



INSTITUTO
UNIVERSITÁRIO
DE LISBOA

Estudo Exploratório Sobre O Nível De Divulgação De Informação Não Financeira Nos Relatórios Corporativos – Evidência Do Setor Hoteleiro

Maria Miguel Cavaco Jubilot Leão

Mestrado em Contabilidade

Orientador:

PhD Daniela Cristina dos Anjos Penela Luís, Prof. Auxiliar, Instituto
Universitário de Lisboa – ISCTE-IUL.

outubro, 2020



BUSINESS
SCHOOL

Departamento de Contabilidade

Estudo Exploratório Sobre O Nível De Divulgação De Informação Não Financeira Nos Relatórios Corporativos – Evidência Do Setor Hoteleiro

Maria Miguel Cavaco Jubilot Leão

Mestrado em Contabilidade

Orientador:

PhD Daniela Cristina dos Anjos Penela Luís, Prof. Auxiliar, Instituto
Universitário de Lisboa – ISCTE-IUL.

outubro, 2020

Agradecimentos

A elaboração desta dissertação foi, sem dúvida, um grande desafio não só a nível académico, como também pessoal. O seu culminar representa todo o esforço e dedicação ao longo do meu percurso académico, mas também, o começo de uma nova etapa. Contudo, a concretização desta tese não seria possível sem a colaboração de algumas pessoas, às quais agradeço em particular.

Primeiramente, gostaria de agradecer à minha mãe e ao meu pai por todas as oportunidades que me proporcionaram, pelo apoio incondicional e pela motivação incessante. Se hoje concluo esta etapa é graças a eles e, por isso, estou grata por tudo o que fizeram por mim e por estarem a meu lado na concretização de mais um objetivo.

Um agradecimento especial à Professora Daniela Penela Luís, pela excelente orientadora que foi ao longo deste percurso. Certamente que o seu apoio foi fundamental para o cumprimento deste objetivo, incentivando-me a nunca desistir, mostrando-se sempre disponível, tanto para me esclarecer todas as dúvidas e inquietações, como também na discussão de ideias e caminhos a seguir, de forma a tornar este trabalho rigoroso e coerente.

Ao meu namorado Pedro, que sempre me aconselhou nos momentos em que duvidei das minhas capacidades, por estar presente nos momentos mais críticos, por toda a sua paciência, críticas construtivas, e por se certificar que eu iria concluir a dissertação, deixo o meu profundo agradecimento.

A toda a minha família, especialmente aos meus avós e primos que de variadas formas também contribuíram para o meu sucesso, sempre com uma palavra amiga e de incentivo, nunca duvidando de que iria estar à altura do desafio, muito obrigada. Por fim, agradecer aos meus amigos, em especial à Rita Feliciano, por todo o apoio, motivação e conversas inspiradoras que me proporcionou.

Sem todos vocês, este caminho teria sido ainda mais difícil de percorrer, estarei eternamente grata por todo o vosso apoio.

Resumo

A divulgação de informação voluntária tem vindo a aumentar nos últimos anos, sendo necessário o aperfeiçoamento da informação não financeira comunicada, pois esta altera o processo da tomada de decisão e leva a que estas sejam tomadas com maior valor sustentável. Posto isto, a divulgação de relatórios de Responsabilidade Social Corporativa (RSC), bem como de relato integrado (<IR>), tem recebido crescente interesse tanto a nível académico como profissional. No entanto, os estudos que analisam esta temática no setor do turismo e hotelaria são ainda escassos, pelo que a presente investigação vem colmatar esta lacuna, investigando se existem diferenças entre a mesma informação divulgada através dos dois tipos de relato, em empresas hoteleiras sediadas nos EUA e África do Sul. Adicionalmente, a investigação tem como objetivo averiguar se existe alinhamento entre a informação transmitida pelos relatórios de RSC e o nível adquirido pelo programa EcoLíder do TripAdvisor, na amostra referente aos EUA. Os resultados obtidos, com base na análise de conteúdo efetuada aos relatórios corporativos, sugerem que existem diferenças entre a informação divulgada através dos dois tipos de relatórios analisados, constatando que os relatórios de RSC apresentam mais indicadores de água, energia e desperdício do que o <IR>. De forma suplementar, os resultados manifestam uma desigualdade entre a informação reportada por meio dos relatórios de RSC e o nível adquirido pelo programa do TripAdvisor, no sentido em que as empresas que divulgam mais indicadores nos relatórios, não coincidem com as entidades que possuem hotéis nos níveis mais elevados do programa.

Palavras-chave: Responsabilidade Social Corporativa (RSC), Relato Integrado, Relatórios Corporativos, Turismo e Hotelaria, TripAdvisor

JEL Classification System: M140, M400

Abstract

The disclosure of voluntary information has increased over the years, making it necessary to improve the communicated non-financial information, as it influences the decision-making process and leads to decisions being made with greater sustainable value. Therefore, the dissemination of Corporate Social Responsibility (CSR) reports, as well as integrated reporting (<IR>), has received growing interest both at academic and professional levels. However, studies that analyze this topic in the tourism and hospitality sector are still scarce, so the present investigation comes to fill this gap, exploring whether there are differences between the same information disclosed through the two types of report, in hotel companies based in the USA and South Africa. In addition, the research aims to find out whether there is an alignment between the information transmitted by the CSR reports and the level acquired by TripAdvisor's EcoLíder program, in the sample referring to the USA. The results obtained, based on the content analysis carried out on the corporate reports, suggest that there are differences between the information disclosed through the two types of reports analyzed, noting that the CSR reports have more indicators of energy, water and waste than the <IR>. Moreover, findings point out an inequality between the information reported through the CSR reports and the level acquired by the TripAdvisor program, whereby companies that disclose more indicators in the reports do not coincide with the entities that own hotels in the higher levels of the program.

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR), Integrated Reporting, Corporate Reporting, Tourism and Hospitality, TripAdvisor

JEL Classification System: M140, M400

Índice

Agradecimentos	i
Resumo	iii
Abstract.....	v
Índice de Figuras	ix
Índice de Quadros	ix
Lista de abreviaturas	xi
1. Introdução.....	1
2. Revisão de literatura	3
2.1. Contextualização teórica.....	3
2.1.1 Responsabilidade Social Corporativa (RSC) e Relatórios de Sustentabilidade.....	3
2.1.2 Relato integrado	8
2.1.3 Teorias subjacentes	11
2.1.4 Normas e diretrizes de relato.....	12
2.2. Contextualização prática.....	16
2.2.1 Práticas de divulgação do relato corporativo	16
2.2.2 Relatórios no setor hoteleiro	20
2.2.3 Modelo conceptual do estudo.....	22
3. Metodologia.....	25
3.1. Amostra.....	26
3.1.1. Justificação da indústria e países da amostra	26
3.1.2. Seleção da amostra e recolha de dados	26
3.2. Técnicas de análise de dados	29
4. Resultados e Discussão.....	31
4.1. Análise principal	31
4.2. Análise suplementar.....	39

5. Conclusões.....	47
5.1. Principais conclusões do estudo	47
5.2. Contribuições acadêmicas.....	49
5.3. Contribuições práticas.....	50
5.4. Limitações e investigações futuras	50
Referências Bibliográficas.....	53
Anexos	61

Índice de Figuras

Figura 3.1: Distribuição da amostra por questão de investigação	25
Figura 4.1: Mapa conceptual com temas relacionados com energia, água e desperdício dos relatórios corporativos	33
Figura 4.2: Número de indicadores divulgados por empresa	36
Figura 4.3: Esquema da tabela principal	39
Figura 4.4: Distribuição da cadeia Hilton pelos níveis do programa EcoLíder	41
Figura 4.5: Distribuição da cadeia Marriott pelos níveis do programa EcoLíder	42
Figura 4.6: Distribuição da cadeia Hyatt pelos níveis do programa EcoLíder	42
Figura 4.7: Distribuição da cadeia Wyndham pelos níveis do programa EcoLíder	43
Figura 4.8: Número de indicadores divulgados, amostra EUA	44
Figura 4.9: Distribuição dos níveis do programa EcoLíder por cada grupo hoteleiro ...	45

Índice de Quadros

Quadro 4.1: Número de indicadores divulgados por empresa.....	34
Quadro 4.2: Total de hotéis observados na plataforma TripAdvisor	40
Quadro 4.3: Hotéis observados por nível do programa EcoLíder	40

Lista de abreviaturas

EUA – Estados Unidos da América

FASB – Financial Accounting Standards Board

GRI – Global Reporting Initiative

IASB – International Accounting Standards Board

IIRC – International Integrated Reporting Council

IR – Integrated Reporting

ISO – International Organization of Standardization

JSE – Johannesburg Stock Exchange

NYSE – New York Stock Exchange

ODS – Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

OIT – Organização Internacional do Trabalho

ONG – Organização Não Governamental

ONU – Organização das Nações Unidas

RSC – Responsabilidade Social Corporativa

SASB – Sustainability Accounting Standards Board

UE – União Europeia

1. Introdução

A crescente atenção e interesse que a Responsabilidade Social Corporativa (RSC) tem vindo a obter na última década é algo inegável (Aguinis & Glavas, 2012), sendo, atualmente, uma ferramenta poderosa, capaz de impactar a sociedade positivamente, melhorando a qualidade de vida para a população e fomentando o espírito crítico para com as marcas (Sharma, 2019). Consequentemente, uma maior preocupação com causas ambientais tem emergido nos mais variados ramos da nossa sociedade, inclusive na investigação académica dedicada à contabilidade (Gallego-Álvarez et al., 2018; O'Dwyer & Unerman, 2016). Sem surpresa, com a importância crescente desta temática e as exigências demonstradas pelos *stakeholders*, as empresas mostraram-se mais dispostas a disponibilizarem informação sobre o impacto social e ambiental inerente aos processos desenvolvidos pelas mesmas (Cormier & Magnan, 2015).

A questão que se coloca atualmente, é se o relato integrado proporciona melhor compreensão do desempenho corporativo, comparativamente aos relatórios de RSC (Cucari & Mugova, 2017), e é exatamente isso a que se propõe o presente estudo, centrando-se exclusivamente no setor hoteleiro, onde a investigação relativamente a este tema se demonstra pouco esclarecedora (Hahn & Kühnen, 2013; Medrado & Jackson, 2016; Uyar et al., 2019), apesar do crescente interesse académico nesta temática e neste setor (Peršić et al., 2013). Esta discussão torna-se ainda mais interessante ao constatar que vários autores consideram o relato integrado como uma lufada de ar fresco no panorama corporativo, e pedem, inclusive, um maior aprofundamento no que toca à prática do mesmo (de Villiers et al., 2017; Dumay et al., 2016).

Posto isto, a presente investigação tem como principais objetivos analisar semelhanças e/ou diferenças relativamente aos indicadores ambientais divulgados pelas empresas norte americanas e sul africanas e, seguidamente, perceber se existe um alinhamento entre o nível de reporte das empresas dos Estados Unidos da América (EUA), com o seu nível de sustentabilidade, adquirido através do programa da plataforma de viagens TripAdvisor. Desta forma, é demonstrado que o papel da tecnologia não deve ser menosprezado, tampouco o da *internet* e da constante conectividade que pauta o dia-dia da sociedade. Plataformas sociais e sítios virtuais, permitem ao público estar

atualizado e informado acerca das práticas desenvolvidas pelas empresas (Sharma, 2019), e, foi com base nesta premissa que a recolha de dados para o presente estudo foi realizada.

Além disso, de modo a facilitar o processo de análise, bem como a apresentação de resultados e respetivas conclusões, o presente estudo encontra-se dividido entre duas análises: a principal, seguida da suplementar. Para a primeira, são tidos em consideração dois países, EUA e África do Sul, pois estes apresentam níveis de divulgação diferentes. No entanto, a análise suplementar apenas engloba as empresas dos EUA, visto que a África do Sul não apresenta qualquer ligação ao programa do TripAdvisor.

