

## **Determinantes do Comportamento de Hospedagem Sustentável: um framework com modelagem de equações estruturais**

Carolina de Oliveira Kremer  
E-mail: carolina.kremer@hotmail.com  
Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

Leonardo Flach  
E-mail: leonardo.flach@gmail.com  
Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

Jonatas Dutra Sallaberry  
E-mail: jonatas.sallaberry@hotmail.com  
Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

**Resumo:** O tema sustentabilidade tem ganho cada vez mais espaço em âmbito internacional e nacional. Esta pesquisa tem por objetivo analisar os determinantes da Teoria do Comportamento Planejado para explicar a intenção do comportamento de hospedagem em hotéis sustentáveis. O método de pesquisa aplicado foi a Modelagem de Equações Estruturais. A pesquisa teve características de pesquisa exploratória, quantitativa, e inferencial, por meio da aplicação de uma *survey*. O instrumento de Han, Hsu e Sheu (2010), traduzido e analisado por especialistas, contendo 38 perguntas, foi desenvolvido em formulário eletrônico e encaminhado por email, chegando a uma amostra total de 383 respostas. A análise dos dados foi realizada a partir da técnica de modelagem de equações estruturais (SEM) estimada a partir dos Mínimos Quadrados Parciais (*Partial Least Squares – PLS*), avaliação do modelo de mensuração e do modelo estrutural. Os resultados validaram as perspectivas da Teoria do Comportamento Planejado (TCP), com a significância estatística para as relações entre as variáveis forças da atitude, da norma subjetiva e do controle comportamental percebido em relação à intenção de hospedagem em hotéis sustentáveis. As crenças atitudinais apresentaram a maior magnitude de influência da intenção de hospedagem em hotéis sustentáveis. Esses resultados apresentam implicações teóricas e práticas, desde a validação da literatura de TCP à indicação do principal determinante da intenção de hospedagem, que pode resultar em estratégias de marketing mais precisas e melhores resultados econômicos.

**Palavras-chave:** Hotelaria; Sustentabilidade; Comportamento; Estratégia.

### **1 Introdução**

Durante muito tempo os recursos naturais foram usados de maneira descontrolada, sem levar em consideração o futuro e o impacto que isso poderia causar, tanto para as futuras gerações quanto para o próprio meio ambiente (Silva, Silva, & Mendes, 2017). No entanto, na década de 1960, depois de um período de intenso crescimento urbano, as questões ambientais do Brasil se intensificaram tanto nos discursos quanto nos estudos (Barbosa, 2008).

As consequências que começaram a surgir no meio ambiente afetaram os grandes centros urbanos e serviram de paradigma para essa mudança de pensamento e conscientização. Atualmente, é notório o interesse dos indivíduos e dos agentes econômicos

de incorporar certificações com apelo de mercado para cativar novos cliente e aumentar sua rentabilidade (Silva *et al.*, 2017).

Com isso, a própria sociedade exerce pressão sobre o Estado, cobrando o comprometimento com o meio ambiente, seja em questão de preservação, quanto de utilização dos recursos naturais. Silva *et al.* (2017) afirmam que, enquanto integrantes da sociedade, as empresas são corresponsáveis pela preservação do meio ambiente e que devem sempre levar em conta essa questão em sua gestão.

No campo da hotelaria, a procura por hotéis mais sustentáveis vem crescendo cada vez mais, surgindo assim os hotéis ecológicos, que se caracterizam pela busca por minimizar o visível impacto ambiental e sociocultural negativo das pessoas em férias, promovendo abordagens, radicalmente diferentes em relação ao turismo convencional (Wearing, 2001).

Além de obter uma vantagem competitiva, diferenciando-se dos meios de hospedagem sem essa sustentabilidade e consequentemente o apelo aos usuários, outros benefícios podem surgir, como redução de custos no consumo de energia e operacionais, melhoria da imagem da empresa, regulamentação estatal (Enz & Siguaw, 1999; Han, Hsu, & Sheu, 2010). Por isso, esse um nicho de mercado crescente no mercado competitivo atual (Manaktola & Jauhari, 2007).

Esta pesquisa desenvolve-se a partir da problemática de ausência de conhecimento sobre os fatores que influencia o comportamento de hospedagem, carecendo questionar, quais as motivações para hospedagem em hotéis sustentáveis? Por esta razão, a pesquisa tem por objetivo analisar os determinantes da Teoria do Comportamento Planejado para explicar a intenção do comportamento de hospedagem em hotéis sustentáveis.

A discussão teórica sobre a formação das intenções de hospedagem dos usuários para escolher um hotel sustentável tem sido escasso (Han *et al.*, 2010). O conhecimento de fatores que influenciam hóspedes, considerando componentes sociais e ambientais, pode proporcionar uma visão mais aprofundada dos seus processos de tomada de decisão, e entendimento dos seus comportamentos. A partir do conhecimento da capacidade de influência das variáveis na intenção, é possível para os gerentes desenvolver estratégias voltadas para completar as estratégias inatas do indivíduo.

## 2 Revisão Teórica

A prática da gestão ambiental, pode ser identificada como um importante canal de comunicação para manter um relacionamento harmônico entre o meio ambiente e a sociedade. Ela possui também uma ferramenta poderosa de transformação da sociedade, que seria o aparato legal, que nos faz debater sobre os direitos e deveres dos seres humanos em relação ao meio ambiente (Theodoro, Cordeiro, & Beke, 2005).

A melhoria do desempenho ambiental de uma empresa, pode levar também a uma melhoria tanto econômica ou de desempenho financeiro, sem necessariamente aumentar os custos (Porter & Van der Linde, 1995). Com o intuito de se conseguir o desenvolvimento sustentável, a gestão ambiental pode ser compreendida como a gestão empresarial, respeitando os limites do meio ambiente, evitando assim eventuais problemas (Dias, 2009).

