

Universidade do Minho
Escola de Engenharia

Sara Salgado Torres Rosmaninho

Estudo dos Têxteis-lar Sustentáveis, no setor da Hotelaria - Sustentável: A perspetiva do consumidor

dezembro de 2023

Estudo dos Têxteis-lar Sustentáveis, no setor da Hotelaria - Sustentável: A perspetiva do consumidor
Sara Salgado Torres Rosmaninho
UMinho | 2023

Universidade do Minho
Escola de Engenharia

Sara Salgado Torres Rosmaninho

Estudo dos Têxteis-lar Sustentáveis, no setor da Hotelaria - Sustentável: A perspetiva do consumidor

Dissertação de Mestrado
Design e Marketing de Produto Têxtil, Vestuário e Acessórios

Trabalho efetuado sob a orientação do
Professor Doutor António Manuel Dinis Ribeiro Marques

dezembro de 2023

DIREITOS DE AUTOR E CONDIÇÕES DE UTILIZAÇÃO DO TRABALHO POR TERCEIROS

Este é um trabalho académico que pode ser utilizado por terceiros desde que respeitadas as regras e boas práticas internacionalmente aceites, no que concerne aos direitos de autor e direitos conexos.

Assim, o presente trabalho pode ser utilizado nos termos previstos na licença abaixo indicada.

Caso o utilizador necessite de permissão para poder fazer um uso do trabalho em condições não previstas no licenciamento indicado, deverá contactar o autor, através do RepositóriUM da Universidade do Minho.



Atribuição
CC BY

https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/

DECLARAÇÃO DE INTEGRIDADE

Declaro ter atuado com integridade na elaboração do presente trabalho académico e confirmo que não recorri à prática de plágio nem a qualquer forma de utilização indevida ou falsificação de informações ou resultados em nenhuma das etapas conducente à sua elaboração.

Mais declaro que conheço e que respeitei o Código de Conduta Ética da Universidade do Minho.



AGRADECIMENTOS

"Que mérito há em amar os que nos amam?"

Eça de Queiroz

Mãe, Pai, Irmão e Sofia obrigada pelo apoio incondicional!

Avô Ilídio, agradeço-lhe a inspiração!

Amiga Mariana, obrigada por nunca me deixares desistir e por me acompanhares nesta jornada desafiadora desde o princípio.

Amiga Marta, agradeço toda a ajuda na fase final, foi sem dúvida fundamental.

Amiga Mafalda, pela compreensão e ombro amigo, obrigada!

António Salgado & Cª Lda, uma empresa, uma equipa, uma casa e motivação!

Agradeço de coração a todos os que me motivaram e acompanharam!

Sara Salgado Torres Rosmaninho

Outubro 2023

RESUMO

O escopo do presente estudo aborda uma análise aprofundada, acerca da utilização de têxteis-lar sustentáveis, no contexto da hotelaria sustentável e do Ecoturismo, com foco particular na ótima do consumidor final.

O desenvolvimento da dissertação de mestrado, intitulada "Estudo dos Têxteis-lar Sustentáveis, no setor da Hotelaria (sustentável): A perspetiva do consumidor", foi motivado pela necessidade de mudança em todos os setores e indústrias, em prol do meio ambiente. Todavia, o destaque pela indústria têxtil e pelo setor hoteleiro, deve-se pelo reconhecimento de ambos serem indústrias e serviços bastante poluentes.

Numa era em que a responsabilidade ambiental e social, são imperativos permanentes, a indústria têxtil enfrenta a necessidade de tornar os seus processos produtivos e escolhas de matérias-primas, mais transparentes e conscientes. Daí surgir, o conceito de têxteis sustentáveis, ou seja, a produção de têxteis certificados e confecionados a partir de fibras mais sustentáveis, recicláveis ou biodegradáveis e cujo a produção seja responsável e comprovada.

Nesta linha de pensamento, surge também a mesma necessidade no setor hoteleiro, onde é fundamental que haja práticas de gestão sustentáveis, quer durante a sua operação, bem como antes e pós o seu serviço.

Deste modo, o presente estudo interliga ambos os mercados através do conceito de têxteis-lar sustentáveis, visando compreender quantitativamente, de que forma a adoção deste conceito pelo setor hoteleiro, influência a perspetiva do consumidor final. Assim, esta pesquisa quantitativa, procura entender a sensibilidade dos hóspedes quanto à introdução de têxteis para lar, isto é, lençóis, toalhas, roupões, entre outros, que sejam sustentáveis.

Por conseguinte, o desenvolvimento inicia-se com a compreensão teórica dos temas relevantes para o estudo, seguida da definição da metodologia adequada para a interpretação da investigação, recorrendo à recolha de resultados através de um inquérito e por fim, a análise da amostra em prol de cumprir uma conclusão final que motivou o desenvolvimento deste tema.

Palavras-Chave: Sustentabilidade; Economia Circular, Têxteis-lar Sustentáveis, Hotelaria Sustentável, Marketing

ABSTRACT

The scope of this study deals with an in-depth analysis of sustainable home textiles' use in sustainable hospitality and ecotourism, with a particular focus on the optimum end consumer.

The development of the master's thesis, entitled "Study of Sustainable Home Textiles in the (Sustainable) Hospitality Sector: The Consumer's Perspective", was motivated by the need for change in all sectors and industries, in favor of the environment. However, the emphasis on the textile and hotel sectors is due to the recognition that both are highly polluting sectors.

In an era in which environmental and social responsibility are permanent imperatives, the textile industry faces the need to make its production processes and choices of raw materials more transparent and conscious. Hence the concept of sustainable textiles, i.e., certified textiles made from more sustainable, recyclable, or biodegradable fibers and whose production is responsible and proven.

In this line of thought, the same need also arises in the hotel sector, where it is essential to have sustainable management practices, both during its operation and before and after its service.

This study therefore interconnects both markets through the concept of sustainable home textiles, with the aim of gaining a quantitative understanding of how the adoption of this concept by the hotel sector influences the perspective of the end consumer. This quantitative research seeks to understand guests' sensitivity to the introduction of sustainable home textiles, i.e. sheets, towels, and dressing gowns, among others.

Therefore, the development begins with a theoretical understanding of the themes relevant to the study, followed by the definition of the appropriate methodology for the interpretation of the research, using the collection of results through a survey, and finally, the analysis of the sample in order to fulfill a final conclusion that motivated the development of this theme.

Keywords: Sustainability; Circular Economy, Sustainable Home Textiles, Sustainable Hospitality, Marketing

ÍNDICE

RESUMO vi

ABSTRACT vii

ÍNDICE DE FIGURAS x

ÍNDICE DE GRÁFICOS x

ÍNDICE DE TABELAS xi

CAPÍTULO I: INTRODUÇÃO 1

1. INTRODUÇÃO 1

1.1 MOTIVAÇÃO 2

1.2 OBJETIVOS 3

1.3 METODOLOGIA 4

1.4 ESTRUTURA DO TRABALHO 5

CAPÍTULO II: ENQUADRAMENTO TEÓRICO 6

2. ENQUADRAMENTO TEÓRICO 6

2.1 SUSTENTABILIDADE: O CONCEITO 6

2.2 ECONOMIA CIRCULAR 9

2.3 INDÚSTRIA TÊXIL 12

2.3.1 TÊXTEIS E FIBRAS SUSTENTÁVEIS 16

2.3.2 CERTIFICAÇÕES 20

2.4 SETOR HOTELEIRO E O SEU IMPACTO AMBIENTAL 24

2.4.1 HOTELARIA SUSTENTÁVEL: CONCEITO 28

2.4.2 TÊXTEIS-LAR SUSTENTÁVEIS NO SETOR HOTELEIRO 30

2.5 MARKETING APLICADO AO SETOR HOTELEIRO 32

CAPÍTULO III: TRABALHO EMPÍRICO 35

3. TRABALHO EMPÍRICO 35

3.1 ABORDAGEM METODOLÓGICA 35

3.2 PÚBLICO-ALVO & AMOSTRA 35
3.3 INSTRUMENTO & PROCEDIMENTO DE RECOLHA DE DADOS 36
3.4 PROCEDIMENTO DE ANÁLISE DE DADOS 39
CAPÍTULO IV: ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS 40
4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS 40
4.1 CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA 40
4.2 ANÁLISE DE DADOS 44
4.2.1 SUSTENTABILIDADE 44
4.2.2 HOTELARIA SUSTENTÁVEL 46
4.2.3 TÊXTEIS-LAR SUSTENTÁVEIS 49
4.2.4 MARKETING NO CONTEXTO HOTELEIRO 55
4.2.5 DISCUSSÃO DE RESULTADOS 60
CAPÍTULO V: CONCLUSÃO 62
5.1 PRINCIPAIS CONCLUSÕES 62
5.2 CONTRIBUIÇÕES DO ESTUDO 64
5.3 LIMITAÇÕES DO ESTUDO 65
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS 66
ANEXOS 73
ANEXO I : INQUÉRITO 73

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ONU,2019) 8
Figura 2 - Quotas Dos Estados-Membros No Total Da UE (EURATEX,2022) 14
Figura 3 - Produção da UE 27 na indústria têxtil e do vestuário | Repartição por subsector (EURATEX,2022) 14
Figura 4 - O mercado mundial de fibras 2021: Visão geral (Exchange, 2022) 17
Figura 5 - Produção mundial de fibras em 2021 (em milhões de toneladas) (Exchange, 2022) 19
Figura 6 - Logotipo Certificado (OEKO-TEX®, Standard OEKO-TEX® STANDARD 100, 2023)... 22
Figura 7 - Logotipo Certificado (Standard OEKO-TEX® STeP, 2023)..... 22
Figura 8 - Logotipo Certificado (OEKO-TEX®, Standard OEKO-TEX® MADE IN GREEN, 2023).. 23
Figura 9 - Desempenho dos Indicadores do Turismo de Portugal 2021 face a 2020 (Turismo de Portugal, 2022) 25
Figura 10 - Emissões de GEE (t CO2e) (Turismo de Portugal, 2022) 26
Figura 11 - Consumo de água por Colaborador & Consumo de Energia por colaborador (Turismo de Portugal, 2022)..... 27

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Caracterização dos inquiridos por género..... 40
Gráfico 2 - Caracterização da amostra quanto ao Distrito de Residência 43
Gráfico 3 - Preocupação dos inquiridos quanto às Questões Ambientais 45
Gráfico 4 - Familiaridade com o conceito de Têxteis-lar Sustentáveis 50
Gráfico 5 - Cruzamento de Dados quanto à frequência de reservas em marketplaces e quanto à faixa etária 56
Gráfico 6 - Relevância das práticas sustentáveis de um hotel para a decisão de compra..... 58
Gráfico 7 - Recomendação Hotel Sustentável após Experiência Positiva..... 59

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 - Caracterização dos inquiridos quanto à Faixa Etária, Situação Ocupacional e Género 41
Tabela 2 - Caracterização da amostra quanto ao Grau de Escolaridade 43
Tabela 3 - Cruzamento de Dados quanto às Escolhas Orientadas para a Sustentabilidade e a Preocupação com o Processo Produtivo de Bens Adquiridos 45
Tabela 4 - Cruzamento de dados da Faixa Etária e da Frequência em Hotéis 46
Tabela 5 - Cruzamento de Dados da Faixa Etária e da Opinião dos inquiridos quanto à importância da sustentabilidade nos hotéis 47
Tabela 6 - Conhecimento do Conceito de Hotelaria Sustentável 47
Tabela 7 - Cruzamento de Dados quanto ao Conhecimento da Hotelaria Sustentável e Tipo de Hóspede de Hotelaria Sustentável 48
Tabela 8 - Fatores que mais influenciam a escolha de um hotel 48
Tabela 9 - Fatores mais importantes para um hotel ser considerado sustentável 49
Tabela 10 - Cruzamento de dados da Faixa Etária e da Familiaridade com o Conceito de Têxteis-lar Sustentáveis 50
Tabela 11 - Cruzamento de Dados quanto à relevância da utilização de têxteis-lar sustentáveis num hotel e quanto à hospedagem num hotel com têxteis-lar sustentáveis 51
Tabela 12 - Avaliação da experiência de Têxteis-lar sustentáveis em comparação com têxteis-lar convencionais 52
Tabela 13 - Grau de Concordância com afirmações relacionadas com a utilização de têxteis-lar sustentáveis em hotéis 53
Tabela 14 - Cruzamento de Dados quanto à disposição para pagar mais por uma estadia que utilize têxteis-lar sustentáveis e o quanto ao género 53
Tabela 15 - Fatores que impedem a adoção de têxteis-lar sustentáveis por parte dos hotéis 54
Tabela 16 - Cruzamento de Dados quanto ao género e quanto à verificação de práticas sustentáveis antes da estadia 55
Tabela 17 - Descoberta de hotéis ao planear viagens 55
Tabela 18 - Procura de informações adicionais antes de efetuar a reserva no hotel 57

CAPÍTULO I: INTRODUÇÃO

1. INTRODUÇÃO

Ao longo dos últimos anos, a consciencialização ambiental tornou-se um tópico central em todos os setores, incluindo o mercado hoteleiro e a indústria têxtil. A crescente preocupação com as causas ambientais e os respetivos impactos sociais gerados pela produção e consumo desenfreados, gerou uma mudança significativa nas preferências dos consumidores e nas práticas de gestão (Tomşa, Romonţi-Maniu, & Scridon, 2021). Este fenómeno é particularmente evidente na indústria têxtil, dado que de um modo geral, este mercado mostrou uma readaptação de processos produtivos e abertura para a utilização de matérias-primas mais inovadoras e sustentáveis, respetivamente certificadas e comprovadas (Chen, Memon, Wang, Marriam, & Tebyetekerwa, 2021).

De um modo geral, o setor hoteleiro também procurou adotar práticas de gestão mais sustentáveis, que acabam por se tornar parte essencial da sua estratégia de marketing e operações (Han, 2021).

Desta forma, numa ligação entre ambos os setores, os têxteis-lar desempenham um papel fundamental para a experiência dos hóspedes, nos hotéis. Estes produtos não só influenciam o conforto e estética dos espaços, como também podem ter implicações relacionadas com a sustentabilidade, caso sejam têxteis-lar produzidos de forma responsável e certificada (Bahadır Ünal , Dirgar, Acar, & Oral, 2017). Consequentemente, a pesquisa sobre a utilização de têxteis-lar com características relacionadas com a sustentabilidade e responsabilidade social, no setor hoteleiro, é um tópico de interesse e relevância considerável.

A adoção de têxteis-lar sustentáveis, não se aplica apenas à redução do impacto ambiental do serviço, como também abrange considerações acerca da qualidade da estadia, a satisfação do cliente e a aceitação dos produtos mais amigos do ambiente. Deste modo, compreender como os consumidores reagem a esta mudança é crucial para orientar as decisões de marketing e operações do setor hoteleiro, assim como abre portas para um novo nicho de mercado na indústria têxtil.

Neste contexto, o presente estudo procura compreender qual a perspetiva do consumidor final quanto à utilização de têxteis-lar sustentáveis no mercado hoteleiro, mas também pretende

analisar outros temas relacionados, como a consciencialização, as atitudes, os fatores de aceitação e as influências ao seu redor.

Para abordar esta problemática, foi desenvolvido um enquadramento teórico crucial para entender os conceitos diretamente relacionados com o estudo. Além disso, foi realizado um questionário online com o intuito de recolher dados quantitativos acerca dos conceitos-chave como: Sustentabilidade, Hotelaria Sustentável, Têxteis-lar Sustentáveis e Marketing no setor hoteleiro.

1.1 MOTIVAÇÃO

O desenvolvimento do presente estudo emergiu do meu interesse pessoal e profissional no setor hoteleiro, aliado à premente questão da sustentabilidade. Como profissional de Gestão de Marketing na indústria de têxteis-lar, a escolha de orientar a dissertação para um estudo de mercado revelou-se uma progressão natural.

A crescente consciencialização global sobre a importância da sustentabilidade nas práticas empresariais tornou-se uma prática imperativa e, como tal, é crucial explorar como o setor hoteleiro e a indústria têxtil para o lar, em particular, podem adaptar-se e contribuírem para uma presença mais responsável.

No âmbito da minha experiência profissional, centrada no Marketing da indústria de têxteis-lar surgiu o interesse em compreender como os produtos sustentáveis e as estratégias de marketing podem influenciar o comportamento do consumidor, no setor hoteleiro. A interseção destes dois domínios revela-se particularmente interessante, no contexto atual, onde os consumidores valorizam cada vez mais empresas, organizações, estabelecimentos e serviços comprometidos com práticas ambientalmente conscientes.

Assim, o estudo visa interligar estes dois domínios, com o objetivo de compreender de que forma o uso de têxteis-lar sustentáveis pode influenciar o comportamento do consumidor, no setor hoteleiro.

1.2 OBJETIVOS

O Desenvolvimento da presente Dissertação de Mestrado, tal como o título indica, tem como objetivo principal investigar e analisar o impacto da utilização de têxteis-lar sustentáveis na hotelaria sustentável, tendo em consideração a perspetiva do consumidor final, isto é, o hóspede. Esta ótica surge como resposta à crescente relevância ambiental e à influência nas práticas de consumo, neste caso no setor da hotelaria e consequentemente na indústria de têxteis-lar. Deste modo, para atingir o foco principal deste estudo, foram delineados objetivos secundários, tais como:

a. Compreender a perceção dos consumidores quanto aos hotéis sustentáveis: Este objetivo secundário visa analisar qual a perspetiva dos hóspedes em relação aos hotéis que adotam práticas de gestão sustentáveis. Neste sentido, pretende-se compreender as atitudes, preferências ou crenças relacionadas com a escolha de hotéis que demonstram ter um compromisso sustentável.
b. Identificar os têxteis-lar sustentáveis que podem ser adequados para o setor hoteleiro: Através do estudo teórico pretende-se analisar quais serão os tipos de têxteis-lar sustentáveis que atendem eficazmente às necessidades e requisitos dos estabelecimentos do setor hoteleiro.
c. Averiguar a credibilidade dos hotéis sustentáveis e o impacto da utilização de têxteis-lar sustentáveis na perceção do consumidor: A partir deste objetivo procura-se compreender e avaliar a credibilidade e confiança dos consumidores nos hotéis sustentáveis, especificamente quanto à utilização de têxteis sustentáveis. Pretende-se entender como esta prática pode influenciar a reputação e imagem do hotel para os hóspedes.

De um modo geral, esta dissertação pretende contribuir significativamente para uma compreensão alargada da adoção de têxteis-lar no setor hoteleiro, promovendo a sustentabilidade e as práticas sustentáveis em ambos os setores.

Posto isto, os resultados esperados para este estudo contribuirão não só para a obtenção de informação acerca do perfil do hóspede que procura hotéis sustentáveis, bem como ajudará a quantificar o grau de importância que os têxteis-lar sustentáveis têm na tomada de decisão dos consumidores, quanto ao seu alojamento. Deste modo, os resultados serão obtidos por meio de um inquérito online direcionado a atuais e potenciais consumidores, o que proporcionará uma análise profunda das preferências dos consumidores destes mercados.

1.3 METODOLOGIA

A abordagem metodológica do atual estudo compreende diferentes etapas de análise para obter uma interpretação abrangente e consistente das temáticas tidas em consideração. O processo de investigação foi delineado de forma cuidadosa, garantindo a robustez dos resultados e relevância para a dissertação.

Assim sendo, numa primeira fase, é desenvolvido um enquadramento teórico abrangendo os tópicos cruciais para o estudo, ou seja, é realizada uma pesquisa bibliográfica centrada nos temas como sustentabilidade, indústria têxtil, têxteis-lar sustentáveis, setor hoteleiro e estratégias de marketing orientadas para as práticas de gestão hoteleira orientada para o meio ambiente. Esta revisão contribuirá para fundamentar de forma sólida e assertiva o estudo, proporcionando uma compreensão teórica acerca dos conceitos e tendências, nos setores em análise.

Numa segunda fase, e talvez a mais importante, adotando uma abordagem metodológica quantitativa, é divulgado um questionário online com o intuito de recolher dados quantificáveis que validem o presente estudo. Esta abordagem quantitativa baseia-se na recolha de dados numéricos e objetivos, com o intuito de identificar padrões e tendências quantificáveis. Este método permite obter uma conclusão mais sistemática, rigorosa e realista (Taherdoost, 2022).

Este inquérito foi conduzido de forma não presencial, com o intuito de alcançar uma amostra alargada e diversificada, permitindo que os inquiridos respondessem sem a interação direta com o entrevistador. A escolha desta abordagem deve-se à sua eficiência e ao volume de respostas estimado, num período reduzido, sendo que o instrumento utilizado para a recolha de dados foi a plataforma online denominada *Google Forms*.

Por outro lado, numa terceira etapa, após a recolha de dados, é elaborada uma análise estatística através da ferramenta denominada SPSS, isto é, *Statistical Package for the Social Sciences*. Esta ferramenta foi crucial para processar e analisar os dados de forma rigorosa, sendo que a sua escolha foi motivada pela necessidade de aplicar métodos estatísticos para relacionar os resultados.

Posto isto, a combinação destas fases proporcionou uma compreensão sólida e precisa dos resultados, permitindo obter uma conclusão assertiva.

1.4 ESTRUTURA DO TRABALHO

A estrutura da presente dissertação de mestrado, divide-se em quatro capítulos distintos, que desempenham um papel particular e fundamental para o desenvolvimento do estudo.

O primeiro capítulo serve como ponto de partida, onde são apresentados os principais elementos introdutórios e metodológicos do estudo. Neste é apresentada a motivação por trás do estudo, destacando a importância do tema no contexto atual e os objetivos gerais e específicos previstos alcançar no decorrer da investigação. Ainda é apresentada a metodologia utilizada para a pesquisa, incluindo a abordagem metodológica, os instrumentos utilizados para a recolha de dados e a justificação que levou à escolho da mesma.

De seguida, o segundo capítulo foca-se na construção do conhecimento teórico que suportam e fundamentam a investigação. Assim sendo, o enquadramento teórico aborda tópicos como: a Sustentabilidade em geral, a Economia circular, a Indústria Têxtil e a sua ótica sustentável, o setor Hoteleiro aliado à gestão sustentável e por fim, o Marketing e a Comunicação orientada para a sustentabilidade.

Já o terceiro capítulo consiste na análise dos resultados obtidos através de um inquérito, que posteriormente dão resposta aos objetivos gerais e específicos do presente estudo. Esta análise é feita consoante os temas abordados no questionário, isto é, a sustentabilidade em geral, o setor da hotelaria sustentável, a aplicação de têxteis-lar sustentáveis no setor da hotelaria e por fim, as questões focadas nas táticas de marketing no setor hoteleiro.

Por fim, o quarto capítulo apresenta as conclusões globais do estudo, bem como as respetivas limitações e considerações futuras.

CAPÍTULO II: ENQUADRAMENTO TEÓRICO

2. ENQUADRAMENTO TEÓRICO

O presente capítulo apresenta a contextualização teórica que fundamenta o desenvolvimento do estudo ao qual se direciona a Dissertação de Mestrado. O principal foco do enquadramento é abordar temas que auxiliem assertivamente a investigação, tais como: a Sustentabilidade em geral, a Economia circular, a Indústria Têxtil e a sua ótica sustentável, o setor Hoteleiro aliado à gestão sustentável e por fim, o Marketing e a Comunicação orientada para a sustentabilidade.

Desta forma, o ponto de partida desta revisão bibliográfica é a exploração do conceito de Sustentabilidade, uma vez que, é o tema que interliga os dois setores de mercado em análise, isto é, a Indústria Têxtil e a Hotelaria. Ainda assim, é elaborada uma breve revisão acerca do marketing e da comunicação orientada para o tema, pois irá ajudar na compreensão da perspetiva do consumidor, atualmente.

2.1 SUSTENTABILIDADE: O CONCEITO

O conceito de Sustentabilidade é bastante amplo e complexo, tendo sido objeto de estudo em várias disciplinas, desde a ecologia à economia. A sua complexidade não só resulta na constante atualização da definição do conceito, como também no estudo das diversas dimensões, oportunidades e desafios aliados ao tema (Redman, 2014).

Embora seja cada vez mais familiar e comum, o termo "Sustentabilidade" emergiu durante uma crise ambiental e mundial, em meados dos anos 60, do século XX. Esta crise não só impulsionou a urgente necessidade de mudança ao nível do desenvolvimento das sociedades modernas, como também permitiu a inclusão de problemáticas ambientais na agenda política mundial, abordando temáticas como a industrialização diligente, a extinção de recursos naturais não renováveis, o intenso crescimento populacional e a destruição ambiental inconversível (Bonnett, 2007).

Ao longo dos anos, existiu e ainda existe uma larga discussão teórica acerca do conceito de sustentabilidade, na medida em que, há uma variedade e multidimensionalidade em torno das aplicações deste conceito, o que faz do mesmo um termo em constante reformulação (Redman, 2014). Além disso, a definição mais complexa de sustentabilidade é fundamentada em torno da sua conotação mais ecológica, isto é, um fator que trata os padrões e condições biofísicas fundamentais para a vida humana, utilizando de forma controlada os recursos naturais,

compreendendo as limitações da natureza e salvaguardando o bem-estar das gerações futuras (Holden , Linnerud, & Banister, 2017).