A análise principal segue uma metodologia qualitativa, englobando-se na amostra em estudo 7 empresas pertencentes ao setor hoteleiro, sendo os dados recolhidos através dos *sites* corporativos. Como forma de tratamento de dados, foi utilizada a análise de conteúdo manual e computadorizada aos relatórios de RSC das empresas norte americanas e ao relato integrado das empresas sul africanas. Relativamente à análise suplementar, foram incorporadas técnicas de estatística descritiva, para, posteriormente, se proceder à comparação entre estes resultados e os obtidos anteriormente, nas empresas dos EUA.

É de realçar que esta dissertação se encontra dividida em 5 capítulos, figurando em primeiro lugar a introdução ao tema em investigação, seguida da elaboração da revisão de literatura, baseada em artigos científicos e outra informação relevante para o tema. O terceiro capítulo apresenta a metodologia de investigação adotada, para que, posteriormente sejam expostos os resultados e respetiva discussão. Por último, o capítulo final expõe as conclusões principais do estudo, não negligenciando tanto contribuições a considerar no futuro a nível académico e prático, como as limitações experienciadas durante o desenvolvimento deste estudo e respetivas sugestões para investigações futuras.

2. Revisão de literatura

A revisão de literatura elaborada para o presente trabalho, desdobra-se em duas vertentes, sendo estas a contextualização teórica e a contextualização prática. A primeira, tal como o nome indica, aborda diversos tópicos pertinentes para o estudo, sendo apresentada a explicação de diferentes conceitos. Posteriormente, a contextualização prática tem como propósito focar-se em aspetos mais específicos da investigação, bem como centrar o tema em análise à indústria do turismo e hotelaria.

2.1. Contextualização teórica

A contextualização teórica encontra-se dividida em 4 subcapítulos. O primeiro aborda a temática da informação não financeira, explicando o que é a RSC, as razões da sua adoção, quais são os seus destinatários e o motivo de constituir um desafio para a Contabilidade. Posteriormente, apresenta-se uma breve explicação do relato integrado, referindo-se quais as suas vantagens e desvantagens, bem como qual o seu propósito. O subcapítulo seguinte, tem como objetivo salientar duas teorias que estão fortemente ligadas à prática de relato de informação não financeira. Por fim, são enumeradas e explicadas diversas normas e diretrizes de relato, tal como as organizações responsáveis por estas, sendo também exposta a importância destas normas.

2.1.1 Responsabilidade Social Corporativa (RSC) e Relatórios de Sustentabilidade

De acordo com o estudo apresentado por Stolyw e Paugam (2018), é notório o considerável interesse demonstrado pela literatura académica, no que diz respeito à temática do relato de informação não financeira. A pesquisa de Haller et al. (2017) revela que, até ao momento não existe consenso sobre uma definição adequada para a expressão informação não financeira e, deste modo, o termo de RSC tende a ser socialmente construído num contexto específico, dependendo dos *stakeholders* e das características particulares do negócio.

Laskin (2016) evidencia a existência de um aumento acentuado na divulgação de informação voluntária e narrativa, sendo desta forma crucial, o aperfeiçoamento da informação não financeira divulgada pelas entidades, uma vez que a apresentação de indicadores numéricos, por si só, não transmite a imagem adequada de uma empresa. Adicionalmente, Esch et al. (2019b) referem que o fornecimento de informação não financeira é de grande importância para os decisores estratégicos, reforçando que a combinação de informação financeira com informação não financeira altera o comportamento da tomada de decisão e leva a que estas sejam tomadas com maior valor sustentável.

Deste modo, a crescente tendência para a adoção de novas práticas de relato, veio forçar a necessidade de as empresas remodelarem os seus mecanismos corporativos. Estas passam a incorporar iniciativas sustentáveis, elaborando relatórios de RSC como forma de apresentação dos seus resultados (Medrado & Jackson, 2016), sendo este um novo desafio proposto à Contabilidade.

A informação não financeira pode ser apresentada em diversos tipos de relatórios com as mais diversas terminologias, como por exemplo, Relatório de Sustentabilidade, Relatório Integrado, Relatório de Desenvolvimento Sustentável e Relatório de Responsabilidade Social Corporativa (Hahn & Kühnen, 2013). Romero et al. (2018) compararam a qualidade da informação divulgada nos três modelos de relatórios mais comuns, sendo estes o Relatório Anual, o Relatório de Sustentabilidade e o Relatório Integrado. Este estudo concluiu que as empresas que emitem ferramentas específicas de relato de sustentabilidade, designadamente o Relatório de Sustentabilidade e o Relatório Integrado, divulgam informações de maior qualidade comparativamente às empresas que incluem as informações de sustentabilidade nos Relatórios Anuais. Adicionalmente, verificaram que os Relatórios de Sustentabilidade apresentam qualidade superior àquela observada nos Relatórios Integrados.

A pesquisa de Hahn e Kühnen (2013) defende que os relatórios de sustentabilidade vão para além dos relatórios financeiros tradicionais, dado que o seu foco não são apenas os acionistas e fornecem informação valiosa para um público mais amplo, pois englobam informação de cariz social, ambiental e económico que não é divulgada nos relatórios financeiros anuais (Romero et al., 2018). Desta forma, os relatórios de sustentabilidade vão ao encontro das necessidades de informação, tendo por objetivo fornecer dados sobre a forma como a empresa reage às preocupações da sociedade, referentes à conduta

sustentável dos negócios. Para além disso, os relatórios de sustentabilidade são considerados como impulsionadores de mudança pois, proporcionam maior visibilidade aos desafios ambientais, através não só da transparência de informação como também da expansão do relacionamento entre empresa e comunidade (Higgins & Coffey, 2016).

Tal como é demonstrado no estudo feito pela KPMG (2017), a divulgação de informação não financeira nos relatórios financeiros anuais, tem-se vindo a intensificar, com as principais corporações mundiais a adotar tais práticas. Este novo paradigma foi verificado pelo aumento do número de empresas que incluem informação de responsabilidade social nos relatórios financeiros anuais, de 44%, em 2011, para 78%, em 2017, nas 250 principais empresas listadas no *ranking Fortune Global 500* de 2016.

Mantendo em foco o estudo anteriormente referido e em particular o caso americano, esse aumento foi visível nas empresas deste país contempladas na amostra N100, na medida em que 81 das 100 principais empresas americanas apresentam informações relativas a responsabilidade social, em comparação com apenas 30 empresas no ano de 2015. Nesta amostra, estão presentes as 100 melhores empresas, por receita, de cada um dos países estudados.

Consequentemente, o principal fator que contribuiu para este aumento foi o interesse apresentado pelos investidores e acionistas, levando as empresas que ainda não disponibilizavam informações de carácter não financeiro a desenvolver esforços nesse sentido. Este estudo vai ao encontro das conclusões da investigação de Hahn e Kühnen (2013), sendo também convergente com a pesquisa de García-Sánchez et al. (2019), no sentido em que a pressão exercida pelos *stakeholders* tem como consequência o aumento da informação de RSC divulgada pelas empresas.

Como se pode comprovar pela pesquisa realizada pela EY (2018), há uma crescente preocupação dos investidores em avaliar a informação não financeira relatada pelas empresas, para que esta possa servir de base no processo de tomada de decisão. O mesmo estudo, realizado em 2017, comprovou que 78% dos investidores avaliavam a informação não financeira de uma empresa-alvo. Este valor aumentou para 97%, no ano de 2018, o que significa que apenas 3% dos investidores entrevistados realizam pouca ou nenhuma revisão de divulgações não financeiras. É importante realçar que 96% dos investidores entrevistados, em 2018, revelam que as informações ambientais, sociais e de governança

desempenham ocasionalmente (62%) ou frequentemente (34%) um papel fundamental na tomada de decisão.

Por conseguinte, as empresas que nos dias de hoje apenas se limitem a comunicar aos seus acionistas resultados financeiros e descartem a divulgação do seu desempenho não financeiro aos restantes *stakeholders*, poderão vir a sofrer problemas de sobrevivência a longo prazo (Antolín-López et al., 2016). Como tal, a divulgação deste tipo de informação torna-se não só crucial na atração de novos investidores, como também para dar resposta às expectativas de todas as partes interessadas relativamente às práticas e divulgações de RSC (Antolín-López et al., 2016; Testarmata et al., 2018). O estudo de Murillo-Avalos et al. (2020) concluiu que, a divulgação de RSC é uma importante ferramenta de gestão, na medida em que consiste não só, numa forma de a empresa ser transparente de modo a obter vantagens competitivas, mas também para adquirir competências organizacionais que possibilitem à empresa melhorar a reputação, melhorar o relacionamento com a sociedade ou comunidade onde a mesma se insere, aumentar a satisfação de todos os *stakeholders* e por fim, aumentar a motivação dos seus colaboradores. Por estes motivos, a importância da comunicação de informações de RSC tem vindo a aumentar consideravelmente nos últimos anos (Go & Bortree, 2017; Lee, 2016).

No entanto, os *stakeholders* não estão apenas interessados nas informações relativas à responsabilidade social das organizações e quais as iniciativas implementadas pelas mesmas, mas também com a transparência na forma como as pretendem alcançar (Medrado & Jackson, 2016).

De acordo com o estudo da EY (2018), o que define um bom relatório é a coordenação entre as métricas e medidas quantitativas e as estratégias de longo prazo da organização. Um dos executivos entrevistado, para a realização do presente estudo, salientou que os relatórios ambientais, sociais e de governança que apresentam informação mais relevante são aqueles que surgem de empresas que possuem uma melhor noção de materialidade e que conseguem identificar quais os fatores não financeiros são mais importantes para o seu modelo de negócios.

Na medida em que a divulgação de informação de responsabilidade social é um tópico que, ou ainda não é regulamentado, ou as normas para a sua realização não apresentam um padrão a nível global (García-Sánchez & Noguera-Gámez, 2017), vários autores estudaram a disseminação de informação de RSC entre empresas de diferentes países

(Fernandez-Feijoo et al., 2014; Gallego-Álvarez et al., 2018; Lim, 2017). Os resultados mostram que, as informações divulgadas por empresas situadas em diferentes áreas geográficas, são significativamente diferentes (Comyns, 2016; Murillo-Avalos et al., 2020). No entanto, existe uma tendência nas empresas pertencentes ao mesmo setor de atividade para reproduzirem os mecanismos dos seus homólogos, resultando na adoção de práticas semelhantes, independentemente da sua localização (Comyns, 2016).

De igual modo, estudos apontam para diferenças entre países desenvolvidos e em desenvolvimento, relativamente à responsabilidade corporativa. Enquanto nas áreas desenvolvidas a RSC passou a ser reconhecida como uma forma indispensável de negócios, nos países em desenvolvimento as entidades contam com o auxílio de organizações internacionais, para que possam proporcionar mudanças reais às populações (Sharma, 2019). Por conseguinte, são as empresas de países desenvolvidos que tendem a mostrar mais informações ambientais, em comparação com as empresas localizadas em países em desenvolvimento (Gallego-Álvarez & Vicente-Villardón, 2012). Sharma (2019) considera que a RSC nos países desenvolvidos é um reflexo da missão e da mensagem da organização, pois para além das empresas atuais competirem pela qualidade do seu produto, também o fazem pela qualidade das suas relações públicas e da gestão dos meios de comunicação.

