

Letícia Bianca Barros de Moraes Lima¹
Queila Pahim da Silva²

Doutora em Geografia

Instituição: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Sergipe, Brasil. Campus Aracaju: Avenida Engº Gentil Tavares da Mota, 1166, Bairro Getúlio Vargas - CEP: 49055-260. Tel: 55 (79) 3711-3100.

Endereço: Rua Jornalista Paulo Costa, n. 925, apt.103, Aracaju/Sergipe/Brasil – CEP:49.037-340

Telefone: 55 79 3243 0770/ 55 79 9193 1937

E-mail: lemoraes@hotmail.com

Professora da área de Turismo e Hospitalidade, Grupo de Pesquisa: Turismo, Educação e Cultura (GPTEC). Mestre em Geografia, Especialista em Planejamento e Gestão em Turismo e Eventos, Bacharel em Turismo. Avaliadora do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais (INEP/MEC), tem experiência na área de Turismo e Hospitalidade, atuando principalmente nos seguintes temas: Turismo de Sol e Praia, Planejamento Turístico e Eventos.

Mestre em Turismo

Instituição: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Sergipe, Brasil. Campus Aracaju: Avenida Engº Gentil Tavares da Mota, 1166, Bairro Getúlio Vargas - CEP: 49055-260. Tel: 55 (79) 3711-3100.

Endereço: Rua São Judas Tadeu 135 apt. 302, Aracaju/ Sergipe/ Brasil – CEP: 49.050 -710

Telefone: 55 79 8831 7848

E-mail: quepahim@gmail.com.br

Professora de Turismo e Hospitalidade atuando principalmente na área de Hotelaria, Transporte e Agenciamento e Guia de Turismo. Participante do Grupo de Pesquisa: Educação e Cultura (GPTEC). Especialista em Planejamento e Consultoria Turística. Bacharel em Turismo e Guia de Turismo credenciada pela EMBRATUR desde 2005.

Environmental Management in the Hospitality Industry: a Study of International Hotel Chains in the coast of Sergipe and in the northern coast of Bahia, Brazil.

ABSTRACT

The hosting industry in general, is not associated with images of pollution and environmental degradation, however, the impacts arising from the handling of water, energy, waste and chemicals, besides stance on green areas and air pollution and sound, can be significant, taking into account the total number of projects, as well as the growth of hotel industry in recent years. One of the great challenges of environmental management is to find efficient mechanisms to measure the environmental preservation practices. It is understood that only from quantifiable parameters can both ask managers to more effective strategies for improving the use of natural resources, as encouraging the adoption of new techniques for control of waste. In this perspective, this study was intended to identify environmental management practices in major international chain hotels on the coast of the northern coast of Sergipe and Bahia, and to contribute to improvement of hotel management in the region, fostering the debate among researchers on this topic.

Keywords: Seaside Tourism, Hotel Chains International Policy, Environmental Impacts, Environmental Management Hotels.

Gestão Ambiental na Hotelaria: um Estudo das Redes Hoteleiras Internacionais do Litoral de Sergipe e Litoral Norte da Bahia, Brasil

RESUMO

O setor de hospedagem, em geral, não está associado a imagens de poluição e degradação ambiental, no entanto, os impactos causados decorrentes do manuseio de água, energia, resíduos e produtos químicos, além da postura em relação a áreas verdes e poluição atmosférica e sonora, podem ser significativos, levando em conta o número total de empreendimentos, bem como o crescimento da hotelaria nos últimos anos. Um dos grandes desafios da gestão ambiental é encontrar mecanismos de mensuração eficiente das práticas de preservação ambiental. Entende-se que só a partir de parâmetros quantificáveis pode-se, tanto indagar aos gestores estratégias mais eficientes de melhoria no uso dos recursos naturais, quanto incentivar a adoção de novas técnicas de controle dos desperdícios. Nesta perspectiva, esta pesquisa teve a intenção de identificar práticas de gestão ambiental nos principais hotéis de rede internacional no litoral de Sergipe e litoral norte da Bahia e contribuir para melhoria da gestão hoteleira da região, fomentando o debate entre os pesquisadores desta temática.

Palavras-chave: Turismo de Sol e praia, Redes Hoteleiras Internacionais, Política de Impactos Ambientais, Gestão Ambiental Hoteleira.

1. Introdução

A evolução da atividade turística sempre esteve diretamente relacionada às transformações sociais, econômicas, políticas e tecnológicas verificadas na história (RABAHY, 1990). No âmbito social, por exemplo, a modernização das leis trabalhistas, que concederam o direito a férias remuneradas, passou a ser uma realidade para grande parte dos trabalhadores europeus, permitindo que outras classes sociais economicamente menos favorecidas também começassem a viajar (BARRETTO, 2003).

No âmbito econômico, ganhos de produtividade com aumento e melhor distribuição de renda às amplas camadas da população contribuiu para que uma parte dos seus rendimentos fosse destinada às viagens de lazer (RUSCHMANN, 2003).

Já no âmbito político, a internacionalização da economia e a interdependência no comércio internacional contribuíram para a formação de mercados globais de consumo de massa, incrementando diversas atividades internacionais e, entre elas, a atividade turística (BARRETTO, 2003).

Quanto ao âmbito tecnológico, os avanços dos sistemas de comunicação e a modernização dos meios de transportes permitiram viagens mais rápidas e confortáveis para lugares mais distantes (REJOWSKI; SOLHA, 2002). O desenvolvimento do transporte ferroviário, inicialmente, e do rodoviário, com a expansão da produção automobilística e, posteriormente, com o transporte aéreo, encurtaram distâncias e tempo de deslocamentos, facilitando o acesso de um maior número de pessoas a viagens turísticas (RABAHY, 1990).

Assim o denominado turismo de massa foi se desenvolvendo por meio de uma combinação de desejo, mobilidade, acessibilidade e dinheiro, consolidando-se entre 1950 e 1970, quando as viagens com todos os serviços incluídos passaram a ser responsáveis pela maior parte do movimento turístico (RUSCHMANN, 2003). Neste período o turismo emergiu como um setor econômico mundial importante.

O denominado “*boom*” turístico registrado entre 1950 e 1970 apresentou um incremento de 555% nas chegadas internacionais, passando dos 25,3 milhões de turistas registrados em 1950 para 165,8 milhões em 1970. O aumento das receitas geradas nesse período foi de 752% (excluindo transporte), passando de US\$ 2,1 bilhões para quase US\$ 17,9 bilhões em 1970.

Beni (2003) argumenta que o crescimento econômico e a prosperidade mundial promoveram o aumento do turismo, surgindo novas destinações e maiores investimentos nos países tradicionalmente receptores. Nas últimas décadas, por exemplo, o turismo no Caribe, nas Ilhas do Índico e do Pacífico e o sul e sudeste asiático tiveram um vertiginoso crescimento. Também os novos mercados emissores e receptores, após a queda do muro de Berlim, nos países do leste da Europa e da Rússia abriram-se para o mercado turístico (REJOWSKI; SOLHA, 2002).

Esses fatores influenciaram e facilitaram os fluxos turísticos contribuindo para o crescimento verificado nos últimos 20 anos.

Em 2003, 689 milhões de pessoas viajaram de um país para outro, movimentando a cifra de US\$ 525 bilhões. Os dados estimados pela OMT para 2005 apontam um fluxo de 763 milhões de pessoas com a geração de US\$ 622 bilhões de receitas, representando um crescimento médio de 10% do fluxo internacional de turistas e de 18,5% das receitas em relação a 2003 (ANUÁRIO ESTATÍSTICO DA EMBRATUR, 2005).

As estatísticas mostram o contínuo crescimento do turismo, transformando-se no setor da economia que mais cresce na atualidade. Muitos fatores de mercado contribuíram para esse crescimento explosivo, transformando o turismo num dos principais setores de atividade econômica do mundo (OMT, 2003).