As ações ambientais têm tomado uma posição cada vez mais integrada às funções administrativas, de marketing e finanças (De Souza, 2002). Nesse contexto, o consumidor de produtos e serviços passa também a ter consciência de que o seu comportamento de consumo é relevante para influenciar as práticas nos negócios, sejam de forma predatória à natureza ou pró-ambiente. Um comportamento de consumo consciente leva em consideração os aspectos econômicos, sociais e ambientais (Zimmer, Camargo, Pizzoli, Zanandréa, & Bizotto, 2019).

As estratégias de marketing e operacionais percebem essas preferências comportamentais dos usuários e também passam a tomar suas decisões considerando o apelo que produtos e serviços sustentáveis possuem (Ribas, Vicente, Altaf, & Troccoli, 2017). O consumidor passa a se preocupar com os impactos que causados por sua aquisição, positivos ou negativos, ou seja, aplica um filtro sustentável no seu comportamento (Zimmer *et al.*, 2019).

Em alguns segmentos econômicos o apelo socioambiental pode ser maior ou menor, a depender de variáveis de perfil demográficas, como idade, sexo, estado civil, renda, educação, número de filhos, status social, entre outros (Islam & Chandrasekaran, 2016). No entanto a maioria dos estudos explora a sustentabilidade sob uma perspectiva ambiental e raros nas percepções dos consumidores sobre as percepções da sustentabilidade (Carvalho, Salgueiro, & Rita, 2015).

Nesse contexto de se analisar o comportamento do indivíduo é preciso uma lente teórica para direcionar o pesquisador. Diante disso, a pesquisa estabeleceu a análise guiada pela Teoria do Comportamento Planejado, proposta por Ajzen (1991) com o intuito de prever o comportamento humano em algum contexto, levando em conta as crenças de atitude e normativas, e o controle comportamental percebido como determinantes da intenção comportamental e do comportamento em si.

## 2.1 Teoria do Comportamento Planejado

A Teoria do Comportamento Planejado (TCP) foi proposta por Ajzen (1991) com o intuito de explicar o comportamento humano. A TCP é desdobramento da Teoria da Ação Racional (TAR), proposta por Fishbein e Ajzen, em 1975, que se baseia no uso racional da informação para a tomada de decisões, ou seja, o comportamento é o componente principal da intenção que está condicionada pelas atitudes da ação.

O desempenho desses comportamentos depende basicamente de fatores não-motivacionais, sendo eles recursos e oportunidades indispensáveis, como por exemplo tempo, dinheiro ou até mesmo habilidade (Ajzen, 1991). Na proposição da TCP, Ajzen (1991) indica que a intenção do indivíduo de efetivar um determinado comportamento é o principal fator determinante do comportamento. As intenções são assumidas para capturar os fatores motivacionais que influenciar um comportamento, que na presente proposta emprega o modelo da Teoria do Comportamento Planejado de Ajzen (1991).

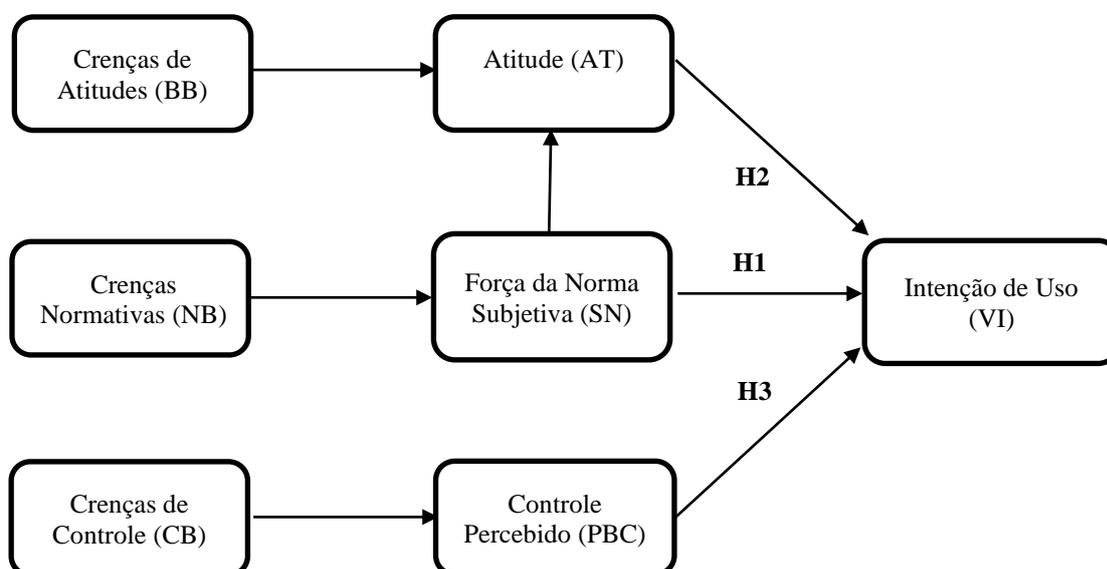


Figura 1. Modelo da pesquisa

A teoria pode analisar a influencia na atitude de compra (Hoppe, Barcellos, Vieira, & Matos, 2012). Como todas as teorias desenvolvidas para prever o comportamento humano, a TCP é voltada para a intenção comportamental tendo a intenção como variável direta que antecede o comportamento efetivo (Marçal, Carvalho, Bufoni, Cruz, 2018).

Ajzen (1991) destaca que as crenças comportamentais ou atitude ligam o comportamento de interesse aos resultados esperados. Uma crença comportamental é a probabilidade subjetiva de que o comportamento produza um determinado resultado. Essas crenças determinam a atitude predominante em relação ao comportamento, sendo que a avaliação de cada resultado contribui para a atitude em proporção direta à probabilidade subjetiva da pessoa de que o comportamento produz o resultado em questão (Ajzen, 1991). A atitude em relação a um comportamento é o grau em que o desempenho do comportamento é apreciado, seja positivo ou negativo. Especificamente, a força de cada crença é ponderada pela avaliação do resultado ou atributo, e os produtos são agregados (Ajzen, 1991).