Deve também salientar-se algumas diferenças na divulgação de informação de RSC, nomeadamente entre empresas listadas e não listadas. Segundo o estudo efetuado por Fernandez-Feijoo et al. (2014) as empresas listadas na bolsa de valores, divulgam informação de RSC em maior quantidade, no entanto, esta apresenta menos credibilidade do que aquela apresentada pelas empresas privadas. Os autores recomendam a este tipo de entidades que elaborem os seus relatórios de sustentabilidade com mais credibilidade, de modo a que consigam estabelecer uma comunicação sólida com os seus *stakeholders*.

Contudo, ainda existe um grande desafio na implementação de mudanças corporativas a nível da sustentabilidade, pois é necessário averiguar se as empresas estão realmente a considerar esta temática e se estão a incorporar a sustentabilidade não só nas suas operações mas também na sua estratégia empresarial (Higgins & Coffey, 2016).

2.1.2 Relato integrado

O relato integrado (“*Integrated Reporting*” <IR>), é considerado um novo modelo de relato que pretende a integração de informação financeira e não financeira num único relatório (de Villiers et al., 2017), sendo considerado um fenómeno emergente (Dumay et al., 2016). Porém, existe alguma ambiguidade na definição do seu conceito, pois existem diversas versões de <IR>, o que se traduz numa barreira à adoção deste relato, dado que as empresas sentem dificuldades em compreender qual o modelo que devem aplicar (Dumay et al., 2017). O seu âmbito de divulgação consiste em informações não financeiras, mais concretamente, as informações referentes ao conceito de responsabilidade social corporativa e desenvolvimento sustentável (Matuszyk & Rymkiewicz, 2018).

O <IR> consiste numa forma explícita de comunicação acerca da maneira como a estratégia, governança, desempenho e perspetivas da organização, no contexto do seu ambiente externo, conduzem à comunicação da criação de valor ao longo do tempo, de forma a beneficiar todas as partes interessadas (García-Sánchez & Noguera-Gámez, 2017; Vitolla et al., 2019a). Vários autores corroboram esta ideia (Esch et al., 2019a; Nguyen et al., 2019), defendendo que a importância do fornecimento de informações multifacetadas serve de base para a tomada de decisão, através da associação entre os benefícios económicos, sociais e ambientais. Comparativamente a outros sistemas de divulgação com foco em dimensões não financeiras, incluindo questões sociais e ambientais, o relato integrado é reconhecido pela conetividade de informações (Vitolla et al., 2019b).

Para este fim, o <IR> tem subjacente o conceito de pensamento integrado, que se destina a promover o relato integrado de alta qualidade, através de uma perspetiva de longo prazo (de Villiers et al., 2017). Posto isto, este tipo de relato considera seis diferentes tipos de capitais que são fundamentais para o sucesso das empresas, sendo estes: financeiro, manufacturado, intelectual, humano, social e de relacionamento e natural (Camilleri, 2018; Esch et al., 2019a; Flower, 2015; Vitolla et al., 2019a).

Consequentemente, é notório o crescimento do número de empresas em todo o mundo que adotam práticas de relato integrado, seja na apresentação de um documento único, o relatório integrado, ou incluindo componentes da estrutura do <IR> nos seus relatórios

anuais, com o objetivo de satisfazer as exigências das partes interessadas e criar valor ao longo do tempo (Hamad et al., 2020; Simnett & Huggins, 2015).

No entanto, alguns autores argumentam que o <IR> alterou o seu foco, de relatório de sustentabilidade para, exclusivamente, investidores e negócio (Dumay et al., 2016; McNally & Maroun, 2018). Desta forma, a falta de compromisso com a contabilidade de sustentabilidade distanciou investigadores e preparadores de relatórios preocupados com o desenvolvimento sustentável ambiental e social. Por essa razão, e embora seja abundante o número de empresas que adota o <IR>, outras estruturas de relato corporativo ainda se apresentam dominantes a uma escala global (Dumay et al., 2016, 2017).

Não obstante, as entidades devem ter em mente que para a produção do relato integrado, não é suficiente a combinação de informação não financeira com financeira num único relatório, pelo que devem ser ilustradas as interconexões entre elas, tal como evidenciam os resultados da pesquisa de Kılıç e Kuzey (2018). Os mesmos autores referem a importância das empresas considerarem a totalidade das atividades de negócio, ao invés de apenas se limitarem a combinar informação social e ambiental, com informação financeira.

Complementarmente, segundo de Villiers et al. (2017), a execução do relato integrado não vem substituir a apresentação de relatórios financeiros obrigatórios, nem consegue fornecer todas as informações que são do interesse dos diversos *stakeholders*. Desta forma, as empresas que elaboram relato integrado podem ainda ter de apresentar um relatório financeiro separado, para que possam cumprir com os requisitos legais, bem como outros relatórios independentes que se destinem a diferentes partes interessadas, podendo estes fatores constituírem aspetos desencorajadores aquando da decisão da adoção do <IR>.

Vitolla et al. (2019a) elaboraram uma revisão sistemática da literatura existente, com o intuito de melhorar a compreensão acerca do fenómeno em ascensão que é o relato integrado. Através desta análise, foi possível identificar diferentes aspetos do relato integrado, sendo estes as suas apreciações, críticas, determinantes e consequências.

Entre as principais vantagens mencionadas por diversos autores, em relação ao envolvimento das empresas no relato integrado, salientam-se a possibilidade de incluir questões não financeiras nas estratégias corporativas, maiores níveis de comunicação e colaboração, aumento da transparência e redução de assimetrias de informação (Hamad

et al., 2020; Simnett & Huggins, 2015). Estes acontecimentos devem-se ao facto de o <IR> se encontrar associado aos processos internos das organizações, constituindo um desafio deste tipo de relato a alteração destes procedimentos, relativamente às atividades destinadas à produção do relato integrado e à tomada de decisão interna (Dumay et al., 2017).

Por outro lado, os resultados apresentados por Stacchezzini et al. (2016), referem que as empresas com registos sociais e ambientais fracos, utilizam a divulgação do relato integrado como forma de desviar a atenção desses resultados menos satisfatórios. Flower (2015) vai mais longe, afirmando que o relato integrado falhou, apontando as suas razões, sendo estas: a apresentação do relato integrado não constituir um ato obrigatório; o esquecimento das questões relacionadas à sustentabilidade; a ausência de rigor nos conceitos apresentados, originando diversas interpretações; a existência de linhas orientadoras, que podem ser manipuladas pelos órgãos de gestão, ao invés de regras estipuladas; a indefinição do que é, a quem se destina e o modo de perspetivar o “valor” a gerar no curto, médio e longo prazo.

Através da investigação de McNally e Maroun (2018), que analisaram o caso de uma empresa sul africana do setor turístico, foi possível observar que a mesma apresentou alguma resistência à introdução do pensamento e relato integrado, tal como é demonstrado, por exemplo, pela falta de compreensão dos colaboradores acerca do potencial apresentado pelo <IR>. No entanto, foi também notório que a execução do relato integrado, levou a um alargamento do alcance do sistema contabilístico convencional, possibilitando o desenvolvimento de uma estrutura de contabilidade integrada, através da incorporação de métricas não financeiras.

Um dos países pioneiros das iniciativas de relato integrado é a África do Sul que, em 1994 lançou o primeiro *King Code of Corporate Governance Principles (King I)*. Este ambicionava a abrangência de todas as partes interessadas, ao invés da preocupação centrada nos acionistas. Em 2002, surgiu o *King II* que introduziu os relatórios de sustentabilidade integrados, apresentando o conceito do mesmo. A partir de 2010, a realização do relato integrado passou a ser de carácter obrigatório na África do Sul para as empresas listadas, exigida pela bolsa de valores de Joanesburgo e seguindo os princípios do *King III* (Dumay et al., 2016). De facto, os relatórios preparados de acordo com o King III apresentam diferenças, daqueles que seguem o modelo do *International Integrated Reporting Council (IIRC)*, pois as suas finalidades são distintas. Enquanto o

primeiro engloba o *corporate governance* numa perspetiva de partes interessadas inclusivas, o segundo defende uma ótica direcionada para o investidor. Atualmente, está em vigor o *King IV* publicado em 2016, que exige a adoção dos seus princípios na íntegra, juntamente com a explicação de como os mesmos estão a ser aplicados pelas empresas (Dumay et al., 2017).

Tal como aconteceu na União Europeia (UE) em 2014, no âmbito da sua estratégia para a responsabilidade social corporativa, em que foi aprovada em parlamento a Diretiva 2014/95/EU, que estabelece um requisito legal mínimo para relatar informação não financeira. Esta exige que as empresas incorporem informações ambientais, sociais e de governança, nos seus relatórios anuais, para os anos financeiros com início a 1 de janeiro de 2017 (Bose et al., 2017; Mion & Aduai, 2019; Wachira et al., 2019). Desta forma, as empresas com um número médio de 500 funcionários ou mais, devem preparar uma declaração que contenha informação, que permita compreender o desenvolvimento da entidade, o seu desempenho e impacto da atividade relativamente a questões ambientais, sociais, funcionários, respeito pelos direitos humanos, como também questões anticorrupção e suborno (Haller et al., 2017).

De facto, a Diretiva da UE não prescreve a utilização de uma estrutura de relato específica, no entanto, Dumay et al. (2017) argumentam que a estrutura do relato integrado é a principal para cumprir a Diretiva 2014/95/EU, sendo esta uma grande oportunidade de promoção regulatória da estrutura do <IR>. Assim, a implementação desta norma constitui um meio para alcançar o relato integrado, homogeneizando a divulgação de informação não financeira entre diferentes países.

2.1.3 Teorias subjacentes

Na literatura existente, surgem principalmente duas teorias, que são frequentemente utilizadas como forma de explicação das práticas de relato de informação não financeira, nomeadamente, a teoria dos *stakeholders* e a teoria da legitimidade (Comyns, 2016; García-Sánchez et al., 2019; Roca & Searcy, 2012; Romero et al., 2018; Vitolla et al., 2019b).

A teoria dos *stakeholders* defende que as diversas partes interessadas devem ser tidas em consideração de forma simultânea (de Gooyert et al., 2017), ou seja, estas devem

interagir entre si de forma a criar valor para a organização (Parmar et al., 2010). De acordo com esta teoria, as empresas podem manter um relacionamento forte com as partes interessadas ao atingirem os seus objetivos, melhorando, deste modo, a reputação da empresa, e proporcionando um impacto positivo no seu desempenho (Bose et al., 2017). Wang et al. (2016) afirmam que esta é a estrutura teórica mais relevante para avaliar o desempenho social corporativo.

Por outro lado, a teoria da legitimidade afirma que a organização deve agir em conformidade com as expectativas da sociedade e esta deve ser vista como um todo (Fernando & Lawrence, 2014). Dado que o quotidiano organizacional não é feito de forma isolado, as organizações devem considerar as normas e costumes da sociedade em que operam, sendo este um aspeto fulcral no que diz respeito à continuidade das empresas a longo prazo. As conclusões de Gallego-Álvarez e Vicente-Villardón (2012) corroboram os argumentos desta teoria, pois os seus resultados enfatizam o uso de estratégias de comunicação como meio para alcançar e manter a legitimidade, e refletem também, a relevância apresentada pelas divulgações voluntárias no que diz respeito à imagem pública das empresas.

Em recentes estudos, como por exemplo, Soobaroyen & Mahadeo (2016), é possível analisar uma relação entre as duas teorias mencionadas, dado que a gestão da relação com os *stakeholders* é semelhante ao processo de manter ou alcançar a legitimidade, pois as empresas necessitam de legitimar o seu papel na sociedade, incluindo, desta forma, um conjunto de agentes com diferentes expectativas, valores e requisitos (Romero et al., 2018; Soobaroyen & Ntim, 2013). Portanto, os relatórios de cariz não financeiro podem ser explicados de acordo com as duas teorias mencionadas, pois devem ir ao encontro das expectativas da sociedade em relação à crescente preocupação pelo meio ambiente, correspondendo, em simultâneo, às necessidades dos seus diversos *stakeholders*.