No entanto, o turismo de massa contribuiu para a degradação ambiental nos destinos turísticos. A construção de infraestrutura e equipamentos necessários para atender à demanda,

especialmente a hotelaria, inevitavelmente, modificou e transformou paisagens das comunidades receptoras. A constatação dos diversos impactos negativos que a atividade provoca ao ambiente natural forçou as empresas integrantes da cadeia produtiva do setor turístico, a introduzir práticas ambientais nos seus procedimentos de gestão.

Por isso, o ponto de partida da presente pesquisa é identificar as medidas adotadas e os resultados alcançados pelos hotéis de rede internacional do Litoral de Sergipe e Litoral Norte da Bahia no processo de proteção ambiental e preservação dos recursos naturais.

A pesquisa foi embasada no método dedutivo, pois partiu da formulação de princípios gerais para chegar aos particulares. O método dedutivo define a partir da teoria os objetivos que se pretende atingir com a investigação e indica o melhor caminho a alcançá-lo. (DENCKER, 2007).

O processo de investigação da pesquisa seguiu os seguintes procedimentos metodológicos: levantamento bibliográfico, documental; elaboração do roteiro para aplicação da pesquisa de campo considerando os hotéis de redes na área de estudo; pesquisa de campo; análise e interpretação dos resultados.

A pesquisa está direcionada especificamente aos hotéis de rede internacional no Litoral de Sergipe (Hotel Mercure da Rede Accor e o Hotel Radisson da Rede Atlantica Hotels) e Litoral Norte da Bahia (Tivoli Ecoresort Praia do Forte SPA do Grupo Tivoli, Grand Palladium Imbassaí Resort da Cadeia Hoteleira Palladium e o Complexo Costa do Sauípe, considerando que esses hotéis, por serem os de maior capacidade, são aqueles os quais mais utilizam-se dos recursos naturais e, teoricamente, deveriam estar mais comprometidos com as questões ambientais.

2. O modelo sol e praia e as críticas ao turismo de massa

A invenção da praia, como nós a entendemos hoje, é algo que remonta ao século XVIII e principalmente ao XIX, entre 1750 e 1840, na periodização de Corbain (1989) ao analisar o continente europeu.

Durante esse período, o caráter da excursão modifica-se, os viajantes do *Grand Tour* passam a tirar proveito das múltiplas possibilidades que o mar e a praia lhes oferecem. A contemplação da natureza entra na moda. O *Grand Tour* clássico baseado em observações e registros de galerias, museus e artefatos altamente culturais passou para o *Grand Tour* romântico, que presenciou a emergência do turismo voltado para a paisagem e de uma experiência muito mais particular e apaixonada pela beleza e pelo sublime (TOWNER, 1985).

Referindo-se explicitamente ao caso da Inglaterra, Corbain (1989) esclarece que foi elaborada uma estrutura de vilegiatura marítima que se baseou no modelo balnear das spas do interior e que posteriormente sofreu influência de certas práticas mediterrâneas. Esse modelo de vilegiatura marítima foi aos poucos se impondo ao longo das praias do Báltico, do Mar do Norte e do Canal da Mancha. A infraestrutura das praias começa a ganhar objetos artificiais, ou seja, equipamentos construídos pelo homem para ampliar o conforto e o lazer, como por exemplo, marinas, cais, terraços, esplanadas, mirantes, passeios marítimos e, em alguns casos, até urbanização do quebra-mar, parques de diversão e *campings*. A construção de bangalôs (Bungalow) também é algo que merece ser registrado nessa nova configuração geográfica de algumas praias do século XIX. Segundo Urry (2001, p.53), “houve, no século XIX, uma ampla ‘bangalomania’ à beira-mar, de tal modo que, em certo sentido, no século XX o bangalô tornou-se sinônimo de beira-mar”.

A crescente motivação de se visitar o litoral a procura de belas paisagens e ar puro, a busca de acomodações mais confortáveis por parte da classe média, a possibilidade de contemplar o mar em solidão e a popularidade da natação são os principais fatores que

contribuíram com o desenvolvimento da ‘bangalomania’ como componente da paisagem geográfica à beira-mar.

Diversificam-se também os polos de atração dessa nova geografia das praias. Num primeiro momento, destacam-se cidades inglesas como Brighton e Blackpool analisadas também por Urry (2001). O caso de Brighton é representativo, porque, conforme Urry (2001), essa praia, inicialmente “medicalizada”, foi substituída por um lugar destinado ao prazer, à mistura social, à inversão do status e, conforme ensina a teoria de Santos (1996), se as funções sociais são modificadas as formas paisagísticas e geográficas também podem ser alteradas.

Na Bélgica, o caso de Ostende também é representativo (PEARCE, 2003). Na França, o modelo de Biarritz com seu apelo hedonista e também terapêutico deve igualmente ser ressaltado. Na Espanha, antes do predomínio do modelo mediterrâneo de sol e mar, destacam-se os balneários aristocráticos do norte, cujos exemplos paradigmáticos são Santander na Cantabria e Donostia-San Sebastián no País Basco (VERA REBOLLO et al., 1997).

Este predomínio do norte da Europa será rompido com o estabelecimento do modelo de sol e praia no mundo mediterrâneo e, posteriormente, com sua exportação, mas agora como produto turístico, para várias partes do mundo, a exemplo de Bali, na Indonésia, e Acapulco e Cancún no México. Aqui no Brasil, o Rio de Janeiro e Salvador também são referências de cidades que utilizaram o modelo de sol e praia nos trópicos onde a beira-mar se transforma em espaço de residências, de lazer e de consumo.

Urry (2001) explica que o desenvolvimento do modelo sol e praia no Mediterrâneo europeu foi marcado com a mudança de um novo conceito de férias. A Lei Sobre as Férias Remuneradas, e a diminuição do número de *campings* destinados a atender diferentes públicos segmentaram o mercado incrementando os pacotes turísticos para lugares que podiam garantir o sol, inclusive fora de temporada:

A relativa atração exercida pelo próprio mar declinou. No século XIX o desenvolvimento dos balneários baseava-se nas supostas

propriedades dos banhos de mar como restauradores de saúde. Os banhos de sol, ao contrário, eram relativamente inusitados, em parte devido ao grande valor atribuído à pele alva, que significava delicadeza, ócio e reclusão. Isso começou a mudar em relação às classes altas a partir de 1920, sobretudo graças ao desenvolvimento de novos balneários da moda, tais como Cannes e Biarritz. (...) no período pós-guerra era o sol, e não o mar, que, supostamente, proporcionava saúde e atração sexual. O corpo ideal passou a ser visto como aquele que é bronzeado. Esse ponto de vista foi difundido nas diversas classes sociais e o resultado é que muitos pacotes turísticos o apresentavam quase como se fosse um motivo para viajar durante as férias (URRY, 2001, p. 60).

O modelo sol e praia é fortemente criticado na obra de Turner e Ash (1991). Os autores supracitados resgatam a pré-história do turismo de massa, atribuindo o *Grand Tour* como precursor desse processo, bem como, a crescente popularidade dos balneários europeus e de praias de veraneio à beira do mar, desde o século XVIII. Os estudos de Turner e Ash (1991) trazem a tona o início do turismo de sol e praia, seu desenvolvimento na Europa, na Riviera Francesa (nas praias de Nice, Cannes e Montecarlo) até a sua expansão para novos destinos como Espanha, Grécia, Bermudas, Bahamas, Cuba e Havaí, denominados pelos autores como “periferia del placer”.

A II Guerra Mundial e o incremento das viagens realizadas por transporte aéreo no período pós-guerra foram responsáveis por um “boom” do turismo organizado para novos destinos turísticos, como por exemplo, Acapulco e Cancún, no México. Em seguida, a criação dos voos charters, vendidos a preços inferiores que as tarifas em vigor na época contribuíram para o desenvolvimento do turismo de sol e praia da Costa Brava e da Costa do Sol, ambas localizada na Espanha, país “esquecido” desde a Segunda Guerra (TURNER e ASH, 1991).