Segundo Ajzen (1991), as crenças normativas referem-se às expectativas comportamentais percebidas pelo indivíduo de grupos de referência importantes como cônjuge, família, amigos, colegas de trabalho e outras pessoas consideradas de opinião relevante. A motivação para cumprir com as expectativas contribui para a norma subjetiva na proporção direta à probabilidade da expectativa da pessoa de referência (Ajzen, 1991).

A norma subjetiva pode ser considerada como a pressão social percebida para realização de um determinado comportamento. O autor propõe que a norma subjetiva é determinada pelo conjunto total de crenças normativas relativas às expectativas de pessoas importantes. Especificamente, a força de cada crença normativa é ponderada pela motivação para cumprir com o referente em questão, e os produtos são agregados.

Ajzen (1991) destaca que as crenças de controle têm a ver com a presença percebida de fatores que podem facilitar ou impedir o desempenho de um comportamento. O controle percebido de cada fator para impedir ou facilitar a realização do comportamento contribui para o controle comportamental percebido em proporção direta à probabilidade subjetiva da pessoa perceber a presença do referido controle.

O controle comportamental percebido refere-se à percepção das pessoas sobre sua capacidade de realizar determinado comportamento. Na medida em que esta crença seja um reflexo preciso do controle comportamental real, o controle comportamental percebido pode, juntamente com a intenção, ser usado para prever o comportamento (Ajzen, 1991).

Para Ajzen (2019), a efetivação de um comportamento depende não só de uma intenção favorável, mas também de um nível suficiente de controle comportamental. O controle comportamental real refere-se às habilidades da pessoa, aos recursos e outros pré-requisitos necessários para realizar o comportamento em questão.

A intenção é um indicador da prontidão para realizar um determinado comportamento, sendo considerado o antecedente imediato do comportamento. A intenção é baseada na atitude em relação ao comportamento e à norma subjetiva, cada um ponderado por sua importância em relação ao comportamento e população de interesse, e sua influência moderada pelo controle comportamental percebido (Ajzen, 1991). Seguindo a intenção, o Comportamento é a resposta manifesta e observável em uma determinada situação em relação a um determinado fato, o objeto observável de um processo cognitivo que gera um resultado.

Diante da construção teórica, foram estabelecidas as hipóteses da pesquisa.

**H<sub>1</sub> - A percepção externa da consciência sustentável do indivíduo influencia positivamente na sua intenção de se utilizar de meios de hospedagem sustentáveis (SN → VI).**

Ao conceituar a atitude em relação ao comportamento, Han, Hsu, e Lee (2010) constataram que os hóspedes de hotel possuem uma atitude otimista em relação a práticas sustentáveis e ecológicas nos hotéis. A importância da atitude em relação a práticas ecológicas e sustentabilidade no setor hoteleiro também é identificada nos estudos de Manaktola e Jauhari (2007), bem como na pesquisa de Kim e Han (2010).

**H<sub>2</sub> - A atitude de consciência sustentável do indivíduo influencia positivamente na intenção de se utilizar de meios de hospedagem com práticas ambientais (AT → VI).**

Para criar atitude sustentável entre os hóspedes em potencial, profissionais do setor hoteleiro devem obter apoio do consumidor e promover a imagem positiva das práticas ambientais nos hotéis (Hashim, Zakariah, Mohamad, & Merican, 2013). A atitude do consumidor em relação às iniciativas sustentáveis no setor hoteleiro pode ser definida como uma predisposição dos consumidores a responder de maneira favorável ou desfavorável aos esforços do setor hoteleiro com as práticas ambientais sustentáveis.

**H<sub>3</sub> - O controle comportamental percebido influencia positivamente na intenção de se utilizar de meios de hospedagem com práticas ambientais (PBC → VI).**

Um estudo de Zhuping e Qiang (2009) sobre as motivações do consumidor para compreender as práticas sustentáveis no setor hoteleiro, teve como resultados que o consumidor de hospedagem na China pode querer cooperar para os esforços ecológicos do proprietário do alojamento. No entanto, os consumidores demonstraram ceticismo quando se trata de impor uma taxa mais alta em relação a um outro hotel com o mesmo padrão. Esta pesquisa também evidenciou que os consumidores estavam dispostos a cooperar em algumas iniciativas como economia de eletricidade e água. Entre as ideias que os respondentes apoiaram como prática sustentável, elencam-se a ideia de não renovar a roupa de cama diariamente, bem como o uso de sacos com material reciclável para lavar a roupa. Os autores sugerem que se torna necessário um apoio adicional de organizações estatais para propagar a educação, a consciência ecológica dos consumidores, para a melhoria de práticas sustentáveis nos hotéis. De fato, um estudo realizado por Gibson, Dobbs, Joppe, e Jamieson (2010), concluiu que o apoio da *Green Tourism Association* (GTA), de Toronto (Canada), auxiliou no sucesso da educação ecológica e contribuiu para o sucesso no desenvolvimento de práticas sustentáveis no setor hoteleiro canadense.

### **3 Método de Pesquisa**

A pesquisa promovida caracteriza-se como quantitativa, descritiva e exploratória, analisando as variáveis típicas dos determinantes da TCP na hospedagem em hotéis sustentáveis. A coleta de dados adotou o instrumento de Han *et al.* (2010), traduzida e analisada por especialistas, contendo 38 perguntas que abordam, basicamente, as variáveis e comportamentos na escolha de um hotel ecológico (Apêndice I).

A coleta contemplou 383 indivíduos a partir da técnica metodológica de *survey*, em formulário eletrônico encaminhado por e-mail, cujas questões foram predominantemente respondidas em escala tipo *Likert* de sete pontos. Na amostra predominaram docentes do ensino superior, em virtude da disponibilidade dos contatos e do nível de renda necessário para o comportamento de hospedagem, haja vista que pessoas que não costumam se hospedar em hotéis quando em viagem poderiam enviesar os resultados. O período de coleta de dados ocorreu entre 5 de maio e 21 de setembro de 2019.