2.1.4 Normas e diretrizes de relato

Recuando um pouco, aquando da introdução dos relatórios de RSC, pode verificar-se que inicialmente estes consistiam numa grande variedade de relatórios distintos, apresentando grandes diferenças no que respeita à informação divulgada entre as diversas empresas, à

forma como a informação era apresentada e também aos indicadores e definições utilizadas (Fortanier et al., 2011).

De forma a colmatar tais incongruências, surgiram algumas organizações com o intuito de fornecer diretrizes que possam auxiliar as entidades a comunicar o seu impacto no meio ambiente, possibilitando a comparabilidade de informação e confiabilidade da mesma, tais como: a *Global Reporting Initiative* (GRI), a *International Organization for Standardization* (ISO), a Organização das Nações Unidas (ONU), o *International Integrated Reporting Council* (IIRC), a Organização Internacional do Trabalho (OIT) e a *Sustainability Accounting Standards Board* (SASB).

A GRI é uma organização independente internacional que tem como objetivo ajudar as empresas e os governos a compreender e comunicar o seu impacto, no que respeita a temas críticos de sustentabilidade, tal como direitos humanos, mudanças climáticas, governança e bem-estar social (Lim, 2017). Assim, a qualidade das informações reportadas deve estar alicerçada em diversos princípios, sendo estes: confiabilidade, clareza, equilíbrio, comparabilidade, precisão e atualidade (Boiral & Henri, 2017).

A utilização dos padrões da GRI, é prática recorrente nos estudos de RSC (García-Sánchez et al., 2019; Hummel & Schlick, 2016; Roca & Searcy, 2012; Romero et al., 2018), sendo a sua estrutura de divulgação a mais adotada mundialmente (Lim, 2017). Tal como demonstra o estudo da KPMG (2017), em que foi possível comprovar que cerca de dois terços dos relatórios analisados, utilizam esta estrutura para comunicar informações de RSC. Devido à sua ampla adoção, são consideradas uma fonte de pressão normativa sobre as empresas e, desta forma, as suas diretrizes visam melhorar a qualidade dos relatórios através da padronização de práticas (Comyns, 2016).

Tem sido verificado, através de trabalho de investigação que as empresas que seguem os padrões da GRI têm maiores níveis de compromisso com a sustentabilidade (Fortanier et al., 2011) e, apesar da sua mera adoção não garantir a transparência de informação, pode ajudar na melhoria desta a curto prazo, através da apresentação de informação sobre os diversos resultados, obtidos pela organização, às suas partes interessadas (Michelon et al., 2015). Através do estudo de Medrado & Jackson (2016) foi concluído que as empresas pertencentes ao setor hoteleiro e turístico demonstram sinais de preferência relativamente à utilização das orientações proposta pela GRI.

O IIRC é uma organização global sem fins lucrativos, que engloba o interesse comum de uma coligação de reguladores, investidores, empresas, autores de normas, profissionais de contabilidade, mundo académico e Organizações Não Governamentais (ONGs), a uma escala internacional (Simnett & Huggins, 2015). Esta aliança de potências, desenvolve o seu trabalho fomentando a comunicação sobre a criação de valor, de modo a que haja um avanço na evolução dos relatórios corporativos, contribuindo para a estabilidade financeira e desenvolvimento sustentável, de forma prolongada. A sua missão é instituir relatórios e pensamentos integrados na atividade comercial convencional, tornando-se prática corrente, tanto no setor público quanto no privado (International Integrated Reporting Council [IIRC], 2020b).

A GRI foi uma das organizações que esteve na origem do IIRC, em 2010, e desde então participa nos seus órgãos de governança, trabalhando estas de forma conjunta como parceiras estratégicas (Camilleri, 2018). Deste modo, as funções das organizações acima referidas são complementares, visto que os relatórios de sustentabilidade apresentam-se centrais para a elaboração dos relatórios integrados (Hamad et al., 2020).

A ISO é uma organização internacional não-governamental e independente que, através dos seus membros, distribuídos por 164 países, desenvolve normas internacionais voluntárias com o intuito de contribuir para a inovação e proporcionar soluções para os desafios globais (International Organization for Standardization [ISO], 2020a). De facto, o número de empresas que tem vindo a obter estas certificações em relação à responsabilidade ambiental é significativo, refletindo a crescente preocupação com os impactos ambientais das atividades de negócio (de Oliveira et al., 2017). Porém, apesar do seu padrão ser considerado relativamente mais rigoroso, os seus efeitos de harmonização encontram-se entre os regulamentos menos fortes (Fortanier et al., 2011).

A ONU está englobada no conjunto de organizações que auxiliam as empresas, relativamente à divulgação de iniciativas referentes às práticas de RSC. No ano de 2015 foi definida a Agenda 2030, constituída por 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) (Rosati & Faria, 2019). Estes objetivos constituem um modelo para atingir um futuro melhor e mais sustentável para toda a população e expõem os desafios globais que os cidadãos enfrentam atualmente, tais como, os relativos à pobreza, desigualdade, mudança climática, degradação ambiental, paz e justiça (Horne et al., 2020). De forma a consciencializar as empresas e os *stakeholders*, o Pacto Global das

Nações Unidas tem como estratégia incentivar as ações que devem ser tomadas pelas empresas de forma a alcançar os 17 ODS (Rosati & Faria, 2019).

Os padrões de orientação definidos pela ISO estão associados aos ODS das Nações Unidas, uma vez que as normas internacionais fornecem ferramentas eficazes às organizações, auxiliando a conquista destes objetivos. Estes padrões revelam-se abrangentes pois analisam aspetos económicos, ambientais e sociais, fornecendo uma base sólida para que governos, indústrias e consumidores consigam dar o seu contributo para estes objetivos mundiais (ISO, 2020b).

De acordo com os resultados obtidos pela pesquisa de Antolín-López et al. (2016), o Pacto Global das Nações Unidas, a GRI e a ISO estão entre os instrumentos de mensuração do desempenho de sustentabilidade corporativa mais utilizados, tanto a nível académico como prático.

Segundo Fortanier et al. (2011), os padrões anteriormente referidos, apresentam dois objetivos em comum, não só o de aumentar e estimular o comportamento responsável corporativo, mas também para harmonizar e aumentar a comparabilidade das atividades de RSC das empresas.

Contudo, e como já se verifica em alguns países, as diretrizes dadas pelos diferentes organismos, para a prática do relato ambiental, podem vir a tornar-se requisitos obrigatórios num futuro próximo. Desta forma, é benéfico que as empresas se mantenham atualizadas no que diz respeito aos padrões globais de elaboração de relatórios, não só para que possam dar resposta à crescente procura de informação fidedigna pelos *stakeholders*, mas também para que estejam preparadas para eventuais alterações de leis (KPMG, 2017).

Mion & Adai (2019) concluíram que as divulgações não financeiras obrigatórias tornam os sistemas mais homogéneos, preenchendo algumas lacunas no que diz respeito à qualidade dos relatórios, quando estes são de carácter voluntário. Os autores referem também o poder dos legisladores para tornarem os mercados mais transparentes e melhorarem o relacionamento entre as empresas e as suas partes interessadas, através da harmonização da legislação.

2.2. Contextualização prática

A contextualização prática encontra-se dividida em 3 subcapítulos. O primeiro desmistifica como deve ser feita a divulgação de informação não financeira, e através de que meios devem as empresas reportar. Depois, salienta-se como é importante a apresentação de relatórios corporativos no setor hoteleiro, através da enumeração de vantagens da adoção de práticas sustentáveis. Por último, é apresentado o modelo conceptual do estudo, evidenciando quais os objetivos do presente trabalho e a apresentação das questões de investigação.

2.2.1 Práticas de divulgação do relato corporativo

As empresas enfrentam diferentes categorias de *stakeholders* que possuem expectativas distintas, acerca das práticas de RSC. Assim sendo, as organizações precisam de comunicar, de forma verdadeira, qual o seu compromisso social com um público amplo e desigual, para que possam ver vistas como responsáveis e confiáveis (Testarmata et al., 2018).

A comunicação de RSC tem vindo a ganhar importância nos últimos anos (Go & Bortree, 2017; Lee, 2016; Testarmata et al., 2018), uma vez que este tipo de comunicação constitui uma ponte fundamental entre as atividades de responsabilidade social praticadas pela empresa e a perceção pública das mesmas (Lee, 2016). Conforme a pesquisa de Laskin (2016), é notório que a informação não financeira é cada vez mais importante na geração de valor corporativo, e, neste sentido, a ausência da sua comunicação pode levar à subavaliação das empresas.

Dada a atual predominância de atividades de RSC, a empresa deve efetuar uma comunicação estratégica do seu empenho, no que diz respeito à responsabilidade social, de modo a maximizar o impacto relacional com a comunidade e a sociedade (Go & Bortree, 2017). Para isso, e em concordância com Lee (2016), uma empresa deve definir previamente com que atributos quer estar relacionada, na mente do público, e só depois formular a mensagem que deseja transmitir.

De forma semelhante, as divulgações através do <IR> acarretam diversas vantagens corporativas. Estes relatórios devem estimular a comunicação dos principais indicadores relativos à sustentabilidade, de forma a aumentar a transparência de informação e, conseqüentemente, reduzir a assimetria da mesma, possibilitando um aumento da confiança dos investidores. O <IR> é considerado uma ferramenta eficaz para moldar a percepção pública da empresa, pois faculta a oportunidade de esta sinalizar que se preocupa com causas sustentáveis e que se encontra a tentar impactar positivamente o meio ambiente. Adicionalmente, o relato integrado apresenta o potencial de disponibilizar informação útil, para que seja possível formar uma visão holística e equilibrada do desempenho corporativo, e, em simultâneo, facilitar a compreensão do comprometimento empresarial, para diferentes vertentes da sustentabilidade (Simnett & Huggins, 2015; Stacchezzini et al., 2016).

Complementarmente, o relato integrado enfatiza a importância da elaboração de relatórios coesos e multidimensionais, que proporcionam a comunicação de fatores influenciadores do valor organizacional ao longo do tempo (Uyar et al., 2019). Desta forma, tanto os autores do <IR> como os diversos *stakeholders*, admitem que este tipo de relato contribui para a melhoria dos relatórios corporativos, enfatizando os seus principais benefícios (Adhariani & de Villiers, 2019).

No entanto, apesar das vantagens apresentadas pela comunicação do relato integrado, há também a considerar algumas desvantagens da mesma. É importante salientar que o processo de elaboração e comunicação do <IR> é exigente e demorado, pois este implica recolher, analisar e processar os dados referentes a todos os capitais abrangidos pelo mesmo. Outro aspeto desfavorável foi salientado no estudo de Stacchezzini et al. (2016), onde foi revelada a utilização deste meio de comunicação, como uma ferramenta capaz de alterar a percepção pública da organização, permitindo aos gestores selecionar a informação a divulgar e, conseqüentemente, gerir a imagem corporativa indo ao encontro das exigências dos *stakeholders*.

As organizações têm ao seu dispor diversos meios de comunicação, através dos quais podem divulgar as suas ações de responsabilidade social (Gomez & Chalmeta, 2011). As novas tecnologias de informação e comunicação, como é o caso da *internet*, tornam possível a disseminação de informação corporativa pertinente, tanto para as diversas partes interessadas, como para a sociedade, promovendo a transparência de informação (Álvarez-González et al., 2018). Plataformas sociais e sítios virtuais, permitem ao público

estar atualizado e informado acerca das práticas desenvolvidas pelas empresas (Sharma, 2019). Desta forma, um leque variado de *stakeholders*, tal como clientes, fornecedores, investidores e comunidade podem ter conhecimento do comprometimento da empresa com o meio ambiente em tempo real (Hsieh, 2012).