Ainda assim, a definição de sustentabilidade mais reconhecida e amplamente aceite foi determinada pela Comissão Brundtland, que consiste em atender as necessidades do presente sem comprometer a capacidade de as gerações futuras satisfazerem as suas próprias necessidades. Desta forma, a presente designação determina que o conceito envolve a gestão responsável dos recursos naturais e humanos para garantir a satisfação das necessidades atuais e futuras (WCED, 1987).

Ainda nesta linha de pensamento, é imperativo não mencionar que as condições sociais entre os indivíduos e a natureza, são determinantes e integrantes para o conceito, pois ser sustentável é a capacidade de um ecossistema ser resiliente perante a ação humana (Veiga, 2010).

Assim, não existe uma definição isolada do termo sustentabilidade e por esse motivo a mesma é divida nos três princípios fundamentais: Sustentabilidade Social, Económica e Ambiental. Esta divisão ocorre divido à panóplia de dimensões e aplicações que podemos encontrar sobre a sustentabilidade e também dado ao facto de muitas das vezes, só associarmos à vertente ecológica e às problemáticas ambientais. O termo está popularizado e é um termo atualmente discutido devido às alterações climáticas e à degradação dos ecossistemas. Assim, quando analisamos a sustentabilidade de um produto, serviço ou organização, temos de observar de forma global e compreender se é socialmente justo, viavelmente económico e ambientalmente suportável, de modo a encontrarmos o equilíbrio (Atkinson, Dietz, Neumayer, & Agarwala, 2014).

Embora este termo tenha ganho voz na *Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento*, em 1987, ao longo dos tempos foram aparecendo cada vez mais definições, ajustadas às diferentes realidades. Segundo Ezio Manzini e Carlo Vezzoli (2016), Sustentabilidade é um conceito adotado para definir ações e atividades humanas que têm o objetivo de contribuir para a legitimação de princípios de qualidade de vida, não comprometendo as gerações futuras.

O crescimento deste conceito tem vindo a ser notório e por isso, nos dias de hoje, é destacado como uma meta quanto à análise do crescimento de um país ou região. Não sendo considerado um indicador ou referência, a análise do crescimento de um país já não se foca apenas no Produto Interno Bruto (PIB) mas sim, em diversos indicadores que quantificam a gestão sustentável de um país (Boff, 2012). Dentro desses parâmetros podemos encontrar os Indicadores Económicos,

Sociais e os Ecológicos. Por exemplo, o Consumo de Energia por habitante é uma métrica económica, já a Esperança média de vida é uma variável social e a Reutilização e Reciclagem de resíduos é uma variável ambiental (Boff, 2012).

Por conseguinte, os líderes de diversos países uniram-se com o propósito de criarem uma economia sustentada no desenvolvimento sustentável. Desta forma, a ONU – Organização das Nações Unidas, colocou em vigor a sua resolução sustentável intitulada "Transformar o nosso mundo: Agenda 2030 de Desenvolvimento Sustentável" que visam o cumprimento de dezassete objetivos até 2030, em prol de um mundo mais amigo do meio ambiente (GCNP, 2016).

Assim sendo, os objetivos a serem atingidos envolvem perspetivas sociais, económicas e ambientais, dentro das quais são: a Erradicação da pobreza (1); Erradicação da fome (2); Saúde e Bem-Estar de qualidade (3); Educação de qualidade (4); Igualdade de género (5); Água potável e saneamento (6); Energia renováveis e acessíveis (7); Trabalho digno e crescimento económico (8); Indústria, inovação e infraestruturas (9); Redução das desigualdades (10); Cidades e comunidades sustentáveis (11); Produção e consumo sustentáveis (12); Ação climática (13); Proteger a vida marítima (14); Proteger a vida terrestre (15); Paz, justiça e instituições eficazes (16) e por último, a criação de Parcerias para a implementação de todos os objetivos (17). (ONU, 2019)

Os objetivos para o desenvolvimento sustentável são visíveis na Figura 1 apresentada a seguir.



Figura 1 - Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ONU,2019)

Posto isto, podemos concluir que o conceito direcionasse para a gestão responsável de recursos naturais visando as necessidades atuais e salvaguardado as necessidades futuras. Ainda assim é necessário reconhecer desafios como a crescente pressão e escassez dos recursos naturais, as alterações climáticas preocupantes e a desigualdade social. Porém, é fundamental tirar proveito das oportunidades atuais, tais como: a inovação tecnológica, a adoção de políticas e práticas sustentáveis cada vez mais presente e a crescente consciencialização da população no que diz respeito ao ambiente, às questões sociais e económicas (ONU, 2019).

2.2 ECONOMIA CIRCULAR

O desenvolvimento económico é resultado do crescimento das mais diversas indústrias, que por sua vez são dependentes da utilização dos recursos naturais, refletindo-se na exaustão dos recursos, no aquecimento global, na utilização excessiva de energia, na extinção de espécies e na perda de biodiversidade. Estas problemáticas resultam da prática de economias lineares, estabelecidas nos primórdios da industrialização, que consistem na adoção de um modelo linear seguindo um padrão de consumo onde os recursos são extraídos, utilizados para produção e por fim são descartados assim que o consumidor final termina a sua utilização (Reslan, Last, Mathur, Morris, & Ferrero, 2022).

Assim sendo, para solucionar as problemáticas ambientais era necessário encontrar uma alternativa ao modelo industrial, surgindo assim o conceito de economia circular. De acordo com economistas e ambientalistas como David Pearce e R.Kelly Turner, o conceito de economia circular surge como um modelo económico que visa potencializar a eficiência e a utilização responsável dos recursos naturais, para que acha uma diminuição do desperdício. Os mesmos afirmam que a economia circular é um sistema fechado que defende que um sistema aberto pode ser transformado num sistema circular, onde há um equilíbrio na utilização dos recursos e na produção de resíduos. Concluindo que um sistema circular é na verdade um sistema de manutenção da sustentabilidade e do planeta (Ghisellini, Cialani, & Ulgiati, 2016).

Contrariamente à Economia Linear, na Economia Circular os materiais são utilizados através do reuso, reciclagem, recuperação e regeneração, desenvolvendo assim um ciclo fechado tanto de produção como de consumo (Bocken, Pauw, Bakker, & Grinten, 2016).

O principal objetivo do conceito de Economia Circular é reduzir a dependência das indústrias e da sociedade, dos recursos limitados e motivar a transformação para uma economia mais amiga do ambiente, nas suas mais diversas dimensões, isto é, a nível económico, social e ambiental. Deste

modo, o foco principal é evitar a extração de novos recursos naturais e reduzir a quantidade de resíduos produzidos, através da reutilização de matérias-primas, resíduos e subprodutos (Korhonen, Honkasalo, & Seppälä , 2018).

No entanto, o conceito de Economia Circular só é viável quando ocorre uma alteração de paradigma à forma como as indústrias, empresas e organizações produzem, se organizam e utilizam os recursos (Geissdoerfer, Savaget, Bocken, & Erik, 2017).

A vontade de mudança por parte das empresas e organizações, fez da Economia Circular uma abordagem holística no que diz respeito à sustentabilidade das economias. Assim, esta abordagem proporcionou o estudo de outros elementos-chave e a criação de outros conceitos influentes. No que diz respeito aos elementos-chave, destacam-se: a criação de novos "Modelos de Negócio" mais inovadores e ajustados aos novos requisitos de gestão responsável; a reformulação do "Design dos Produtos" através da adoção de matérias recicladas e reutilizáveis; a aplicação de novas metodologias, no que concerne ao ciclo reverso da produção; e por fim, a adoção de condições sistemáticas favoráveis que promovam a reutilização de materiais, no geral, e o aumento da produtividade dos recursos (Foundation, 2015).

Ainda nesta linha de pensamento, alguns dos conceitos que surgiram do desenvolvimento de Modelos de Negócio mais amigos do ambiente são: a Economia do Desempenho; o Capitalismo Natural, a Ecologia Industrial, a Economia Azul e o conceito "*Cradle to Cradle*" (Weetman, 2020).

Assim sendo, a Economia do Desempenho ou de Serviços, consiste num sistema económico cujo objetivo é a venda de serviços funcionais e não a venda de bens, de modo a internalizar os custos, isto é, a incorporar os custos ambientais no valor dos recursos. Ou seja, este sistema é fundamentado através da necessidade de aumentar o período do ciclo de vida dos bens e componentes, através da criação de modelos de negócios que visam a reutilização e recomercialização de produtos, promovendo o desenvolvimento sustentável, criando emprego local, melhorando a administração de recursos e evitando a produção de resíduos (Weetman, 2020).

Por outro lado, o conceito de Capitalismo Natural, retrata um sistema onde os interesses económicos e a melhoria do meio ambiente funcionam em simultâneo. Esta ideologia afirma que as organizações podem desenvolver-se e obter lucro, ajudando o meio ambiente e adotando

abordagens mais sustentáveis, pois na verdade, se não houver recursos as indústrias são ineficientes (Farrell, et al., 2022).

Já a Ecologia Industrial, é uma metodologia que visa preservar os recursos utilizados durante um processo produtivo, apoiando as organizações a compreender de que forma podem controlar o consumo de recursos naturais, desde água e energia, durante a produção de um produto. Assim, esta metodologia deposita total responsabilidade à organização quanto ao produto produzido, pois desta forma a empresa não só controla o consumo, como também diminui a criação de resíduos. Além disso, esta abordagem faz com que as empresas aumentem conscientemente o ciclo de vida dos materiais utilizados, dado que, apenas usam o que é estritamente necessário, procurando não haver excedentes. Ainda assim, dentro deste conceito é importante mencionar que devemos pensar que materiais devem ser utilizados para a produção e como devem ser geridos (Corvellec, Stowell, & Johansson, 2022).

Outro conceito semelhante à Economia Circular, é a Economia Azul que consiste numa ideologia que retrata um modelo económico sustentável baseado no desenvolvimento de economias regionais/locais inspiradas na imitação da natureza. Este modelo é sustentado pela utilização única e exclusiva de materiais e energias naturais e físicas, desde gravidade, energia solar, água, entre outras. Assim, a Economia Azul foca-se na produção de produtos através de meios naturais pois desta forma não se geram resíduos, uma vez que, tudo passa a ser biodegradável. Além disso, esta ideologia defende que a produção deve reinventar-se e evoluir da mesma forma que a natureza enfrenta as suas mudanças, o que resulta em novos sistemas naturais e benefícios (Rojas-Díaz & Gil-Marín, 2022).

Por último, o estudo de economias mais ecológicas deu origem ao tema "*Cradle-to-Cradle*", em português "Berço a Berço", que se traduz numa estrutura produtiva que procura obter qualidade e inovação para o seu produto. Deste modo, "*Cradle to Cradle*" é uma forma de planear a produção desde a criação do artigo até ao reaproveitamento das componentes utilizadas para dar origem ao mesmo, visando reduzir o impacto ambiental e proporcionando a criação de novos produtos em diversos mercados. Ainda assim, este mesmo conceito reforça a necessidade da "eco eficácia" dos sistemas produtivos numa relação constante entre a sociedade, a economia e o ambiente. Esta relação entre as três variáveis, é gerada assim que um processo produtivo utiliza métodos inteligentes e inovadores, com o intuito de criar produtos mais ecológicos e sem desperdícios,

contribuindo para uma sociedade mais verde e salvaguardando as gerações futuras (Chagas & Caldeira-Pires, 2022).

Posto isto, é possível compreender que, nos últimos anos, a Economia Circular é um tema cada vez mais presente na gestão de empresas, organizações ou até mesmo países, na medida em que, quando aplicado proporciona a inovação nos modelos de negócios e nos produtos, contribuindo não só para o desenvolvimento económico como também para a manutenção e preservação dos recursos finitos no planeta. Desta forma, a aplicação contínua e persistente da Economia Circular irá proporcionar um maior controlo dos recursos, diminuir a produção de resíduos, melhorar as práticas de consumo da sociedade em geral e por sua vez, criar cadeias de valor mais verdes (Giovanni & Folgiero, 2023).

2.3 INDÚSTRIA TÊXIL

Mundialmente, a indústria têxtil é uma das indústrias mais antigas, sendo talvez o setor de mercado que sofreu mais transformações ao longo dos anos. Esta indústria encontra-se em constante alteração, iniciando a sua existência através de um processo de tecelagem manual, seguido de uma produção em massa automatizada e nos dias de hoje enfrenta a necessidade de se tornar mais responsável a nível ambiental e social. Assim sendo, a história do setor têxtil divide-se na fase pré-industrial e na fase industrial, sendo que, a primeira se destaca pelos processos manuais e artesanais, onde as fibras eram recolhidas diretamente da natureza. Já a fase industrial, remete ao período da Revolução Industrial, onde a produção passa a ser em massa através da adoção de tecnologias como máquinas a vapor e tecelagens mecânicas (Postrel, 2021).

Nos dias de hoje, este mercado enfrenta diversos desafios no que concerne à sustentabilidade e à ética, na medida em que, é considerado o segundo setor de bens mais poluente do mundo, resultando num impacto ambiental relevante em consequência do uso extremo de recursos naturais e da criação inadequada de resíduos. Além das preocupações ambientais em torno desta indústria, também surgem inquietações acerca da ética de trabalho, principalmente em fábricas sedeadas nos países em desenvolvimento, onde se verificaram condições de exploração e instalações precárias (Bailey, Basu, & Sharma , 2022).

Embora a indústria têxtil e vestuário ainda seja vista, pela maioria, como um sistema de produção linear, isto é, um sistema baseado na extração de recursos, utilização dos mesmos e descarte do produto final após a sua utilização, atualmente, o setor tem procurador encontrar soluções inovadoras, com o objetivo de tornar os seus processos produtivos mais circulares. Assim sendo,

a indústria tem implementado uma abordagem mais circular, adotando tecnologias mais eficientes em termos de recursos e procurando incluir matérias-primas inovadora, sustentáveis, reutilizáveis e recicláveis (Rathore, 2023).

A indústria têxtil reconhece que contribui com cerca de 8% das emissões de gases e 20% de águas residuais, em todo o mundo (Bailey, Basu, & Sharma , 2022). Além disso, também é consciente que o fabrico de qualquer tipo de têxtil, requer altos consumos de eletricidade, água e uso de produtos químicos que podem provocar diversos problemas ambientais. Assim sendo, o setor tem vindo a adotar politicas que visam diminuir o seu impacto negativo no meio ambiente, tais como: Investir em matérias-primas mais sustentáveis, orgânicas e recicladas; Reduzir o uso de materiais químicos, impuros e poluentes; Melhorar a eficiência hídrica em processos de tingimento, acabamentos e fiação; Apresentar uma cadeia de valor através da transparência e da responsabilização; Investir em tecnologias verdes com o intuito de otimizar a dependência de energia e por fim, promover ações de economia circular desde o design dos produtos até à reciclagem dos mesmos (Rathore, 2023).

A nível nacional, o setor têxtil tem uma longa história e contribui bastante para o desenvolvimento da economia do país, exportando anualmente mais de 5 mil milhões de euros, para cerca de 180 países do mundo, representando 10% do total das exportações nacionais de bens. A mesma é reconhecida pela produção de têxteis de elevada qualidade, desde vestuário, têxteis-lar a têxteis técnicos. O setor é caracterizado pelo elevado número de pequenas e médias empresas contando com mais 6.100 sociedades e 5.900 empresas individuais, em 2017, concentrando-se a maioria na região norte (CITEVE, 2021).

De acordo com o relatório da EURATEX (2022) e segundo a Figura 2, o setor têxtil em Portugal contribui com cerca de 9% de emprego quando comparado com os restantes estados-membros da União Europeia. Adicionalmente, Portugal representa cerca de 2% das exportações deste setor e apresenta um "*turnover*" financeiro de aproximadamente 5%, situando-se entre os 5 melhores da média europeia. Ainda assim, é de salientar que o mercado têxtil nacional ocupa a 4 posição do Top 5 dos estados-membros com mais ações de investimento, na União Europeia, apresentado uma percentagem de 9% do total de investimentos.

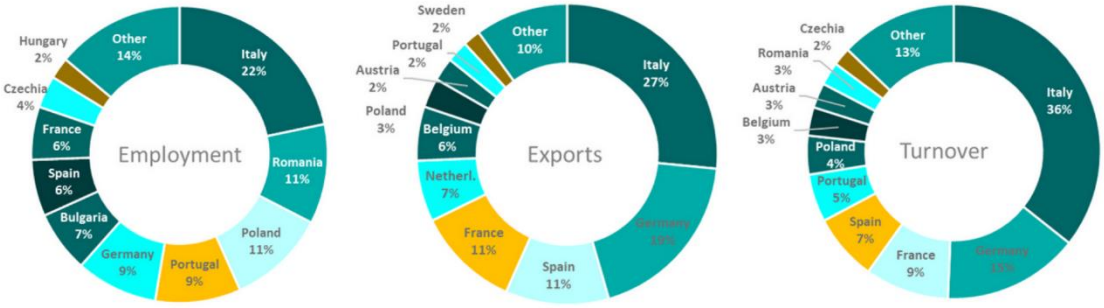


Figura 2 - Quotas Dos Estados-Membros No Total Da UE (EURATEX,2022)

Numa perspetiva europeia, 99,8% das organizações da indústria são pequenas e médias empresas, sendo que, 67% direcionam-se ao mercado de vestuário e 33% à produção têxtil. No entanto, em 2021, o volume de negócios total da indústria foi aproximadamente 147 bilhões de euros, em que 51% provêm da produção têxtil, 44% do vestuário e os restantes 5% remetem à produção de fibras sintéticas. Além disso, a Figura 3 indica que o setor têxtil divide-se em 9 nichos de mercados, isto é, vestuário (31%); têxteis industriais e técnicos (17%); tecidos (15%); têxteis-lar (14%); malhas (6%); têxteis sintéticos (5%); fios (5%); roupa interior (4%) e roupa de desporto (2%) (EURATEX, 2022).

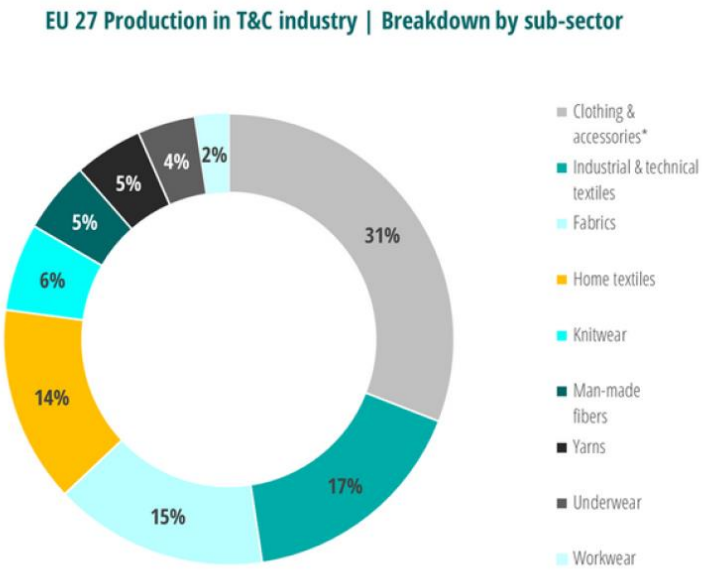


Figura 3 - Produção da UE 27 na indústria têxtil e do vestuário | Repartição por subsector (EURATEX,2022)

Alinhada com as metas da ONU, a indústria têxtil e de vestuário, da União Europeia, tem apresentado ótimos resultados no que concerne à mudança pela sustentabilidade, nos últimos anos. Só no ano de 2020, foi possível recolher 33% dos produtos têxteis produzidos nesse mesmo ano, sendo que, 60% dos mesmos foram revendidos como peças em segunda mão, por exemplo, e 40% ficou disponível para processos de reciclagem. Ainda assim, numa amostra de 38 empresas de marcas têxteis, 43% preveem que as fibras recicladas sejam incluídas em mais de 30% dos seus produtos, até 2025 (EURATEX, 2022).

Ainda nesta linha de pensamento, na União Europeia o setor têxtil recorrer maioritariamente ao uso de energias verdes, sendo o Gás Natural a principal fonte de energia. Além disso, entre 2008 e 2019, as emissões de gases CO2 desceram drasticamente passando de aproximadamente 160gr/€ para 100gr/€, no período em análise (EURATEX, 2022).

Contudo, como referido anteriormente, o conceito de sustentabilidade não só aborda uma dimensão ambiental, como também combina as vertentes sociais e económicas. No que diz respeito à dimensão social, o setor têxtil adotou novas práticas que incluem ações de combate à pobreza e desigualdade, programas de defesa, justiça e equidade, apoios à educação e ao emprego, entre outras (Rathore, 2023). Todavia, na União Europeia, a indústria ainda enfrenta disparidades relativas à equidade, na medida em que, 70% dos colaboradores da indústria são do género feminino (EURATEX, 2022).

Por outro lado, no que concerne à dimensão económica há várias ações de cariz ambiental que promovem uma gestão responsável, uma vez que, as empresas ao incluírem energias mais verdes acabam por diminuir os seus custos de produção (Rathore, 2023). Para além dessas práticas, a aposta nas novas tecnologias não só ajuda a melhorar processos como também pode antecipar a interpretação das tendências e visões dos consumidores, o que acaba por diminuir a produção de resíduos e por sua vez, aumentar a rentabilidade global. Ainda assim, nos dias de hoje, a inteligência artificial pode ser aplicada aos processos industriais desde a fase de criação até ao acabamento, o que torna o processo de produção mais eficiente e eficaz (Rathore, 2023).

Por último, a nível europeu, as indústrias têm a missão de cumprir os objetivos estabelecidos pelos Pacto Ecológico Europeu, apresentado no ano de 2019, que consiste num conjunto de estratégia e políticas que visam bloquear o aquecimento global fazendo com que as organizações apresentem declarações face à sua pegada sustentável. Este pacto visa atingir objetivos sustentáveis, tais como, “ser o primeiro continente neutro em carbono até 2025”; “reduzir 55% das emissões de

CO2, no mínimo, até 2025" e "plantar 3 mil milhões de árvores, em território europeu, até 2030.". Desta forma, para que os objetivos sejam cumpridos, foram elaboradas algumas práticas, das quais se destacam: A reforma do regime de licenças de emissões da EU (CELE); A reserva de estabilização do mercado; A implementação do instrumento de fuga de carbono; A partilha de esforços entre os países; O reforço de medidas para aumentar a remoção de carbono no solo, reafectação e silvicultura (LULUCF); A proposta de zero emissões de CO2, até 2025, dos veículos de passageiros e comerciais; e a revisão de licenças de emissão para a aviação. Todas estas práticas procuram atingir uma economia circular, desenvolver um sistema alimentar mais saudável, manter a biodiversidade e apoiar financeiramente a transição verde (European Commission, 2019).

2.3.1 TÊXTEIS E FIBRAS SUSTENTÁVEIS

O setor têxtil necessita urgentemente de mudar os seus processos produtivos, na medida em que, os resultados da sua produção são intoleráveis, colocando os recursos naturais finitos cada vez mais sob pressão. Este mercado utiliza os recursos de forma excessiva, acumula diversos resíduos, liberta emissões de forma descontrolada e apresenta processos de acabamento e tingimento que prejudicam a pureza das águas (Keßler, Matlin, & Kümmerer, 2021). Assim, a poluição da indústria têxtil está longe de terminar, já que a mesma é poluente desde o processo de produção até à destruição dos artigos após o seu ciclo de vida. Muitas das vezes a destruição é um tão ou mais poluente que a produção, uma vez que, dois terços dos produtos têxteis são feitos a partir de recursos sintéticos, como acrílico, poliéster e poliamida (Henry, Laitala, & Klepp, 2019).

Desta forma, é possível compreender que todas as fases do processo de fabrico têm impacto no meio ambiente. Assim, a escolha de matérias-primas orientadas para a sustentabilidade e aplicação de processos produtivos mais verdes, são ótimos passos para tornar uma produção mais amiga do ambiente. O mesmo ocorre quando a indústria têxtil adota fibras e fios sustentáveis, reciclados, reutilizados e inovadores. (Exchange, 2022)

A circularidade da indústria têxtil é um processo moroso, no entanto, nos últimos anos, o setor tem provado que é capaz de mudar e gerar mudança. A nível mundial, o fabrico de fibras recicladas aumentou significativamente de 8,4% para 8,9%, entre 2020 e 2021, sobretudo pela produção de poliéster reciclado derivado da reciclagem de garrafas de plástico. Também, a nível global, a indústria têxtil tem procurando utilizar mais fibras naturais, já que a maioria é biodegradável. Desta

forma, em 2021, a produção deste tipo de fibras representou, aproximadamente, cerca de 30% da produção global de fibras, de acordo com a informação presente na Figura 4 (Exchange, 2022).

Em contrapartida, a quota relativa aos têxteis reciclados no pós-consumo e pré consumo, representa apenas 1% do mercado de fibras, a nível global. Também, a produção de fibras sintéticas, infelizmente, continua a aumentar, tendo crescido 3 milhões de toneladas, nos anos em análise (2020 e 2021) (Exchange, 2022).