A coleta dos dados teve como etapas: (i) primeiramente, foram feitos levantamento de e-mails e contatos; (ii) após isso, foi enviado uma breve apresentação por *e-mail* contendo explicações de sua finalidade; (iii) foi enviado junto à mensagem o *link* do questionário, que localiza-se na plataforma de pesquisas do Google Formulários; (iv) sete dias depois foi encaminhado um segundo *e-mail*, como lembrete para as pessoas que não haviam respondido, reforçando a importância do *feedback*.

A análise dos dados foi realizada a partir da técnica de modelagem de equações estruturais (SEM) estimada a partir dos Mínimos Quadrados Parciais (*Partial Least Squares – PLS*), desenvolvido por Wold (1982, *apud* Ringle, Wende, & Becker, 2015), que em sua essência realiza uma sequência de regressões em termos de vetores de ponderação, neste caso 300 iterações. A técnica possibilita estimar uma série de equações de regressão múltiplas separadas, mas interdependentes, de forma simultânea, pela especificação do modelo estrutural (Hair Jr., Hult, Ringle, & Sarstedt, 2016).

Para a análise, realizou-se a avaliação do modelo de mensuração e do modelo estrutural. As validações decorreram de análises no *bootstrapping* (PLS) que consistem na melhor alternativa para se testar as hipóteses de mediação e fornecem um teste rigoroso da importância dos efeitos indiretos, avaliando e comparando os efeitos indiretos em modelos de mediação (MacKinnon, Lockwood, & Williams, 2004).

#### 4 Análise dos Resultados

A análise descritiva dos dados nos permite conhecer as características da amostra da pesquisa em questão, assim, apresenta-se na Tabela 1 os dados demográficos dos respondentes desta pesquisa.

Tabela 1. Perfil dos Respondentes

<b>Gênero</b>	<b>N</b>	<b>%</b>	<b>Formação</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Feminino	195	50,9%	Ensino Médio Incompleto	3	0,8%
			Ensino Médio Completo	7	1,8%
			Superior Incompleto	35	9,2%
Masculino	187	48,8%	Superior Completo	30	7,9%
			Especialização Concluída	19	5%
Prefiro Não responder	1	0,2%	Mestrado/Doutorado Concluída	288	75,4%
Total	383	100%	Total	382	100%
<b>Renda Familiar</b>	<b>N</b>	<b>%</b>	<b>Frequência de Hospedagem</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Menos de 2,5 Salários Mín.	19	5%	Menos de 3 vezes	154	40,6%
De 2,5 até 5 Salários Mínimos	50	13,1%	De 3 a 5 vezes	144	38,0%
De 5 até 7,5 Salários Mínimos	55	14,4%	De 6 a 8 vezes	46	12,1%
7,5 Salários Mínimos ou mais	258	67,5%	De 9 a 10 vezes	35	9,2%
Total	382	100%	Total	379	100%

Fonte: Dados da Pesquisa.

Observa-se diante dos dados demográficos que a amostra é bem dividida, apresentando 50,9% dos respondentes do gênero feminino (n=195), 48,8% do gênero masculino (n=187) e que apenas 0,2% preferiram não se identificar (n=1). Além disso, em relação a formação dos respondentes, 0,80% não concluíram o ensino médio (n=3), 1,8% concluíram o ensino médio (n=7), 9,2% não concluíram o ensino superior (n=35) e 7,9% concluíram o ensino superior (n=30), enquanto 75,4% dos respondentes possuem mestrado/doutorado concluído (n=288), com isso notamos que mais da metade dos respondentes já tem uma formação mais avançada que impacta positivamente na resposta em relação a suas rendas familiares visto que 67,5% recebe 7,5 salários mínimos ou mais (n=258).

#### 4.1 Modelo de Mensuração

A análise dos dados com o emprego da técnica estatística de equações estruturadas, foi realizada por meio do software SmartPLS3.2.8, adotando os procedimentos indicados por Hall (2008). O método de modelação de caminhos PLS operacionalizado por Ringle *et al.* (2015), que em sua essência realiza uma sequência de regressões em termos de vetores de ponderação, neste caso 300 iterações.

Para a avaliação da validade dos construtos, foram observadas a validade discriminante e a validade convergente. A validade discriminante foi a primeira a ser verificada, sendo que dos 30 indicadores iniciais constantes do instrumento de pesquisa, todos demonstraram-se satisfatórios, com a maior carga no construto indicado. No entanto, decorrente da análise convergente, onde alguns construtos apresentaram cargas fatoriais menores do que o previsto, algumas variáveis precisaram ser excluídas, resultando no emprego de 28 variáveis observáveis restantes. As variáveis excluídas foram CB3 e CB4.

A validade convergente é o passo seguinte após a análise das cargas fatoriais. Nesse passo se realiza a análise da AVE (*Average Variance Extracted*) ou variância média extraída (VME), da Confiabilidade Composta (CC) e complementarmente os do Alfa de *Cronbach* e do R<sup>2</sup>. Os fatores convergentes de AVE, CC, e Alfa de *Cronbach* apresentaram valores satisfatório, respectivamente a partir de 0,5, 0,7 e 0,7 (Fornell & Larcker, 1981), evidenciados na Tabela 2, exceto para o CB, mas ainda dentro de uma margem aceitável após exclusão das variáveis observáveis CB3 e CB 4.

Tabela 2. Validade Convergente

Variável	Alfa de Cronbach	Fiabilidade composta	Variância Média Extraída (AVE)
AT	0,939	0,940	0,732
BB	0,867	0,880	0,558
CB	0,646	0,663	0,737
NB	0,931	0,933	0,879
PBC	0,827	0,882	0,733
SN	0,964	0,965	0,933
VI	0,825	0,828	0,742

Fonte: Dados da Pesquisa.

A análise da Tabela 2 demonstra que todas as cargas para a AVE mostraram-se estatisticamente significativas, isto é, com valores iguais ou superiores a 0,5 (Fornell & Larcker, 1981). O indicador da Confiabilidade Composta atendeu aos valores limítrofes

considerados satisfatórios da mesma forma que os valores do Alfa de *Cronbach* todos acima de 0,7 para as variáveis latentes. Os indicadores de Confiabilidade Composta e Alfa de *Cronbach* satisfatórios sinalizam que a amostra está teoricamente livre de vieses e que o instrumento de coleta de dados empregado é confiável (Hair Jr. *et al.*, 2016), para pesquisas exploratórias (Ringle, Silva, & Bido, 2014).