É notório que o número de utilizadores da *internet* tem evoluído, não só devido aos avanços tecnológicos experienciados até então, mas também por permitir a divulgação e recolha de informação e conteúdo de forma rápida, tendo-se entranhado no quotidiano da sociedade atual. Tal como sugerem os resultados obtidos pela Pew Research Center (2019), atualmente, nove em cada dez adultos americanos utilizam a *internet*, número bastante superior comparativamente ao registado no ano de 2000, onde a percentagem de utilizadores era de apenas 52%.

Na indústria do turismo, a tecnologia desempenha um papel fundamental, não só pela *internet* ser considerada uma fonte de informação crucial para os turistas, como também pelo facto de esta ter reformulado o modo como os turistas interagem com a indústria hoteleira (Londoño & Hernandez-Maskivker, 2016). Contudo, as conclusões do estudo de Hsieh (2012) descrevem que apenas 38% das 50 principais empresas hoteleiras, utilizam os seus *sites* como uma ferramenta de comunicação, das suas políticas ambientais. Da mesma forma, o estudo de Jenkins e Karanikola (2014) conclui que, a indústria hoteleira não utiliza eficientemente os seus *sites* corporativos, no que concerne ao relato do desempenho ambiental. Este acontecimento pode ser explicado pelo facto de determinados hotéis não estabelecerem as suas políticas de carácter ambiental ou por não terem consciência do poder da *internet* como meio de comunicação.

Os relatórios de RSC e os sítios corporativos representam, assim, poderosos instrumentos de comunicação, pois proporcionam maior transparência organizacional e envolvimento das diversas partes interessadas. Por essa razão fazem parte dos meios mais utilizados pelas empresas, na hora de divulgar matérias de RSC (Gomez & Chalmeta, 2011; Lee, 2016).

Atualmente, as plataformas de viagem constituem um meio de comunicação entre as empresas e os seus *stakeholders* e, podem ser vistas como uma ferramenta eficaz para que os hotéis consigam divulgar as suas práticas ambientais aos clientes, de maneira a motivá-los e consciencializá-los, levando os mesmos a adotarem práticas ecológicas (Gil-Soto et al., 2019). Desta forma, os gestores hoteleiros devem, não só, implementar tais práticas,

como também divulgar informações fidedignas sobre as mesmas. Yu et al. (2017), mostraram que os hóspedes se encontram mais receptivos na aceitação de práticas ecológicas, se estiverem bem informados acerca destas. Através das avaliações analisadas, os clientes sugeriram ações ambientais a implementar nos hotéis de forma a que tal aconteça, como por exemplo, a colocação de placas com o propósito de lembrar os hóspedes a economizarem água e reutilizarem as toalhas.

O TripAdvisor, considerado a maior plataforma de viagem do mundo, encontra-se disponível em 45 países e possui mais de 340 milhões de visitantes mensais (Yi et al., 2018), contemplando diversas atividades, como atrações turísticas, hotéis e restaurantes (Yu et al., 2017), revelou-se atento às novas tendências sustentáveis. Em abril de 2013, foi lançado o programa EcoLíder do TripAdvisor com a finalidade de sinalizar os alojamentos que se envolvem em práticas ecológicas (Londoño & Hernandez-Maskivker, 2016; Song et al., 2020; Yu et al., 2017). Na sua primeira fase, o programa foi lançado apenas para os hotéis dos EUA, em parceria com o programa ENERGY STAR da Agência de Proteção Ambiental dos EUA, o *Green Building Council* dos EUA e o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (Song et al., 2020; Yu et al., 2017).

Os alojamentos qualificados para o programa, através do preenchimento de um inquérito, irão adquirir o estatuto de EcoLíder do TripAdvisor, segundo as práticas ambientais que desempenham e serão classificados com base em quatro níveis de participação, sendo estes, Bronze, Prata, Ouro ou Platina. Quanto maior a quantidade de medidas ambientais adotadas pelos alojamentos, maior será o nível do programa EcoLíder, por outro lado, as propriedades que apenas cumpram as sete práticas ecológicas mínimas obtêm somente o estatuto de EcoParceiro do TripAdvisor (Song et al., 2020; Yu et al., 2017).

Vários autores utilizam este programa, com vista a alcançar resultados nas suas investigações. A título de exemplo, Yi et al. (2018) e Yu et al. (2017), consideram para a sua amostra apenas os comentários dos dez melhores hotéis ecológicos, ou seja, os que apresentam a melhor classificação no programa EcoLíder nos EUA. Por outro lado Ettinger et al. (2018) investigaram de que forma os hotéis comunicam via *online*, através da plataforma TripAdvisor, as informações de RSC e como deveriam tirar proveito do *feedback* dos seus clientes na elaboração de uma comunicação bidirecional. Já no corrente ano, o estudo de Song et al. (2020) analisou os comentários ecológicos dos hóspedes de hotéis de *resort/luxo versus* hotéis económico/*business*, tendo concluído que os hóspedes

da primeira categoria de hotéis apresentam uma maior tendência, comparativamente aos da segunda categoria, para comentar sobre as práticas ecológicas do hotel.

Gil-Soto et al. (2019) concluíram que um maior nível de comprometimento demonstrado pelos hotéis na adoção de práticas ambientais e, por conseguinte, uma maior classificação de EcoLíder, não está relacionado a uma melhor percepção dos hóspedes sobre tais práticas. No entanto, referem também que a obtenção de uma certificação verde internacionalmente reconhecida, como é o caso do programa EcoLíder do TripAdvisor, pode ser vista como uma ferramenta estratégica, tendo como finalidade melhorar a imagem verde associada ao hotel e melhorar a confiança dos clientes em relação à oferta de bens e serviços ecológicos.

Contudo, Londoño e Hernandez-Maskivker (2016) argumentam que, embora seja notório o esforço dos hotéis na implementação e divulgação das suas práticas ecológicas, através de plataformas *online*, permanece uma falta de reconhecimento por parte dos clientes sobre as mesmas. O mesmo estudo chegou à conclusão que apenas 5,6% da sua amostra total produziu um comentário relativo ao tema da sustentabilidade, o que vai ao encontro da pesquisa de Yu et al. (2017) e Yi et al. (2018) nas quais constataram que os comentários ecológicos representam apenas uma pequena parte do número de comentários total nos hotéis estudados.

2.2.2 Relatórios no setor hoteleiro

A crescente preocupação da gestão ambiental, na indústria hoteleira, deve-se ao facto de esta impactar o meio ambiente, de forma negativa, em virtude do elevado consumo de recursos que se faz sentir neste setor (Hsieh, 2012). Os gastos elevados do setor são justificados pelo vasto número de operações que são exercidas por um hotel, como, por exemplo, lavandaria, restauração, instalações recreativas e serviço de quartos (Hsieh, 2012; Jackson, 2010), sendo necessário, para a realização destas atividades, recursos como a água, eletrodomésticos, aquecimento, arrefecimento e iluminação, todos eles com influência significativa no meio ambiente.

Consequentemente, a indústria do turismo e hotelaria assumiu o compromisso de aderir a princípios de RSC na sua gestão estratégica e em todos os níveis das operações, o que levou a que inúmeras empresas começassem a divulgar informações voluntárias,

através dos relatórios de sustentabilidade (Medrado & Jackson, 2016). De facto, é notório que os hotéis estão cada vez mais a considerar questões relacionadas com a temática da sustentabilidade, nos seus modelos e estratégias de negócios (Sakshi et al., 2020).

A adoção destas práticas está associada a diversos fatores, como por exemplo, melhorar a imagem e reputação da empresa, aumentar a lealdade dos clientes e funcionários, atrair novos investidores, reduzir custos operacionais e aumentar a produtividade e a quota de mercado (Jackson, 2010; Jenkins & Karanikola, 2014; Medrado & Jackson, 2016).

Como foi possível verificar, através da investigação de Horng et al. (2017), a comunicação ambiental na indústria hoteleira emergiu como uma ferramenta vital na conservação de recursos e energia, sendo também um meio para conquistar maior desempenho sustentável. Assim, este tipo de comunicação deve ser utilizado eficazmente para informar os *stakeholders* (Anbarasan & Sushil, 2018; Jenkins & Karanikola, 2014), relatando, através de dados fidedignos, de que modo os hotéis lidam com questões ambientais e de conservação de recursos, contruindo desta forma a reputação ambiental da empresa (Jenkins & Karanikola, 2014).

O estudo de Fernandez-Feijoo et al. (2014) analisou o nível de compromisso com a RSC de várias empresas, tendo observado que as entidades pertencentes ao setor do turismo/lazer apresentam informações com alta credibilidade, mas com baixa divulgação, ou seja, estas empresas não partilham em detalhe a informação, mas demonstram compromisso com a RSC.

Sakshi et al. (2020) comprovaram que as divulgações ambientais no setor hoteleiro impactam as práticas de sustentabilidade das empresas da indústria, proporcionando diversos benefícios, não só para a organização como também para a sociedade. Tal como os autores concluíram, quanto maior é a comunicação ambiental de um hotel, melhor é a sua conservação de recursos e também de energia.

Cucari e Mugova (2017) analisaram os relatórios integrados de três empresas hoteleiras sul africanas, conjuntamente com entrevistas executadas às mesmas. Desta feita, os resultados da investigação revelaram que não existe uma estratégia notória para as decisões a serem tomadas no quotidiano organizacional, entre todas as empresas, estando os assuntos associados a questões de sustentabilidade confinadas ao nível estratégico, sendo que apenas a administração compreende adequadamente estas

questões. Os autores concluíram que há ainda aspetos a melhorar, no que diz respeito ao relato integrado apresentado pelo setor do turismo, nesta região. Exemplo disso é a falta de avaliações acerca do impacto da sustentabilidade na organização, quer em questões ambientais e comunitárias, como também na forma como essas problemáticas afetam a reputação da marca. Adicionalmente, o estudo manifestou que, apesar do relato integrado ter como destinatários todos os *stakeholders*, os turistas são ainda negligenciados no que diz respeito a se apresentarem como parte integrante destes relatórios.

Assim, existem ainda alguns aperfeiçoamentos a ter em conta, no que diz respeito à divulgação de RSC. Desta maneira, é insuficiente a empresa afirmar que possui uma política ou estratégia ambiental, sendo necessário o fornecimento de informação mais detalhada sobre as suas iniciativas, permitindo que a organização seja percecionada como consciente a nível ambiental (Jenkins & Karanikola, 2014).

De facto, até ao momento, as pesquisas de <IR> ainda são consideradas uma novidade (Dumay et al., 2016), deste modo, verifica-se uma escassez nos estudos que relacionam a prática do relato integrado com o setor do turismo e hotelaria, sendo o estudo que mais se assemelha à presente investigação o efetuado por Cucari e Mugova (2017).

2.2.3 Modelo conceptual do estudo

Preziosi et al. (2019), constataram que o crescimento da indústria do turismo e hotelaria potenciou uma maior visibilidade no que toca ao impacto negativo das operações dos hotéis, ao mesmo tempo que alavancou a consciencialização dos hóspedes acerca desta temática, sendo, desta forma, importante efetuar o presente estudo para a referida indústria.

Neste sentido, a presente investigação tem como principais objetivos: (1) analisar se os indicadores ambientais divulgados nos relatórios de RSC apresentam diferenças em relação aos divulgados através do relato integrado e (2) perceber se existe alinhamento entre o nível de reporte, dos relatórios de RSC, e o nível de sustentabilidade, adquirido através do programa EcoLíder do *TripAdvisor*, nas empresas norte americanas.