A disposição dos turistas em viajar de férias, o barateamento das passagens aéreas e o desejo de conhecer novos destinos turísticos desencadearam, sobretudo, três fenômenos que merecerem destaque:

En primer lugar, hay que contar con el flujo anual de norteamericanos que cruzan el Atlántico para acudir a Europa, es decir, un fenómeno en que los

nuevos imperialistas visitan las decadentes culturas de las que ellos mismos son descendientes. Acto seguido se produce el crecimiento de la industria turística en el Caribe, en donde los turistas norteamericanos han podido aprovechar el vacío dejado por la retirada política de las antiguas potencias coloniales. Por último, en Europa tiene lugar, nuevamente, una espectacular explosión de los centros vacacionales del Mediterráneo, aprovechándose sobre todo de los turistas más necesitados del sol, procedentes de las regiones más frías del continente; hecho que ha afectado sobre todo a Italia y España – aquella construyó su industria sobre su herencia cultural, ésta sobre la base de unas vacaciones baratas y con abundancia de sol (TURNER e ASH, 1991, p. 141-142).

Como resultado desse conjunto de fatores dissemina-se um turismo de massa e sua dinâmica desde a Segunda Guerra Mundial valorizam como turístico os territórios dos litorais de clima quente, como por exemplo, as praias mediterrâneas e as praias das Ilhas Canárias, na Espanha. O espaço usado pelo turismo massivo no litoral não está alheio às modas. A valorização social destes espaços deve acompanhar a possibilidade de serem usados, pois, quando estes passam a ser massivo, será o momento em que as transformações do espaço também serão massivas, mediante uma atuação intensiva sobre o território.

El turismo de litoral aparece cuando se da la valoración social de ciertos medios físicos. Desde una perspectiva geográfica lo interesante a subrayar es que la base del turismo de litoral actual se fundamenta en el uso de unas características físicas reunidas en un territorio concreto, el cual pasa así a convertirse en espacio de ocio. Como característica geográfica esencial aparece un medio físico fijado - inmóvil- en el espacio. Esta fijación tiene unas consecuencias importantes por cuanto conlleva la necesidad de ser usado *in situ*, con lo que quien desee disfrutar de este tipo de ocio deberá, de forma inevitable, dirigirse a dicho lugar (SANCHÉZ, 1985, p. 160).

Vera Rebollo et al. (1997) analisam a diversidade dos espaços turísticos discutindo a evolução da paisagem litorânea desde os primeiros núcleos implantados com função balnear e social em cidades europeias até o modelo de lazer e turismo praticado nos dias de hoje. De acordo com Vera Rebollo et al. (1997), as transformações urbanas ocorridas na “frente do mar”, que se desenvolveram de forma pontual, contribuíram para definir a imagem social de cidades que passam a utilizar a orla marítima para o lazer e o turismo:

El atractivo climático, el paisaje costero y el auge de la tasolaterapia, explican, pues, el éxito de estos centros que aparecen de forma puntual, frente a los desarrollos lineales que tipifican el actual modelo de localización del turismo de litoral. La afluencia turística, aun no siendo cuantitativamente masiva, explica algunas transformaciones urbanas que se producen en el llamado *frente de mar*, contribuyendo a definir la imagen social de algunas de estas ciudades: paseos marítimos; trazado de las primeras carreteras paralelas al borde marítimo, construcción de una primera línea de alojamientos y establecimientos hoteleros de prestigio, que han marcado profundamente la fachada marítima de lugares como los indicados antes, o en España, ejemplos como el de San Sebastián – ciudad de la aristocracia en esos momentos – Alicante, más orientada a una clientela popular de origen madrileño - en lo que tuvo papel esencial el ferrocarril- y Málaga (VERA REBOLLO *et al*,1997, p.91).

Confirmando o mesmo padrão adotado no Brasil, Macedo (2002), ao estudar a paisagem litorânea e as formas de ocupação e urbanização, aponta o bairro de Copacabana, no Rio de Janeiro, como um marco desse processo. De acordo com o referido urbanista esse tipo de loteamento estabelecido no litoral brasileiro “refletia ideários provenientes do continente europeu e dos Estados Unidos, onde o usufruto das praias já se consolida no final do século XIX e início do século XX”.

Várias concepções têm sido utilizadas para o segmento de sol e praia, tais como turismo de sol e mar, turismo litorâneo, turismo de praia, turismo de balneário, turismo costeiro e outras. O perfil do turista de sol e praia é bastante diversificado, pois esta modalidade do turismo está associada a uma rede de atividades dinâmicas e distintas ao longo da costa. As características comuns aos turistas e usuários da praia são o desejo de descanso, práticas esportivas, diversão, novas experiências e busca de vivências e interação com as comunidades receptoras (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2008).

Por outro lado, observa-se uma demanda de turistas de sol e praia que busca a diversidade das atividades de lazer em ambientes mais confortáveis que ofereçam serviços voltados também à manutenção do *status*. As redes hoteleiras internacionais trouxeram para o

Brasil um tipo de turismo de massa mais elitista, que a princípio tinha pouca preocupação com as questões ambientais.

3. A entrada das redes hoteleiras internacionais no Brasil

O desenvolvimento da hotelaria no Brasil intensifica-se a partir do final da década de 50 devido aos seguintes fatores: a introdução de aviões de grande porte, os investimentos em aeroportos, a construção de estradas interestaduais e a instalação da indústria automobilística. A política desenvolvimentista do governo, por meio do Fundo Geral de Turismo (FUNGETUR) incentiva a construção de hotéis intermediários no início da década de 60. Já a década de 70 é marcada pela entrada das redes hoteleiras internacionais. Estas passam a colocar o Brasil em suas estratégias de diversificação geográfica devido à concorrência e a transformação do país em um importante polo de viagens de negócios internacionais.

As redes internacionais pioneiras no Brasil são as americanas Hilton Corporation (1971) e Holiday Inn (1976), em São Paulo; as francesas Méridien, no Rio de Janeiro (1975), Clube Méditerranée, na Bahia (1976), Novotel, em São Paulo (1977); e Caesar Park, em São Paulo (1976) e Rio de Janeiro em 1979 (SOLHA, 2002).

Os anos de 1980 se consolidam no setor hoteleiro do Brasil os projetos voltados para o segmento de luxo, como o Maksoud Plaza e Transamérica, em São Paulo, o Rio Palace, no Rio de Janeiro, o Internacional Foz, no Paraná, e o Hilton Belém, no Pará. Nesse período, se instalam no país as grandes cadeias hoteleiras mundiais, o Sol Meliá da Espanha, a Choice Atlântica e a Renaissance dos Estados Unidos, e a Posadas do México (SOLHA, 2002).

Por outro lado, com o acesso da classe social média ao turismo, foi necessário desenvolver meios de hospedagem que atendessem às características dessa demanda, surgindo os primeiros hotéis de lazer com padrões de luxo. Este fato estimulou a expansão hoteleira norte-americana no Brasil, que desde a década de 1960, construía hotéis padronizados e impessoais. (BARRETO, 2003, p. 55).

No início do século XXI, a oferta hoteleira brasileira passou a girar em torno de um milhão de leitos/dia, correspondentes a seiscentas mil UH's, praticando diárias de US\$ 80,00 em média. Desse total, 15% pertenciam a cadeias hoteleiras internacionais (BENI, 2003).

A história se repete 500 anos após as caravelas portuguesas aportarem no nordeste brasileiro. Desta vez, no entanto, além de portugueses, desembarcam espanhóis, italianos, além de outros europeus, argentinos e americanos. Não se trata apenas de turistas: com eles, vêm também grandes grupos empresariais.

Desde o final dos anos 1990, a paisagem nordestina vem se transformando, e os modestos empreendimentos dão lugar a faraônicos complexos turísticos, vilas residenciais, centros comerciais e de lazer. O desafio, agora, consiste em manter o fluxo e ordená-lo de forma sustentável.