A apuração do alfa de *Cronbach* é empregada para verificar a consistência interna dos resultados de cada variável latente (VL), que estabelece a expectativa de erro da medida feita, e quanto mais próximo de 1,00, menor a expectativa de erro e maior a confiabilidade do instrumento (Hair Jr. *et al.*, 2016). Na presente amostra, os resultados do Alfa de *Cronbach* apresentaram um grau de fidelidade aceitável, mesmo para o construto CB, em 0,6, aceitável para fins de aplicação num conjunto teórico exploratório consolidado.

O passo seguinte de análise da validade discriminante é a verificação das variáveis latentes do modelo, que de acordo com Fornell e Larcker (1981), é confirmada quando o valor da raiz quadrada da AVE (*Average Variance Extracted*) é maior que os valores absolutos das correlações com as demais variáveis latentes. Ou seja, a diagonal principal precisa apresentar valores superiores do que para as demais variáveis latentes.

Tabela 3. Validade Discriminante

VL	AT	BB	CB	NB	PBC	SN	VI
AT	0,856						
BB	0,569	0,747					
CB	0,007	0,068	0,858				
NB	0,415	0,451	-0,003	0,937			
PBC	0,168	0,189	-0,118	0,260	0,856		
SN	0,431	0,382	0,031	0,743	0,264	0,966	
VI	0,582	0,506	-0,017	0,452	0,324	0,477	0,862

Fonte: Dados da Pesquisa.

Da mesma forma também é apresentado o valor de  $R^2$  para enriquecer as análises, sendo que não possui ponto de corte, embora o desejado seja o maior possível, conforme Tabela 4.

Tabela 4. Influência das Variáveis

VARIÁVEL LATENTE	$R^2$	$R^2$ ajustado
Atitude - AT	0,378	0,374
Controle Comportamental Percebido - PBC	0,014	0,011
Crenças Normativas - SN	0,551	0,550
Intenção de Hospedagem - VI	0,434	0,429

Fonte: Dados da Pesquisa.

Muito importante para a análise do resultado, revelando sua relevância, é a identificação e apropriação dos coeficientes de determinação ( $R^2$ ) para as variáveis, que indica o quanto o modelo explica determinada variável. No presente estudo, foi demonstrado que o modelo explica 43,2% da intenção de uso (VI), 38,6% da atitude (AT) e 52,8% da norma subjetiva (SN), minimizado para o controle comportamental percebido, em apenas 0,001%.

## 4.2 Modelo Estrutural

A análise do modelo estrutural permite validar estatisticamente as relações entre os construtos e as conexões construídas segundo estrutura de um diagrama de caminhos em base teórica (Hair Jr *et al.*, 2016). Para avaliar a validade do modelo estrutural são analisados os critérios de (i) o tamanho e significância dos coeficientes de caminho e (ii) coeficientes de determinação de Pearson ( $R^2$ ) por meio da técnica de *Bootstrapping*, e (iii) a Relevância Preditiva ( $Q^2$ ) na plataforma *Blindfolding*, além dos (iv) tamanhos do efeito ( $F^2$ ) (Hair Jr *et al.*, 2016).

No *bootstrapping*, as subamostras são criadas com observações retiradas aleatoriamente do conjunto original de dados (com substituição) e depois é usada para estimar o modelo de caminhos do PLS. Neste caso foi gerado  $N = 5.000$  subamostras diferentes, como recomendado por Hair Jr *et al.* (2016), cujos resultados são apresentados na Tabela 5. No *bootstrapping*, as relações estruturais foram validadas.

Tabela 5. Relação das Variáveis

Relação Estrutural	Amostra original (O)	Valores de P
AT → VI	0,450	0,000
BB → AT	0,473	0,000
CB → PBC	-0,118	0,036
NB → SN	0,743	0,000
PBC → VI	0,187	0,000
SN → AT	0,250	0,000
SN → VI	0,233	0,000

Fonte: Dados da Pesquisa.

O valor de  $Q^2$  do Stone-Geisser (Stone, 1974; Geisser, 1974) é um critério de relevância preditiva. O valor de  $Q^2$  das variáveis latentes é obtido por meio do procedimento *blindfolding*. Segundo Ringle *et al.* (2015), o *Blindfolding* é uma técnica de reutilização da amostra, que sistematicamente exclui pontos de dados e fornece um prognóstico dos seus valores originais, o que exige a atribuição de uma distância de omissão "D" ( $D = 7$ ).

A técnica preconiza que no PLS-SEM quando há relevância preditiva, prediz adequadamente os valores dos indicadores. Quando o valor de  $Q^2$  maior que zero para a variável latente endógena, sinaliza que o modelo tem relevância preditiva para esse constructo. Nesta pesquisa os valores foram validados haja vista que em ambas variáveis o resultado superou o zero.

Tabela 6. Relevância Preditiva

VARIÁVEL LATENTE	$Q^2 (=1-SSE/SSO)$
Atitude - AT	0,256
Controle Comportamental Percebido - PBC	0,008
Crenças Normativas - SN	0,485
Intenção de Hospedagem - VI	0,301

Fonte: Dados da Pesquisa.

A tabela 5 também revela os coeficientes de caminhos (*path coefficients*), com as hipóteses da pesquisa testadas a partir do teste *t* de Student. Observa-se que valores dos

coeficientes de caminho foram considerados significantes a níveis de 1%, nas relações relevantes de interesse. A ilustração do modelo empírico com os coeficientes de caminho pode ser verificada na Figura 2.

