GERCO] (2010). *Avaliação da área costeira da Ilha do Maranhão*. Governo do Estado do Maranhão, Secretaria do Meio Ambiente e Recursos Naturais (SEMA/MA), Superintendência de Monitoramento e Controle da Qualidade Ambiental (SMCQA).
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística [IBGE] (2010). *Censo 2010*. Acedido a 12 de Maio de 2012, em <http://censo2010.ibge.gov.br/>
- Irving, M. (2002). *Turismo: O desafio da sustentabilidade*. São Paulo: Futura.
- Lage, B., & Milone, P. (2001). *Economia do turismo* (7ª ed.). São Paulo: Atlas.
- Lipovetsky, G. (2005). *A sociedade pós-moralista: O crepúsculo do dever e a ética indolor dos novos tempos democráticos* (A. B. Ara, Trad.). São Paulo: Manole.
- Lipovetsky, G. (2007). *A felicidade paradoxal: Ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo* (M. L. Machado, Trad.). São Paulo: Companhia das Letras.
- Marcondes, D. (2009). *Textos básicos de ética: De Platão a Foucault* (4ª ed.). Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.
- Melo, C. (2009). *Praias de São Luís continuam interditadas e prejuízos chegam a 90%*. Acedido a 23 de março de 2012, em <http://www.portalodia.com/noticias/geral/praias-de-sao-luis-continuam-interditadas-e-prejuizos-chegam-a-90-51995.html>
- Nicolella, G. (2004). *Sistema de gestão ambiental: Aspectos teóricos e análise de um conjunto de empresas da região de Campinas, SP*. Acedido a 15 de novembro de 2011, em http://www.cnpma.embrapa.br/download/documentos_39.pdf
- Richardson, R. J. (1999). *Pesquisa social: Métodos e técnicas*. São Paulo: Atlas.
- Ruschmann, D. V. d. M. (1997). *Turismo e planejamento sustentável: A proteção do meio ambiente*. São Paulo: Papyrus.
- Tachizawa, T. (2008). *Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa: Estratégias de negócios focadas na realidade brasileira* (5ª ed. rev. ampl.). São Paulo: Atlas.
- Viégas, T. (2009, 17 Setembro). *Um paradigma ecológico para as empresas?: Notas para uma perspectiva crítica da gestão ambiental empresarial*. Artigo apresentado na 16ª edição do Projeto Direito, Ciência e Sociedade, UNDB.
- Zajdsznajder, L. (1994). *Ser ético*. Rio de Janeiro: Gryphus.