O turismo de sol e praia é só um dos fatores que explicam essa redescoberta. O país passou a ser, junto a outros destinos alternativos como o leste europeu, uma alternativa e barata a locais saturados, como a costa mediterrânea.

A era dos grandes complexos turísticos foi inaugurada no final dos anos 1990 pelo complexo turístico da Costa do Sauípe (BA), voltado de início aos turistas do sudeste do país e que atraiu hotéis de bandeiras internacionais. Já nos anos 2000, houve um segundo montante de empreendimentos ancorados por capital estrangeiro, especialmente espanhol e português, dedicados a explorar também os chamados hotéis de charme. Entre os portugueses mais representativos hoje em território nordestino estão o Pestana, o Vila Galé, o Tivoli e os Hotéis Dom Pedro. Seguindo o exemplo, vieram espanhóis como o Iberostar e o Sol Meliá.

A Bahia tem não só a política mais antiga de turismo como concentra a maior parte dos projetos em estágio avançado de desenvolvimento, especialmente na Costa dos

Coqueiros, no litoral norte. Em novembro de 2008, o Estado tinha 60 empreendimentos turísticos previstos, dos quais 34 com capital estrangeiro – totalizando US\$ 5 bilhões – e três com recursos estrangeiros e brasileiros. São projetos de cadeias hoteleiras, condomínios de primeira e segunda residência, *resorts*, centros de serviços e lazer, complexos turísticos e hotéis-butique (Associação de Desenvolvimento Imobiliário e Turístico do Nordeste).

4. Procedimentos metodológicos

A pesquisa foi embasada no método dedutivo, pois partiu da formulação de princípios gerais para chegar aos particulares. O método dedutivo define a partir da teoria os objetivos que se pretende atingir com a investigação e indica o melhor caminho a alcançá-lo. (DENCKER, 2007).

Segundo a OMT (1995), ao definir as etapas do processo de investigação turística, o pesquisador deve possuir informações sobre as reais necessidades de informações do sistema, o tipo de análise adequada e as estratégias específicas para cada modalidade de investigação. Além do conhecimento das reais necessidades de pesquisa, o investigador deverá também buscar todas as informações já disponíveis, de modo a formular o problema de maneira adequada. Para a elaboração estabeleceu-se quatro tipos de modalidades de pesquisa: bibliográfica, documental; de campo e descritiva.

O processo de investigação da pesquisa seguiu os seguintes procedimentos metodológicos: levantamento bibliográfico, documental; elaboração do roteiro para aplicação da pesquisa de campo considerando os hotéis de redes na área de estudo; aplicação dos instrumentos de pesquisa (questionários); análise e interpretação dos resultados.

A pesquisa qualitativa contribuiu para atender o objetivo de compreender de que forma os hotéis de rede internacional do litoral norte da Bahia e litoral de Sergipe estão inserindo a variável ambiental nos negócios e identificar as principais práticas adotadas por estes empreendimentos. Os meios de hospedagem pesquisados foram: Hotel Mercure da Rede

Accor e Hotel Radisson da Rede Atlântica em Sergipe e os Hotéis Tivoli do Grupo Tivoli, Grand Palladium da Cadeia Hoteleira Palladium e o complexo Costa do Sauípe no litoral Norte do Estado da Bahia.

Os sujeitos da pesquisa que forneceram os dados foram os gerentes dos hotéis que compõem o estudo. Uma análise preliminar identificou através de site os e-mails dos responsáveis pela área ambiental nos hotéis pesquisados. Foi enviado em e-mail via *home page* do hotel solicitando informação de contato do responsável, para então ser enviado o questionário que foi utilizado como instrumento de coleta de dados.

Foram selecionados os cinco maiores meios de hospedagem de redes internacionais hoteleiras do litoral norte da Bahia e litoral de Sergipe. O critério, foi abranger os hotéis maiores que, teoricamente, são os que se utilizam mais dos recursos naturais e conseqüentemente deveriam estar mais comprometidos em evitar os impactos causados em suas atividades.

Um pré-teste foi realizado com professores da área de turismo com a finalidade de verificar o grau de compreensão das questões, bem como identificar possíveis ajustes nas questões elaboradas. Após a aplicação do pré-teste foram realizados os ajustes necessários no questionário e o mesmo foi enviado por e-mail nos meses de fevereiro e março de 2013. Os dados obtidos com as respostas foram tabulados e analisados, com base no referencial teórico e nos objetivos da pesquisa, sendo que o tratamento utilizado para a análise dos dados foi do tipo estatístico descritivo.

Todas as questões foram respondidas com base no instrumento de pesquisa questionário semi-estruturado, sendo 22 questões, constituídas da seguinte forma: (perfil do empreendimento) (4) quatro questões sobre os meios de hospedagem; duas (2) questões sobre dirigente/gerente do empreendimento; e (comportamento dos hotéis em relação às questões ambientais): seis (06) questões sobre a gestão ambiental : 1) uso de torneiras inteligentes,

2) sistemas elétricos, 3) aproveitamento da iluminação natural, 4) compostagem de material orgânico, 5) destino específico para pilhas e baterias usadas e 6) a comunicação com o hóspede em relação ao meio ambiente.

Com relação ao perfil do empreendimento as alternativas de respostas foram de múltipla escolha, e as respostas para o comportamento dos hotéis foram estruturadas com base na escala de Likert de cinco pontos, com a seguinte variação: (1) nunca utilizado, (2) raramente utilizado, (3) pouco utilizado, (4) frequentemente utilizado e (5) muito utilizado.

5. Resultados

Com a expansão do setor hoteleiro cresce também a preocupação dos impactos causados no meio ambiente. Ainda que o segmento não possua um histórico de degradação ambiental, os danos causados pelas diversas unidades hoteleiras somadas podem representar uma ameaça à natureza.

Diante desse contexto, os hotéis estão despertando para a problemática ambiental e se movendo na direção de uma atitude ambientalmente responsável. Essa tem sido uma maneira encontrada pelos hoteleiros de reduzir seus custos, criar uma boa imagem perante o cliente e estabelecer um diferencial competitivo diante da concorrência acirrada.

As vantagens da adoção de práticas ambientais para a hotelaria segundo a IHEI (1994) são as seguintes: oportunidades de redução de consumo e, conseqüentemente, os custos dos hotéis; preferência de hóspedes que levam em consideração os requisitos ambientais no momento de escolher o local onde querem se hospedar; melhoria da imagem da empresa perante seus empregados e demais partes interessadas; garantia de um ambiente seguro e saudável de trabalho; evitar problemas com a legislação; solução dos problemas ambientais globais e regionais; redução do consumo de água, energia e outros insumos.

Os motivos específicos pelos quais o segmento hoteleiro vem se preocupando com os

impactos do setor no meio ambiente, segundo De Burgos et al. (2002), são, dentre outros a redução de custos e a qualidade ambiental do destino turístico como pré-requisito para turistas. Além disso, a busca pela adoção de práticas ambientais pelos hotéis também está ligada à melhoria de sua imagem perante o entorno turístico e seus potenciais e atuais clientes.

Com relação ao impacto ambiental das atividades e operação de um hotel, segundo Cooper (2001), este é variado e complexo abrangendo itens como: uso de água e energia, resíduos sólidos, efluentes orgânicos, emissão de CFC, descarte de resíduos e contaminação do solo e da água, entre outros.

A seguir são apresentados os resultados da pesquisa quantitativa, divididos em duas partes. Primeiramente, destaca-se o perfil dos hotéis entrevistados. Num segundo momento, são analisados dados do comportamento dos hotéis em relação às questões ambientais.

5.1 Perfis dos Hotéis

O hotel Mercure está há 28 anos no mercado hoteleiro sergipano, possui 113 unidades habitacionais (UH's), totalizando 226 leitos e conta com 82 colaboradores. O hotel Radisson, há 04 anos compõe a hotelaria de Aracaju, com 148 UHs, 232 leitos e 206 colaboradores.