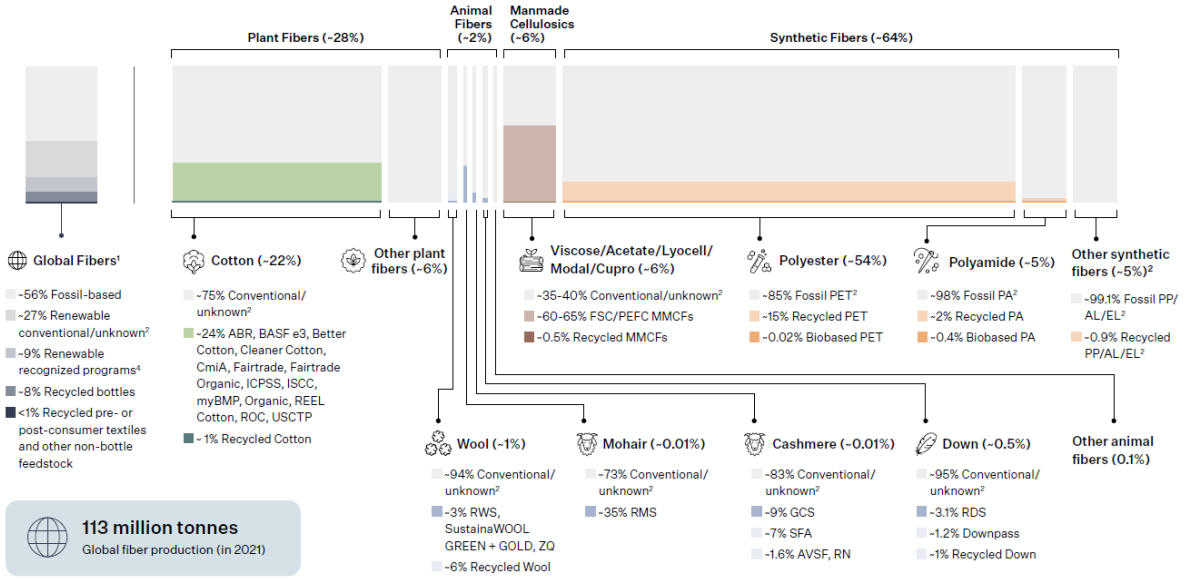


Figura 4 - O mercado mundial de fibras 2021: Visão geral (Exchange, 2022)

Assim sendo, é fundamental compreender quais são os tipos de matérias-primas e caracterizá-las quanto à sua origem. Desta forma, quando caracterizadas pela sua origem, as fibras têxteis podem ser naturais, sintéticas ou artificiais (Muthu, 2017).

As fibras classificadas como naturais, correspondem àquelas que são extraídas de elementos de origem natural, distinguidas por subgrupos, tais como: origem vegetal ou animal. Dentro das fibras vegetais ou lignocelulósicas, estão incluídas fibras que provêm de uma planta, caule, fruto, semente ou folha. (Das, 2018) Alguns exemplos de fibras naturais de origem vegetal, são o algodão, o cânhamo, o linho, a juta, a urtiga, a fibra de ananás, fibra de banana, fibra de coco, sisal, abacá, kapok, ramie, agave, entre outras (Exchange, 2022).

Quanto às fibras de origem animal, são todas aquelas que derivam de pêlo animal, filamentos ou casulos. As fibras de origem animal mais conhecidas são a lã, mohair, cachemira, seda e penas,

sendo que, as mesmas representaram cerca de 2% das fibras a nível global, em 2021 (Exchange, 2022).

Assim sendo, numa visão global, em 2021, 28% das fibras utilizadas foram de origem vegetal, sendo que, 22% corresponde ao algodão. Também, no mesmo ano, as fibras de origem animal apresentavam uma quota de 1.62%, em que 1% representa a lã. (Exchange, 2022)

Contudo, é importante salientar que cada fibra tem as suas propriedades e características e que, apesar de renováveis, é fundamental ter um consumo controlado quanto às fibras naturais, na medida em que, a produção exacerbada pode comprometer a biodiversidade e a vida do solo. (Shuvo, 2020)

Por outro lado, as fibras podem ser classificadas como não-naturais, isto é, fibras que são submetidas a processos químicos, sendo que estas se dividem entre fibras artificiais e fibras sintéticas. Relativamente, às fibras artificias, estas são produzidas através de fibras naturais que são submetidas a transformações químicas simples, cujo objetivo é regularizar a superfície dos polímeros e transformar em fios longos adequados para o processo de tecelagem. (Houck, 2009) Normalmente, as fibras artificiais são denominadas fibras celulósicas regeneradas, uma vez que, são compostas, maioritariamente, por polímeros de origem celulósica. Alguns exemplos deste tipo de fibras são a viscose, modal, lyocell, cupro e acetate. (Exchange, 2022)

Analiticamente, este tipo de fibras representou cerca de 6% do volume total de produção de fibras, em 2021, no entanto, ainda se reflete numa produção anual de 7.2 milhões de toneladas de fibras artificiais, à escala global. Desde 1990, a produção deste tipo de fibras duplicou passando de 3 milhões de toneladas para 7.2 milhões, em 2021, estimando-se que o volume continue a aumentar. (Exchange, 2022)

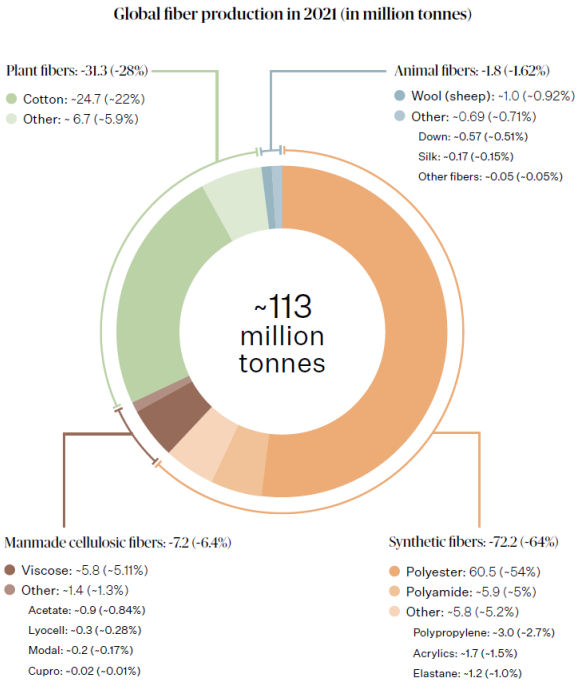


Figura 5 - Produção mundial de fibras em 2021 (em milhões de toneladas) (Exchange, 2022)

No que concerne às fibras sintéticas, estas são o tipo de fibras mais poluentes, uma vez que, são obtidas através de métodos complexos que recorrem, normalmente, a recursos como petróleo, carvão e gás natural (Muthu, 2017). Atualmente, a fibra sintética mais produzida e conhecida é o poliéster, sendo que, em 2021, representou cerca de 54% do total de fibras produzidas no mundo (Exchange, 2022). Esta informação é visível na Figura 5, acima apresentada.

As fibras sintéticas representam mais de metade da produção de fibras a nível global, correspondendo a cerca de 64% da produção total de fibras. A seguir ao poliéster, a poliamida é a segunda fibra sintética mais produzida no mundo, no entanto, só corresponde a 5% da produção total (Exchange, 2022).

Nos dias de hoje, além das fibras naturais, sintéticas ou artificias, surgem também as fibras recicladas, como uma alternativa mais sustentável e circular. Desta forma, as fibras recicladas que mais se destacam são o poliéster reciclado e o algodão reciclado, na medida em que, tanto o poliéster como o algodão são as fibras mais produzidas em todo o mundo, apesar de terem uma tipologia diferente (Frost, Zambrano, Leonas, Pawlak, & Venditti, 2020).

A reciclagem destas duas matérias-primas tem um enorme impacto, não só pela procura no mercado, como também pela necessidade de diminuir a poluição que surge de ambos os processos produtivos. O poliéster é uma fibra sintética produzida a partir de hidrocarbonetos não

renováveis, sendo que pode ser reciclada através de processos químicos ou mecânicos, todavia, os processos mecânicos são considerados mais sustentáveis pois não recorrem a novos recursos nem a processos perigosos. Já o algodão virgem, apesar de ser uma fibra natural, o seu processo de cultivo exige o gasto exacerbado de água e o uso de produtos químicos e acabam por prejudicar a biodiversidade e a vida no solo (Frost, Zambrano, Leonas, Pawlak, & Venditti, 2020).

Além destas duas fibras têxteis recicladas, existe uma panóplia de fibras recicladas, sejam estas de base natural, sintética ou artificial. Nos dias de hoje, é possível identifica diversos tipos de poliéster reciclado, poliamida reciclada, fibras bio sintéticas, fibras recicladas de base natural, novas fibras naturais virgens e artificiais, mais de 13 fibras artificiais recicladas, misturas de fibras recicladas, fibras artificiais não fibrosas, fibras artificiais proteicas e por último, fibras à base de CO2. Assim, é possível compreender que a indústria têxtil tem apostado em projetos de inovação para encontrar novas alternativas no que diz respeito às matérias-primas utilizadas nos seus processos de fabrico (Exchange, 2022).

Contudo, apesar das fibras naturais, recicladas e artificiais serem mais amigas do ambiente quando compradas às fibras sintéticas, após tecidas, estas apresentam um ciclo de vida mais curto, uma vez que, registam maior desgaste após várias lavagens. No entanto, o seu processo de decomposição é mais responsável, sendo que, em alguns casos as fibras são biodegradáveis. Assim, a durabilidade e o baixo custo são duas das razões pelo qual há mais consumo de fibras sintéticas do que algumas fibras naturais ou recicladas (Muthu, 2017).

2.3.2 CERTIFICAÇÕES

A transição pela sustentabilidade fez com que os consumidores e parceiros ficassem mais exigentes quanto à rastreabilidade e transparência ao longo da cadeia de valor da indústria têxtil. Desta forma, para dar resposta às necessidades, as organizações deste setor foram-se agrupando, mostrando-se interessadas em melhorar a nível social e ambiental. Assim, estes grupos correspondem a associações ou conjuntos de empresas que apresentam certificações a nível ecológico, social e/ou económico (Luján-Ornelas, Güereca, Franco-García, & Heldeweg, 2020).

Todavia, apesar de já existirem uma panóplia de certificações quer quanto ao processo produtivo, quanto às matérias-primas ou até quanto ao produto final, é fundamental que as entidades certificadoras verifiquem regularmente as indústrias certificadas, na medida em que, ainda há falta de formação e competências, no que diz respeito ao controlo do processo produtivo, às

regulamentações e às estratégias de sustentabilidade e reciclagem (Luján-Ornelas, Güereca, Franco-García, & Heldeweg, 2020).

Neste sentido, a nível nacional, a Associação Têxtil e Vestuário de Portugal publicou em junho de 2015, um guião de certificações para que as PME que integram o setor têxtil, tenham a oportunidade de consultar quais são as diferentes certificações que podem vir a ter, bem como os requisitos e âmbitos de cada uma. Nesse documento, não só é possível analisar quais as certificações especificas para o setor têxtil, como também tem disponível a lista de certificações justadas a qualquer setor de atividade (ATP – Associação Têxtil e Vestuário de Portugal, 2015).

No que concerne aos certificados direcionados ao setor têxtil, a ATP destacou o OEKO-TEX® STANDARD 100, o STeP – Produção Têxtil Sustentável, o GoBlue, o UV STANDARD 801, o GOTS – Global Organic Textil Standard e por fim, o Friendly Chem, sendo que todos são certificados que controlam processos e matérias-primas sustentáveis (ATP – Associação Têxtil e Vestuário de Portugal, 2015).

O OEKO-TEX® STANDARD 100 consiste num sistema internacional de certificação, que engloba todas as fases do processo produtivo, desde as matérias-primas utilizadas até aos produtos intermédios ou finais. Este certificado é utilizado como uma forma de garantia de que os artigos têxteis não possuem substâncias nocivas à vida humana, sendo que, a sua certificação varia de acordo com as quatro classes que se distinguem por tipologias de produto. Desta forma, para que as empresas obtenham esta certificação, é fundamental que sigam, rigorosamente, todos os requisitos presentes na norma do OEKO-TEX® STANDARD 100, para que posteriormente a entidade certificadora realize todos os procedimentos obrigatórios. (OEKO-TEX®, Standard OEKO-TEX® STANDARD 100, 2023) A nível nacional, a entidade certificadora responsável é o o CITEVE – Centro Tecnológico das Indústrias Têxtil e Vestuário de Portugal (ATP – Associação Têxtil e Vestuário de Portugal, 2015).



Figura 6 - Logotipo Certificado (OEKO-TEX®, Standard OEKO-TEX® STANDARD 100, 2023)

Também o STeP – Sustainable Textile Production, é um sistema de certificado internacional criado pela mesma associação que o OEKO-TEX® STANDARD 100, a Associação Internacional para a Investigação e Ensaios no domínio da Ecologia dos Têxteis e do Couro. Porém, o STeP é um certificado direcionado para os produtores, retalhistas, marcas ou fornecedores da indústria, que visam atuar no mercado de forma transparente, honesta e viável, a nível da produção sustentável. Este certificado pode ser aplicado a todos os fabricantes que se inserem no setor têxtil e vestuário, desde a produção de fibras aos acabamentos. Assim sendo, uma vez que, este certificado é tão completo a nível da rastreabilidade e da transparência, já que aborda requisitos como a gestão ambiental, a gestão de produtos químicos, o desempenho ambiental, a responsabilidade social, a gestão de qualidade e a proteção de saúde e segurança no trabalho, o mesmo resulta numa uma alternativa mais completa ao OEKO-TEX® STANDARD 100 (Standard OEKO-TEX® STeP, 2023).



Figura 7 - Logotipo Certificado (Standard OEKO-TEX® STeP, 2023)

Além disso, no que diz respeito aos requisitos para a obtenção deste certificado, estes são mais complexos e rigorosos, sendo necessário executar 7 etapas e passar regularmente ao auditórias de rotina. Tanto as auditorias como a obtenção do certificado, são aprovadas pela entidade certificadora que é o CITEVE (ATP – Associação Têxtil e Vestuário de Portugal, 2015).

Outro certificado criado pela mesma associação foi o MADE IN GREEN by OEKO-TEX®, que consiste numa etiqueta para produtos têxteis rastreáveis, garantindo que o produto foi verificado e testado quanto a substâncias nocivas. Este certificado é aplicado tanto a produtos têxteis, como a produtos de couro ou componentes não têxteis, e resulta em produtos etiquetados de forma transparente, através de um ID ou código QR único onde é possível verificar o comportamento responsável da entidade produtora e dos seus fornecedores. Desta forma, o consumidor pode obter informação acerca do ciclo de vida do produto, dos processos sustentáveis e das condições de trabalho responsáveis a nível ambiental e social (OEKO-TEX®, Standard OEKO-TEX® MADE IN GREEN, 2023).



Figura 8 - Logotipo Certificado (OEKO-TEX®, Standard OEKO-TEX® MADE IN GREEN, 2023)

Além destes três certificados, a OEKO-TEX® ainda apresenta mais quatro, sendo esses o OEKO-TEX® ORGANIC COTTON, LEATHER STANDARD, ECO PASSPORT e por último, o RESPONSABLE BUSINESS. A nível mundial, a adesão a estas certificações cresceu cerca de 14%, de 2021 para 2022, o STeP o certificado mais procurado no último ano, apresentado um crescimento de 46% (OEKO-TEX®, 2023).

No que diz respeito ao certificado UV STANDARD 801, este consiste numa certificação rigorosa aplicada aos têxteis com fator de proteção à radiação ultravioleta. Este rótulo determina o grau de proteção que o produto apresenta quando exposto à luz solar, tanto durante a sua utilização como após lavagens. Já o certificado GoBlue é um rótulo criado pelo CITEVE, em 2007, de modo a identificar os produtos que são feitos a partir de matérias-primas de base biológica, processadas em métodos de biotecnologia, sempre que possível, sem recorrer a substâncias nocivas e prejudiciais à vida humana e produzidas através de tecnologias ambientais disponíveis (ATP – Associação Têxtil e Vestuário de Portugal, 2015).

Outra certificação bastante reconhecida é a GOTS – Global Organic Textil Standard, que consiste num certificado aplicado ao algodão de modo a garantir que o mesmo seja plantado, colhido e produzido de forma orgânica. O GOTS é uma rotulagem internacional que promove uma produção ambiental e socialmente responsável, no setor têxtil orgânico, com o intuito de garantir credibilidade e honestidade para o consumidor final (ATP – Associação Têxtil e Vestuário de Portugal, 2015).

Contudo, existem múltiplas certificações que podem ser aplicadas aos processos produtivos ou à composição dos próprios produtos têxteis. A nível mundial, as certificações que mais se destacam relativas aos têxteis orgânicos são a OCS – Organic Content Standard e a GOTS, sendo que registaram, em 2021, cerca de 11,885 e 12,340 empresas certificadas, respetivamente. Também, relativamente às certificações para produtos feitos a partir de matérias-primas recicladas, destacam-se a RCS – Recycled Claim Standard e a GRS – Global Recycled Standard, que registaram, em 2021, aproximadamente 8,004 e 25,763 empresas certificadas, respetivamente (Exchange, 2022).

2.4 SETOR HOTELEIRO E O SEU IMPACTO AMBIENTAL

O setor hoteleiro é considerado um dos serviços com maior impacto ambiental a nível global, uma vez que, no decorrer dos seus serviços são criados diversos resíduos e os recursos são utilizados de forma exacerbada, como é o caso da água e da energia. Além disso, muitos dos hotéis são construídos em locais de elevada importância a nível cultural e ambiental, isto é, locais históricos, de património cultural, áreas com paisagens e reservas naturais ou regiões de controlo ambiental (Zutshi, Narula, & Desore, 2016).

Devido ao seu impacto negativo, o setor hoteleiro tem elevada responsabilidade, no que diz respeito, à necessidade de mudança pela sustentabilidade, tanto na vertente ambiental como social e económica. Essa responsabilidade acrescida surge também, devido ao facto deste mercado ter vindo a registar taxas de crescimento bastante elevadas, refletindo-se no lucro. Com isto, podemos considerar que os hotéis têm capacidade financeira para investir em novas estratégias, tecnologias e soluções mais amigas do ambiente (Malheiro, Sousa, Liberato, & Liberato, 2020).

As exigências do consumidor levaram a que este e outros setores adotassem estratégias mais sustentáveis, todavia, na hotelaria existem pequenas práticas que tornam este processo mais simples e direto. Alguns dos primeiros passos para um turismo mais sustentável, são práticas

como a gestão eficiente de energia através de painéis solar e sensores de luz, o controlo de água através de chuveiros com temporizador ou sistemas circulares de água, a produção controlada de resíduos a partir da utilização de embalagens recicladas, a monitorização da quantidade de alimentação confecionada, a doação de alimentos ao final do dia, entre outros. Alinhados com a alimentação, alguns hotéis já adquirem os seus produtos em negócios locais e criam estratégias mais eficientes e eficazes na secção de cozinha e bar. Por último, uma das práticas mais importantes é, sem dúvida, sensibilizar e apelar aos hóspedes quanto ao seu comportamento responsável e sustentável (Calisto, Umbelino, Gonçalves, & Viegas, 2021).

Mundialmente, o setor do turismo e hotelaria representa cerca de 10% do PIB e do emprego, influenciando positivamente o crescimento económico e sustentável, bem como o consumo, a produção, a utilização de recursos e dos oceanos de forma responsável e amiga do ambiente.

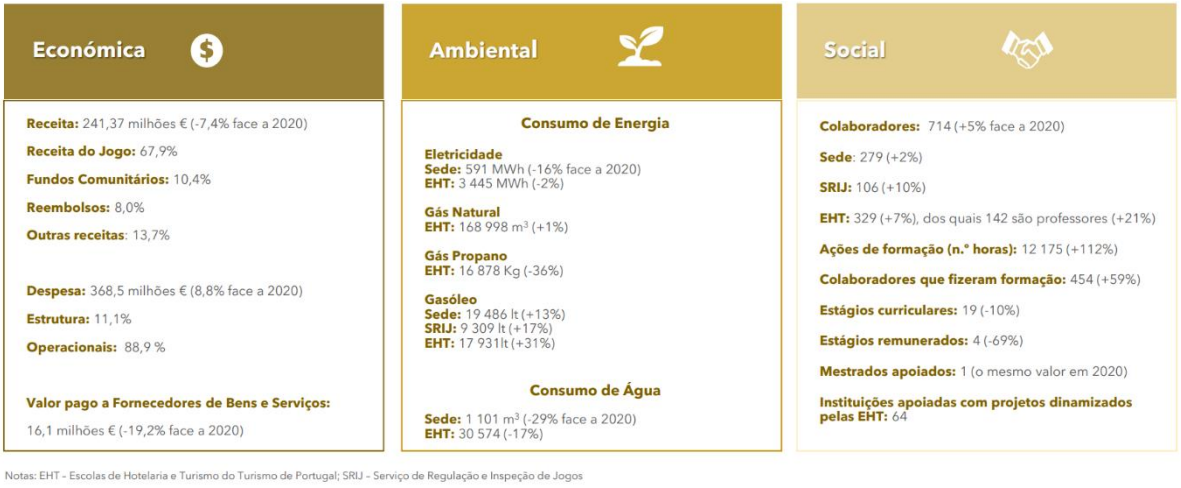


Figura 9 - Desempenho dos Indicadores do Turismo de Portugal 2021 face a 2020 (Turismo de Portugal, 2022)

Assim, atualmente, o turismo e a hotelaria são setores que se interligam e trabalham ativamente para o desenvolvimento sustentável à escala global (Turismo de Portugal, 2021).

A nível nacional, de acordo com a Figura 9, o setor do turismo contribui notoriamente para o desenvolvimento da economia, sendo que, em 2021, registou uma receita total de 241,37 milhões de euros. Além disso, também assiste a vertente social, na medida em que, no mesmo ano, cerca de 5,1% do total de população empregada correspondia ao setor em análise. Ainda assim, este setor promove a integridade e equidade na sociedade, na medida em que, emprega indivíduos com o ensino médio, representando 54% dos funcionários deste setor e 36% do total da economia do país (Turismo de Portugal, 2022).

Relativamente às ações de sustentabilidade, delineadas para o ano de 2023, estas foram desenvolvidas em torno dos objetivos presentes não só Plano de Estratégia do Turismo 2027, como também em torno dos 17 objetivos pelo desenvolvimento sustentável da ONU e do Sistema Europeu de Indicadores de Turismo para a Gestão Sustentável a Nível do Destino, definido pela Comissão Europeia em 2016 (Turismo de Portugal, 2021).

Assim sendo, as iniciativas adotadas pelo setor do Turismo, em Portugal, em prol do desenvolvimento e gestão sustentável, focam-se me princípios como "Integrar a sustentabilidade na gestão", "Aumentar a Ecoeficiência" e "Valorizar o capital humano". Desta forma, para colocar em prática estes princípios destacam-se as seguintes iniciativas: desenvolvimento de um *roadmap* com vista à neutralidade carbónica; adoção de observatórios de sustentabilidade; substituição dos utensílios de plástico por material feito a partir de papel; eliminação dos jornais impressos e promover a versão online, implementação de novos programas curriculares e dinamização de programas acerca da responsabilidade social e ambiental (Turismo de Portugal, 2022).

Entre os anos de 2019 e 2020, o setor foi bastante afetado a nível económico devido aos diversos períodos de confinamento derivados da pandemia Covid-19, no entanto, estes obstáculos contribuíram para uma diminuição bastante acentuada nas emissões de gases com efeito de estufa e no consumo de energia direta (Candia & Pirlone, 2021). Desta forma, assistiu-se a um decréscimo de cerca de 32% do consumo de eletricidade, de 2020 face a 2019, no setor do turismo, em Portugal. Também, tendo em conta a Figura 10, as emissões de gases passaram de 332661 *t CO2e* para 223873 *t CO2e*, entre os anos em análise. (Turismo de Portugal, 2022)

Emissões de GEE (t CO_{2e})

Alojamento		**2019**	**2020**
Âmbito 1	Energia Direta*	100 962	66473
Âmbito 2	Eletricidade	231 699	157 400
Total		**332 661**	**223873**

Figura 10 - Emissões de GEE (t CO2e) (Turismo de Portugal, 2022)

Assim, estas diminuições motivaram ainda mais a aplicação de novas práticas de gestão, sendo feito um estudo na sede da Autoridade Turística de Portugal, onde se assistiu a diversos

decréscimos relativos ao consumo de água e energia, por colaborador. Observando a Figra 11, é possível constatar que consumo de água por colaborador diminuiu de 4,2m3 para 2,9m3 e o consumo de eletricidade passou de 6,9 GJ para 5,5GJ, de 2020 para 2021 (Turismo de Portugal, 2022).