Com base na revisão de literatura efetuada foi possível observar que investigações na área da responsabilidade social corporativa estudam diversos setores, no entanto, o setor

do turismo e hoteleira é frequentemente negligenciado (Gallego-Álvarez et al., 2018; Murillo-Avalos et al., 2020; Roca & Searcy, 2012).

Os relatórios de RSC destinam-se a divulgar informação de cariz social, ambiental e económico (García-Pozo et al., 2019; Romero et al., 2018; Testarmata et al., 2018). Através dos resultados obtidos pela investigação de Jenkins e Karanikola (2014), foi possível observar que, apenas metade das empresas hoteleiras divulgam informações ambientais, através de um relatório separado, no entanto, 60% destas entidades utilizam relatórios de responsabilidade corporativa para o fazer. Por outro lado, o relato integrado tem como finalidade divulgar informação referente a seis diferentes tipos de capitais (Esch et al., 2019a; Vitolla et al., 2019a). Na ótica do <IR>, as empresas devem tornar os seus relatórios mais amplos, de forma a que possam englobar todos os principais recursos e capitais que são utilizados na concretização das suas atividades de negócio (Hamad et al., 2020). Assim sendo, o presente estudo pretende responder à seguinte questão de investigação:

Q1: Como se diferencia a divulgação de informação relativamente aos indicadores ambientais, energia, água e desperdício, entre as empresas da amostra, pertencentes ao setor hoteleiro?

A adoção de práticas de RSC, na indústria hoteleira, está associada a diversos fatores, como, por exemplo, melhorar a imagem e reputação da empresa (Jenkins & Karanikola, 2014; Medrado & Jackson, 2016). Inegavelmente, as novas tecnologias de informação abrem possibilidades relativamente à sua capacidade de disseminação de informação corporativa, dando oportunidade às empresas de tirar partido desta ferramenta de comunicação (Álvarez-González et al., 2018; Go & Bortree, 2017). Os mesmo autores defendem ainda que, a divulgação de RSC nestas plataformas iria maximizar o impacto relacional da empresa com a sociedade onde esta se insere. Deste modo, a obtenção da certificação do programa EcoLíder do TripAdvisor, pode ser considerada uma ferramenta estratégica, melhorando não só a imagem verde associada a um hotel, como também a confiança dos clientes, respetivamente à oferta de bens e serviços ecológicos (Gil-Soto et al., 2019). Portanto, a segunda questão de investigação que o estudo pretende responder é a seguinte:

Q2: Como se relaciona a informação apresentada nos relatórios de RSC, de empresas hoteleiras dos EUA, com o nível adquirido no programa EcoLíder do TripAdvisor?

3. Metodologia

O planeamento do presente estudo divide-se em duas grandes etapas, nomeadamente, a amostra e a técnica de análise de dados. Primeiramente, e de maneira a se proceder a uma investigação mais facilitada e melhor estruturada, foi realizada uma justificação da indústria e dos países seleccionados, o que, conseqüentemente, levou à seleção da amostra e recolha de dados. Por conseguinte, foi realizado o tratamento de dados, sendo utilizado na análise principal dois tipos de análise de conteúdo, manual e computadorizado, ao qual se juntou o método de estatística descritiva para a execução da análise suplementar.

É ainda de ressaltar que todas as secções estão divididas em 2 subcapítulos, estando o primeiro (Análise principal) associado à primeira questão de investigação, e o segundo (Análise suplementar) inerente à segunda questão de investigação. Tal como demonstra a figura 3.1, a primeira questão a ser investigada engloba tanto os EUA como a África do Sul, sendo feita a comparação entre a informação divulgada nos relatórios das diversas empresas da amostra. No entanto, a segunda questão foca a sua atenção unicamente no país norte-americano, visto que o homólogo africano não utiliza o programa do TripAdvisor como modelo.

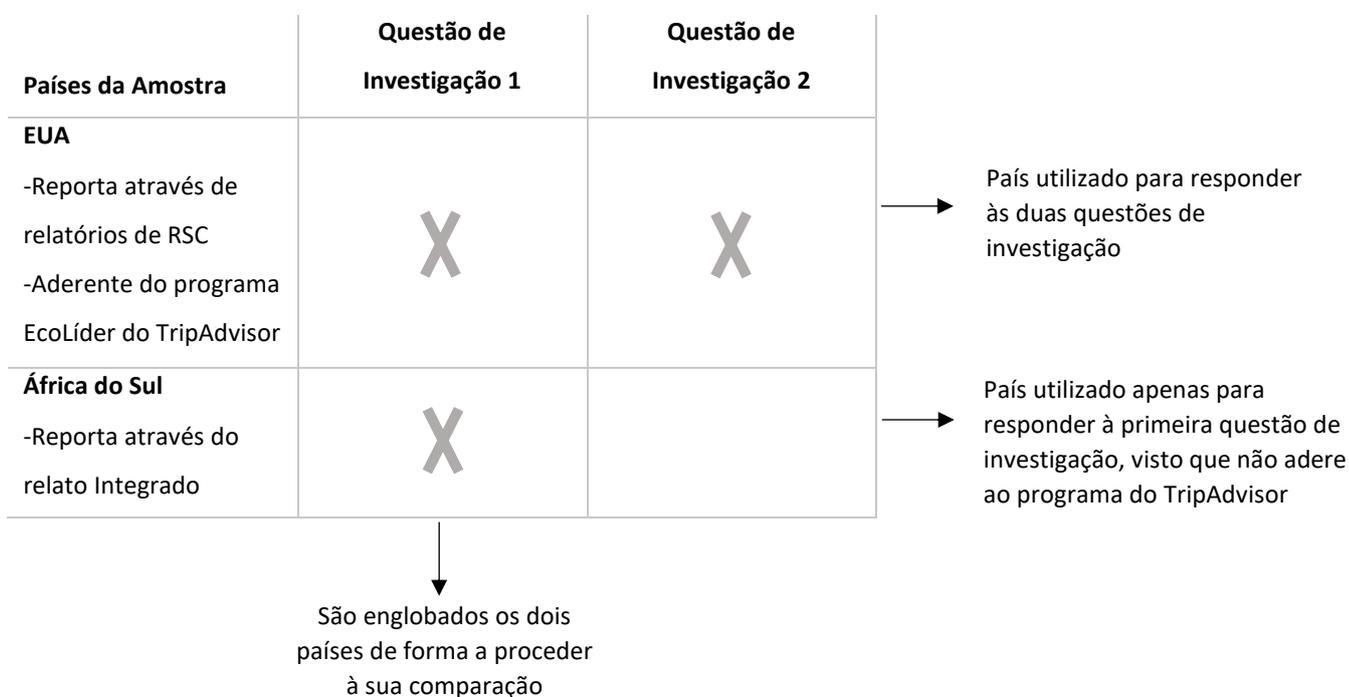


Figura 3.1: Distribuição da amostra por questão de investigação

Fonte: Elaboração própria

3.1. Amostra

3.1.1. Justificação da indústria e países da amostra

À exceção do que acontecerá nas restantes secções pertencentes à Metodologia, a presente secção não será dividida pelos dois estudos, uma vez que ambas as pesquisas incidem sobre a mesma indústria. Deste modo, e de maneira a alcançar os objetivos do estudo, foram analisadas as divulgações de RSC realizadas por empresas hoteleiras nos EUA e o relato integrado divulgado por empresas hoteleiras na África do Sul.

Inicialmente, foram escolhidas empresas pertencentes ao setor hoteleiro por três razões. A primeira deve-se ao facto de que a investigação relativamente às práticas de RSC e de Relatório de Sustentabilidade ainda se demonstrar insuficiente nas entidades do referido setor (Hahn & Kühnen, 2013; Medrado & Jackson, 2016; Uyar et al., 2019). A segunda motivação é devido ao setor hoteleiro se apresentar relevante na indústria do turismo (Hsieh, 2012) e por fim, devido aos dados estarem disponíveis tanto através das páginas das empresas como por intermédio da plataforma do TripAdvisor.

Posteriormente, a África do Sul foi englobada na amostra, dado que é obrigatória a elaboração do relato integrado para as empresas deste país (Hamad et al., 2020), contando com 244 organizações que utilizam a estrutura de relato do IIRC (IIRC, 2020a).

Por sua vez, e apesar de apresentar um reduzido número de organizações aliadas à estrutura do relato integrado (IIRC, 2020a), apenas 32, foi nos EUA que se iniciou o programa EcoLíder do TripAdvisor (Yi et al., 2018), pelo que a sua seleção para a amostra se revelou pertinente a fim de dar resposta às questões de investigação anteriormente apresentadas.

3.1.2. Seleção da amostra e recolha de dados

- **Análise principal**

De forma a contemplar as empresas na amostra, foi necessário que estas apresentassem relatórios integrados e/ou relatórios de responsabilidade social corporativa a respeito do ano em análise, estando os mesmos disponíveis livremente pelas entidades.

A amostra referente à África do Sul, contém cadeias hoteleiras sediadas neste país e que, em simultâneo, pertencem à bolsa de valores de Joanesburgo (JSE) (Rogerson, 2016). Consequentemente, foi possível selecionar as seguintes empresas: *Tsogo Sun Holdings Limited*, *Sun International Limited* e *City Lodge Hotels Limited*. Outros autores realizaram investigações semelhantes com as mesmas empresas, como por exemplo Cucari e Mugova (2017). Doravante, estas empresas serão mencionadas como *Tsogo Sun*, *Sun International* e *City Lodge*.

Para a execução da análise principal, procedeu-se à recolha dos dados através dos relatórios integrados (Romero et al., 2018) dos grupos hoteleiros sediados na África do Sul, pois, tal como referido na secção anterior, este tipo de divulgação é obrigatório para as entidades deste país. Estes relatórios corporativos foram obtidos nos sítios *online* de cada uma das empresas em causa.

Relativamente à amostra dos EUA, esta engloba as empresas do setor hoteleiro, de capital aberto, sediadas nos EUA e cotadas na bolsa de *New York Stock Exchange* (NYSE), cuidadosamente selecionadas por Medrado e Jackson (2016) sendo estas *Hilton Worldwide Holdings Inc.*, *Hyatt Hotels Corporation*, *Marriott International, Inc.* e *Wyndham Worldwide Corporation*. A última empresa mencionada, realizou em 2018 um *spin-off* com a *Wyndham Hotels and Resorts*, passando a denominar-se *Wyndham Destinations, Inc.* Assim, a presente amostra engloba propriedades destas duas empresas, pois ambas partilham da nomenclatura *Wyndham*. A partir deste ponto, serão utilizados os nomes abreviados das cadeias hoteleiras, sendo estes *Hilton*, *Hyatt*, *Marriott* e *Wyndham*. Adicionalmente, as empresas *InterContinental Hotels Group PLC* e *Starwood Hotels & Resorts Worldwide* foram excluídas da amostra devido ao facto do primeiro grupo hoteleiro estar sediado no Reino Unido (Baicu et al., 2019) e pelo segundo se ter fundido ao grupo *Marriott* (Iansiti & Lakhani, 2020).

Para cada uma das empresas com sede nos EUA, extraiu-se os relatórios de responsabilidade social corporativa (Lee, 2016; Talbot & Barbat, 2020), obtidos por intermédio das suas páginas *online* (Medrado & Jackson, 2016), e procedeu-se à recolha de dados através dos mesmos. A escolha deste tipo de relatórios está associada à não divulgação de relatórios integrados por parte das cadeias hoteleiras americanas que integram a amostra (<IR> U.S. Community, 2020).