No Litoral Norte da Bahia, o Hotel Grand Palladium existe há 03 anos, dispõe de 654 UHs, 950 leitos e 500 colaboradores estão atualmente empregados no empreendimento.

O complexo Costa do Sauípe iniciou suas atividades no ano de 2000, possui 1074 UHs em seus 5 hotéis e pousadas, totalizando mais de 3 mil leitos e um contingente de mais de 2 mil colaboradores (Fonte: Questionário aplicado pelas autoras).

5.2 Comportamento dos Hotéis frente a Questões Ambientais

Neste item serão apresentados os resultados levantados pela pesquisa quantitativa sobre o comportamento dos hotéis diante de práticas ambientais no que diz respeito a:

certificação pela NBR ISO 14.001, consumo de água e energia, gerenciamento de materiais e resíduos e comunicação com os clientes.

A ISO 14001 é uma norma para os Sistemas de Gestão Ambiental voltadas para empresas que se preocupam com a preservação do meio-ambiente de forma responsável. A ISO 14001 é uma ferramenta para garantir a gestão eficiente e eficaz dos assuntos ambientais, pois este sistema possibilita identificar, priorizar e gerenciar os aspectos e os impactos ambientais, além do atendimento de requisitos legais. Atualmente no mundo inteiro, empresas e países estão impondo que seus fornecedores, principalmente dos seguimentos de química, petroquímica, papel e celulose sejam certificados pela ISO 14001. A finalidade da ISO 14001 é promover a proteção ambiental e a prevenção da poluição com as necessidades sócias econômicas.

Constatou-se que 100% da amostra dos hotéis pesquisados não são certificados pela ISO 14001. No entanto, o Hotel Mercure salienta que possui um Programa *Plant for the Planet*.

De acordo com a *Accor Hospitality* o slogan ‘Aqui, suas toalhas plantam árvores’ pode ser visualizado nos banheiros dos apartamentos indicando que a cada cinco toalhas reutilizadas uma nova árvore é plantada. O projeto tem como objetivo principal conscientizar os hóspedes da rede sobre a importância do reflorestamento. O mecanismo apoia-se na estratégia de que em cada um dos hotéis *Accor*, o *Plant for the Planet* vai motivar os hóspedes a reutilizarem suas toalhas de banho por mais de uma noite. O projeto é financiado a partir de economias geradas no processo de lavagem das toalhas nos hotéis na América Latina: cada cinco toalhas reutilizadas pelo cliente, os hotéis pagam 50% da poupança de lavanderia para o projeto no Brasil (*Plant for the Planet, Accor Hospitality*).

A busca do equilíbrio necessário para o desenvolvimento da atividade que beneficie a conservação ambiental, as comunidades receptoras e os turistas envolve, de acordo com

Ruschmann (1993), um planejamento de diversos setores. Para Butler (1991) e Archer & Cooper (2001), espera-se que a gestão ambiental deva ser prioridade de qualquer empreendimento que deseje aplicar os princípios do turismo sustentável.

A propósito, conforme salienta Bohdanowicz (2005), o desenvolvimento e bem estar da indústria hoteleira nos destinos turísticos depende da constante disponibilidade de recursos naturais, sendo que o apelo natural é determinante para levar os turistas a esses destinos.

No que se refere ao uso racional da água, 100% dos hotéis pesquisados responderam que utilizam ações ou procedimentos específicos que visam à redução ou uso eficaz da água através de torneiras inteligentes e troca de toalhas somente quando requisitados pelos hóspedes através de cartões ou plaquetas de sinalização.

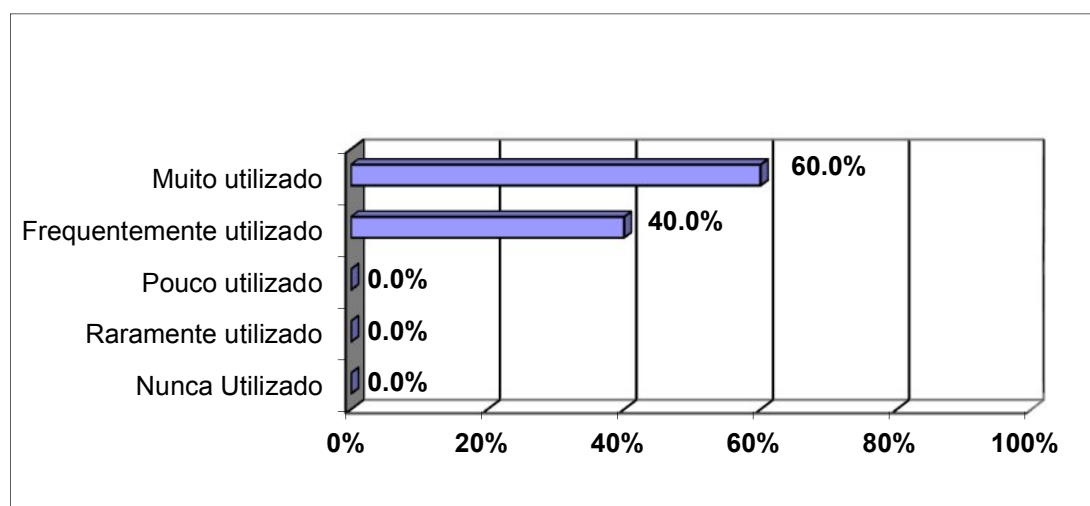


Gráfico 1: Uso de torneiras inteligentes.

Fonte: Elaborado pelas autoras com base nos questionários.

Existem alguns equipamentos e procedimentos, como é o caso da adoção de chuveiros ou torneiras com redutores de fluxo e sanitários com baixo volume de descarga que, apesar de comprovadamente reduzirem o volume de água utilizada, não conta com a adesão de alguns hotéis pela percepção negativa do hóspede, segundo a informação dos gerentes entrevistados.

O consumo de água demandado por um hotel, tanto para o uso dos hóspedes como para o pleno funcionamento do empreendimento turístico pode comprometer o usufruto da

população local. Sendo assim, os impactos de longo prazo do uso não regulamentado de água pelos turistas podem ser muito significativos. Setores da atividade de hospedagem têm respondido às pressões de um fornecimento de água finito por meio da introdução de diferentes medidas de conservação desse recurso natural. Oportunidades de reutilização de toalhas e lençóis estão sendo adotadas em muitos hotéis, nos quais os hóspedes são solicitados a indicar se suas toalhas ou roupas de cama requerem lavagem ou podem ser reutilizadas.

O consumo de energia elétrica em hotéis existe em praticamente todas as atividades desempenhadas, oferecidas, administradas ou controlados pelo estabelecimento. São exemplos dessa utilização nos empreendimentos hoteleiros os equipamentos e maquinários existentes nestas e na produção e preparação, manutenção e conservação de produtos e serviços oferecidos pelo meio de hospedagem, tais como alimentos, limpeza e manutenção.

No que diz respeito aos procedimentos específicos ao uso racional de energia elétrica pelos hotéis, verificou-se que 60 % faz uso “frequentemente” de sistemas elétricos que apagam as luzes em áreas desocupadas e em 40 % é um recurso “muito utilizado”, gráfico 2.

Referente ao aproveitamento da iluminação natural constatou-se que em 40% é “muito utilizado” e que 60% utiliza “frequentemente” este recurso, gráfico 3.