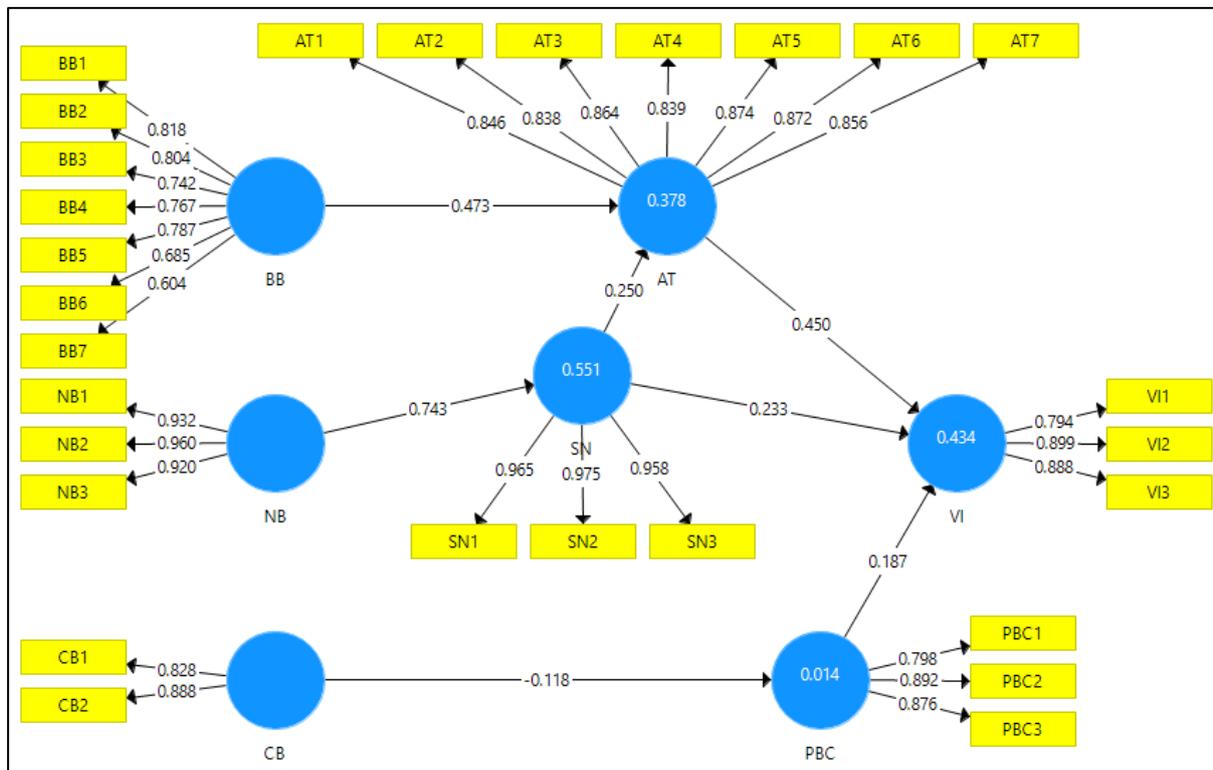


Figura 2. Modelo da Pesquisa

Fonte: SmartPLS (Ringle, Wende, & Becker, 2015)

A partir dos resultados estatísticos é possível interpretar os elementos empíricos de acordo com a TCP. As relações hipotéticas de interesse foram confirmadas de acordo com a teoria, de que as forças da atitude, da norma subjetiva e do controle comportamental percebido explicam a intenção de hospedagem em hotéis sustentáveis, conforme explica-se individualmente.

A hipótese 1, de que a norma subjetiva explica a intenção comportamental foi validada, com coeficiente de caminhos de magnitude 0,233, indicando que a percepção externa da consciência sustentável do indivíduo influencia positivamente na sua intenção de se utilizar de meios de hospedagem com práticas ambientais, corroborando estudos de Manaktola e Jauhari (2007), Han *et al.* (2010) e Kim e Han (2010).

A hipótese 2, de que as crenças atitudinais influenciam a intenção de hospedagem em hotéis sustentáveis foi validada com coeficiente de caminhos de 0,450. Esses resultados sinalizam que a atitude de consciência sustentável do indivíduo influencia positivamente na intenção de se utilizar de meios de hospedagem com práticas ambientais, conforme indicam Hashim *et al.* (2013), analisado por Han *et al.* (2010).

Por fim, a hipótese 3, de que o controle comportamental percebido influencia a intenção de hospedagem em hotéis sustentáveis, com coeficiente de caminhos de magnitude de 0,187. Esta variável explica independente das crenças sobre controle, visto que a variável anterior não teve a relação validada estatisticamente, que também corroboram os estudos de Han *et al.* (2010), considerando as questões brasileiras.

Entre os determinantes explicativos da intenção comportamental, no contexto pesquisado, as crenças de atitude foram os que demonstraram maior coeficiente, ou seja, maior capacidade de influenciar a intenção. Decorrente disso, demonstra-se a relevância da divulgação para o usuário de que o ambiente de hospedagem produz de fato práticas sustentáveis, pois a consciência exerce influência relevante. Isso precisa ficar claro para o consumidor pois muitas vezes o indivíduo percebe que a apropriação de termos socioambientais se trata apenas de uma estratégia de marketing, e, portanto, seria inócua perante as crenças atitudinais.

Esse resultado implica como contribuição teórica comprovando a aplicabilidade da TCP no contexto de hotéis sustentáveis, corroborando os estudos de Han *et al.* (2010). A contribuição com implicação prática pode ser percebida, a despeito de outros pontos de vista, por conta da maior magnitude das crenças atitudinais, visto que permite ao gestor investir em estratégias mais eficientes, e por consequência menor custo e maior resultado econômico.

## 5 Conclusões

A pesquisa com o objetivo de analisar a influência dos determinantes da TCP na intenção do comportamento de hospedagem em hotéis sustentáveis. Nesse contexto foram analisadas as variáveis de crenças e a força individual dessas crenças atitudinais, normativas e de controle que são os determinantes tradicionais para explicar a intenção e um determinado comportamento, no caso o de hospedagem em hotéis sustentáveis.