De modo a que seja possível efetuar uma análise comparativa entre as divulgações de informação das empresas dos dois países, selecionaram-se três categorias para serem estudadas com mais detalhe, sendo estas, água, energia e desperdício. A sua escolha prende-se com o facto de terem sido estas as categorias mais reportadas pelas empresas de hospitalidade e turismo, tendo por base a investigação de Medrado e Jackson (2016). Assim, à medida que os diferentes indicadores eram analisados nos documentos, procedia-se à respetiva correspondência na adequada categoria, como se pode verificar nos anexos A, B e C, a título de exemplo.

- **Análise suplementar**

Tal como referido no ponto 3 do presente trabalho, apenas as empresas pertencentes à amostra dos EUA serão tidas em consideração, para a execução da análise suplementar. Consequentemente, a amostra deste estudo corresponde às empresas anteriormente selecionadas, sediadas nos EUA, adicionando-se a recolha de dados através da plataforma de viagens TripAdvisor (Ettinger et al., 2018; García-Pozo et al., 2019; Gil-Soto et al., 2019; Song et al., 2020).

Na elaboração da análise suplementar, procedeu-se a uma pesquisa exaustiva na página do TripAdvisor, tendo-se realizado inicialmente uma pesquisa por nome de grupo hoteleiro, seguindo-se uma seleção dos mesmos apenas para o território pertencente aos EUA e, por fim, a pesquisa foi refinada de modo a apresentar somente resultados que correspondessem a hotéis.

De entre os resultados exibidos pela plataforma de viagens, todos eles foram verificados de forma isolada, com vista a apurar os hotéis que pertencem ao programa EcoLíder do TripAdvisor e qual o nível de sustentabilidade que possuem, tal como exemplifica o Anexo D. Os diferentes níveis variam entre Bronze, Prata, Ouro e Platina e o estatuto de EcoParceiro, sendo o nível Platina o patamar máximo que os hotéis podem atingir, ou seja, os alojamentos pertencentes a esta categoria são os que adotam mais práticas sustentáveis, tal como referido na Revisão de Literatura do presente trabalho.

Todos os dados foram recolhidos conforme as categorias a que cada hotel pertencia. Desta forma, à medida que as diferentes acomodações eram analisadas na plataforma, procedia-se à recolha do nome e nível das mesmas, resultando numa base de dados com os hotéis dos diferentes grupos hoteleiros associados ao programa EcoLíder.

3.2. Técnicas de análise de dados

- **Análise principal**

Depois de recolhidos os relatórios corporativos das empresas em estudo, o conteúdo dos mesmos foi analisado recorrendo-se a uma análise de conteúdo (Cho et al., 2017; Ettinger et al., 2018; Yi et al., 2018), sendo adotada tanto uma abordagem manual (X. Cheng et al., 2019; Franzoni & Avellino, 2020; Kılıç & Kuzey, 2018; Lee, 2016; Stacchezzini et al., 2016; Yu et al., 2017) como computadorizada (Horne et al., 2020; Papoutsi & Sodhi, 2020; Tuan et al., 2019). A primeira abordagem foi utilizada como forma de recolha e análise dos indicadores divulgados através dos relatórios corporativos e a segunda auxiliou a escolha dos indicadores a serem estudados com mais detalhe, através da utilização do *software VOSviewer*.

A análise de conteúdo é uma técnica bastante utilizada, não só em investigações relacionadas com o tema da RSC e <IR> (Dumay et al., 2016; Wang et al., 2016), mas também em estudos no setor da hotelaria (Yu et al., 2017). Hamad et al. (2020) sugerem no seu estudo que a adoção deste tipo de análise é a mais adequada, no sentido em que auxilia a recolha e análise de dados secundários obtidos de forma manual nos relatórios corporativos. No entanto, tem se vindo a verificar um aumento do número de investigadores que adotam uma abordagem alternativa para analisar textos, tirando proveito de programas assistidos por computador (M. Cheng & Edwards, 2019).

Segundo Li et al. (2013), este tipo de análise consiste numa técnica credível, que possibilita a realização de inferências replicáveis e válidas de textos, facilitando a identificação e categorização de temas ou características de forma sistemática e objetiva.

De acordo com Wang et al. (2016), quando é aplicada uma análise de conteúdo é necessário formular várias categorias e codificar os dados brutos nessas mesmas categorias. Para tal, foram estipuladas as categorias anteriormente enumeradas (água, energia e desperdício), seguindo-se a identificação manual de frequências relativas a cada uma das três categorias em estudo (X. Cheng et al., 2019).

- **Análise suplementar**

Numa fase inicial, irá ser utilizada a estatística descritiva como método de análise dos dados extraídos da plataforma TripAdvisor, referentes aos hotéis pertencentes ao programa EcoLíder. Este método fornece dados da amostra, de forma simplificada e resumida (Mishra et al., 2019), facilitando o processo de análise.

De forma a analisar se o nível de divulgação de RSC, das empresas sediadas nos EUA, corresponde ao seu nível de sustentabilidade adquirido no programa EcoLíder do TripAdvisor, a análise suplementar fornece uma comparação entre os resultados obtidos no estudo principal e os dados descritivos obtidos na presente análise (Horne et al., 2020).

4. Resultados e Discussão

Neste capítulo são apresentados e analisados os resultados obtidos, tendo em conta as expectativas criadas em torno do tema da investigação. No primeiro subcapítulo, são expostos os resultados referentes à análise principal do estudo, bem como a sua discussão. Seguidamente, evidenciam-se e discutem-se os resultados referentes à análise suplementar.

4.1. Análise principal

Para a realização da análise principal desta investigação, foram analisados os relatórios de RSC das empresas sediadas nos EUA e os relatórios integrados das entidades com sede em África do Sul. Apesar da apresentação de informação através do relato integrado ser de carácter obrigatório na África do Sul, o mesmo não acontece para os relatórios de RSC nos EUA. Vários autores questionam se deveria ou não existir uma lei concreta, referente à divulgação de informação não financeira e se organizações como o *Financial Accounting Standards Board* (FASB) ou o *International Accounting Standards Board* (IASB) deveriam ser responsáveis por alargar os seus padrões de relato financeiro, de forma a incluir padrões para a apresentação de informação não financeira. No entanto, as normas internas das próprias organizações, bem como as expectativas demonstradas pelos consumidores levam à crescente atenção, por parte das organizações, no que toca a tópicos de RSC, o que foi impulsionador para o surgimento deste tipo de relatórios (Barker & Eccles, 2018; George, 2019).

Dado que não existe regulamentação específica, os relatórios de RSC estudados apresentam nomenclaturas diferentes, em concordância com pesquisas anteriores. As cadeias hoteleiras *Hilton* e *Hyatt* utilizam o Relatório de Responsabilidade Corporativa, o grupo *Marriott* divulga a informação não financeira através do Relatório do Impacto Social e de Sustentabilidade e por fim, a empresa *Wyndham* utiliza o Relatório de Responsabilidade Social para o mesmo fim.

Por outro lado, a totalidade das empresas sediadas em África do Sul, englobadas na amostra, preparam o relato integrado como forma de divulgação de informação financeira e não financeira. Desta forma, não existe divergência na nomenclatura dos relatórios

destas empresas, visto que a apresentação deste documento é um requisito legal para empresas cotadas na bolsa de JSE, no país em causa.

Relativamente ao tamanho, os relatórios analisados revelam-se díspares, existindo maior homogeneidade no número de páginas dos relatórios integrados, comparativamente aos relatórios de RSC. Tanto o grupo *Tsogo Sun* como o *Sun International* apresentam 100 páginas de Relato Integrado, o *City Lodge* apresenta um número superior, sendo o seu relatório composto por 182 páginas. No que diz respeito às empresas norte americanas, a cadeia hoteleira que apresenta o relatório com o maior número de páginas é a *Marriott*, com 91 páginas e o que apresenta a menor dimensão é a *Hyatt*, com apenas 6 páginas. Este valor pode ser justificado pelo facto desta cadeia apenas ter divulgado os seus *Highlights* ao invés do seu relatório na íntegra. Os grupos *Wyndham* e *Hilton* apresentam um total de 84 e 66 páginas, respetivamente.

Tal como enunciado na secção 3.1.2. do presente trabalho, as categorias selecionadas foram a energia, água e desperdício. Foram também designados três indicadores a ser analisados, para cada uma das categorias em estudo, tendo por base os estudos de Roca e Searcy (2012) e de Medrado e Jackson (2016). Deste modo, os indicadores em análise são: consumo de energia (*energy consumption*), intensidade energética (*energy use intensity*), consumo de água (*water consumption*), intensidade do consumo de água (*water consumption intensity*), resíduos totais (*total waste*), desvio de resíduos de aterros (*waste diversion from landfill*) e estratégias futuras da cadeia hoteleira (*strategies*) para cada uma das três categorias.

De forma a aferir a veracidade da escolha dos indicadores anteriormente selecionados, que servirão de base à análise das divulgações de informação não financeira, extraíram-se os conceitos mais abordados relacionados com as categorias estudadas, dos relatórios corporativos da amostra total, através do *software VOSviewer*. A Figura 4.1 realça alguns conceitos que vão ao encontro dos indicadores escolhidos, como é o caso de “*landfill*” que está associado ao indicador desvio de resíduos para aterro, “*intensity*” respeitante aos indicadores intensidade energética e intensidade do consumo de água, “*project*” que se relaciona ao indicador estratégias futuras da cadeia hoteleira e “*square meter*” e “*room*” que são utilizados como unidades de medida de vários indicadores. Adicionalmente, é possível observar que dois dos indicadores selecionados são também aqui realçados, sendo estes “*energy consumption*” e “*water consumption*”.

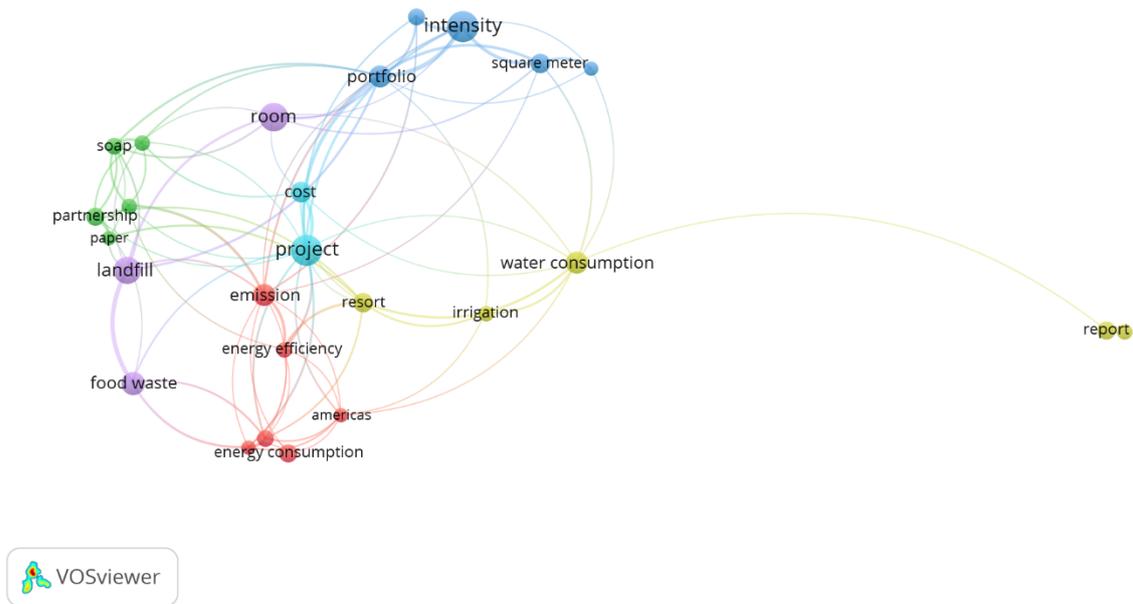


Figura 4.1: Mapa conceptual com temas relacionados com energia, água e desperdício dos relatórios corporativos

Fonte: Elaboração própria

Com base na análise de conteúdo manual efetuada aos relatórios corporativos da totalidade das empresas pertencentes à amostra em estudo, foi possível elaborar o Quadro 4.1, que resume os indicadores divulgados pelos grupos hoteleiros, pertencentes às três categorias analisadas.