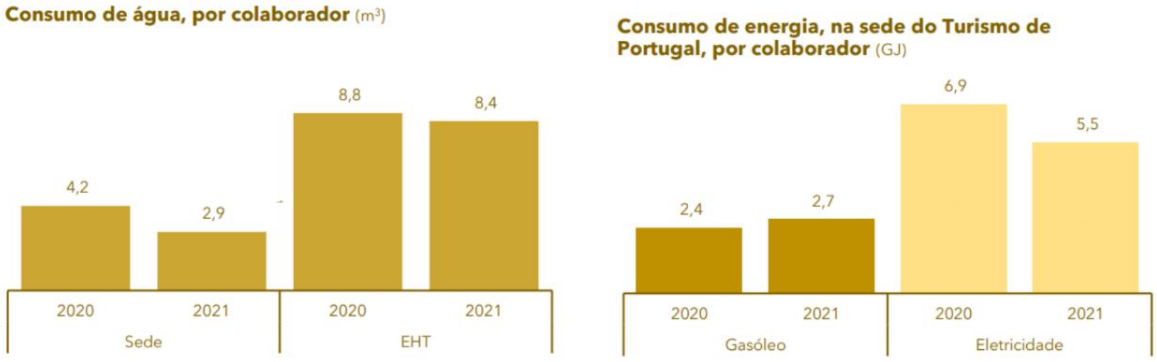


Figura 11 - Consumo de água por Colaborador & Consumo de Energia por colaborador (Turismo de Portugal, 2022)

Contudo, apesar do setor ter vindo a apresentar resultados bastante significativos relativamente à gestão sustentável dos alojamentos, infelizmente, a razão pelo qual as unidades hoteleiras colocam em prática estas iniciativas deve-se, maioritariamente, aos ótimos resultados relativos à relação entre custo e eficiência e não prol do meio ambiente. Para além disso, as grandes unidades estão mais dispostas a tornarem-se sustentáveis não só porque têm capacidade financeira para o fazer, como também há mais procura e exigência por parte dos hóspedes. Desta forma, as pequenas e médias unidades não têm tanto rendimento para colocar as suas ações em prática, nem sabem como comunicá-las de forma eficaz (Calisto, Umbelino, Gonçalves, & Viegas, 2021).

Para contornar as dificuldades das micro e pequenas entidades hoteleiras, a Autoridade Turística de Portugal, mais conhecida como Turismo de Portugal I.P, garante apoio financeiro e promove atividade de conhecimento e desenvolvimento de novas competências. Assim, no que diz respeito à sustentabilidade, o Turismo de Portugal disponibiliza programas de abordagem estratégica e mobilizadora, tais como: Empresas Turismo 360°; Pacto Português para os Plásticos; Estratégia Nacional de Adaptação às Alterações Climáticas; e o Plano de Ação para a Economia Circular em Portugal. Além disso, também existem mais de 7 linhas de apoio às empresas de turismo e 12 projetos sustentáveis orientados para questões sociais e ambientais (Turismo de Portugal, 2022).

No que diz respeito, à forma como as empresas comunicam a sua pegada sustentável, o Turismo de Portugal também auxilia esta lacuna através de campanhas de divulgação e promoção, isto é, campanhas de ativação das marcas do turismo português denominadas "*Tomorrow is Today*", "*The Unwanted Shapes*", "*#280ToChangePortugal*", "*Rout-E*" e "*SketchTour Portugal: Reload*". Cada uma destas marcas direciona-se para diferentes tipos de turismo e comunica de forma a atingir o público-alvo pretendido (Turismo de Portugal, 2022).

Por fim, alguns estudos indicam que apesar de ser fundamental a aplicação de uma gestão interna sustentável nos hotéis, há diversos fatores que influenciam positiva ou negativamente o desempenho ecológico destas empresas. Desta forma, a localização e o comportamento do hóspede são dois fatores que ressaltam, na medida em que, em localizações mais perto da natureza há mais abertura para um comportamento sustentável e os hóspedes procuram mais ambientes ecológicos. Por conseguinte, é crucial que os hotéis criem um plano de ação focado na sustentabilidade interna e externa, com o intuito de atingirem tanto os objetivos organizacionais e específicos, como também os objetivos globais e regionais (Maté-Sánchez-Val & Teruel-Gutierrez, 2021).

2.4.1 HOTELARIA SUSTENTÁVEL: CONCEITO

Nos últimos anos, os conceitos de hotelaria sustentável e ecoturismo têm ganho destaque no setor do turismo, principalmente por serem conceitos que se interligam. Estes termos são cada vez mais familiares devido ao aumento de consciência ambiental e à urgente preocupação quanto à preservação dos recursos naturais. Desta forma, atualmente, os hotéis não só compreendem a necessidade de tornar a sua gestão sustentável, como observam uma oportunidade de negócio, já que os hóspedes procuram cada vez mais os serviços sustentáveis e o contacto com a natureza (Fennell & Copper, 2021).

Por um lado, o termo de hotelaria sustentável foca-se na implementação de políticas e práticas cujo objetivo é reduzir as consequências ambientais e sociais dos hotéis, assim como, na promoção do desenvolvimento económico local, oferecendo experiência locais e positivas aos seus clientes (OESTE PORTUGAL, 2019). Desta forma, o principal objetivo deste conceito é gerar um equilíbrio entre a oferta de serviços, a preservação dos ecossistemas e o respeito pelas comunidades locais. Para tal, algumas das práticas utilizadas para atingir este objetivo são: a adoção de um sistema de gestão responsável a nível ambiental e social, o uso eficiente dos

recursos naturais, a diminuição da criação de resíduos e emissões de gases, a divulgação da cultura local e a valorização do património, da cultura e dos recursos humanos (Sharma, 2019).

Por outro lado, os termos de hotelaria sustentável ou hotelaria responsável são conceito gerais que procuram encontrar um equilíbrio entre o exercício da atividade turística, o meio ambiente e a cultura (Edgell, 2016). Dentro destes conceitos generalistas, estão incluídos conceitos como o ecoturismo, turismo rural, agroturismo, turismo religiosos, entre outros. No que diz respeito ao ecoturismo, este refere-se à forma de turismo que está associada à apreciação de áreas ou reservas naturais, de modo a vivenciar uma experiência local, real que visa conservar o meio ambiente e garantir o bem-estar das comunidades locais. Este modo de turismo/hotelaria valoriza a natureza, a cultura e a sustentabilidade através do incentivo na participação ativa dos hóspedes em atividades relacionadas diretamente com a natureza, o que geralmente inclui, percursos em trilhos, mergulho, observação de aves, caminhadas, passeios a cavalo, caiaque, entre outras. A ideia central destas atividades é proporcionar experiência com contacto direto e respeitosos com o meio ambiente, aos hóspedes (Fennell, 2020).

Tanto o conceito de hotelaria sustentável como ecoturismo, têm sido amplamente discutidos dentro do setor turístico, uma vez que, são duas soluções que vão se encontro aos objetivos da ONU, relativamente ao desenvolvimento sustentável. Alguns estudos relatam que adesão de ações sustentáveis traz benefícios não só para as entidades hoteleiras e para o meio ambiente, como também para os destinos turísticos, na medida em que, essas ações preservam a identidade cultural dos destinos e fazem com que as populações não sejam tão prejudicadas com as atividades do turismo em massa (Wong, Ruan, Cai, & Huang, 2021).

É importante relembrar que as ações sustentáveis não assentam apenas na responsabilidade ambiental e que a dimensão social e económica faz parte da importância das práticas sustentáveis. O setor da hotelaria sustentável é um ótimo exemplo nesse sentido, pois conecta todas as dimensões de uma forma harmoniosa, eficiente e eficaz (Fennell & Copper, 2021).

No que concerne ao ecoturismo, é fundamental destacar a importância de os hotéis oferecerem uma experiência educativa, integra e autêntica aos seus hóspedes, com o intuito de fazê-los compreender e valorizar os ecossistemas e os locais culturais, já que é este o fator que o difere de outro tipo de turismo responsável. O mesmo pode contribuir para a conservação da biodiversidade e acaba por gerar outro tipo de rendimento para a comunidade local, já que contribui para o surgimento de alojamentos locais, que são um tipo de hotelaria. Por sua vez, estes

alojamentos locais fortalecem a identidade cultural e contribuem para uma experiência tão real quanto um cidadão do destino (Fennell, Ecotourism, 2020).

Em suma, estas tipologias de hotelaria/turismo são abordagens promissoras para o setor, pois tornam o mesmo mais consciente e responsável. Sem dúvida, que esta oportunidade de negócio impulsionou o setor a encontrar um equilíbrio ajustado entre o desenvolvimento da sua atividade, da economia onde se insere, da sustentabilidade e por fim das sociedades (Wong, Ruan, Cai, & Huang, 2021).

2.4.2 TÊXTEIS-LAR SUSTENTÁVEIS NO SETOR HOTELEIRO

Algumas entidades do setor hoteleiro têm vindo a apostar na utilização de têxteis-lar sustentáveis, como uma estratégia para promover a sustentabilidade dos seus serviços e por sua vez, reduzir o impacto ambiental das suas operações. (Watson & Trzepacz, 2019) Esta nova estratégia surge como alternativa aos têxteis-lar feitos a partir de fibras sintéticas, como é o caso do poliéster. Desta forma, a gestão dos hotéis tem apostado em têxteis fabricados a partir de matérias-primas orgânicas e recicladas, ou cujo processo de produção seja renovável e com baixo impacto ambiental (Bahadır Ünal , Dirgar, Acar, & Oral, 2017).

Como mencionado no capítulo anterior, a indústria têxtil é destacada como uma das mais poluentes a nível global, principalmente devido à quantidade de recursos necessários à sua produção, bem como à poluição que gera. Porém, a mesma indústria apresenta cada vez mais soluções, através da criação de produtos com menor impacto para o meio ambiente, seja devido aos seus processos mais renováveis ou à aplicação de novas fibras que não só são sustentáveis como também são melhores para a saúde e o bem-estar (Thyavihalli Girijappa , Mavinkere Rangappa , Parameswaranpillai , & Siengchin, 2019).

Quando o setor da hotelaria se alia aos têxteis-lar sustentáveis, não só adota uma estratégia responsável como promove o bem-estar dos seus hóspedes, já que a utilização de têxteis-lar feitos a partir de matérias-primas orgânicas, garante um melhor descanso e relaxamento. Desta forma, a indústria de têxteis-lar está presente no serviço dos hotéis, no formato de conjuntos de lençóis, toalhas de banho, robes, cortinas e/ou tapetes, entre outros produtos presentes num quarto de hotel comum (Bahadır Ünal , Dirgar, Acar, & Oral, 2017).

Todavia, é fundamental que a gestão dos hotéis tenha em atenção aos tipos de produtos que adquire, na medida em que, os mesmo devem ser certificados quer pelo seu processo produtivo,

quer pelo tipo de fibras utilizadas (Floričić, 2020). Além disso, é sempre importante que os produtos sejam testados para compreender se correspondem às necessidades do serviço hoteleiro, isto é, quanto ao número de lavagens, à temperatura de lavagem, ao número de utilizações, entre outros requisitos (Watson & Trzepacz, 2019).

Dentro da extensa lista de fibras sustentáveis que podem estar presentes neste tipo de produtos, as que mais satisfazem o setor hoteleiro são o algodão orgânico, o linho europeu, o algodão reciclado e o poliéster reciclado (Watson & Trzepacz, 2019). Os produtos de algodão orgânico e linho são procurados devido ao facto de nos cultivos das matérias-primas não serem utilizados pesticidas e fertilizantes químicos nocivos para o solo. Por ouro lado, os artigos de poliéster têm ganho notoriedades pois são uma excelente alternativa ao poliéster virgem, dado que a sua produção é feita através da reciclagem de garrafas plásticas. Curiosamente, numa visão global, alguns hotéis que se inserem na tipologia de ecoturismo, já procuram fibras com bambu, modal, cânhamo e fibra de urtiga, pois são algumas fibras de origem renovável e biodegradáveis (Subrata, 2018).

Nesta linha de pensamento, a inclusão deste tipo de têxteis-lar com valor acrescentado, acaba por acrescentar valor à imagem do hotel e ao serviço em si, principalmente para o tipo de consumidor que se mostra mais preocupado com as causas ambientais e sociais. Com esta precessão, os hotéis compreendem que têxteis-lar sustentáveis é um investimento, cujo retorno é sentido a partir da satisfação do cliente, pelo conforto proporcionado e pela visibilidade gerada em torno dos detalhes que o hotel fornece durante os seus serviços (Chin, Tat, & Sulaiman, 2015).

Além das vantagens relacionadas com a responsabilidade ambiental e a notoriedade, os hotéis acabam por obter uma vantagem competitiva que se reflete nos seus indicadores financeiros. Esse benefício surge como conclusão de alguns Estudos, que indicam que os hóspedes já estão dispostos a pagar mais por uma estadia que apresente práticas de sustentabilidade coerentes e eficazes (Gerdt, Wagner, & Schewe, 2019). Ainda assim, é fundamental destacar que a qualidade e durabilidade deste tipo de têxteis reflete-se numa redução de custo a longo prazo, em comparação com produtos mais convencionais (Bahadır Ünal , Dirgar, Acar, & Oral, 2017).

Contudo, a utilização de têxteis-lar sustentáveis está longe de ser generalizada, devido a diversos obstáculos tais como a falta de disponibilidade imediata deste tipo de artigos por parte dos fornecedores, a necessidade de certificação dos produtos, a falta de informação e conhecimento

acerca das alternativas sustentáveis, a diferença elevada dos custos entre os produtos convencionais e os produtos sustentáveis, entre outros (Bahadır Ünal , Dirgar, Acar, & Oral, 2017).

Por fim, é importante salientar que a aplicação de práticas sustentáveis não deve ser feita apenas pelos mercados que são considerados mais poluentes, apesar destes serem mais urgentes e apresentarem maior impacto. Ou seja, todos os mercados que procuram ser mais sustentáveis acabam por influenciar os setores ao seu redor, já que os seus fornecedores procuram soluções inovadoras e sustentáveis para satisfazer as suas necessidades. Desta forma, a gestão sustentável é muito mais do que fazer boas escolhem, pois, ações responsáveis impulsionam outras ações (Taliento, Favino, & Netti, 2019).

2.5 MARKETING APLICADO AO SETOR HOTELEIRO

O marketing consiste numa ciência multifacetada que compreende um conjunto de atividades e estratégias, de modo a criar, comunicar e acrescentar valor a um negócio, produto ou serviço, priorizando a satisfação das necessidades dos consumidores e alcançando os objetivos organizacionais. Esta ciência baseia-se no estudo, identificação e análise das necessidades de um ou mais mercados, a fim de encontrar soluções e criar produtos/serviços que atendam a essas mesmas necessidades. Além disso, o marketing é responsável pela determinação de estratégias de comunicação e distribuição que promovam os produtos e que os distribuam de forma eficiente e eficaz ao público-alvo. Desta forma, este conjunto de atividades e estratégias é fundamental para o desempenho das organizações, já que apoia na criação, construção e fidelização de relacionamentos com os clientes, resultando no sucesso (Kotler, Keller, Goodman, Brady, & Hansen, 2019).

Desta forma, o marketing é um fator chave para o desempenho do setor de hotelaria e turismo, na medida em que, este mercado é altamente competitivo e necessita de estratégias eficientes para se destacar da concorrência. Assim, o marketing é a ferramenta de gestão focada no posicionamento e promoção dos serviços, de modo a atrair atuais e potenciais clientes, o que acaba por se refletir no desempenho financeiro dos hotéis (Krizanova, et al., 2019).

Ainda assim, as estratégias de marketing permitem que os hotéis estabeleçam uma imagem de marca sólida e atraente para o seu público-alvo. Também, numa vertente digital, o marketing tem vindo a cumprir um papel cada vez mais essencial, pois permite que o setor alcance uma audiência mais global através de canais online, redes sociais, *Marketplaces*, entre outros (Chu, Deng, & Cheng, 2020).

Por outro lado, num contexto de sustentabilidade, o marketing também surge como uma abordagem fundamental para o setor do turismo, uma vez que, é a principal ferramenta para os hotéis comunicarem as suas práticas e estratégias relacionadas com a responsabilidade social e ambiental. Assim, o hotel não só comunica aos atuais e potenciais hóspedes as suas ações, como também garante vantagem competitiva, segmentação e posicionamento no mercado (Gerdt, Wagner, & Schewe, 2019).

Por conseguinte, os clientes mais preocupados em conhecer as boas práticas dos hotéis acabam por se interessar ainda mais através da acessibilidade e da forma como a gerência faz chegar esta informação aos mesmos. Neste contexto, as estratégias de marketing devem incluir a comunicação dos benefícios do turismo sustentável, a criação e divulgação de experiências autênticas e ações de comunicação em prol da sensibilização dos turistas quanto à importância da conservação da natureza, espaços públicos, edifícios e culturas (Gerdt, Wagner, & Schewe, 2019).

Nesta linha de pensamento, o marketing causa reações no seu público-alvo e muitas das vezes essas reações são partilhadas através de impulsos denominados "boca-a-boca", isto é, uma comunicação informal entre indivíduos, acerca de um serviço, produto ou experiência. Este tipo de marketing é crucial e extremamente relevante, no setor do turismo e hotelaria, na medida em que, os consumidores procuram e confiam nas opiniões e recomendações de outros indivíduos, para tomar decisões. (Kim & Kim, 2022) Além disso, o marketing boca-a-boca é fundamental, já que a organização não tem total controlo sobre o mesmo e é determinante para a sua reputação online, principalmente quando o assunto é sustentabilidade ou "*green image*" (Wang, Wang, Xue, Wang, & Li, 2018).

Nos meios digitais é onde se verifica tamanha importância da opinião do consumidor, já que quando potenciais clientes pesquisam um determinado hotel ou destino, observam e analisam de imediato as recomendações e avaliações de outros indivíduos. Assim, a reputação online pode fazer crescer um negócio ou destruí-lo devido às opiniões expostas. No entanto, há maior probabilidade de um consumidor expor a sua opinião, quando a sua experiência atende ou supera as expectativas (Kim & Kim, 2022).

Igualmente, surge o conceito de marketing de influência que consiste na promoção de produtos, serviços e experiências através da colaboração entre marcas e influenciadores digitais, que têm uma comunidade ativa através das redes sociais. A opinião e experiência destas celebridades

digitais também é um fator importante para os seguidores assíduos, todavia, é muitas vezes questionada a veracidade e transparência destas opiniões já que se trata de um acordo entre as partes interessadas, isto é, entre o hotel e o influenciador (Ong & Ito, 2019).

Nos dias de hoje, o marketing de influência é aplicado em vários negócios, uma vez que, estas celebridades conseguem obter, de forma mais rápida, a confiança e lealdade dos consumidores, envolvendo-os através de conteúdo interativo, como por exemplo: vídeos, interações com o conceito de" Perguntas e Respostas", concursos, entre outros (Femenia-Serra & Gretzel, 2020).

Contudo, além do marketing boca-a-boca e o marketing de influência, há diversas outras estratégias que podem e devem ser utilizadas para potenciar o número de estadias, mas acima de tudo o número de regressos ao hotel por parte de atuais e antigos clientes. Assim, um exemplo dessas estratégias é o marketing sensorial, que consiste no despertar da necessidade de compra através de estímulos ligados aos cinco sentidos do corpo humano, isto é, o olfato, tato, paladar, visão e audição. Desta forma, os hotéis podem aplicar o marketing sensorial para tornar a sua experiência exclusiva, seja a partir de uma fragância única do hotel, uma parceria com um chef de cozinha ou um restaurante exclusivo ao serviço dos hóspedes, a utilização de artigos têxteis de elevada qualidade e macios ao toque, a criação de espaços alusivos, modernos ou com uma decoração fora do vulgar e por fim, uma atmosfera musical com um estilo sonoro específico ou eventos de música ao vivo (Kim, Lee, & Kim, 2020).

Ainda assim, é importante mencionar que as estratégias de marketing não são exclusivamente orientadas para o consumidor final, isto é, práticas de marketing B2C. Além de criarem práticas focadas no hóspede considerado turista, os hotéis também planeiam estratégias de marketing denominadas B2B, que consistem em ações orientadas para outros negócios (Zhang & Du, 2020).

Desta forma, o marketing B2B, no setor hoteleiro, é direcionado essencialmente para outras empresas que visam adquirir serviços de hospedagem para os seus colaboradores, parceiros ou para outro tipo de eventos corporativos. Normalmente, as ações de marketing praticadas para atrair este tipo de clientes focam-se nas comodidades do hotel, na sua localização congruente, na sua capacidade de servir grupos numerosos e na personalização dos seus serviços de modo a satisfazer as necessidades especificas da organização. Desta forma, a segmentação para este tipo de mercado, é um conjunto de empresa, tais como: consultoras, organizações tecnológicas, agências de viagens, organização de feiras internacionais, entre outras. (McNeill & Nienaber, 2021)

Por último, é notório que a gestão do hotel deve estruturar de forma consciente e coerente as suas estratégias de marketing, segmentando e posicionando as mesmas de acordo com o público-alvo que pretendem atingir. Assim, além das técnicas baseadas em marketing de conteúdo, marketing de influência e marketing sensorial, é essencial que o hotel adote práticas que visam aumentar a notoriedade do mesmo quanto à sua imagem verde. A imagem verde consiste no conjunto de iniciativas sustentáveis que o hotel adota em prol do impacto ambiental e da responsabilidade social, algo que é bastante importante no momento de decisão de um consumidor responsável, quer seja um consumidor direto ou um parceiro de negócios (Wang, Wang, Xue, Wang, & Li, 2018).

CAPÍTULO III: TRABALHO EMPÍRICO

3. TRABALHO EMPÍRICO

Ao longo deste capítulo, é apresentada a explicação acerca da abordagem metodologia escolhida, bem como quais os procedimentos e instrumentos adotados para a recolha e análise de dados.

3.1 ABORDAGEM METODOLÓGICA

A abordagem metodológica adotada para o desenvolvimento do presente estudo, foi uma metodologia quantitativa. Esta escolha deve-se à capacidade de recolha de dados mensuráveis e estatisticamente significativos acerca da perceção dos hóspedes em relação à sustentabilidade, aos hotéis sustentáveis, à utilização de têxteis-lar sustentáveis no setor hoteleiro e às táticas de marketing utilizadas durante a jornada do cliente.

Assim, a escolha do questionário como instrumento de recolha de dados foi motivada pela eficiência na obtenção de respostas e facilidade de implementação em grande escala, resultando numa amostra diversificada. A plataforma Google Forms foi selecionada com o intuito de apresentar um questionário de forma acessível e fácil, sendo que, posteriormente o mesmo foi divulgado e distribuído através de redes sociais como Linkedin e Instagram, e também via e-mail com apoio da comunidade escolar da Universidade do Minho.

3.2 PÚBLICO-ALVO & AMOSTRA

Para que este estudo fosse o mais amplo e realista possível, o público-alvo definido consiste nos hóspedes comuns de hotéis, cujas experiências e perspetivas são cruciais para compreender a eficácia das práticas sustentáveis no setor hoteleiro. Esta escolha alargada e geral, concentra-se na voz dos consumidores finais que interagem diretamente com os serviços e produtos oferecidos pelos hotéis.

Por outro lado, também não foi delineada nenhuma faixa etária ou comunidade em específico, com o objetivo de perceber quais são os perfis dos consumidores mais orientados para a prática sustentável que sustenta este estudo, ou seja, a utilização de têxteis-lar sustentáveis no setor hoteleiro.

O tamanho desejável para a amostra deste estudo, seria um total de duzentos participantes, pois seria uma garantia de representatividade, diversidade e validade do estudo. Porém, como será observado no capítulo seguinte, através da caracterização da amostra, não foi possível atingir este resultado, no entanto, ainda houve um número considerável de inquiridos.

3.3 INSTRUMENTO & PROCEDIMENTO DE RECOLHA DE DADOS

O questionário online desenvolvido para este estudo foi cuidadosamente elaborado, através da plataforma digital denominada Google Forms, de modo a abordar o objetivo principal e dois dos objetivos específicos da pesquisa, isto é:

a. Compreender a perceção dos consumidores sobre hotéis sustentáveis;
b. Averiguar a credibilidade dos hotéis sustentáveis e o impacto da utilização de têxteis-lar sustentáveis na perceção do consumidor.

Desta forma, as questões foram formuladas de maneira clara e objetiva, visando recolher dados quantificáveis e relevantes.

O questionário intitulado "O Uso de Têxteis-lar Sustentáveis no setor de Hotelaria Sustentável, a perspetiva do consumidor", este disponível de dia 27 de agosto de 2023 até 1 de outubro do mesmo ano. O mesmo estava divido em quatro temas, isto é, Sustentabilidade, Hotelaria Sustentável, Têxteis-lar Sustentáveis e Marketing aplicado ao Setor Hoteleiro, sendo que incorporava um total de trinta e uma perguntas incluindo questões relativas aos dados sociodemográficos dos inquiridos e o respetivo consentimento de participação no estudo. Assim, as trinta e uma questões foram formuladas de forma maioritariamente fechada, dividindo-se em perguntas de escolha múltipla e única.

Para o primeiro tema, foram elaboradas três questões, que procuram compreender se os indivíduos são pessoas orientadas para as causas sustentáveis ou não. Desta forma, as questões foram as seguintes:

1. Considera-se uma pessoa preocupada para as questões ambientais?

2. As suas escolhas de bens/serviços são orientadas, maioritariamente, para a sustentabilidade?
3. Preocupa-se com o processo produtivo dos bens que adquire?

É relevante mencionar que as respostas às três perguntas eram de escolha múltipla, tendo a opção de selecionar "Sim" ou "Não".