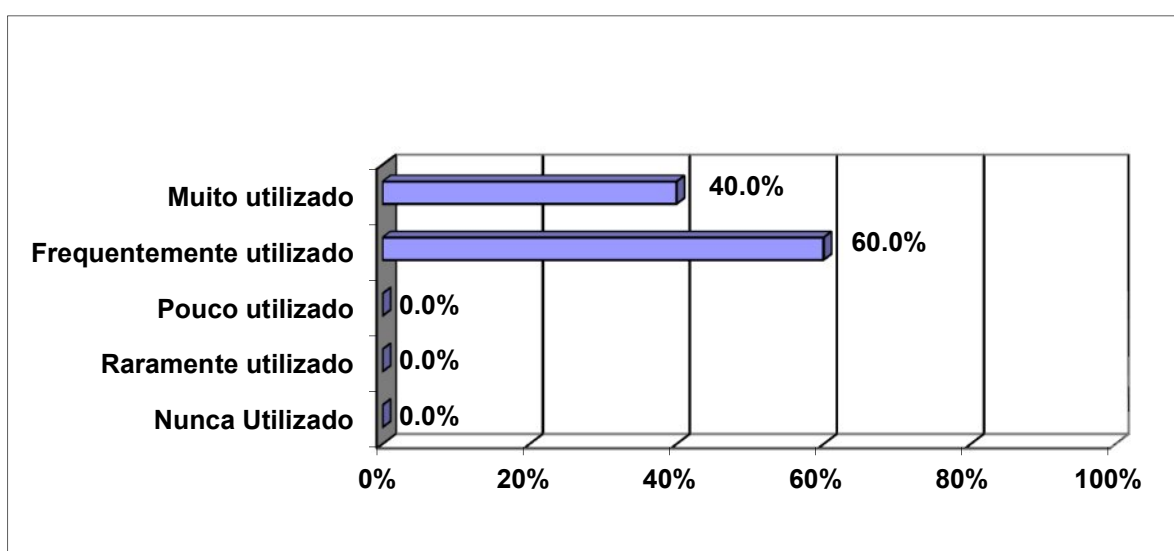


Gráfico 2: Sistemas elétricos que apagam as luzes em áreas desocupadas.

Fonte: Elaborado pelas autoras com base nos questionários.

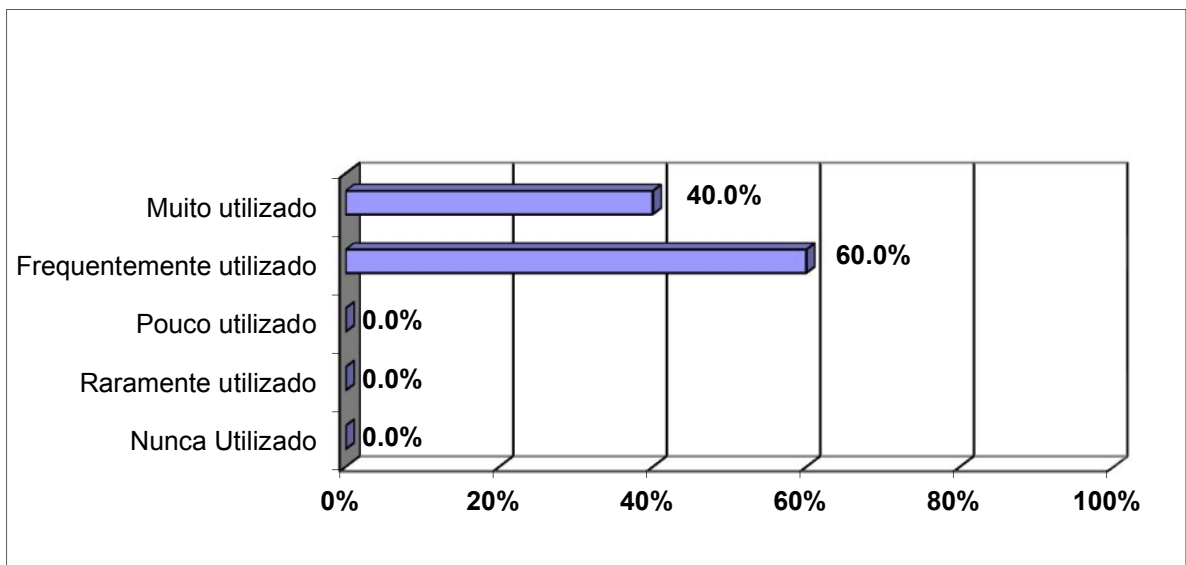


Gráfico 3: Aproveitamento da iluminação natural.

Fonte: Elaborado pelas autoras com base nos questionários.

Os gráficos 2 e 3 demonstram duas das principais práticas de gestão ambiental adotadas por hotéis que visam difundir o conceito que é também conhecido internacionalmente como Environmental Management System (EMS). De acordo com El Dief & Font (2012) os EMS foram reconhecidos como mecanismos voluntários viáveis de gerenciar questões ambientais relacionadas às operações hoteleiras, que normalmente não se enquadram em controles de agências de certificação, como é o caso do ISO 14001.

Todos os hotéis (100%) aderiram ao uso de cartões-chave para controle de energia elétrica nos apartamentos e todos também afirmaram utilizar lâmpadas de baixo consumo.

Quanto à geração de resíduos sólidos, os hotéis produzem uma grande quantidade de resíduos sólidos, desde embalagem e restos de comida, até resíduos de limpeza e manutenção. Alguns desses resíduos – tóxicos - podem contaminar a água, o solo e o ar, causando prejuízos ao meio ambiente, como é o caso de itens como pilhas, baterias, latas de tinta, embalagens de inseticidas, herbicidas etc. Finalmente, evitar o uso de produtos descartáveis é uma prática que ajuda a diminuir a geração de lixo desnecessária.

A pesquisa demonstrou que o gerenciamento de resíduos sólidos na grande maioria dos hotéis é “muito utilizado” e “frequentemente utilizado” quando perguntados se o hotel implementou ações para o gerenciamento de resíduos sólidos, adotando práticas de compostagem de material orgânico, reciclagem de materiais e resíduos e destino específico para pilhas e baterias usadas. Observou-se que em 60% dos hotéis pesquisados, este é um recurso “pouco utilizado” e em 40% “raramente utilizado”, conforme demonstra o gráfico 4.

Silva et al. (2013) sugere que o tratamento de resíduos inicie-se com o fluxo do resíduo orgânico gerado nos apartamentos, na cozinha, no setor administrativo, nos restaurantes e bares e na piscina. Na cozinha dos restaurantes e nos bares deve haver um recipiente exclusivo para os resíduos orgânicos, que devem ser pesados e retirados pela Prefeitura local e destinados aos aterros sanitários.

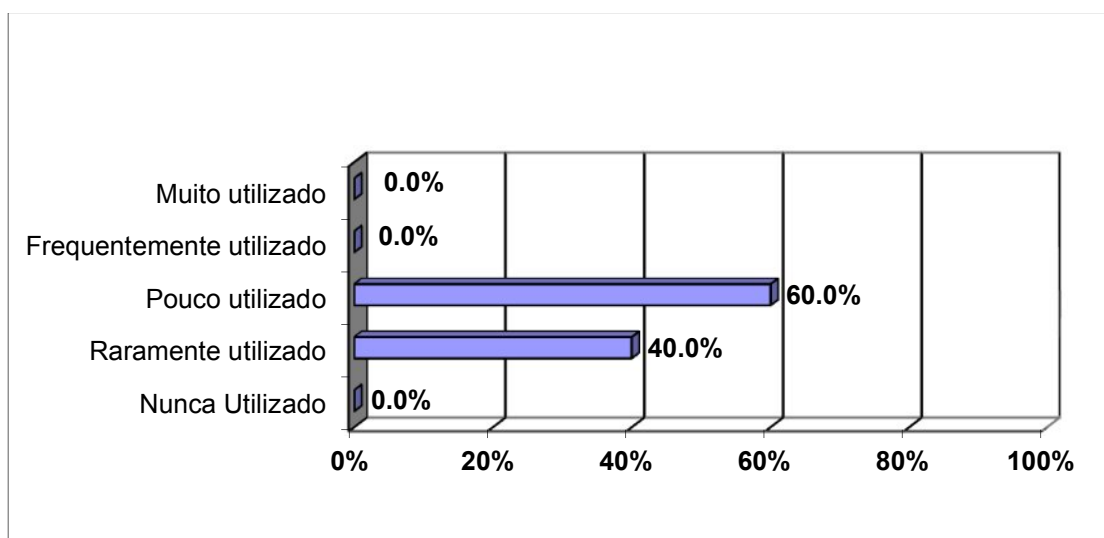


Gráfico 4: Compostagem de material orgânico .