Os resultados validaram as perspectivas da TCP, com a significância estatística para as relações entre as variáveis forças da atitude, da norma subjetiva e do controle comportamental percebido em relação à intenção de hospedagem em hotéis sustentáveis. Nesse conjunto de hipóteses validadas, a hipótese 2, de que as crenças atitudinais influenciam a intenção de hospedagem em hotéis sustentáveis apresentou a maior magnitude, de 0,450, o que permite afirmar que se trata do maior influenciador da intenção de hospedagem.

Esses resultados apresentam implicações teóricas e práticas. No campo teórico, é mais um trabalho em campo e amostra específica para contribuir com a literatura de TCP e para corroborar a pesquisa de Han *et al.* (2010). A implicação prática decorre da apresentação da principal determinante da intenção de hospedagem: as crenças atitudinais, visto que permite ao gestor empregar estratégias adequadas de divulgação da organização e das práticas efetivamente sustentáveis.

Considera-se como a principal limitação do estudo o fato de que representa tão somente a amostra dos respondentes acessados, e de que o conceito de hotéis sustentáveis pode apresentar interpretações distintas, apesar de termos apresentado na entrada do instrumento. Outro elemento relevante que precisa ser considerado, são as implicações para que a intenção se torne comportamento efetivo, visto que outros fatores, como o preço, podem afetar drasticamente a intenção comportamental.

As sugestões que ficam para outras pesquisas seriam decorrentes de limitações desta pesquisa, como a aplicação diretamente em hóspedes de hotéis sustentáveis, no guichê. Além dessa análise sobre o comportamento, seria importante o desenvolvimento de pesquisas sobre o que são hotéis sustentáveis e quais são as práticas decorrentes disso.

## Referências

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Barbosa, G. S. (2008). O desafio do desenvolvimento sustentável. *Revista Visões*, 4(1), 1-11.
- Carvalho, B. L., de Fátima Salgueiro, M., & Rita, P. (2015). Consumer Sustainability Consciousness: A five dimensional construct. *Ecological indicators*, 58, 402-410.
- De Souza, R. S. (2002). Evolução e condicionantes da gestão ambiental nas empresas. *READ - Revista Eletrônica de Administração*, 8(6), 1-22
- Dias, R. (2009). *Gestão ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade*. Ed. Saraiva, 2ª. Ed.
- Enz, C. A., & Siguaw, J. A. (1999). Best hotel environmental practices. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 40(5), 72-77.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). Belief, attitude. *Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics. *Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error: Algebra and Statistics. Journal of Marketing Research*, 18(3), 382-388.
- Gibson, A., Dobbs, R., Joppe, M., & Jamieson, B. (2010). Ecotourism in the city? Toronto's green tourism association. *International Journal of contemporary Hospitality Management*, 6(1), 324-327.
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2016). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications.
- Hall, S. (2008). *Quem precisa da identidade?*. Ed. Vozes.
- Han, H., Hsu, L. T. J., & Sheu, C. (2010). Application of the theory of planned behavior to green hotel choice: Testing the effect of environmental friendly activities. *Tourism Management*, 31(3), 325-334.
- Hans, H., Hsu, L-T., & Lee, J-S. (2010). Are lodging customers ready to go green? An examination of attitudes, demographics and eco-friendly intentions. *International Journal of Hospitality Management*, 30(2), 345-355. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2010.07.008>
- Hashim, R. A., Zakariah, Z., Mohamad, W., Merican, S. (2013). Exploring Visitors' Attitude towards Green Practices and Revisit Intentions of a Tourist Destination. *Management*, 3(7), 427-433. DOI: 10.5923/j.mm.20130307.13
- Hoppe, A., de Barcellos, M. D., Vieira, L. M., & de Matos, C. A. (2012). Comportamento do consumidor de produtos orgânicos: uma aplicação da teoria do comportamento

- planejado. *Revista Base (Administração e Contabilidade) da UNISINOS*, 9(2), 174-188.
- Islam, T., & Chandrasekaran, U. (2016). Religiosity and ecologically conscious consumption behaviour. *Asian Journal of Business Research*, 5(1), 1-18. DOI 10.14707/ajbr.150014
- Kim Y., Han H. (2010). Intention to pay conventional hotel prices at a green hotel: A modification of the theory of planned behavior. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(8), 997-1014. DOI: 10.1080/09669582.2010.490300 997-1014.
- MacKinnon, D. P., Lockwood, C. M., & Williams, J. (2004). Confidence limits for the indirect effect: Distribution of the product and resampling methods. *Multivariate behavioral research*, 39(1), 99-128.
- Manaktola, K., & Jauhari, V. (2007) Exploring consumer attitude and behaviour towards green practices in the lodging industry in India, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 19(5), 364-377. DOI: <http://dx.doi.org/10.1108/09596110710757534>
- Marçal, R. R., de Carvalho, T. F. M., Bufoni, A. L., & Cruz, C. F. (2018). Fatores Determinantes na Escolha da Carreira Acadêmica em Contabilidade: uma Visão de Mestrandos em Ciências Contábeis sob a Luz da Teoria do Comportamento Planejado. *Revista Evidenciação Contábil & Finanças*, 6(3), 4-20.
- Porter, M. E., & Van der Linde, C. (1995). Toward a new conception of the environment-competitiveness relationship. *Journal of Economic Perspectives*, 9(4), 97-118.
- Ribas, J. R., Vicente, T. V. D. S., Altaf, J. G., & Troccoli, I. R. (2017). Integração de Ações na Gestão Sustentável. *REAd. Revista Eletrônica de Administração*, 23(2), 31-57.
- Ringle, C., Silva, D., & Bido, D. S. (2014). Modelagem de equações estruturais com utilização do Smartpls. *Revista Brasileira de Marketing*, 13(2), 54-71.
- Ringle, C. M., Wende, S., and Becker, J.-M. (2015). *SmartPLS 3*. Boenningstedt: SmartPLS GmbH, <http://www.smartpls.com>.
- Silva, J. P. B., da Silva, S. S., & da Silva Mendes, R. (2017). Gestão ambiental em empresas públicas e sociedades de economia mista do estado de Minas Gerais. *Revista Ciências Administrativas*, 23(2), 247-261.
- Stone, M. (1974). Cross-Validatory Choice and Assessment of Statistical Predictions, *Journal of the Royal Statistical Society*, 36(2), 111-147.
- Theodoro, S. H., Cordeiro, P. M. F., & Beke, Z. (2004). Gestão ambiental: uma prática para mediar conflitos socioambientais. *Associação Brasileira de Pós-Graduação e Pesquisa em Ambiente e Sociedade (ANPPAS, 2004)*, 30.
- Wearing, S., & Neil, J. (2001). *Ecoturismo: impactos, potencialidades e possibilidades*. Manole.