No segundo tema relativo à Hotelaria Sustentável, o intuito das questões era observar se os inquiridos compreendiam a importância da sustentabilidade no setor, o conceito de hotelaria sustentável e os fatores que consideravam importantes num hotel. Assim, as perguntas direcionadas para este tema foram:

4. Com que frequência costuma ficar hospedado/a em hotéis? (Resposta em escala, entre "Nunca" e "Muito Frequentemente")
5. Na sua opinião, a sustentabilidade na hotelaria é importante? (Resposta em escala, entre "Nada importante" e "Muito importante")
6. Conhece o conceito de Hotelaria Sustentável? (Resposta múltipla, entre "Sim" ou "Não")
7. Considera-se um atual ou potencial hóspede de Hotelaria Sustentável/ Ecoturismo? (Resposta múltipla, entre "Atual consumidor", "Potencial consumidor", "Não me considero")
8. Selecione os fatores que mais influenciam a sua escolha de um hotel. (Resposta múltipla, selecionado mais do que uma opção. Opções: "Localização", "Preço", "Instalações e comodidades oferecidas", "Avaliações e comentários", "Sustentabilidade e Práticas ambientais" e "Utilização de Têxteis-lar sustentáveis")
9. Na sua opinião, quais dos seguintes fatores são mais importantes para que um hotel seja considerado sustentável? Resposta múltipla, selecionado mais do que uma opção. Opções: "Uso de materiais sustentáveis", "Reciclagem e gestão de resíduos", "Redução do consumo de energia e água", "Fontes de energia renovável", "Envolvimento em projetos de responsabilidade social" e "Certificações ambientais")

Passando para o tema dos Têxteis-lar Sustentáveis, as questões colocadas visavam perceber se os inquiridos compreendiam a temáticas em si e se consideravam relevante para a credibilidade e imagem sustentável dos hotéis e, se por sua vez influenciava a sua perspetiva ou comportamento no ato de compra. Deste modo, as questões colocadas foram:

10. Está familiarizado com o conceito de Têxteis-lar sustentáveis? (Resposta múltipla, entre "Sim" ou "Não")
11. Se respondeu "Sim" à pergunta anterior, por favor, descreva o que entende por têxteis-lar sustentáveis. (Resposta aberta)
12. Considera que a utilização de têxteis-lar sustentáveis num hotel é um fator relevante para a sua escolha de hospedagem? (Resposta múltipla, entre "Sim, é um fator determinante", "Sim é importante, mas não decisivo", "Indiferente" ou "Não, não é relevante para a minha escolha")
13. Já este hospedado num hotel com têxteis-lar sustentáveis? (Resposta múltipla, entre "Sim", "Não" ou "Não sei")
14. Se selecionou "Sim" na pergunta anterior, como avalia a sua experiência em comparação com têxteis-lar convencionais? (Resposta em escala, entre "Muito pior" e "Muito melhor". Os fatores mencionados eram "Conforto", "Qualidade do sono", "Toque, Textura" e "Experiência geral")
15. Indique o grau de concordância com as seguintes afirmações: "A utilização de têxteis-lar sustentáveis melhora a minha perceção da marca/hotel"; "Tendo conhecimento da utilização de têxteis-lar sustentáveis, estou mais inclinado/a a regressar ao hotel"; "A utilização de têxteis-lar sustentáveis influência positivamente a minha satisfação geral como cliente do hotel". (Resposta em escala, entre "Discordo totalmente" e "Concordo totalmente")
16. Indique o seu grau de disposição para pagar mais por uma estadia num hotel que utiliza têxteis-lar sustentáveis. (Resposta múltipla, entre "Não estou disposto a pagar mais"; "(...) até 5% mais", "(...) entre 5 a 10% mais", "(...) mais de 10%")
17. Na sua opinião, quais dos seguintes fatores podem impedir os hotéis de adotarem têxteis-lar sustentáveis? (Resposta múltipla com possibilidade de selecionar mais do que uma opção)
18. Antes de se hospedar num hotel, costuma verificar se o mesmo possui práticas sustentáveis, como o uso de têxteis-lar sustentáveis? (Resposta múltipla, entre "Sim, verifico sempre", "Às vezes (...)", "Raramente" ou "Não, nunca verifico")

Por último, relativamente ao tema do marketing aplicado ao setor hoteleiro, as questões colocadas procuravam compreender qual a jornada do consumidor no decorrer da reserva de um hotel. Este foco jornada do cliente, deve-se ao facto de através da revisão bibliográfica, compreendermos que

os esforços de marketing se concentram nesta fase de consumo e também no pós-consumo. Assim sendo, as questões são:

19. Como costuma descobrir hotéis antes de viajar? (Resposta múltipla com possibilidade de selecionar mais do que uma opção. Opções: "Pesquisa nos motores de busca", "Redes sociais", "Sites de reserva", "Recomendações (...)", "Agências de viagens", e "Outros")
20. Com que frequência utiliza marketplaces para efetuar a reserva em hotéis? (Resposta em escala, entre "Nunca" e "Muito frequentemente")
21. Antes de efetuar uma reserva, costuma procurar informações adicionais sobre o estabelecimento? (Resposta múltipla, com possibilidade de selecionar mais do que uma opção)
22. Considera que as informações sobre práticas sustentáveis, incluindo o uso de têxteis-lar sustentáveis, são relevantes para a sua decisão? (Resposta múltipla, entre "Sim, são muito relevantes"; "Sim, são relevantes"; "Indiferente"; "Não, não são muito relevantes" ou "Não, definitivamente")
23. Se tiver uma experiência positiva num hotel com práticas sustentáveis, recomendaria o estabelecimento a amigos, familiares ou colegas? (Resposta múltipla, entre "Sim, definitivamente"; "Sim, provavelmente"; "Talvez, dependendo de outros fatores"; "Não, provavelmente não" ou "Não, de forma alguma")

Por fim, as restantes questões consistiam em obter dados sociodemográficos dos inquiridos tais como a faixa etária, género, grau de escolaridade, distrito de residência e situação ocupacional. Também, a validade e confiabilidade do questionário foram asseguradas por meio de um consentimento inicial e revisão constante das respostas, ao longo da divulgação.

3.4 PROCEDIMENTO DE ANÁLISE DE DADOS

Após a distribuição e recolha ética e transparente do inquérito, garantindo o consentimento informado dos participantes, os resultados foram analisados estatisticamente através da ferramenta SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*).

A escolha deste *software* para a análise dos dados deve-se a diversas razões como a sua acessibilidade, por recomendação da instituição de ensino (Universidade do Minho), pela sua interface amigável, pelo amplo conjunto de ferramentas que incorpora, cruzamento de dados de forma eficiente, facilidade de visualização de dados, possibilidade de analise de regressão, testes estatísticos específicos, criação de relatórios e padronização.

CAPÍTULO IV: ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS

No capítulo atual, efetuamos a caracterização da amostra e, em seguida, procedemos à análise dos resultados obtidos através da divulgação do inquérito. Posteriormente, procederemos à discussão dos resultados, com o propósito de abordar o foco central deste estudo, que se concentra na análise do uso de têxteis-lar sustentáveis no setor da hotelaria sustentável, considerando a perspetiva do consumidor final.

4.1 CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA

Com o intuito de entender a população que deu resposta ao questionário do presente estudo, foi realizada uma caracterização da amostra que inclui informação demográficas acerca dos inquiridos, isto é, género, grupo etário, distrito de residência, grau de escolaridade e situação ocupacional atual.

Por conseguinte, como resultado do preenchimento do inquérito, conseguimos reunir uma amostra com um total de 133 participantes. Ao analisar a composição da amostra, através do software SPSS, conforme demonstrado no Gráfico 1, verificamos que 68,42% pertencem ao sexo feminino, enquanto os restantes 31,58% correspondem ao sexo masculino. É relevante notar que os inquiridos tinham a opção de não identificar o seu género ou escolher a opção "Outro", no entanto, nenhum dos participantes optou por essas alternativas.

Gráfico 1 - Caracterização dos inquiridos por género

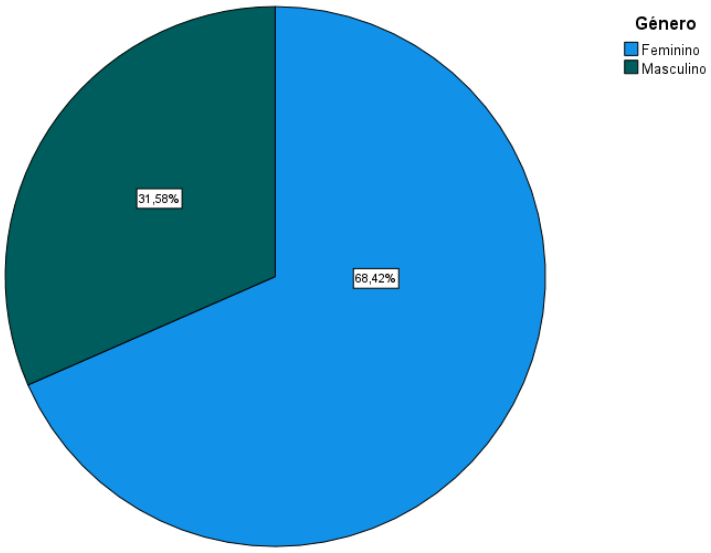


Tabela 1 - Caracterização dos inquiridos quanto à Faixa Etária, Situação Ocupacional e Género

				Feminino Contagem	Masculino Contagem	Mencionar Contagem	Outro Contagem
Faixa Etária	< 18 anos	Situação Ocupacional Atual	Estudante	0	0	0	0
			Trabalhador - Estudante	0	0	0	0
			Empregado/a por conta de outrem	0	0	0	0
			Empregado/a por conta própria	0	0	0	0
			Desempregado	0	0	0	0
			Reformado	0	0	0	0
			Outro	0	0	0	0
	18 a 25 anos	Situação Ocupacional Atual	Estudante	8	1	0	0
			Trabalhador - Estudante	10	4	0	0
			Empregado/a por conta de outrem	22	9	0	0
			Empregado/a por conta própria	0	2	0	0
			Desempregado	2	1	0	0
			Reformado	0	0	0	0
			Outro	0	0	0	0
	26 a 35 anos	Situação Ocupacional Atual	Estudante	2	1	0	0
			Trabalhador - Estudante	1	3	0	0
			Empregado/a por conta de outrem	24	11	0	0
			Empregado/a por conta própria	4	0	0	0
			Desempregado	2	0	0	0
			Reformado	0	0	0	0
			Outro	0	0	0	0
	36 a 45 anos	Situação Ocupacional Atual	Estudante	0	0	0	0
			Trabalhador - Estudante	1	0	0	0
			Empregado/a por conta de outrem	3	2	0	0
			Empregado/a por conta própria	2	1	0	0
			Desempregado	0	0	0	0
			Reformado	0	0	0	0
			Outro	1	0	0	0
	46 a 55 anos	Situação Ocupacional Atual	Estudante	0	0	0	0
			Trabalhador - Estudante	0	0	0	0
			Empregado/a por conta de outrem	4	3	0	0
			Empregado/a por conta própria	2	0	0	0
			Desempregado	0	0	0	0
			Reformado	0	0	0	0
			Outro	0	0	0	0
	56 a 65 anos	Situação Ocupacional Atual	Estudante	0	0	0	0
			Trabalhador - Estudante	0	0	0	0
			Empregado/a por conta de outrem	1	0	0	0
			Empregado/a por conta própria	1	0	0	0
			Desempregado	0	1	0	0
			Reformado	0	0	0	0
			Outro	1	1	0	0
	> 65 anos	Situação Ocupacional Atual	Estudante	0	0	0	0
			Trabalhador - Estudante	0	0	0	0
			Empregado/a por conta de outrem	0	0	0	0
			Empregado/a por conta própria	0	0	0	0
			Desempregado	0	0	0	0
			Reformado	0	2	0	0
			Outro	0	0	0	0

A Tabela 1 apresenta uma descrição detalhada dos inquiridos em termos de sexo, idade e situação profissional atual. Podemos constatar que, dos 133 inquiridos, nenhum possui idade inferior a 18 anos. Adicionalmente, destacam-se duas faixas etárias com um número significativo de respostas: aquelas entre 18 e 25 anos e entre 26 e 35 anos.

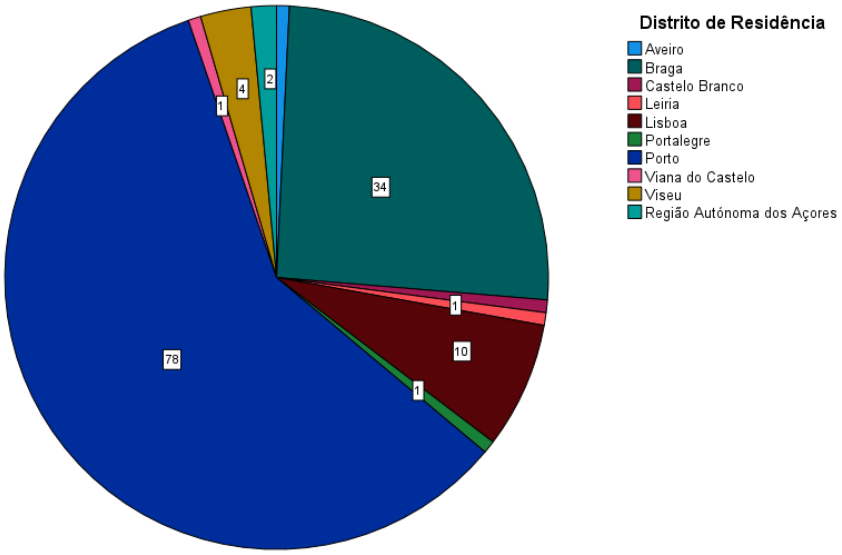
No grupo de inquiridos com idades entre 18 e 25 anos, obtivemos um total de 59 respostas, sendo 42 do sexo feminino e 17 do sexo masculino. Das 42 mulheres, 8 são estudantes, 10 estão simultaneamente a trabalhar e a estudar, 22 trabalham por conta de outrem e 2 encontram-se desempregadas.

Continuando a análise dentro da mesma faixa etária, entre os 17 homens, 1 é estudante, 4 estão na categoria de trabalhadores-estudantes, 9 trabalham por conta de outrem, 2 são trabalhadores por conta própria e 1 está em situação de desemprego.

Na categoria dos inquiridos com idades compreendidas entre os 26 e os 35 anos, registou-se um total de 48 respostas, com uma divisão de 33 mulheres e 15 homens. Das 33 mulheres, 2 estão a estudar, 1 é simultaneamente estudante e trabalhadora, 24 trabalham por conta de outrem, 4 são trabalhadoras independentes e 2 estão desempregadas. No que diz respeito ao sexo masculino, 1 está a estudar, 3 estão a trabalhar e a estudar ao mesmo tempo, e 11 estão empregados por conta de outrem.

Por fim, é importante salientar que as faixas etárias menos representadas foram aquelas situadas entre os 46 e 55 anos, entre os 56 e 65 anos, e acima dos 65 anos de idade. No grupo de 46 a 55 anos, registaram-se 4 mulheres e 3 homens a trabalhar por conta de outrem, bem como 2 mulheres que são trabalhadoras independentes. No intervalo de idades entre os 56 e os 65 anos, respondeu um homem desempregado, 2 mulheres, uma das quais trabalha por conta de outrem e outra por conta própria, e ainda um homem e uma mulher que selecionaram a opção "outro" para a sua ocupação. Por último, nas idades acima de 65 anos, obtivemos duas respostas de homens que estão reformados. Estes segmentos etários demonstraram menor participação na nossa pesquisa em comparação com as faixas etárias mais jovens.

Gráfico 2 - Caracterização da amostra quanto ao Distrito de Residência



No que diz respeito à localização geográfica dos inquiridos, a maioria deles reside nos distritos do Porto e de Braga. No entanto, é notável a diversidade da amostra, uma vez que também existiram respostas de várias outras regiões de Portugal, incluindo Lisboa, Leiria, Viseu, a Região Autónoma dos Açores, Aveiro, Castelo Branco, Viana do Castelo e Portalegre.

Neste sentido, destacam-se as três regiões com maior representatividade na pesquisa, nomeadamente o distrito do Porto, com um total de 78 inquiridos, o distrito de Braga, com 34 respostas, e a capital portuguesa, Lisboa, que contabiliza um total de 10 respostas. A abrangência geográfica da amostra reflete a diversidade e a representatividade da pesquisa em todo o território nacional, abrangendo diferentes regiões de Portugal continental e ilhas.

Tabela 2 - Caracterização da amostra quanto ao Grau de Escolaridade

		Contagem
Grau de Escolaridade	Ensino Básico – 1º Ciclo, 2º Ciclo e 3º ciclo	2
	Ensino Secundário – 10º ano, 11º ano, 12º ano	11
	Ensino Superior e Especialização (CET/CTeSP, Licenciatura, Pós Graduação)	77
	Ensino Superior – Mestrado e/ou Doutoramento	43

Ainda no que diz respeito à caracterização da amostra, é relevante salientar que a maioria dos inquiridos possui formação de nível superior, incluindo especializações, mestrados ou doutoramentos. No entanto, é importante notar que 77 dos participantes têm licenciatura, 43 têm mestrado ou doutoramento, 11 têm apenas o ensino secundário e 2 possuem formação ao nível do ensino básico.

Este padrão educacional mais elevado na amostra indica uma tendência de um nível de instrução superior entre os inquiridos, o que pode estar relacionado com a natureza da pesquisa. É relevante também considerar a diversidade de formação académica presente na amostra, uma vez que esta abrange um amplo espectro de níveis de ensino, desde o básico até ao nível avançado. Esta diversidade pode fornecer uma perspetiva mais abrangente sobre as respostas e opiniões dos inquiridos em relação ao tema do estudo.

4.2 ANÁLISE DE DADOS

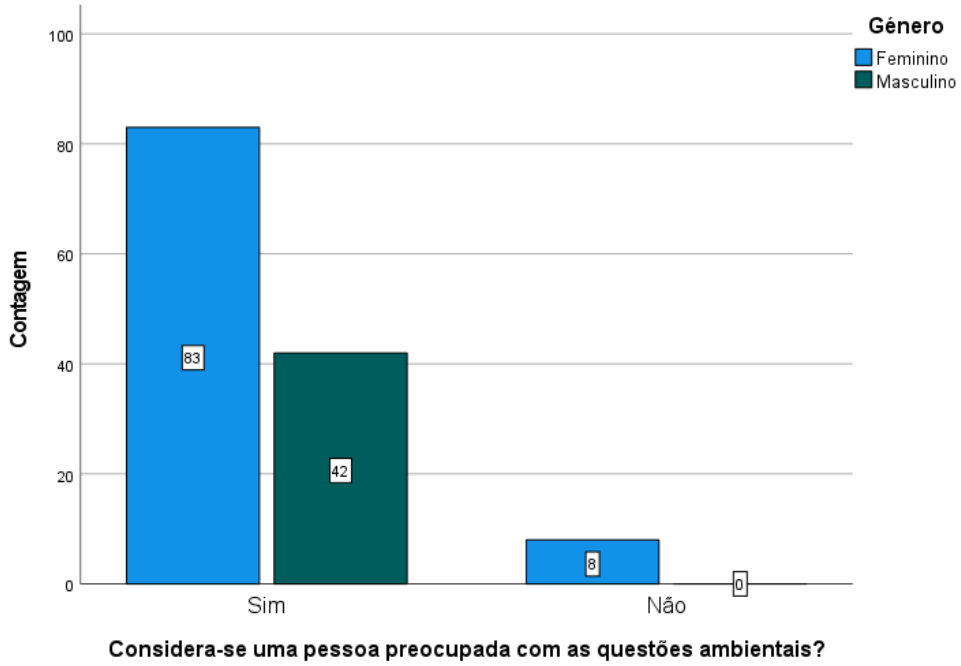
Nesta fase, serão apresentados os resultados específicos deste estudo, os quais foram obtidos a partir dos valores estatísticos do inquérito realizado. Este segmento encontra-se dividido em quatro partes distintas, cada uma delas relacionada com um tema específico abordado no estudo. Estes temas incluem a Sustentabilidade numa perspetiva global, a Hotelaria Sustentável, a Sustentabilidade no contexto dos têxteis-lar e também o marketing relacionado com a temática em análise.

4.2.1 SUSTENTABILIDADE

Neste segmento, temos como objetivo efetuar uma análise com vista a determinar se os inquiridos demonstram preocupação e consciência acerca do tema da sustentabilidade. Importa salientar que este conceito constitui o alicerce fundamental da presente investigação.

Assim sendo, a partir do Gráfico 3, podemos constatar que a maioria dos inquiridos considera-se sensível às questões ambientais. Precisamente, 125 dos inquiridos partilham essa perceção, sendo que 83 deles são do sexo feminino, enquanto os restantes 42 são do sexo masculino. É relevante notar que os 8 participantes que responderam não se considerar preocupados com as questões ambientais são todas mulheres, ou seja, nenhum dos inquiridos do sexo masculino se identificou como alguém que não se preocupa com o ambiente.

Gráfico 3 - Preocupação dos inquiridos quanto às Questões Ambientais



De seguida, na Tabela 3, podemos constatar que, de uma maneira geral, os participantes revelam preocupação em relação ao processo produtivo dos bens que adquirem. No entanto, ainda assim, alguns inquiridos confessam que as suas escolhas de bens e serviços não são completamente orientadas para a sustentabilidade. Deste modo, podemos considerar que 81 dos participantes têm uma maior predisposição para escolher um produto sustentável em detrimento de um convencional, ao passo que os restantes 52 tendem a optar por um produto convencional em vez de um sustentável.

Tabela 3 - Cruzamento de Dados quanto às Escolhas Orientadas para a Sustentabilidade e a Preocupação com o Processo Produtivo de Bens Adquiridos

Tabulação cruzada As suas escolhas de bens/serviços são orientadas, maioritariamente, para a sustentabilidade? * Preocupa-se com o processo produtivo dos bens que adquire?

Contagem

		Preocupa-se com o processo produtivo dos bens que adquire?		
		Sim	Não	Total
As suas escolhas de bens/serviços são orientadas, maioritariamente, para a sustentabilidade?	Sim	68	13	81
	Não	27	25	52
Total		95	38	133

4.2.2 HOTELARIA SUSTENTÁVEL

A fase atual da análise de dados tem como propósito atender a um dos objetivos específicos deste estudo, que consiste em aprofundar a compreensão da perceção dos consumidores em relação aos hotéis sustentáveis. Para esse efeito, os resultados serão analisados, começando pelas questões mais abrangentes e progredindo até as mais específicas, de forma a captar a perspetiva dos hóspedes em relação aos hotéis que adotam uma abordagem sustentável através das suas práticas de gestão.

Assim, a questão de partida para obter resposta a este objetivo secundário centrou-se na observação da frequência com que os inquiridos se hospedam em hotéis. Na Tabela 4, podemos verificar que a maioria afirmou fazer estadias em hotéis ocasionalmente, ou seja, 59 das pessoas que participaram neste inquérito.

Tabela 4 - Cruzamento de dados da Faixa Etária e da Frequência em Hotéis

Tabulação cruzada Com que frequência costuma ficar hospedado/a em hotéis? * Faixa Etária

Contagem

		Faixa Etária						
		18 a 25 anos	26 a 35 anos	36 a 45 anos	46 a 55 anos	56 a 65 anos	> 65 anos	Total
Com que frequência costuma ficar hospedado/a em hotéis?	Nunca	4	1	0	0	1	1	7
	Raramente	17	9	4	2	1	0	33
	Ocasionalmente	24	25	3	4	3	0	59
	Frequentemente	13	10	2	3	0	1	29
	Muito Frequentemente	1	3	1	0	0	0	5
Total		59	48	10	9	5	2	133

Além disso, na mesma tabela, é possível observar com que frequência cada grupo etário opta por hospedar-se em hotéis. Assim, desde as faixas etárias dos 18 aos 25 anos até à faixa etária dos 46 aos 55 anos, é notório que a maioria escolhe este tipo de estadia "Ocasionalmente". No entanto, alguns indivíduos indicaram escolher "Raramente" ou "Frequentemente". Já nos grupos etários dos 56 a 65 anos e nos maiores de 65 anos, nota-se uma ligeira inclinação para respostas mais negativas, ou seja, "Raramente" ou "Nunca".

Por outro lado, ao analisarmos a opinião dos inquiridos sobre a importância da sustentabilidade no setor da hotelaria, conforme demonstrado na Tabela 5, podemos concluir que mais da metade da amostra, ou seja, 74 pessoas, afirmou que a sustentabilidade desempenha um papel "Muito Importante" no setor da hotelaria. Este resultado, revela que a população em análise compreende a necessidade de os hotéis adotarem práticas de gestão mais amigas do ambiente, sendo que, notavelmente, o grupo etário que mais enfaticamente expressou esta opinião foi o dos 26 a 35 anos.

Tabela 5 - Cruzamento de Dados da Faixa Etária e da Opinião dos inquiridos quanto à importância da sustentabilidade nos hotéis

Tabulação cruzada Na sua opinião, a sustentabilidade na hotelaria é importante? * Faixa Etária

Contagem

		Faixa Etária						
		18 a 25 anos	26 a 35 anos	36 a 45 anos	46 a 55 anos	56 a 65 anos	> 65 anos	Total
Na sua opinião, a sustentabilidade na hotelaria é importante?	Pouco Importante	1	2	0	0	0	1	4
	Moderado	10	2	0	0	1	0	13
	Importante	23	12	3	4	0	0	42
	Muito Importante	25	32	7	5	4	1	74
Total		59	48	10	9	5	2	133

Após analisarmos a frequência com que os individuos ficam hospedados em hoteís e qual a sua opinião quanto à sustentabilidade no setor hoteleiro, é necessário compreender se os mesmos estão familiarizados com o conceito de hotelaria sustentável ou ecoturismo. Desta forma, após averiguarmos as respostas apresentadas observamos que há uma dualidade bastante semelhante, dado que, do total de inquiridos 67 afirmou conhecer os conceitos, assim como, os restante 66 que não estão familiarizados com o tema.