Fonte: Elaborado pelas autoras com base nos questionários.

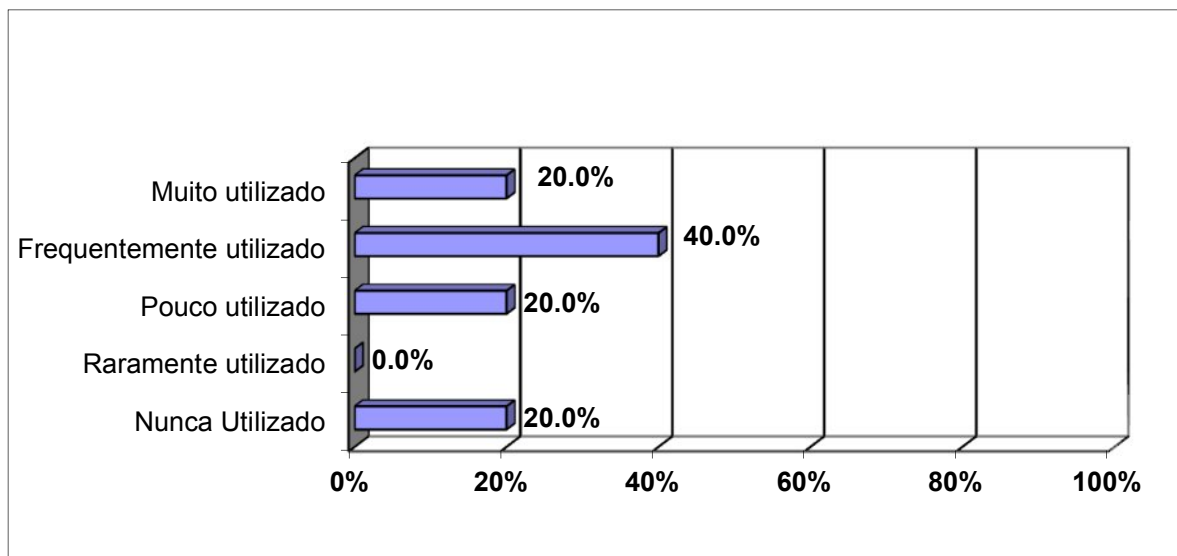


Gráfico 5: Destino específico para pilhas e baterias usadas.

Fonte: Elaborado pelas autoras com base nos questionários.

Quanto à coleta seletiva, os itens relacionados a papel (incluindo jornais, revistas, papéis em geral e papelão), vidros e alumínio, todos os grupos de hotéis apresentaram um elevado nível de adesão, acima de 80%.

Em relação à comunicação aos hóspedes sua preocupação com o meio ambiente, 100% dos entrevistados respondeu que este item é “muito utilizado” através de placar, plaquetas e ações educativas e recreativas no caso do Hotel Mercure da Rede Accor.

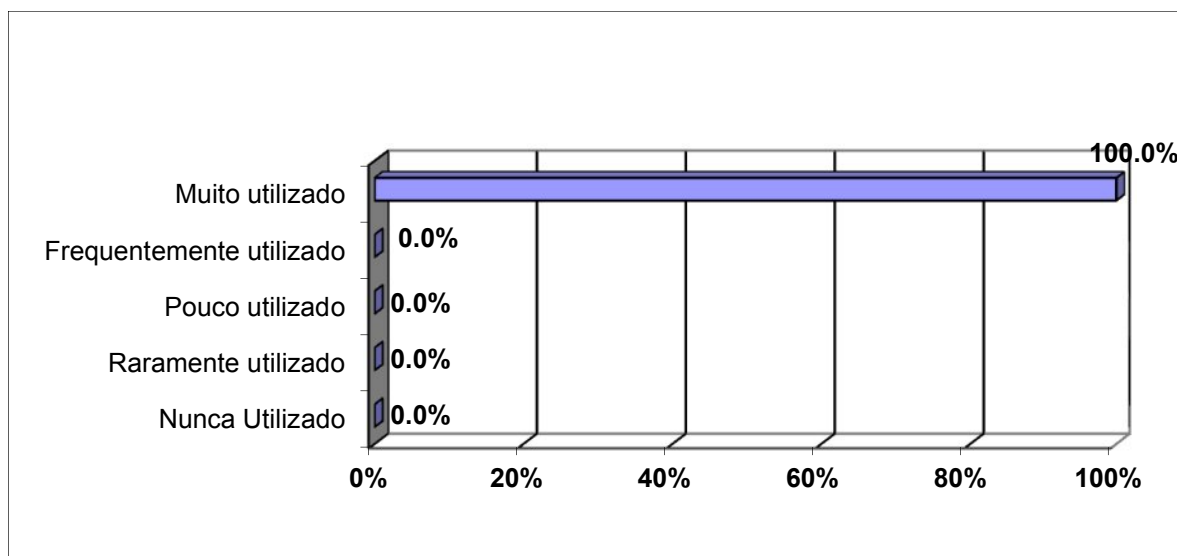


Gráfico 6: Expressa aos hóspedes sua preocupação com o meio ambiente.

Fonte: Elaborado pelas autoras com base nos questionários.

A inserção da variável ambiental nos hotéis pertence ao terceiro nível no grau de conscientização ambiental descrito por Donaire (1995). Em outras palavras, essas empresas integram o controle ambiental na gestão administrativa, incorporando o meio ambiente na tomada de decisões estratégicas e elevando a proteção ao meio ambiente a um *status* de ameaças e oportunidades, em substituição às exigências legais.

Valle (2000), Barbieri (2004), dentre outros afirmam que o envolvimento da alta administração é um ponto importante para a consolidação de práticas ambientais. Em todos os casos houve o envolvimento da alta administração que contribuiu para o bom desempenho ambiental dos empreendimentos hoteleiros estudados.

As motivações relacionadas pelas empresas estudadas para a adoção de um programa ambiental foram: senso de responsabilidade ambiental, oportunidade de mercado, imposição da matriz e posição de liderança no mercado, no caso da Accor Hotels; e conscientização da alta administração, compromisso com a educação ambiental e responsabilidade social.

No que tange aos benefícios os hotéis citaram a minimização dos impactos na natureza; redução de gastos e produtividade; redução do volume de resíduos; melhoria de imagem institucional; conscientização dos colaboradores; e cumprimento da legislação.

Finalmente, as barreiras que normalmente são restritas às altas somas de investimento foram também apontadas por itens como a resistência dos funcionários e dos clientes em colaborar com as ações ambientais.

Cabe, ainda, destacar alguns pontos que podem ser revistos por todos os hotéis. O uso de água é avaliado pela grande maioria como racional e eficiente, no entanto, muitos hotéis revelaram não fazer uso de água da chuva ou utilizar sensores de infravermelho nas pias, o que, certamente, poderia evitar desperdícios. Da mesma forma, há oportunidades de melhoria na redução de consumo de energia elétrica otimizando seu uso por meio do uso de fontes alternativas como biogás e energia solar ou eólica.

O hóspede tem um papel importante a desempenhar quando um hotel adota práticas ambientais.

Comparando as ações e procedimentos ambientais adotados pelos hotéis estudados, pode-se afirmar que os hotéis estão empenhados nas práticas de gestão ambiental embora não possuam a certificação ISO 1400. Além de boa imagem perante o mercado e dos benefícios para o meio ambiente, há ganhos em termos de administração para a empresa que implementa um sistema de gestão ambiental, pois é um mecanismo que permite perceber onde estão ocorrendo desperdícios, ajuda na reflexão sobre opções de matéria-prima e insumos em geral, o que pode trazer redução de custos e evitar denúncias ambientais, processos judiciais ou multas por infrações.