Zimmer, P., Camargo, M. E., Pizzoli, M. F. F., Zanandréa, G., & Bizotto, B. L. S. (2019). Consumo Consciente: O Nível de Consciência Ecológica dos Acadêmicos do Curso de Administração de uma Instituição de Ensino da Serra Gaúcha. *Desafio Online*, 7(2), 261-277.

Zhuping, L., & Qiang, Q. (2009). Research of consumer cognition about green hotel in China. *IEEE Journals*, 4244-4639.

## APÊNDICE I

### Questionário Aplicado:

- Gênero  
( ) Masculino    ( ) Feminino    ( ) Prefiro não dizer
- Idade: \_\_\_\_\_
- Renda Familiar  
( ) Menos de 2,5 SM    ( ) De 2,5 até 5 SM    ( ) De 5 até 7,5 SM    ( ) 7,5 SM ou Mais
- Formação  
( ) Ensino Médio Incompleto    ( ) Ensino Médio Completo    ( ) Superior Incompleto  
( ) Superior Completo    ( ) Especialização Completa    ( ) Mestrado/Doutorado Completo
- Quantas vezes por ano você costuma se hospedar em hotéis?  
( 1 ) ( 2 ) ( 3 ) ( 4 ) ( 5 ) ( 6 ) ( 7 ) ( 8 ) ( 9 ) ( 10 )

1. Responda as questões abaixo em (1) para discordo totalmente e (7) para concordo totalmente.

Ficar em um hotel ecológico, me permitiria:

a) Proteger o meio ambiente:

( 1 ) ( 2 ) ( 3 ) ( 4 ) ( 5 ) ( 6 ) ( 7 )

b) Ser socialmente mais responsável:

( 1 ) ( 2 ) ( 3 ) ( 4 ) ( 5 ) ( 6 ) ( 7 )

c) Experienciar no quarto um ambiente saudável e amigável:

( 1 ) ( 2 ) ( 3 ) ( 4 ) ( 5 ) ( 6 ) ( 7 )

d) Realizar práticas em prol ao meio ambiente:

( 1 ) ( 2 ) ( 3 ) ( 4 ) ( 5 ) ( 6 ) ( 7 )

e) Utilizar produtos ecológicos e amenidades saudáveis:

( 1 ) ( 2 ) ( 3 ) ( 4 ) ( 5 ) ( 6 ) ( 7 )

f) Comer alimentos frescos e saudáveis:

( 1 ) ( 2 ) ( 3 ) ( 4 ) ( 5 ) ( 6 ) ( 7 )

g) Reduzir despesas:

( 1 ) ( 2 ) ( 3 ) ( 4 ) ( 5 ) ( 6 ) ( 7 )

2. Responda as questões abaixo em (1) totalmente mentira e (7) para totalmente verdade.

- a) Meus familiares acreditam que eu deveria ficar em um hotel sustentável quando viajo:
- (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
- b) Meus amigos acreditam que eu deveria ficar em um hotel sustentável quando viajo:
- (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
- c) Meus colegas de trabalho acreditam que eu deveria ficar em um hotel sustentável quando viajo:
- (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
3. Responda as questões abaixo em (1) discordo totalmente e (7) para concordo totalmente.
- a) A estadia em hotéis ecológicos é cara:
- (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
- b) Encontrar hotéis ecológicos demanda tempo e esforço:
- (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
- c) A localização dos hotéis ecológicos precisa ser conveniente:
- (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
- d) Minha empresa/colégio/outros que pagam pelos gastos de viagem encorajam-me a ter estadia em determinados hotéis:
- (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
4. Para mim, ter a estadia em um hotel sustentável quando viajo é:
- a) (1) para extremamente ruim e (7) para extremamente bom  
(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
- b) (1) para extremamente indesejável e (7) para extremamente desejável  
(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
- c) (1) para extremamente desagradável e (7) para extremamente agradável  
(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
- d) (1) para extremamente insensato e (7) para extremamente sensato

(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)

e) (1) para extremamente desfavorável e (7) para extremamente favorável

(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)

f) (1) para extremamente não proveitoso e (7) para extremamente proveitoso

(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)

g) (1) para extremamente negativo e (7) para extremamente positivo

(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)

5. Responda as questões abaixo em (1) discordo totalmente e (7) para concordo totalmente.

a) A maioria das pessoas que são importantes para mim acham que eu deveria ter estadia em um hotel sustentável quando viajo:

(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)

b) A maioria das pessoas que são importantes pra mim, gostariam que eu estivesse estadia em um hotel sustentável quando viajo:

(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)

c) Pessoas as quais as opiniões eu valorizo prefeririam que eu tivesse estadia em hotéis sustentáveis quando viajo:

(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)

6. Responda as questões abaixo em (1) discordo totalmente e (7) para concordo totalmente.

a) Querendo ou não, ficar em um hotel sustentável quando viajo depende completamente de mim:

(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)

b) Eu sou confiante quanto ao que eu quero, eu posso ficar em um hotel sustentável quando viajo:

(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)

c) Eu tenho recursos, tempo e oportunidades para ficar em hotéis sustentáveis quando viajo:

(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)

7. Responda as questões abaixo em (1) discordo totalmente e (7) para concordo totalmente.

- a) Eu estou disposto a ficar em um hotel sustentável quando for viajar:  
(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
- b) Eu planejo ficar em um hotel sustentável quando for viajar:  
(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
- c) Eu vou me esforçar para ficar em um hotel sustentável quando viajar:  
(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)