Tabela 6 - Conhecimento do Conceito de Hotelaria Sustentável

Conhece o conceito de Hotelaria Sustentável?

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	Sim	67	49,3	50,4	50,4
	Não	66	48,5	49,6	100,0
	Total	133	97,8	100,0	
Omisso	Sistema	3	2,2		
Total		136	100,0		

Por este motivo, é notorio que apesar de metade da populção estar familiarizada com o conceito de hotelaria sustentável, isto é, 50,4% dos inquiridos, ainda restam 49,6% que não traduzem qualquer noção acerca do tema. (Tabela 6)

Curiosamente, entre os 66 inquiridos que declararam não estar familiarizados com o tema, 56 afirmam ser potenciais clientes. No caso dos indivíduos que estão familiarizados com os conceitos, 20 identificam-se como consumidores atuais e 47 pretendem tornar-se potenciais clientes no setor da hotelaria sustentável. Importa, no entanto, salientar que, nesta questão, os inquiridos podiam escolher mais do que uma opção, uma vez que podem considerar-se potenciais clientes, embora acreditem já ter sido consumidores numa experiência anterior, por exemplo. (Tabela 7)

Tabela 7 - Cruzamento de Dados quanto ao Conhecimento da Hotelaria Sustentável e Tipo de Hóspede de Hotelaria Sustentável

		Conhece o conceito de Hotelaria Sustentável?	
		Sim	Não
		Contagem	Contagem
Considera-se um atual ou potencial hóspede de Hotelaria Sustentável/ Ecoturismo?_Atual Consumidor	Sim	20	3
	Não	47	63
Considera-se um atual ou potencial hóspede de Hotelaria Sustentável/ Ecoturismo? _PotencialConsumidor	Sim	47	56
	Não	20	10
Considera-se um atual ou potencial hóspede de Hotelaria Sustentável/ Ecoturismo? _NãoMeConsidero	Sim	2	9
	Não	65	57

Por outro lado, para analisar se a adoção de práticas sustentáveis é um elemento-chave na escolha de um hotel, tornou-se essencial identificar os fatores que mais influenciam os consumidores na sua decisão. Conforme demonstrado na seguinte tabela, isto é, na Tabela 8, torna-se evidente que os consumidores atribuem maior relevância a fatores como preço, localização, avaliação e instalações. Apenas 49 dos inquiridos mencionaram que as práticas sustentáveis são um critério de decisão, juntamente com os 13 indivíduos que valorizam a utilização de têxteis-lar sustentáveis.

Esta análise sugere que, embora exista um interesse crescente nas práticas sustentáveis, elas ainda não desempenham um papel predominante na decisão dos consumidores ao escolherem um hotel. O preço, a localização, a avaliação do estabelecimento e as instalações continuam a ser os principais impulsionadores das escolhas dos consumidores no setor hoteleiro.

Tabela 8 - Fatores que mais influenciam a escolha de um hotel

Selecione os fatores que mais influenciam a sua escolha de um hotel (pode selecionar mais do que uma opção)_Localização		Selecione os fatores que mais influenciam a sua escolha de um hotel (pode selecionar mais do que uma opção)_Preço		Selecione os fatores que mais influenciam a sua escolha de um hotel (pode selecionar mais do que uma opção)_Instalações		Selecione os fatores que mais influenciam a sua escolha de um hotel (pode selecionar mais do que uma opção)_Avaliação		Selecione os fatores que mais influenciam a sua escolha de um hotel (pode selecionar mais do que uma opção) _Sustentabilidade e Praticas Ambientais		Selecione os fatores que mais influenciam a sua escolha de um hotel (pode selecionar mais do que uma opção)_Utilização de têxteis-lar sustentáveis	
Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
Contagem	Contagem	Contagem	Contagem	Contagem	Contagem	Contagem	Contagem	Contagem	Contagem	Contagem	Contagem
103	30	119	14	82	51	87	46	49	84	13	120

Por fim, ao analisar a perspetiva dos consumidores em relação aos hotéis sustentáveis, procurou-se compreender quais os critérios que os inquiridos consideravam essenciais para que um hotel fosse considerado sustentável e, em última instância, se adequasse ao conceito de Ecoturismo. Assim, a Tabela 9 revela que, na opinião da maioria dos indivíduos, fatores como "Reciclagem e

Gestão de resíduos," "Redução do consumo de água e energia," e a utilização de "Fontes de energia renovável" são os elementos cruciais para classificar um hotel como ecologicamente responsável.

De forma surpreendente, a utilização de produtos sustentáveis, como têxteis para o lar, surge como o quarto fator mais relevante para os consumidores, com 92 inquiridos a considerá-lo importante. É importante sublinhar que os restantes fatores como "Certificações ambientais" e "Envolvimento em projetos de responsabilidade social" não aparentam ter tanta importância para os potenciais ou atuais consumidores.

Esta informação assume particular importância no âmbito deste estudo, uma vez que contribuirá para responder à questão central deste trabalho, ou seja, qual a perspetiva do consumidor em relação à utilização de têxteis-lar sustentáveis na indústria hoteleira sustentável.

Tabela 9 - Fatores mais importantes para um hotel ser considerado sustentável

Na sua opinião, quais dos seguintes fatores são mais importantes para que um hotel seja considerado sustentável? _Uso de materiais sustentáveis (como têxteis-lar e produtos de limpeza)		Na sua opinião, quais dos seguintes fatores são mais importantes para que um hotel seja considerado sustentável? _Reciclagem e gestão de resíduos		Na sua opinião, quais dos seguintes fatores são mais importantes para que um hotel seja considerado sustentável? _Redução do consumo de energia e água		Na sua opinião, quais dos seguintes fatores são mais importantes para que um hotel seja considerado sustentável? _Fontes de energia renovável		Na sua opinião, quais dos seguintes fatores são mais importantes para que um hotel seja considerado sustentável? _Envolvimento em projetos de responsabilidade social		Na sua opinião, quais dos seguintes fatores são mais importantes para que um hotel seja considerado sustentável? _Certificações ambientais	
Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
Contagem	Contagem	Contagem	Contagem	Contagem	Contagem	Contagem	Contagem	Contagem	Contagem	Contagem	Contagem
92	41	116	17	107	26	104	29	47	86	41	92

Posto isto, nesta fase da análise, com base na amostra atual, conclui-se que as faixas etárias desde os 18 aos 25 anos até à faixa etária dos 46 aos 55 anos são as que mais frequentam hotéis, considerando a sustentabilidade como um fator de grande importância no setor hoteleiro. Embora quase metade dos inquiridos admita não conhecer o conceito de hotelaria sustentável, a maioria identifica-se como um consumidor atual ou potencial deste tipo de serviço. Adicionalmente, os principais critérios de decisão de compra incluem o preço, a localização, a avaliação e as instalações do hotel, enquanto os fatores mais relevantes para que um hotel seja considerado sustentável são a reciclagem e a gestão de resíduos, a redução do consumo de energia e água, e o uso de energias renováveis.

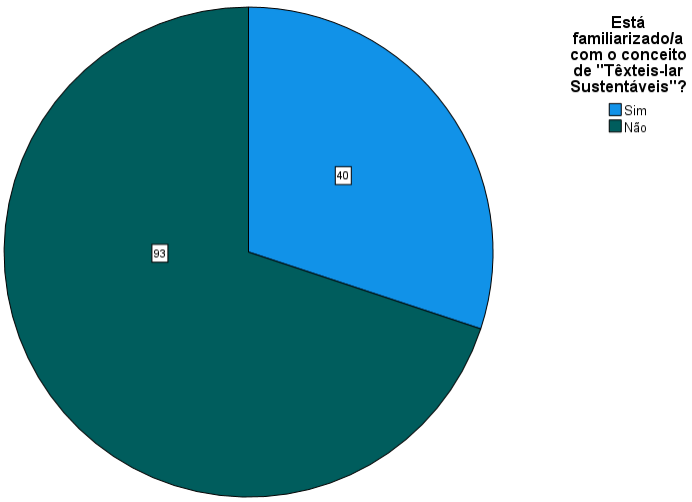
4.2.3 TÊXTEIS-LAR SUSTENTÁVEIS

Neste subcapítulo do questionário em análise, procurou-se compreender a perspetiva do consumidor em relação aos têxteis-lar sustentáveis de um modo geral, bem como a sua aplicação

no contexto da hotelaria sustentável. O principal objetivo deste subcapítulo é obter respostas em relação ao terceiro objetivo específico deste estudo, que consiste em perceber se a utilização de têxteis-lar ecologicamente corretos influencia a credibilidade dos hotéis na mente do consumidor.

Assim sendo, em primeiro lugar, é importante compreender se os indivíduos têm conhecimento acerca do conceito de têxteis-lar sustentáveis. Desta forma, conforme a informação do gráfico seguinte (Gráfico 4), é possível constatar que mais de metade da amostra afirmou não conhecer o conceito em análise, ou seja, 93 dos inquiridos diz não saber o que são têxteis-lar sustentáveis e os restantes 43 afirmaram estar familiarizados com o tema.

Gráfico 4 - Familiaridade com o conceito de Têxteis-lar Sustentáveis



Já a partir da tabela apresentada abaixo (Tabela 10), é evidente que entre os inquiridos que estão familiarizados com o conceito, a maioria encontra-se na faixa etária dos 26 aos 35 anos, ou seja, uma parte substancial da geração millennial.

Tabela 10 - Cruzamento de dados da Faixa Etária e da Familiaridade com o Conceito de Têxteis-lar Sustentáveis

Tabulação cruzada Está familiarizado/a com o conceito de "Têxteis-lar Sustentáveis"? * Faixa Etária

Contagem

		Faixa Etária						
		18 a 25 anos	26 a 35 anos	36 a 45 anos	46 a 55 anos	56 a 65 anos	> 65 anos	Total
Está familiarizado/a com o conceito de "Têxteis-lar Sustentáveis"?	Sim	9	17	5	5	3	1	40
	Não	50	31	5	4	2	1	93
Total		59	48	10	9	5	2	133

Ainda assim, entre os indivíduos que afirmaram compreender o conceito de têxteis-lar sustentáveis, 34 deles contribuíram com uma definição do que consideravam ser este tipo de têxteis para o lar. Algumas das definições fornecidas são bastante abrangentes, como "*Ambiente*",

"*Artigos para a casa sustentáveis*" e "*Preocupação com a produção das fibras utilizadas na produção têxtil*", entre outras. No entanto, de uma forma geral, as definições são coerentes, completas e bem formuladas, destacando-se especialmente as seguintes duas:

- *"São têxteis-lar cuja produção tem em consideração práticas sustentáveis, desde certificações para a produção, cuidado na escolha da embalagem e logística do produto, como escolha de matérias primas com pouco impacto ambiental, com utilização de energias renováveis, com ordenados justos e questões laborais regularizadas (humanas), com sustentabilidade económica (senão não se mantém), ... tem de cumprir várias requisitos durante todo o seu processo produtivo e também no fim de vida do produto com a recolha e possível reutilização ou reciclagem."*
- *"Têxteis lar fabricados com fibras naturais ou fibras obtidas através de processos mais sustentáveis (por exemplo o liocel). Têxteis lar com processos de tingimento mais sustentáveis, que permitam a redução do consumo de água. Têxteis lar fabricados em empresas que tenham preocupação com a sustentabilidade social, que apresentem uma atitude responsável perante a sociedade."*

Por outro lado, embora 93 pessoas não saibam em que consiste exatamente o conceito, procurou-se compreender o que a totalidade da amostra pensa acerca da utilização de têxteis-lar sustentáveis num hotel, ou seja, se consideram esta prática relevante na escolha de alojamento.

Tabela 11 - Cruzamento de Dados quanto à relevância da utilização de têxteis-lar sustentáveis num hotel e quanto à hospedagem num hotel com têxteis-lar sustentáveis

Tabulação cruzada Considera que a utilização de têxteis-lar sustentáveis num hotel é um fator relevante para a sua escolha de hospedagem? * Já esteve hospedado num hotel com têxteis-lar sustentáveis?

Contagem

		Já esteve hospedado num hotel com têxteis-lar sustentáveis?			
		Sim	Não	Não Sei	Total
Considera que a utilização de têxteis-lar sustentáveis num hotel é um fator relevante para a sua escolha de hospedagem?	Sim, é um fator determinante	4	2	4	10
	Sim, é importante, mas não decisivo	8	13	56	77
	Indiferente	0	3	26	29
	Não, não é relevante para a minha escolha	0	3	14	17
Total		12	21	100	133

Na Tabela 11, observa-se que 77 dos inquiridos afirma que a utilização de têxteis-lar sustentáveis é um fator importante, porém não consideram decisivo para a sua escolha de hotel. Ainda, 10 dos inquiridos consideraram que é um fator determinante para a sua escolha e 46 pessoas consideraram um elemento indiferente ou "Não relevante".

Através da mesma tabela, é possível analisar que 12 pessoas afirmaram já ter ficado hospedadas num hotel que utiliza têxteis-lar sustentáveis. Dessas 12 pessoas, 4 consideram esse fator determinante para a sua escolha, enquanto 8 o consideram importante, embora não decisivo.

Tabela 12 - Avaliação da experiência de Têxteis-lar sustentáveis em comparação com têxteis-lar convencionais

		Contagem
Se respondeu "Sim" à pergunta anterior: Como avalia a sua experiência em comparação com hotéis convencionais? _Conforto	Muito Pior	1
	Pior	1
	Indiferente	7
	Melhor	1
	Muito Melhor	3
Se respondeu "Sim" à pergunta anterior: Como avalia a sua experiência em comparação com hotéis convencionais? _QualidadeSono	Muito Pior	1
	Pior	1
	Indiferente	7
	Melhor	2
	Muito Melhor	2
Se respondeu "Sim" à pergunta anterior: Como avalia a sua experiência em comparação com hotéis convencionais? _Toque/Textura	Muito Pior	1
	Pior	2
	Indiferente	6
	Melhor	2
	Muito Melhor	2
Se respondeu "Sim" à pergunta anterior: Como avalia a sua experiência em comparação com hotéis convencionais? _Experiência Geral	Muito Pior	1
	Pior	2
	Indiferente	4
	Melhor	4
	Muito Melhor	3

Na tabela apresentada acima (Tabela 12), é apresentada a avaliação da experiência com têxteis-lar em hotéis, em comparação com têxteis convencionais. É importante destacar que esta questão era direcionada apenas aos inquiridos que afirmaram já terem experienciado um hotel que utiliza têxteis-lar sustentáveis.

Deste modo, no que diz respeito ao conforto, dos 13 indivíduos que responderam a esta questão, 7 mencionaram não sentir diferença, 1 referiu sentir que é melhor e 3 afirmaram sentir-se muito melhor. Os restantes 2 mencionaram sentir-se pior ou muito pior, respetivamente. Quanto à qualidade do sono, 7 voltaram a mencionar ser um elemento indiferente, no entanto, 2 afirmaram que é melhor e outros 2 sentiram que é muito melhor. No que se refere à textura, 6 consideraram-na indiferente, 4 dividiram-se entre melhor e muito melhor, 2 alegaram ser pior, e um relatou ser muito pior. Finalmente, numa visão geral, 7 pessoas consideram a experiência melhor ou muito melhor, 4 são indiferentes, e 3 têm uma opinião entre pior ou muito pior.

Contudo, os resultados indicam uma diversidade de opiniões em relação à influência dos têxteis-lar sustentáveis no conforto, qualidade do sono, textura e experiência geral. Embora uma parte significativa dos inquiridos não tenha sentido uma diferença substancial, há um grupo que

experienciou melhorias, enquanto outros consideraram a experiência pior. Esta variabilidade sugere que a perceção do impacto dos têxteis-lar sustentáveis pode ser subjetiva e depende das preferências individuais.

Tabela 13 - Grau de Concordância com afirmações relacionadas com a utilização de têxteis-lar sustentáveis em hotéis

		Contagem
Indique o grau de concordância com as seguintes afirmações sobre a utilização de têxteis-lar sustentáveis em hotéis: ["A utilização de têxteis-lar sustentáveis melhora a minha perceção da marca do hotel."]	Discordo Totalmente	1
	Discordo Parcialmente	4
	Indiferente	35
	Concordo Parcialmente	59
	Concordo Totalmente	34
Indique o grau de concordância com as seguintes afirmações sobre a utilização de têxteis-lar sustentáveis em hotéis: ["Tendo conhecimento da utilização de têxteis-lar sustentáveis, estou mais inclinado/a a regressar ao hotel."]	Discordo Totalmente	3
	Discordo Parcialmente	4
	Indiferente	45
	Concordo Parcialmente	53
	Concordo Totalmente	28
Indique o grau de concordância com as seguintes afirmações sobre a utilização de têxteis-lar sustentáveis em hotéis: ["A utilização de têxteis-lar sustentáveis influencia positivamente a minha satisfação geral como cliente do hotel."]	Discordo Totalmente	1
	Discordo Parcialmente	6
	Indiferente	28
	Concordo Parcialmente	60
	Concordo Totalmente	38

Quando confrontados com várias afirmações, os inquiridos identificaram o seu nível de concordância com cada uma delas. No que diz respeito à primeira frase apresentada na tabela anterior (Tabela 13), a maioria, ou seja, 59 pessoas, indicou concordar parcialmente com o facto de a utilização de têxteis-lar sustentáveis influenciar positivamente a sua perceção em relação ao hotel. Da mesma forma, 53 indivíduos manifestaram concordância parcial com a ideia de que considerariam regressar ao hotel caso o mesmo utilizasse têxteis-lar sustentáveis. Por fim, 60 pessoas afirmaram concordar parcialmente com a noção de que a utilização deste tipo de têxteis-lar influencia positivamente a sua satisfação geral como cliente.

Assim sendo, os resultados mostram que a maioria dos inquiridos está disposta a reconhecer os benefícios associados à utilização de têxteis-lar sustentáveis em hotéis, incluindo a melhoria da sua perceção sobre o estabelecimento e a possibilidade de considerar voltar ao mesmo no futuro. Além disso, a utilização destes têxteis parece estar associada a uma satisfação geral mais positiva por parte dos clientes.

Tabela 14 - Cruzamento de Dados quanto à disposição para pagar mais por uma estadia que utilize têxteis-lar sustentáveis e o quanto ao género

Tabulação cruzada Indique o seu grau de disposição para pagar mais por uma estadia num hotel que utiliza têxteis-lar sustentáveis: * Género

Contagem

		Género		
		Feminino	Masculino	Total
Indique o seu grau de disposição para pagar mais por uma estadia num hotel que utiliza têxteis-lar sustentáveis:	Não estou disposto/a a pagar mais	33	10	43
	Estou disposto/a a pagar até 5% a mais	41	24	65
	Estou disposto/a a pagar entre 5% a 10% a mais	17	8	25
Total		91	42	133

Quanto questionados acerca do valor a mais que estão dispostos a pagar por hotéis que utilizem este tipo de têxteis-lar, a maioria dos inquiridos afirma estar disposto a pagar mais 5% do valor habitual, isto é, 65 pessoas, sendo que 41 são mulheres e 24 homens. É importante mencionar que além das opções apresentadas na Tabela 14, os inquiridos poderiam selecionar que estariam dispostos a pagar mais 10%, porém ninguém selecionou essa opção.

Além disso, também é fundamental mencionar que, apesar da tabela cruzar aos dados com o género de cada inquirido, não é correto afirmar que o sexo feminino está mais disposto a pagar mais do que o género masculino, na medida em que, tal como é mencionado na caracterização da amostra, houve mais mulheres do que homens a responder ao questionário em análise.

Ainda assim, através da mesma tabela é possível constatar que de uma forma geral os inquiridos estão dispostos a pagar mais 5% ou entre 5 e 10%. Deste modo, é notório que a utilização de têxteis-lar sustentáveis é um fator de valor acrescentado para o serviço de hotelaria.

Tabela 15 - Fatores que impedem a adoção de têxteis-lar sustentáveis por parte dos hotéis

		Contagem
Na sua opinião, quais dos seguintes fatores podem estar a impedir os hotéis de adotarem têxteis-lar sustentáveis? _Custo elevado dos têxteis-lar sustentáveis	Sim	98
	Não	35
Na sua opinião, quais dos seguintes fatores podem estar a impedir os hotéis de adotarem têxteis-lar sustentáveis? _Falta de conhecimento sobre as opções de têxteis-lar sustentáveis disponíveis no mercado	Sim	93
	Não	40
Na sua opinião, quais dos seguintes fatores podem estar a impedir os hotéis de adotarem têxteis-lar sustentáveis? _Resistência da administração do hotel a mudanças nas práticas existentes	Sim	48
	Não	85
Na sua opinião, quais dos seguintes fatores podem estar a impedir os hotéis de adotarem têxteis-lar sustentáveis? _Falta de procura por parte dos hóspedes	Sim	49
	Não	84
Na sua opinião, quais dos seguintes fatores podem estar a impedir os hotéis de adotarem têxteis-lar sustentáveis? _Dificuldades na obtenção de fornecedores de têxteis-lar sustentáveis	Sim	35
	Não	98
Na sua opinião, quais dos seguintes fatores podem estar a impedir os hotéis de adotarem têxteis-lar sustentáveis? _Receio dos métodos de manutenção e limpeza	Sim	23
	Não	110

Avançando para a parte deste subcapítulo em que os inquiridos são questionados acerca da sua opinião quanto às possíveis barreiras que bloqueiam o uso de têxteis-lar sustentáveis por parte

dos hotéis, as duas respostas que mais se destacaram foram o facto de serem têxteis com um custo elevado e também por acreditarem que há falta de conhecimento sobre este tipo de opções no mercado. (Tabela 15).

Por fim, com o intuito de terminar a recolha de dados acerca do tema "Têxteis-lar Sustentáveis", os inquiridos foram questionados sobre o facto de verificarem previamente as práticas sustentáveis de um hotel, antes de se hospedarem. Assim sendo, de acordo com a tabela seguinte, isto é, Tabela 16, observa-se que 53 dos indivíduos afirma não verificar essa informação. Nessa tabela é feita a distinção por género e é percetível que tanto a maioria das mulheres como dos homens tem a mesma reação, ou seja, não verificam as práticas sustentáveis antes de se hospedarem.

Tabela 16 - Cruzamento de Dados quanto ao género e quanto à verificação de práticas sustentáveis antes da estadia

Tabulação cruzada Antes de se hospedar num hotel, costuma verificar se o mesmo possui práticas sustentáveis, como o uso de têxteis-lar sustentáveis? * Género

Contagem

		Género		
		Feminino	Masculino	Total
Antes de se hospedar num hotel, costuma verificar se o mesmo possui práticas sustentáveis, como o uso de têxteis-lar sustentáveis?	Sim, verifico sempre	9	2	11
	Às vezes, dependendo da importância da sustentabilidade para mim	23	8	31
	Raramente	23	15	38
	Não, nunca verifico	36	17	53
Total		91	42	133

4.2.4 MARKETING NO CONTEXTO HOTELEIRO

A presente e última fase da análise do inquérito visa compreender de que forma os inquiridos procuram e descobrem um hotel, que tipo de informações adicionais costumam procurar previamente e se o tema da sustentabilidade é algo impactante no ato de decisão.

Assim sendo, a questão de partida acerca deste tema consiste em entender como é que os hóspedes descobrem as opções ou um hotel específico antes de efetuar a reserva. Por conseguinte, na tabela apresentada abaixo (Tabela 17) é notório que as opções mais apreciadas pelos indivíduos são os sites de reservas (118 inquiridos), as pesquisas nos motores de busca (72 inquiridos) e as recomendações de amigos, familiares ou colegas (64 inquiridos).