6. Considerações finais

O início do desenvolvimento do turismo de sol e praia, posteriormente caracterizado como turismo de massa não mensurou a interação de suas atividades com o meio ambiente até a década de 1970, quando começaram os movimentos ambientalistas a nível internacional. A percepção dos efeitos negativos que o setor turístico ocasionava na época começa a assumir uma posição de destaque na atividade turística, pela sua teórica potencialidade de gerar riquezas aliadas a baixos impactos ao meio natural.

A hotelaria, num primeiro momento, não se preocupou com os impactos ao meio ambiente. A princípio, pode-se pensar que o setor hoteleiro não interfere nos recursos naturais, afinal, não utilizam chaminés, não emitem efluentes contaminados como a indústria. Entretanto, os hotéis utilizam os recursos naturais, muitos em abundância como a água, a energia elétrica, além de efluentes líquidos misturados com detergentes e outros dejetos orgânicos que geram significativos resíduos sólidos.

Apesar disso, não há no setor hoteleiro uma prática efetivamente consolidada ligada a sustentabilidade dos recursos naturais. Faltam mecanismos e instrumentos metodológicos

capazes de avaliar as atividades da hotelaria na sua interação com o meio ambiente. Ainda não existe um mecanismo produtivo (técnica e gestão) que proporcione um equilíbrio efetivo entre a atividade econômica da hotelaria e a exploração dos recursos naturais.

De uma forma geral as boas práticas e procedimentos de gestão relacionados aos recursos naturais dos hotéis analisados têm uma conotação econômico-financeira. Contudo, é importante ressaltar que estas ações repercutem de forma positiva na preservação dos recursos naturais. Embora essas ações ainda sejam insuficientes, fato comprovado na análise da pesquisa, de uma forma geral se percebe a intenção de aprimorar mecanismos que efetivem a diminuição dos impactos ocasionados pelo setor hoteleiro. Vale destacar que os patamares exigidos pela legislação brasileira têm sido também um forte componente de incentivo a gestão eficiente.

A presente pesquisa ainda é uma das pioneiras nas localidades pesquisadas, o que significa dizer que há muito ainda para ser estudado sobre o assunto, principalmente se forem considerados os resultados concretos obtidos com a implantação de programas de gestão ambiental. Pesquisas futuras podem compreender as seguintes sugestões: investigações em mais localidades, coleta de dados envolvendo hóspedes, investigação em outras categorias de hotéis, avaliação dos resultados obtidos com a aplicação de indicadores de gestão, entre outros. A incorporação destas sugestões pode contribuir para novos resultados que poderão explicar algumas relações entre meio ambiente, turismo e meios de hospedagem.

Em suma, conclui-se que o grande desafio é encontrar o ponto de equilíbrio entre os interesses econômico-financeiros da atividade hoteleira e a preservação do meio ambiente e principalmente do ambiente frágil e de grande importância para as redes hoteleiras internacionais: o litoral brasileiro.

7. Referências

ACCOR HOTELS BRASIL. Projeto Ecologia Rede Accor. Disponível em: www.accorhotels.com.br. Acesso em: 16 jul.20

ARCHER, B.; COOPER, C. Os impactos positivos e negativos do turismo. In: **Turismo Global**. THEOBALD, W. F. (Org.), São Paulo: SENAC, 2001.

Associação de Desenvolvimento Imobiliário e Turístico do Nordeste. <http://www.cede.ce.gov.br/noticias/brasil-e-2o-mais-atraente-para-investimento>. Acesso em 25 de Jul 2013

BARRETTO, M. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. 13. ed. Campinas, São Paulo: Papyrus, 2003.

BENI, M. C. **Globalização do turismo: megatendências do setor e a realidade brasileira**. São Paulo: Aleph, 2003.

BOHDANOWICZ, P. European Hoteliers' Environmental Attitudes. **Cornell and Restaurant Administration Quarterly**. v. 46, n. 2, May/2005.

BUTLER, R. W. **Tourism, environment and sustainable development**. Environmental Conservation, London, 1991.

COOPER, C. **Turismo: princípios e práticas**. 2. ed., Porto Alegre: Bookman, 2001.

CORBIN, A. **O território do vazio. A praia e o imaginário ocidental**. Trad. Paulo Neves. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

DANTAS, E. W. C. Cidades Litorâneas Marítimas Tropicais: construção da segunda metade do século XX, fato no século XXI. In: SILVA, J. B da; LIMA, LIMA, L. C.; DANTAS, E. W. C.. (Org.). **Panorama da geografia brasileira II**. São Paulo: Annablume, p.79-89, 2006.

DE BURGOS, J. et al. Planning and Control of Environmental Performance in Hotels. **Journal of Sustainable Tourism**, v. 10, n. 3. Clevedon (UK): Channel View Publications, 2002.

EL DIEF, E. M.; FONT, X. Determinants of environmental Management in the red sea hotels: personal and organizational values and contextual variables. **Journal of Hospitality & Tourism Research**, v. 36, N. 1, p.115-137, 2012.

EMBRATUR. **Anuário Estatístico Embratur**, V. 32, 2005. Disponível em <www.braziltour.com>. Acesso em: 01 mar. 2013.

IHEI-International Hotels Environment Initiative. **Environmental Management for hotels-The industry guide to best practice**. Oxford:Butterworth-Heinemann.1994.

LIMA, L. B. B. M. O turismo de sol e praia no Litoral Sul de Sergipe: uma análise sob a perspectiva dos modelos SISTUR E TALC. **Tese de Doutorado**, UFS. São Cristóvão: Brasil, 2011.

MACEDO, S.S. Paisagem, litoral e formas de urbanização. In: **Projeto Orla**: Subsídios para um projeto de gestão. Brasília: MP/SPU, 2002.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Turismo de Sol e Praia**: orientações básicas. Secretária Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. Brasília, 2008.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Turismo internacional**: uma perspectiva global. Tradução de Roberto Cataldo Costa. 2. ed. Porto Alegre: Bookmann, 2003a. Título original: A global perspective, 2/E.

PEARCE, D. G. **Geografia do turismo. Fluxos e regiões no mercado de viagens**. São Paulo: Aleph, 2003.

RABAHY, W. **Planejamento do Turismo**. São Paulo: Loyola, 1990.

REJOWSKI, M.; SOLHA, K. T. Turismo em um cenário de mudanças. In: REJOWSKI, Mirian (Org.). **Turismo no percurso do tempo**. 7. ed. São Paulo: Aleph, 2002.

RUSCHMANN, D. M. Impactos ambientais do turismo ecológico no Brasil. **Turismo em Análise**, v. 4, n.1, maio/1993. São Paulo: Aleph, 1993.

_____. **Turismo e planejamento sustentável**: a proteção do meio ambiente. 10. ed. Campinas, São Paulo: Papirus, 2003.

SÁNCHEZ, J. E. Por una geografía del turismo de litoral. Una aproximación metodológica. **Estudios Territoriales**, Madrid, n. 17, 1985, p. 103-22.

SILVA, R. S. et al. Avaliação da gestão ambiental no setor hoteleiro: um estudo nos hotéis do extremo norte brasileiro. **Revista da Faculdade de Administração e Economia**, v. 4, n. 2, p. 249-272, 2013.

SOLHA, K, T. Evolução do turismo no Brasil. In: REJOWSKI, M (Org.). **Turismo no percurso do tempo**. 7. ed. São Paulo: Aleph, 2002. p. 117 - 153.

TOWNER, J. The Grand Tour, a Key phase in the history of tourism. **Annals of Tourism Research**, v.12, 1985, p. 297 -333.

URRY, J. **O olhar do turista**: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas. São Paulo: SESC, 2001.

TURNER, L.; ASH, J. **La horda dorada**: el turismo internacional y la periferia del placer. Madrid: Endymion, 1991.

VERA REBOLLO J. F. et al. **Análisis territorial del turismo**. Barcelona: Ariel, 1997.

Sites consultados:

<http://ww2.costadosauipe.com.br/faq.php>

<http://www.agendasustentavel.com.br>