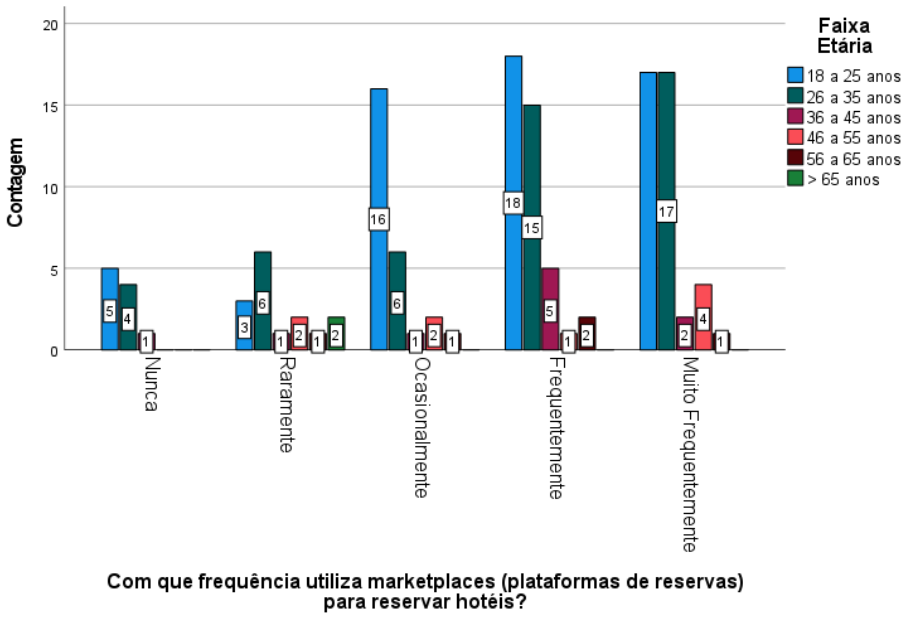
Tabela 17 - Descoberta de hotéis ao planear viagens

		Contagem
Como costuma descobrir hotéis quando planeia uma viagem?_Pesquisas em motores de busca (ex.: Google)	Sim	72
	Não	61
Como costuma descobrir hotéis quando planeia uma viagem?_RedesSociais	Sim	26
	Não	107
Como costuma descobrir hotéis quando planeia uma viagem?_Sites de reservas de hotéis (ex.: Booking.com, Airbnb)	Sim	118
	Não	15
Como costuma descobrir hotéis quando planeia uma viagem?_Recomendação de amigos, familiares ou colegas	Sim	64
	Não	69
Como costuma descobrir hotéis quando planeia uma viagem?_Agências de viagens	Sim	24
	Não	109

Desta forma, este padrão de busca indica que os inquiridos estão interessados em procurar um hotel por iniciativa própria, no entanto, as considerações de pessoas mais próximas podem exercer uma influência significativa sobre o seu processo de pesquisa e tomada de decisão.

Em concordância com esta informação, o Gráfico 5 demonstra que mais de metade da amostra afirma recorrer a *marketplaces* ou plataformas de reserva online, de forma "Frequente" ou "Muito Frequente" para realizar a sua reserva num hotel. Ainda assim, é importante identificar que a faixa etária que o faz mais recorrentemente é a mais jovem, ou seja, dos 18 aos 25 anos. Todavia, a geração dos 26 aos 35 anos, apresenta um comportamento bastante semelhante. Contudo, é de relembrar que de acordo com a caracterização da amostra, há mais respostas de inquiridos que se inserem nos grupos etários dos 18 aos 15 e dos 26 aos 35 anos.

Gráfico 5 - Cruzamento de Dados quanto à frequência de reservas em marketplaces e quanto à faixa etária



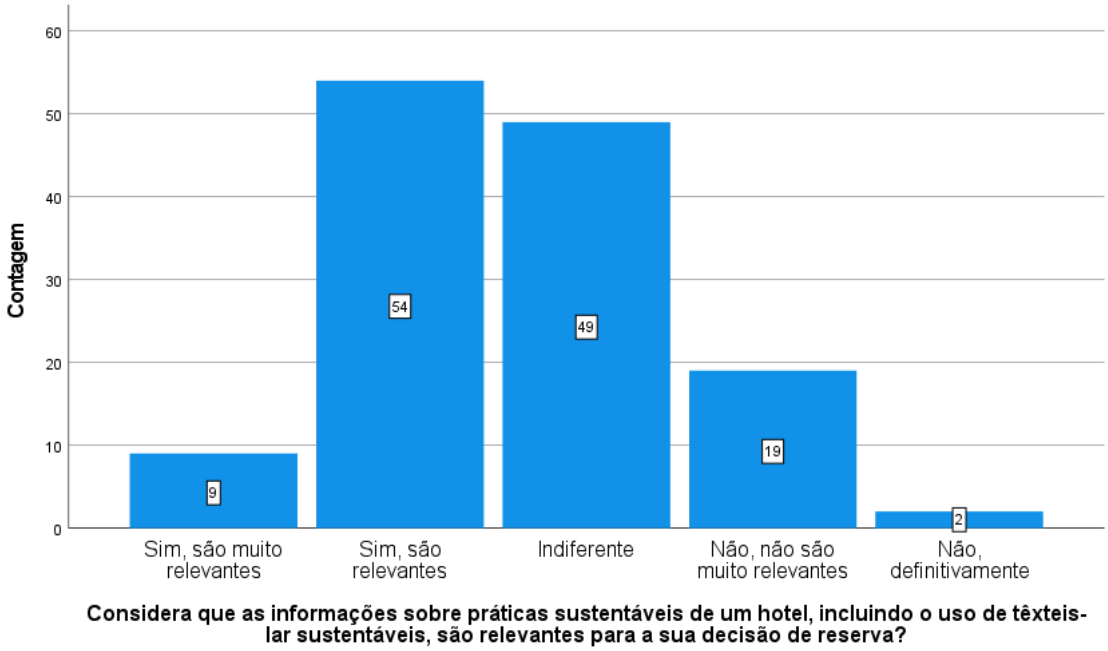
Quanto às informações adicionais pelas quais os consumidores procuram acerca do hotel antes de efetuarem a reserva, os inquiridos indicaram que as "Avaliações e Comentários (...)", as "Fotos e vídeos do hotel em redes sociais" e o "Website oficial" são as três mais pesquisadas. Com isto, compreende-se que, infelizmente, as questões ambientais e as práticas de gestão são características pouco questionadas pelos indivíduos antes de efetuarem qualquer tipo de marcação.

Tabela 18 - Procura de informações adicionais antes de efetuar a reserva no hotel

		Contagem
Antes de efetuar uma reserva de hotel, costuma procurar informações adicionais sobre o estabelecimento? _Avaliações e comentários de outros hóspedes em sites de reservas	Sim	121
	Não	12
Antes de efetuar uma reserva de hotel, costuma procurar informações adicionais sobre o estabelecimento? _Avaliações e comentários de outros hóspedes em redes sociais ou fóruns de viagens	Sim	39
	Não	94
Antes de efetuar uma reserva de hotel, costuma procurar informações adicionais sobre o estabelecimento? _Website oficial do hotel	Sim	77
	Não	56
Antes de efetuar uma reserva de hotel, costuma procurar informações adicionais sobre o estabelecimento?_Fotos e vídeos do hotel em redes sociais	Sim	80
	Não	53
Antes de efetuar uma reserva de hotel, costuma procurar informações adicionais sobre o estabelecimento? _Informações sobre práticas sustentáveis do hotel (ex.: uso de têxteis-lar sustentáveis)	Sim	16
	Não	117
Antes de efetuar uma reserva de hotel, costuma procurar informações adicionais sobre o estabelecimento? _Outras fontes	Sim	4
	Não	129

Ainda que a partir da tabela anterior (Tabela 18) seja visível que as práticas sustentáveis do hotel não são a primeira característica tida em conta pelos inquiridos, foi fundamental questionar os mesmos de forma mais direta acerca do assunto. Desta forma, no Gráfico 6 é percetível que a população se encontra divida entre considerar as práticas sustentáveis "relevantes" ou "indiferentes", mas ainda assim 9 pessoas consideram "muito relevantes", 54 "relevantes, 49 afirmam ser "indiferentes", 19 dizem ser pouco relevante e apenas 2 não consideram relevantes "definitivamente".

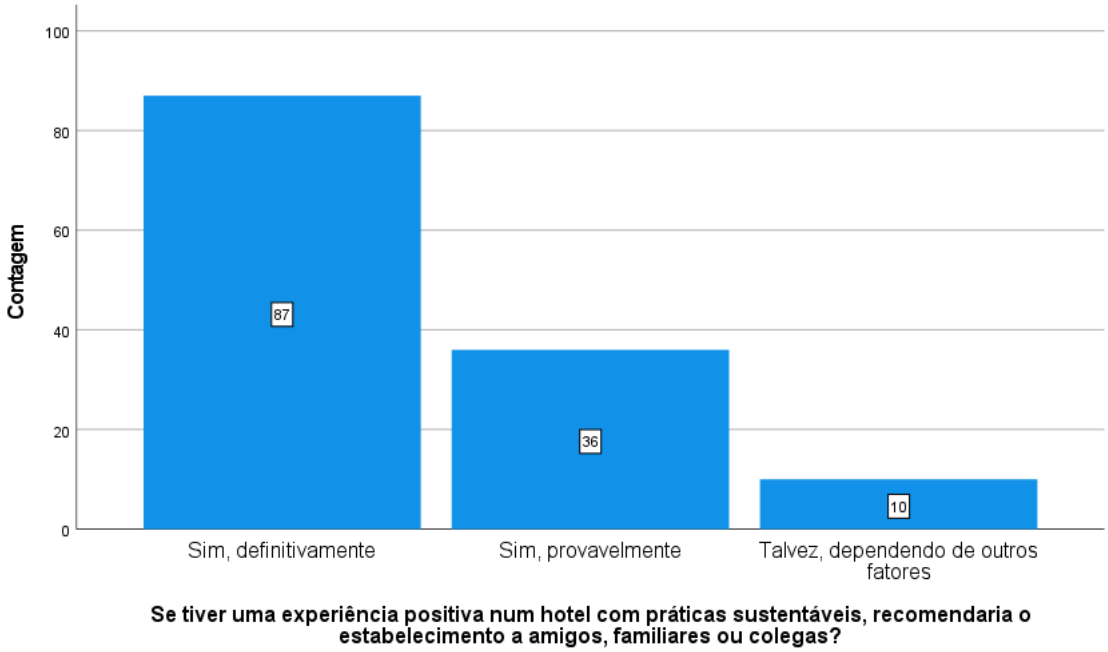
Gráfico 6 - Relevância das práticas sustentáveis de um hotel para a decisão de compra



Esta divisão entre os inquiridos que consideram "relevantes" e outros afirmam ser "indiferentes", sugere que as práticas sustentáveis são um eixo diferenciador no setor da hotelaria e podem acrescentar valor ao negócio. Todavia, é notório que para a maioria dos indivíduos, essas práticas não revelam ser um elemento totalmente decisivo no ato de compra. Esta informação indica que é importante os hotéis terem em contas as práticas de gestão sustentáveis, mas que é necessário haver uma abordagem equilibrada face a todas as características apresentadas anteriormente, isto é, instalações, avaliações e comentário, website oficial, imagens e vídeos, entre outras.

Por último, a maioria dos consumidores indicou que se tivesse uma experiência positiva num hotel que adotasse práticas de gestão sustentáveis, iria recomendar o mesmo a amigos, familiares e colegas. Esta informação está presente no gráfico abaixo, isto é, no Gráfico 7, onde é evidente que 87 pessoas afirmar recomendar definitivamente.

Gráfico 7 - Recomendação Hotel Sustentável após Experiência Positiva



Em resumo, a nível de marketing e vendas os hotéis podem considerar que atualmente os consumidores tendem a procurar as suas possíveis reservas através de plataformas online, tais como *marketplaces*, principalmente os consumidores com idade compreendida entre 18 e 35 anos. Além disso, antes de efetuarem a sua reserva os consumidores tendem a consultar as Avaliações e Comentários, bem como as Imagens e Vídeos através das redes sociais ou do website oficial. Esta informação indica que os hotéis devem apostar em conteúdo digital e estabelecer táticas de marketing centralizadas nas opiniões dos cibernautas. Em último, é evidente que a melhoria da qualidade do seu serviço é fundamental e que já existe um segmento de consumidores que se interessa pelas práticas de gestão sustentáveis.

4.2.5 DISCUSSÃO DE RESULTADOS

A título de resumo, o questionário implementado tinha como principal objetivo compreender qual era a opinião dos consumidores quanto à utilização de têxteis-lar sustentáveis, no setor da hotelaria sustentável. Assim, os resultados obtidos demonstram que apesar de metade dos consumidores compreender o que é o conceito de Hotelaria Sustentável, o tema dos Têxteis-lar sustentáveis ainda é desconhecido para mais de metade da amostra. Esta informação é percetível através da análise presente na Tabela 6 e no Gráfico 4, respetivamente.

Todavia, após a analise da Tabela 11, compreende-se que apesar de ser um tema pouco conhecido pela população em geral, os consumidores consideram que a utilização de têxteis-lar sustentáveis, no setor hoteleiro, é um fator importante e que deve ser aplicado, mas que ainda não influência decisivamente a sua decisão de compra.

Além do objetivo principal, o inquérito analisado tinha como um dos objetivos secundários a compreensão da perceção dos consumidores quanto à adoção de práticas de gestão sustentáveis, por parte dos hotéis. Deste modo, o Gráfico 6 demonstra que a opinião mais votada é que as práticas de gestão sustentáveis são relevantes para os consumidores, no entanto, ainda existem muitos indivíduos que não consideram importante. Esta informação revela que a preocupação pelas práticas sustentáveis ainda não é totalmente generalizada e que de acordo com a Tabela 16, a maioria dos consumidores raramente procura essa informação, antes de se hospedar.

Em alternativa, a maioria dos consumidores, isto é, 116 pessoas afirmaram que a sustentabilidade no setor da hotelaria é um fator "Muito importante" ou "Importante". (Tabela 5) Também, mais de metade dos inquiridos consideram-se potenciais clientes de hotéis sustentáveis (Tabela 7).

Todavia, apesar de serem conscientes da necessidade de os hotéis adotarem práticas de gestão sustentáveis, a partir da Tabela 8, é evidente que os fatores como "Preço", "Localização", "Avaliação" e "Instalações" são os que mais interessam os consumidores.

Por outro lado, outro dos objetivos secundários deste questionário consiste em perceber se a utilização de têxteis-lar sustentáveis, no setor hoteleiro, influência a credibilidade do estabelecimento, na opinião do consumidor. Os resultados da Tabela 13 afirmam que sim, ou seja, a maioria dos consumidores concorda parcialmente com os seguintes factos: "A utilização de têxteis-lar sustentáveis melhora a (...) perceção (...) do hotel"; "o conhecimento da utilização de têxteis-lar sustentáveis" faz com que o consumidor esteja mais inclinado a regressar ao hotel e

a “utilização de têxteis-lar sustentáveis influência positivamente a satisfação geral” dos consumidores.

Além disso, de acordo com o Gráfico 7, maior parte dos consumidores afirmam recomendar um hotel sustentável a familiares, amigos ou colegas, caso tenham uma experiência positiva no mesmo. Também, tendo em conta a Tabela 14, 48,87% dos inquiridos estão dispostos a pagar mais 5% pela estadia em hotéis que utilizem têxteis-lar sustentáveis.

Por último, o presente estudo também procura entender quais são os têxteis-lar sustentáveis adequados para o setor hoteleiro, no entanto, esta informação em concreto foi recolhida através do estudo bibliográfico realizado anteriormente, onde se conclui que a oferta é extensa e que tudo depende dos requisitos do hotel em questão. Em contrapartida, no inquérito em análise os inquiridos identificaram quais são os fatores que, na sua opinião, eram os principais entraves para a adoção de têxteis-lar sustentáveis, por partes dos hotéis. Os fatores considerados mais significativos foram os “custos elevados” deste tipo de têxteis e a “fala de conhecimento do produto” por parte da direção hoteleira.

CAPÍTULO V: CONCLUSÃO

Neste último capítulo serão apresentadas as principais conclusões acerca da investigação que dá corpo à dissertação de mestrado. As mesmas conclusões visam dar respostas aos objetivos apresentados no primeiro capítulo, bem como fundamentam as contribuições futuras deste estudo.

Além disso, nesta fase serão expostas as principais limitações enfrentadas ao longo da investigação.

5.1 PRINCIPAIS CONCLUSÕES

Nos dias de hoje, a consciencialização ambiental é cada vez mais um tema presente e central quer a nível económico e social, envolvendo diversos setores, dentro dos quais o setor do turismo e a indústria têxtil. Por um lado, a indústria têxtil procura melhorar os seus processos produtivos e apostar na criação de produtos inovadores e amigos do ambiente, e por outro lado, o setor da hotelaria visa melhorar as suas práticas de gestão e abraçar iniciativas de responsabilidade socioambiental. (Bocken, Pauw, Bakker, & Grinten, 2016)

Desta forma, o presente estudo revela um cenário complexo no que diz respeito à adoção de práticas sustentáveis no setor da hotelaria, com particular enfoque nos têxteis-lar. O principal objetivo do mesmo visa compreender qual a perspetiva do consumidor final quanto à utilização de têxteis-lar sustentáveis, no setor de hotelaria. Para tal, a investigação dividiu-se entre três objetivos intermédios: Compreender a perceção dos consumidores quanto aos hotéis sustentáveis; identificar os têxteis-lar sustentáveis que podem ser adequados para o setor hoteleiro; averiguar a credibilidade dos hotéis sustentáveis e o impacto da utilização de têxteis-lar sustentáveis na perceção do consumidor.

Numa fase inicial foi analisada a literatura já existente e outros estudos com temáticas relacionadas, com o intuito de compreender quais eram as diferentes conclusões apresentadas quer a nível da sustentabilidade em geral, bem como com as questões ambientais inseridas na indústria têxtil e no setor do turismo e hotelaria. De modo a alcançar os objetivos propostos foi crucial o desenvolvimento de um estudo quantitativo descritivo, através de um inquérito por questionário. A adoção desta metodologia foi fundamental para obter respostas coerentes e coesas, às perguntas previamente formuladas, tais como:

a) Qual a perceção dos consumidores quanto aos hotéis sustentáveis?

No que concerne à perceção dos consumidores quanto aos hotéis sustentáveis, os resultados demonstram que mais de metade dos consumidores entende o significado e conceitos de hotéis sustentáveis. Além disso, a maioria da população considera-se um potencial consumidor deste tipo de hotelaria e é consciente da importância da sustentabilidade neste setor, de um modo geral. Porém, apesar de considerarem as práticas de gestão sustentáveis uma informação relevante acerca de um hotel, não consideram a principal pois demonstram mais interesse por questões relacionadas com o preço, localização, entre outros.

b) Quais são os têxteis-lar sustentáveis adequados ao setor hoteleiro?

Relativamente aos têxteis-lar sustentáveis com características adequadas à utilização no setor hoteleiro, foi possível destacar através do enquadramento teórico que atualmente existem diversas fibras renováveis, reutilizáveis e biodegradáveis capazes de criar tecidos e por sua vez desenvolver têxteis para o lar, de forma certificada.

A nível de fibras naturais é possível desenvolver têxteis-lar sustentáveis a partir de algodão, cânhamo, linho, juta, urtiga, fibra de ananás, fibra de coco, abacá, *kapok*, entre outros. Porém, as mesmas devem ser misturadas com outras fibras para que tenham texturas e toque suaves, sendo que cada uma tem um impacto diferente no meio ambiente.

Por outro lado, também é possível desenvolver têxteis-lar sustentáveis através de fibras de origem animal, no entanto, podem não ser consideradas totalmente amigas do ambiente, uma vez que, o processo de extração destas fibras pode comprometer o bem-estar animal. Ainda assim, a fibras destacadas são a lã, mohair, cachemira, seda e para os enchimentos de édredons, as penas. Além disso, é importante mencionar que esta fibras não são tão direcionadas para este nicho de mercado, na medida em que, exigem manutenções e lavagens bastante delicadas.

Por último, existem as fibras celulósicas regeneradas como *lyocell* e modal, e também a fibras reciclada, como por exemplo, o algodão reciclado.

No entanto, dado que a presente investigação se direciona para a visão do consumidor final, os resultados demonstram que mais de metade da população desconhece o conceito, mas considera um fator interessante no setor da hotelaria. Desta forma, é encorajador observar que este tipo de têxteis desperta curiosidade e interesse nos consumidores, em geral.

c) O uso de têxteis-lar sustentáveis influência a perceção dos consumidores face a um hotel sustentável?

De acordo com os resultados, os consumidores consideram que a utilização de têxteis-lar sustentáveis melhora a sua a sua perceção quanto ao hotel e a respetiva marca da cadeia hoteleira. Também, indicam que os consumidores tendem a regressar ao estabelecimento se tiverem conhecimento do uso de têxteis-lar mais ecológicos e responsáveis. Além disso, a satisfação dos clientes melhora e é influenciada pelo uso deste tipo de têxteis mais amigos do ambiente.

Algo bastante relevante é o facto de os consumidores em geral, estarem dispostos a pagar mais 5% do valor habitual, por uma estadia que adote esta prática de gestão sustentável.

Em suma, este estudo revela que apesar da população estar sensibilizada acerca do tema, ainda é necessário educar o consumidor acerca dos conceitos de têxteis-lar e hotelaria sustentáveis. Porém, é encorajador observar que a utilização de têxteis-lar responsáveis a nível social e ambiental, pode melhorar a perceção de um determinado estabelecimento hoteleiro e por sua vez, influenciar positivamente a satisfação dos hóspedes. Em resumo, embora haja um caminho a percorrer, os resultados demonstram que a sustentabilidade nos setores em análise é um tópico em crescimento e que merece atenção contínua e investimentos de ambas as partes.

5.2 CONTRIBUIÇÕES DO ESTUDO

O presente estudo contribui para o ao impulsionar e fomentar o desenvolvimento de dois nichos de mercado distintos, nomeadamente, a produção de têxteis-lar sustentáveis e a implementação de práticas de gestão inovadoras no contexto da hotelaria sustentável. Ainda assim, o mesmo estudo contribui significativamente para o enriquecimento literário e científico nas áreas interligadas com têxtil e turismo, a nível nacional.

Adicionalmente, o estudo oferece uma valiosa visão da perspetiva dos consumidores em relação às questões sustentáveis, incentivando a adoção de métodos mais responsáveis tanto a nível social como ambiental. O mesmo dá apoio ao setor hoteleiro, pois apesar do estudo se centrar na adoção de têxteis-lar sustentáveis, também abordou questões aliadas à jornada de cliente, especialmente no que concerne à reserva de alojamentos.

Todos os temas abordados revelam-se importantes para a melhoria da gestão de hotéis já existentes ou aos que irão surgir no futuro. Além disso, o estudo serve como estímulo à indústria

têxtil, incentivando ao contínuo investimento em inovação e melhoria dos processos de produção, tendo em mente que os consumidores atribuem grande valor aos produtos em análise. Este estudo, traça um caminho futuro mais consciente e sustentável, tanto a nível do turismo como para a indústria têxtil.

5.3 LIMITAÇÕES DO ESTUDO

A principal limitação enfrentada no decorrer do estudo foi o tamanho da amostra, uma vez que, apesar de satisfatória não apresenta a dimensão ideal para a realização deste tipo de estudos. Ainda assim, a mesma era constituída por 133 indivíduos, o que faz com que a torna minimamente considerável. A baixa familiaridade com o tema por parte de alguns inquiridos, leva a considerar que o mesmo pode ter sido o entrave para a obtenção de respostas.

Apesar de ainda ser uma amostra significativa, a mesma não permite efetuar conclusões generalizadas dos factos, também porque a maioria dos inquiridos é do mesmo género, isto é, do sexo feminino. Desta forma, todas as conclusões apresentadas foram colocadas de forma ponderada.

Por último, a falta de literatura e estudos científicos acerca dos requisitos de têxteis-lar, no setor hoteleiro, limitou a capacidade de resposta para determinar quais os têxteis-lar sustentáveis mais adequados para a hotelaria. Todavia, apesar das limitações foi possível atingir o objetivo principal da presente dissertação de forma positiva e coerente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Atkinson, G., Dietz, S., Neumayer, E., & Agarwala, M. (2014). *Handbook of sustainable development.* Edward Elgar.

ATP – Associação Têxtil e Vestuário de Portugal. (2015). *Guia de Certificações Têxteis.* ATP – Associação Têxtil e Vestuário de Portugal.

Bahadır Ünal , Z., Dirgar, E., Acar, E., & Oral, O. (2017). A study on tracking of textile products used in hotel businesses. *Journal of Tourism Theory and Research*, 9-15.

Bailey, K., Basu, A., & Sharma , S. (29 de March de 2022). The Environmental Impacts of Fast Fashion on Water Quality: A Systematic Review. *Water Quality and Contamination*.

Becker, C. (2011). *Sustainability Ethics and Sustainability Research.* Springer.

Bocken, N. M., Pauw, I., Bakker, C., & Grinten, B. v. (2016). Product Design and Business Model Strategies for a Circular Economy. *Journal of Industrial and Production Engineering*, 308-320.

Boff, L. (2012). *Sustentabilidade: O que é - O que não é .* Rio de Janeiro: Editora Vozes.

Bonnett, M. (2007). Environmental Education and the Issue of Nature. *Journal of Curriculim Studies*, 707-721.

Calisto, M., Umbelino, J., Gonçalves, A., & Viegas, C. (2021). Environmental Sustainability Strategies for Smaller Companies in the Hotel Industry: Doing the Right Thing or Doing Things Right? *MDPI Sustainability*, 1-19.

Candia, S., & Pirlone, F. (2021). Tourism Environmental Impacts Assessment to Guide Public Authorities towards Sustainable Choices for the Post-COVID Era. *MPDI Sustainability*.

Chagas, M. J., & Caldeira-Pires, A. d. (2022). Conceptual relationship between Circular Economy, Industrial Ecology and Cradle to Cradle: a theoretical essay. *Novos Cadernos NAEA*, 211-231.

Chin, T., Tat, H. H., & Sulaiman, Z. (2015). Green Supply Chain Management, Environmental Collaboration and Sustainability Performance. *12th Global Conference on Sustainable Manufacturing* (pp. 695 – 699). Malaysia: Elsevier B.V.

Chu, S.-C., Deng, T., & Cheng, H. (2020). The role of social media advertising in hospitality, tourism and travel: a literature review and research agenda. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 3419-3438.

CITEVE, T. C. (2021). *RESET Interreg Europe: RESearch Centres of Excellence in the Textile Sector.* CITEVE.

Corvellec, H., Stowell, A. F., & Johansson, N. (2022). Critiques of the circular economy. *Journal of Industrial Ecology*, 421-432.

Das, S. (2018). *Performance of Home Textiles - Second Edition .* India: WPI.

Edgell, D. L. (2016). *Managing Sustainable Tourism: A legacy for the future.* Routledge.

Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business. .* New Society Publishers.

EURATEX, T. (2022). *FACTS & KEY FIGURES 2022: OF THE EUROPEAN TEXTILE AND CLOTHING INDUSTRY.* Brussels: EURATEX, Economic and Statistics.

European Commission. (2019). The European Green Deal sets out how to make Europe the first climate-neutral continent by 2050, boosting the economy, improving people's health and quality of life, caring for nature, and leaving no one behind. *The European Green Deal* (p. 2). Brussels: European Commission.

Farrell, C. A., Aronson, J., Daily, G. C., Hein, L., Obst, C., Woodworth, P., & Stout, J. C. (2022). Natural capital approaches: shifting the UN Decade on Ecosystem Restoration from aspiration to reality. *Restoration Ecology*.

Femenia-Serra, F., & Gretzel, U. (2020). Influencer Marketing forTourism Destinations: Lessons from a Mature Destination. *Information and Communication Technologies in Tourism 2020* (pp. 65-78). Switzerland: Springer International Publishing.

Fennell, D. A. (2020). *Ecotourism.* Routledge.

Fennell, D. A., & Copper, C. (2021). *Sustainable Tourism: Principles Contexts and Practices.* Channel View Publications Ltd.

Floričić, T. (2020). Sustainable Solutions in the Hospitality Industry and Competitiveness. *Civil Engineering Journal*, 1104-113.

Foundation, E. M. (2013). *Towards the circular economy Vol. 1: an economic and business rationale for an accelerated transition.*

Foundation, E. M. (2015). *Towards a circular economy: Business rationale for an accelerated transition.*

Frost, H., Zambrano, M. C., Leonas, K., Pawlak, J. J., & Venditti, R. A. (2020). Do Recycled Cotton or Polyester Fibers Influence the Shedding Propensity of Fabrics During Laundering? *AATCC Journal of Research*, 32-41.

GCNP. (1 de Janeiro de 2016). *17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e 169 Metas: para transformar o Mundo em nome dos Povos e do Planeta*. Obtido de Global Compact Network Portugal: https://globalcompact.pt/index.php/pt/agenda-2030

Geissdoerfer, M., Savaget, P., Bocken, N. M., & Erik, H. J. (2017). The Circular Economy - A new sustainability paradigm. *Journal of Cleaner Production*, 757-768.

Gerdt, S.-O., Wagner, E., & Schewe, G. (2019). The relationship between sustainability and customer satisfaction in hospitality: An explorative investigation using eWOM as a data source. *Tourism Management*, 155-172.

Gerdt, S.-O., Wagner, E., & Schewe, G. (2019). The relationship between sustainability and customer satisfaction in hospitality: An explorative investigation using eWOM as a data source. *Tourism Management*, 155-172.

Ghisellini, P., Cialani, C., & Ulgiati, S. (2016). A Review on circular economy: the expected transition to a balanced interplay of environmental and economic systems. *Journal of Cleaner Production*.

Giovanni, P. d., & Folgiero, P. (2023). *Strategies for the circular economy: Circular districts and networks.* Italy: G. Giappichelli .

Henry, B., Laitala, K., & Klepp, I. G. (2019). Microfibres from apparel and home textiles: Prospects for including microplastics in environmental sustainability assessment. *Science of The Total Environment*, 483-494.

Holden , E., Linnerud, K., & Banister, D. (2017). The imperatives of sustainable development. *Sustainable Development*, pp. 213-226.

Houck, M. M. (2009). *Identification of Textile Fibres.* Woodhead Publishing in Textiles.

Keßler, L., Matlin, S. A., & Kümmerer, K. (2021). The contribution of material circularity to sustainability—Recycling and reuse of textiles. *Current Opinion in Green and Sustainable Chemistry*.

Kim, W.-H., Lee, S.-H., & Kim, K.-S. (2020). Effects of sensory marketing on customer satisfaction and revisit intention in the hotel industry: the moderating roles of customers' prior experience and gender. *Anatolia Journal of Tourism and Hospitality Research*, 523-535.

Kim, Y.-J., & Kim, H.-S. (2022). The Impact of Hotel Customer Experience on Customer Satisfaction through Online Reviews. *Sustainability*.

Korhonen, J., Honkasalo, A., & Seppälä , J. (2018). Circular economy: The concept and its limitations . *Ecological Economics*, 37-46.

Kotler, P. T., Keller, K. L., Goodman, M., Brady, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing Management, 4th European Edition.* Pearson Higher Education.

Krizanova, A., Lăzăroiu , G., Gajanova , L., Kliestikova, J., Nadanyiova, M., & Moravcikova , D. (2019). The Effectiveness of Marketing Communication and Importance of Its Evaluation in an Online Environment. *Sustainability MDPI*, 1-19.

Luján-Ornelas, C., Güereca, L. P., Franco-García, M.-L., & Heldeweg, M. (2020). A Life Cycle Thinking Approach to Analyse Sustainability in the Textile Industry: A Literature Review. *Sustainability*, 1-19.

Malheiro, A., Sousa, B. B., Liberato, D., & Liberato, P. (2020). Sustainability In Tourism And Hospitality: Trends And Challenges. *Education Excellence and Innovation Management: A 2025 Vision to Sustain Economic Development during Global Challenges* (pp. 15545-15555). Seville: 35th IBIMA Conference.

Manzini, E., & Vezzoli, C. (2016). *O Desenvolvimento de Produtos Sustentáveis: Os Requisitos Ambientais dos Produtos Industriais 4ª Edição.* Rio de Janeiro: Edusp.

Maté-Sánchez-Val, M., & Teruel-Gutierrez, R. (2021). Evaluating the effects of hotel location on the adoption of green management strategies and hotel performance. *Journal of Sustainable Tourism*, 2029-2052.

McNeill, R., & Nienaber, H. (2021). CO-OPETITION: THE MORPHOLOGY OF EVOLVING USA CORPORATE HOTEL B2B SALES. *Journal of Global Business and Technology*, 21-44.

Muthu, S. S. (2017). *Sustainable Fibers and Textiles.* Elsevier.

OEKO-TEX®. (2023). *ANNUAL REPORT 2021 / 2022.* Zurich: OEKO-TEX® .

OEKO-TEX®. (2023). *Standard OEKO-TEX® MADE IN GREEN.* Zurich: International Association for Research and Testing in the Field of Textile and Leather Ecology.

OEKO-TEX®. (2023). *Standard OEKO-TEX® STANDARD 100.* Zurich: OEKO-TEX® International Association for Research and Testing in the Field of Textile and Leather Ecology.

OEKO-TEX®. (2023). *Standard OEKO-TEX® STeP.* Zurich: OEKO-TEX® International Association for Research and Testing in the Field of Textile and Leather Ecology.

OESTE PORTUGAL, T. (2019). *Manual de Boas Práticas e Sustentabilidade.* AIRO - Associação Empresarial da Região Oeste.

Ong, Y., & Ito, N. (2019). "I Want to Go There Too!" Evaluating Social Media Influencer Marketing Effectiveness: A Case Study of Hokkaido's DMO. *Information and Communication Technologies in Tourism 2019* (pp. 132-144). Nicosia, Cyprus: Springer.

ONU. (2019). *Global Sustainable Development: The Future is Now Science for Achieving Sustainable Development .*

Postrel, V. (2021). *The Fabric of Civilization: How Textiles Made the World.* Basic Books.

Rathore, B. (2023). Future of Textile: Sustainable Manufacturing & Prediction via ChatGPT. *International Peer Reviewed/Refereed Multidisciplinary Journal* , 52-62.

Rathore, B. (2023). Textile Industry 4.0: A Review of Sustainability in Manufacturing. *International Journal of New Media Studies*, 38-43.

Redman, C. L. (2014). Should Sustainability and resilience be combined or remain distinct pursuits? . *Ecology and Society*.

Reslan, M., Last, N., Mathur, N., Morris, K., & Ferrero, V. (2022). Circular Economy: A Product Life Cycle Perspective on Engineering and Manufacturing Practices. *29th CIRP Life Cycle Engineering Conference* (pp. 851-858). Elsevier B.V.

Rojas-Díaz, P. J., & Gil-Marín, M. J. (2022). Blue economy for a sustainable business world. A scientific literature review. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria KOINONIA*, 69-80.

Savitz, A. W., & Weber, K. (2006). *The Triple Bottom Line: How best-run companies are achieving economic, social and environmental sucess - and how you can too.* San Francisco: Jossey-Bass A Wiley Imprint.

Sharma, A. (2019). *Sustainable Tourism Development: Futuristic Approaches.* Apple Academic Press Inc.

Shuvo, I. I. (2020). Fibre attributes and mapping the cultivar influence of different industrial cellulosic crops (cotton, hemp, flax, and canola) on textile properties. *Bioresour and Bioprocess*, 1-28.

Subrata, D. (2018). *Performance of Home Textiles - Second Edition.* New Delhi: Woodhead Pub India.

Taliento, M., Favino, C., & Netti, A. (2019). Impact of Environmental, Social, and Governance Information on Economic Performance: Evidence of a Corporate 'Sustainability Advantage' from Europe. *MDPI Sustainability*, 1-26.

Textile Exchange. (2022). *Preferred Fiber & Materials Market Report.* Textile Exchange.

Thyavihalli Girijappa , Y. G., Mavinkere Rangappa , S., Parameswaranpillai , J., & Siengchin, S. (2019). Natural Fibers as Sustainable and Renewable Resource for Development of Eco-Friendly Composites: A Comprehensive Review. *Frontiers in Materials*, 1-14.

Turismo de Portugal. (2021). *Plano Turismo +Sustentável 20-23.* Portugal: Turismo de Portugal, I.P.

Turismo de Portugal. (2022). *Relatório de Sustentabilidade | 2021.* Portugal: Turismo de Portugal, IP.

Veiga, J. E. (2010). *Sustentabilidade: A legitimação de um novo valor.* São Paulo: SENAC.

Wang, J., Wang, S., Xue, H., Wang, Y., & Li, J. (2018). Green image and consumers' word-of-mouth intention in the green hotel industry: The moderating effect of Millennials. *Journal of Cleaner Production*, 426-436.

Watson, D., & Trzepacz, S. (2019). *Increasing the Circularity of Hotel Textiles.* Copenhagen : EU Urban Waste Programme.

WCED. (1987). *Our Common Future: Report of the World Commission on Environment and Development.* Oxford University Press.

Weetman, C. (2020). *A Circular Economy Handbook: How to Build a More Resilient, Competitive and Sustainable Business 2nd Edition.* Kogan Page.

Wong, I. A., Ruan, W. J., Cai, X., & Huang, G. I. (2021). Green-Induced tourist equity: The cross-level effect of regional environmental performance. *Journal of Sustainable Tourism*, 1043-1062.

Zhang, J., & Du, M. (2020). Utilization and effectiveness of social media message strategy: how B2B brands differ from B2C brands. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 721-740.

Zutshi, A., Narula, S. A., & Desore, A. (2016). *CSR and Sustainability Practices of the Hotel Industry. Em A. S. Stanusch, Corporate Social Performance in the Age of Irresponsibility: Cross National Perspective.* Information Age Publishing.

ANEXOS

ANEXO I : INQUÉRITO

A. Introdução e Consentimento Informado Livre e Esclarecido

O Uso de Têxteis-lar Sustentáveis no setor de Hotelaria Sustentável, a perspetiva do consumidor

Estimado/a participante,

Convido-o a fazer parte de um estudo de investigação sobre a utilização de têxteis-lar sustentáveis no setor da hotelaria, inserido no âmbito da minha Dissertação de Mestrado para a obtenção do grau de Mestre em Design e Marketing de Produto Têxtil, Vestuário e Acessórios.

Este estudo é orientado pelo Professor Doutor António Manuel Dinis Ribeiro Marques e tem como objetivo principal compreender o impacto da adoção de têxteis-lar sustentáveis na hotelaria sustentável, a partir da perspetiva do consumidor final.

Para alcançarmos esse objetivo, solicitamos a sua colaboração no preenchimento de um conjunto de questões de resposta rápida. O processo deverá demorar aproximadamente 10 minutos para ser concluído.

É fundamental destacar que a sua participação neste questionário é inteiramente voluntária e que toda a informação fornecida será tratada com a máxima confidencialidade. Os dados recolhidos serão utilizados exclusivamente para fins estatísticos e científicos.

Agradecemos desde já a sua valiosa cooperação e disponibilidade para contribuir com este estudo. O seu apoio é fundamental para o avanço da investigação em práticas sustentáveis na hotelaria.

Atenciosamente,

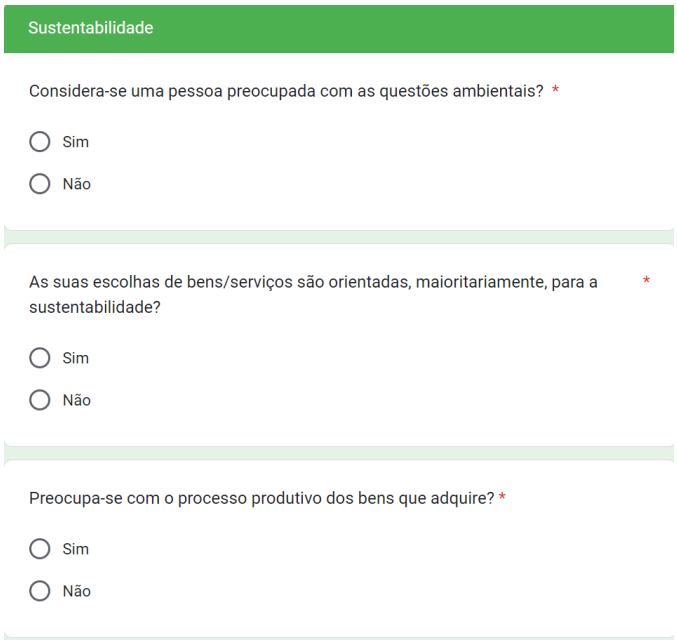
Sara Rosmaninho

Estudante de Mestrado em Design e Marketing de Produto Têxtil, Vestuário e Acessórios, na Escola de Engenharia, da Universidade do Minho

Obtenção do Consentimento Informado Livre e Esclarecido *

- [ ] Declaro que li e compreendi os objetivos e procedimentos do estudo, dando consentimento para o tratamento dos meus dados, nos moldes definidos.
- [ ] Ao participar neste estudo, compreendi que a minha participação é voluntária e confidencial, uma vez que as minhas respostas nunca serão divulgadas individualmente, e que serão tratadas por especialistas e divulgadas em termos do total da amostra, unicamente para efeitos de ensino, comunicação em congressos, seminários ou artigos científicos, respeitando, sempre, o Regulamento Geral de Proteção de Dados (Lei nº 58/2019

B. Tema “Sustentabilidade”



Sustentabilidade

Considera-se uma pessoa preocupada com as questões ambientais? *

- Sim
- Não

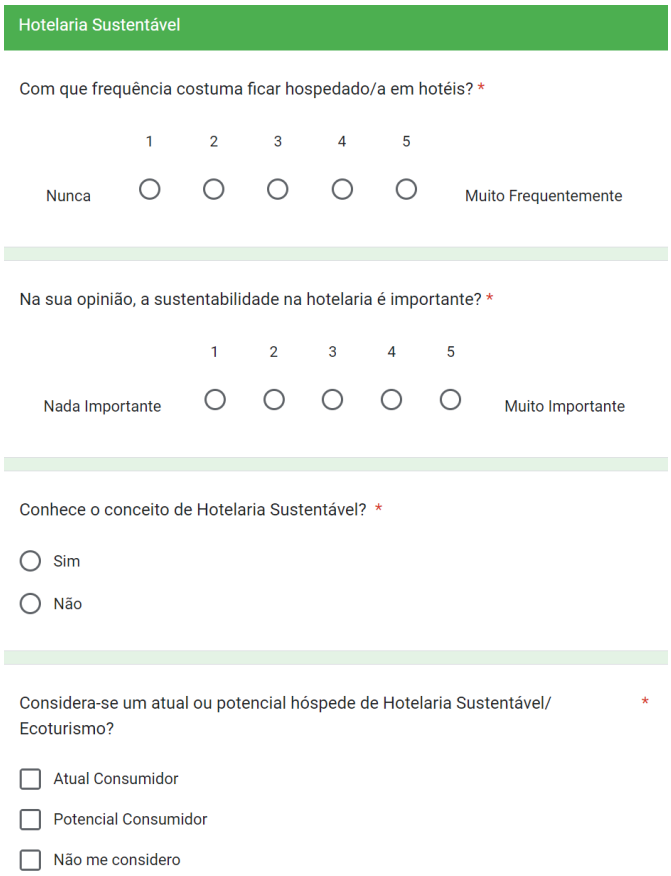
As suas escolhas de bens/serviços são orientadas, maioritariamente, para a sustentabilidade? *

- Sim
- Não

Preocupa-se com o processo produtivo dos bens que adquire? *

- Sim
- Não

C. Tema “Hotelaria Sustentável”



Hotelaria Sustentável

Com que frequência costuma ficar hospedado/a em hotéis? *

	1	2	3	4	5	
Nunca	○	○	○	○	○	Muito Frequentemente

Na sua opinião, a sustentabilidade na hotelaria é importante? *

	1	2	3	4	5	
Nada Importante	○	○	○	○	○	Muito Importante

Conhece o conceito de Hotelaria Sustentável? *

- Sim
- Não

Considera-se um atual ou potencial hóspede de Hotelaria Sustentável/ Ecoturismo? *

- ☐ Atual Consumidor
- ☐ Potencial Consumidor
- ☐ Não me considero

Selecione os fatores que mais influenciam a sua escolha de um hotel (pode selecionar mais do que uma opção): *

- [ ] Localização
- [ ] Preço
- [ ] Instalações e comodidades oferecidas
- [ ] Avaliações e comentários de outros hóspedes
- [ ] Sustentabilidade e práticas ambientais
- [ ] Utilização de têxteis-lar sustentáveis

Na sua opinião, quais dos seguintes fatores são mais importantes para que um hotel seja considerado sustentável? (pode escolher mais do que uma opção): *

- [ ] Uso de materiais sustentáveis (como têxteis-lar e produtos de limpeza)
- [ ] Reciclagem e gestão de resíduos
- [ ] Redução do consumo de energia e água
- [ ] Fontes de energia renovável
- [ ] Envolvimento em projetos de responsabilidade social
- [ ] Certificações ambientais

D. Tema "Têxteis-lar Sustentáveis"

Têxteis-lar Sustentáveis

3.1. Está familiarizado/a com o conceito de "Têxteis-lar Sustentáveis"? *

- ◯ Sim
- ◯ Não

Se respondeu "Sim" à pergunta anterior, por favor, descreva o que entende por "têxteis-lar sustentáveis":

A sua resposta

Considera que a utilização de têxteis-lar sustentáveis num hotel é um fator relevante para a sua escolha de hospedagem? *

- ◯ Sim, é um fator determinante
- ◯ Sim, é importante, mas não decisivo
- ◯ Indiferente
- ◯ Não, não é relevante para a minha escolha

Já esteve hospedado num hotel com têxteis-lar sustentáveis? *

- ◯ Sim
- ◯ Não
- ◯ Não sei

Se respondeu "Sim" à pergunta anterior: Como avalia a sua experiência em comparação com têxteis convencionais?

	Muito pior	Pior	Indiferente	Melhor	Muito Melhor
Conforto	◯	◯	◯	◯	◯
Qualidade do sono	◯	◯	◯	◯	◯
Toque/Textura	◯	◯	◯	◯	◯
Experiência geral	◯	◯	◯	◯	◯

Indique o grau de concordância com as seguintes afirmações sobre a utilização de têxteis-lar sustentáveis em hotéis: *

	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Indiferente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
"A utilização de têxteis-lar sustentáveis melhora a minha perceção da marca do hotel."	◯	◯	◯	◯	◯
"Tendo conhecimento da utilização de têxteis-lar sustentáveis, estou mais inclinado/a a regressar ao hotel."	◯	◯	◯	◯	◯
"A utilização de têxteis-lar sustentáveis influencia positivamente a minha satisfação geral como cliente do hotel."	◯	◯	◯	◯	◯

Indique o seu grau de disposição para pagar mais por uma estadia num hotel que utiliza têxteis-lar sustentáveis: *

- ◯ Não estou disposto/a a pagar mais
- ◯ Estou disposto/a a pagar até 5% a mais
- ◯ Estou disposto/a a pagar entre 5% a 10% a mais
- ◯ Estou disposto/a a pagar mais de 10% a mais

Na sua opinião, quais dos seguintes fatores podem estar a impedir os hotéis de adotarem têxteis-lar sustentáveis? (pode escolher mais do que uma opção): *

- ☐ Custo elevado dos têxteis-lar sustentáveis
- ☐ Falta de conhecimento sobre as opções de têxteis-lar sustentáveis disponíveis no mercado
- ☐ Resistência da administração do hotel a mudanças nas práticas existentes
- ☐ Falta de procura por parte dos hóspedes
- ☐ Dificuldades na obtenção de fornecedores de têxteis-lar sustentáveis
- ☐ Receio dos métodos de manutenção e limpeza

Antes de se hospedar num hotel, costuma verificar se o mesmo possui práticas sustentáveis, como o uso de têxteis-lar sustentáveis? *

- ◯ Sim, verifico sempre
- ◯ Às vezes, dependendo da importância da sustentabilidade para mim
- ◯ Raramente
- ◯ Não, nunca verifico

E. Tema "Marketing aplicado ao setor hoteleiro"

Marketing

Como costuma descobrir hotéis quando planeia uma viagem? (pode selecionar mais do que uma opção) *

- ☐ Pesquisas em motores de busca (ex.: Google)
- ☐ Redes sociais (ex.: Facebook, Instagram, Tiktok)
- ☐ Sites de reservas de hotéis (ex.: Booking.com, Airbnb)
- ☐ Recomendação de amigos, familiares ou colegas
- ☐ Agências de viagens
- ☐ Outros

Com que frequência utiliza marketplaces (plataformas de reservas) para reservar hotéis? *

	1	2	3	4	5	
Nunca	◯	◯	◯	◯	◯	Muito Frequentemente

Antes de efetuar uma reserva de hotel, costuma procurar informações adicionais sobre o estabelecimento? (pode selecionar mais do que uma opção): *

- [ ] Avaliações e comentários de outros hóspedes em sites de reservas
- [ ] Avaliações e comentários de outros hóspedes em redes sociais ou fóruns de viagens
- [ ] Website oficial do hotel
- [ ] Fotos e vídeos do hotel em redes sociais
- [ ] Informações sobre práticas sustentáveis do hotel (ex.: uso de têxteis-lar sustentáveis)
- [ ] Outras fontes

Considera que as informações sobre práticas sustentáveis de um hotel, incluindo o uso de têxteis-lar sustentáveis, são relevantes para a sua decisão de reserva? *

- ○ Sim, são muito relevantes
- ○ Sim, são relevantes
- ○ Indiferente
- ○ Não, não são muito relevantes
- ○ Não, definitivamente

Se tiver uma experiência positiva num hotel com práticas sustentáveis, recomendaria o estabelecimento a amigos, familiares ou colegas? *

- ○ Sim, definitivamente
- ○ Sim, provavelmente
- ○ Talvez, dependendo de outros fatores
- ○ Não, provavelmente não
- ○ Não, de forma alguma

F. Dados Sociodemográficos

Dados Sociodemográficos

Género *

- ◯ Feminino
- ◯ Masculino
- ◯ Prefiro não mencionar
- ◯ Outro

Faixa Etária *

- ◯ < 18 anos
- ◯ 18 a 25 anos
- ◯ 26 a 35 anos
- ◯ 36 a 45 anos
- ◯ 46 a 55 anos
- ◯ 56 a 65 anos
- ◯ > 65 anos

Distrito de Residência *

- ◯ Aveiro
- ◯ Beja
- ◯ Braga
- ◯ Bragança
- ◯ Castelo Branco
- ◯ Coimbra
- ◯ Évora
- ◯ Faro
- ◯ Guarda
- ◯ Leiria
- ◯ Lisboa
- ◯ Portalegre
- ◯ Porto
- ◯ Santarém
- ◯ Setúbal
- ◯ Viana do Castelo
- ◯ Vila Real
- ◯ Viseu
- ◯ Região Autónoma da Madeira
- ◯ Região Autónoma do Açores

Grau de Escolaridade *

- ◯ Ensino Básico – 1º Ciclo, 2º Ciclo e 3º ciclo
- ◯ Ensino Secundário – 10º ano, 11º ano, 12º ano
- ◯ Ensino Superior e Especialização (CET/CTeSP, Licenciatura, Pós Graduação)
- ◯ Ensino Superior – Mestrado e/ou Doutoramento

Situação Ocupacional Atual *

- ◯ Estudante
- ◯ Trabalhador - Estudante
- ◯ Empregado/a por conta de outrem
- ◯ Empregado/a por conta própria
- ◯ Desempregado
- ◯ Reformado
- ◯ Outro