A Figura 4.2 foi elaborada a partir do Quadro 4.1, de forma a que seja facilmente visível a distribuição numérica dos indicadores analisados. Esta sumariza o número de indicadores divulgados por cada grupo hoteleiro, para que seja perceptível a dispersão dos mesmos. Assim, os grupos que mais divulgam os indicadores analisados são o *Hilton* – que divulga todos os indicadores – e o *Marriott* – que só não divulga um dos indicadores. No extremo oposto encontra-se o grupo *Sun International* que apenas divulga 3 dos 9 indicadores observados.

Quadro 4.1: Número de indicadores divulgados por empresa

Grupo Hoteleiro	Nome do Relatório	Energia		Água		Desperdício	
HILTON	"Hilton 2019 Corporate Responsibility Report"	Consumo de energia	18.666.964 (MWh)	Consumo de água	37.353 (megalitros)	Resíduos totais	524.334 (MT)
		Intensidade energética	0,2921 (MWh/m2)	Intensidade do consumo de água	585 (litros/m2)	Desvio de resíduos de aterros	117.273 (MT)
		Estratégias futuras da cadeia hoteleira*	"À medida que promovemos reduções de energia em toda a nossa propriedade, também estamos comprometidos em aumentar nosso uso de energia renovável. As nossas equipas de operações avaliam continuamente as oportunidades para aumentar nossa aquisição de energias renováveis."	Estratégias futuras da cadeia hoteleira*	"Ativar 20 projetos relacionados com água nas nossas comunidades e bacias hidrográficas de maior risco."	Estratégias futuras da cadeia hoteleira*	"Acabar com as descargas de sabão em aterros, reciclando todas as barras de sabão usadas."
MARRIOTT	"2019 Serve 360 Report, Sustainability and Social Impact"	Consumo de energia	18,63 (milhões de MWh)	Consumo de água	129,2 (milhões de m3)	Resíduos totais	ND
		Intensidade energética	334,19 (KWh/m2 de espaço condicionado)	Intensidade do consumo de água	0,70 (m3 por quarto ocupado)	Desvio de resíduos de aterros	Mais de 40.000 toneladas (na América do Norte)
		Estratégias futuras da cadeia hoteleira*	"Até 2025, pretendemos atingir um mínimo de 30% de uso de eletricidade renovável."	Estratégias futuras da cadeia hoteleira*	"O nosso objetivo é reduzir a intensidade da água por quarto ocupado em 15% até 2025, em relação aos níveis de 2016."	Estratégias futuras da cadeia hoteleira*	"O nosso objetivo é reduzir o lixo para aterro em 45%, de 2016 a 2025."
HYATT	"Corporate Responsibility Highlights 2018/2019"	Consumo de energia	15.709 (milhões de megajoules)	Consumo de água	32,6 (milhões de m3)	Resíduos totais	ND
		Intensidade energética	(megajoules por m2) Américas: 1.182 Ásia-Pacífico: 1.218 EAME / SW Ásia: 1.223	Intensidade do consumo de água	(litros por noite ocupada) Américas: 462 Ásia-Pacífico: 999 EAME / SW Ásia: 840	Desvio de resíduos de aterros	23% dos hotéis geridos globalmente excederam uma taxa de desvio de resíduos de 40%
		Estratégias futuras da cadeia hoteleira*	ND	Estratégias futuras da cadeia hoteleira*	ND	Estratégias futuras da cadeia hoteleira*	ND
WYNDHAM	"2018-2019 Social Responsibility Report"	Consumo de energia	603.113 (MWHs)	Consumo de água	1.606.982 (kGalls)	Resíduos totais	ND
		Intensidade energética	16,9 (kWh per square foot)	Intensidade do consumo de água	45,0 (gallons per quare foot)	Desvio de resíduos de aterros	ND
		Estratégias futuras da cadeia hoteleira*	ND	Estratégias futuras da cadeia hoteleira*	ND	Estratégias futuras da cadeia hoteleira*	ND

Quadro 4.1: Número de indicadores divulgados por empresa (continuação)

Grupo Hoteleiro	Nome do Relatório	Energia		Água		Desperdício	
CITY LODGE	"Integrated Report 2019"	Consumo de energia	28,5 (milhões de kWh)	Consumo de água	542.629 (kl)	Resíduos totais	ND
		Intensidade energética	ND	Intensidade do consumo de água	ND	Desvio de resíduos de aterros	ND
		Estratégias futuras da cadeia hoteleira*	"Reservado um montante de R20 milhões para financiar a implantação de 24 instalações solares (em 24 hotéis) no próximo ano."	Estratégias futuras da cadeia hoteleira*	"Redução contínua do uso e dependência de água."	Estratégias futuras da cadeia hoteleira*	"Aumento da redução de resíduos para aterro através de programas eficazes de reciclagem."
SUN INTERNATIONAL	"2019 Integrated Annual Report"	Consumo de energia	(kWh) África do Sul: 231.403.213; América Latina: 60.365.859	Consumo de água	(kl) África do Sul: 4.510.042; América Latina: 445.264	Resíduos totais	(kg) África do Sul: 7.495.585; América Latina: 5.256.251
		Intensidade energética	ND	Intensidade do consumo de água	ND	Desvio de resíduos de aterros	ND
		Estratégias futuras da cadeia hoteleira*	ND	Estratégias futuras da cadeia hoteleira*	ND	Estratégias futuras da cadeia hoteleira*	ND
TSOGO SUN	"Integrated annual report 2019"	Consumo de energia	ND	Consumo de água	2,5 (milhões de kl)	Resíduos totais	ND
		Intensidade energética	ND	Intensidade do consumo de água	ND	Desvio de resíduos de aterros	ND
		Estratégias futuras da cadeia hoteleira*	"Foco em garantir que os programas de gestão do consumo de energia permanecem em vigor, com o objetivo de reduzir o consumo anualmente."	Estratégias futuras da cadeia hoteleira*	"Foco em garantir que os programas de gestão do consumo de água permanecem em vigor, com o objetivo de reduzir o consumo anualmente."	Estratégias futuras da cadeia hoteleira*	"O grupo está a trabalhar para eliminar o lixo em aterros até 2022."

Legenda:

ND – Não Divulgado

* – Exemplo de uma estratégia divulgada no relatório

Fonte: Elaboração própria

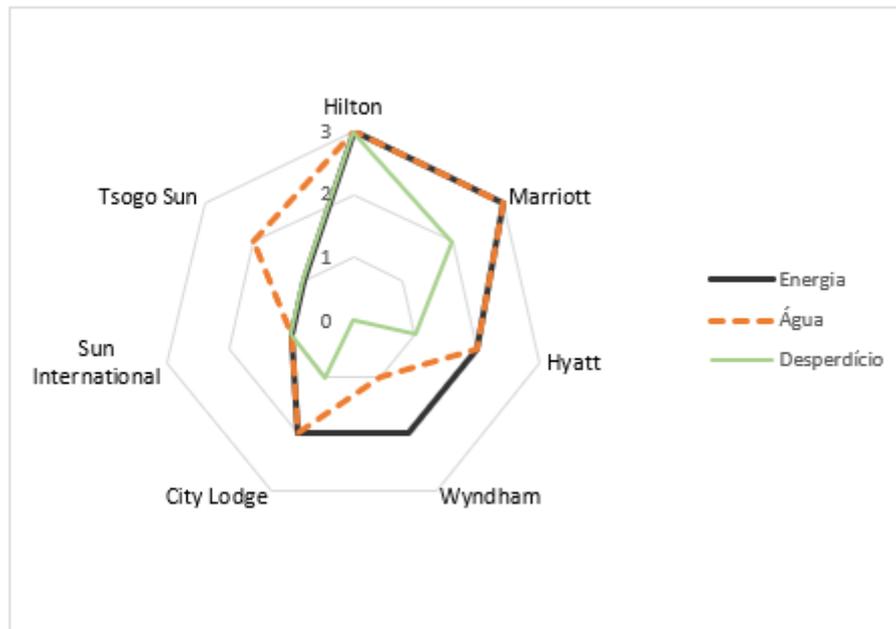


Figura 4.2: Número de indicadores divulgados por empresa

Fonte: Elaboração própria

Observando novamente o Quadro 4.1 em detalhe, no que diz respeito à divulgação por categoria, pode-se observar que mais de metade dos indicadores analisados para a categoria desperdício não foram divulgados pelas empresas, sendo esta a categoria menos divulgada. De forma contrária, foram divulgados mais de metade dos indicadores estudados para as restantes categorias – energia e água – sendo possível constatar que estas categorias apresentam um nível de reporte semelhante pois divulgam, 14 e 15 indicadores, respetivamente, do total de 21. Em linha com os resultados apurados nos estudos de Roca e Searcy (2012) e de Saygili et al. (2020), em que da variedade de indicadores ambientais analisados, concluíram que aqueles que foram mais divulgados são os que estão relacionados com a energia e água. À semelhança, os estudos de Murillo-Avalos et al. (2020) e de Cubilla-Montilla et al. (2020) observaram que a categoria energia se encontra entre as mais reportadas. Contudo, através de uma análise mais geral, considerando a totalidade de informação divulgada nas áreas em estudo, observa-se que a categoria desperdício apresenta mais informação do que as restantes categorias o que a rotularia de categoria mais divulgada. Portanto, quando as três categorias são observadas em detalhe obtêm-se informações contrárias, sendo este um aspeto interessante e que requer investigação futura.

Relativamente ao indicador “Estratégias futuras da cadeia hoteleira” é possível constatar-se que as empresas hoteleiras *Hyatt*, *Wyndham* e *Sun International* não apresentam informação sobre esta temática, para nenhuma das categorias analisadas, o que reflete discordância dos resultados de Medrado e Jackson (2016). Apesar disso, o grupo mencionado em último lugar incorpora no seu relatório informação referente a estratégias futuras associadas ao tópico da sustentabilidade, porém, as mesmas não são mencionadas em detalhe. É importante referir que embora o grupo *Wyndham* não apresente informação relativa a este indicador, é possível encontrar no seu relatório menções a estratégias que o grupo já se encontra a implementar nas suas unidades hoteleiras, tanto numa lógica de conservação de água e energia, como de redução do desperdício. A ausência da apresentação deste indicador pode transmitir falta de foco nos objetivos organizacionais respeitantes a matérias sustentáveis, ou a inexistência da definição desses objetivos, metendo em causa o compromisso da empresa no panorama ambiental. Esta problemática foi referida em estudos existentes, visto que o relato empresarial tem vindo a ser criticado por apresentar poucas informações no que diz respeito a uma abordagem prospetiva, sendo notável a falta de foco estratégico (Kılıç & Kuzey, 2018; Stacchezzini et al., 2016; Vitolla et al., 2019a).

Focando a atenção nas empresas que reportam através de relato integrado, pode-se verificar que nenhuma destas reporta acerca dos indicadores “Intensidade energética”, “Intensidade do consumo de água” e “Desvio de resíduos de aterro”. Neste sentido, pode-se admitir que a informação publicada através do relato integrado se revela de carácter mais teórico e menos focada em indicadores numéricos, convergindo com os resultados de Stacchezzini et al. (2016). Estes concluíram que as empresas relatam um número reduzido de indicadores quantitativos nos seus relatórios integrados, sendo este acontecimento realçado pelas empresas que apresentam pior prestação no seu desempenho social e ambiental, apresentando preferência em divulgar informações sobre os comportamentos sustentáveis, ao invés de resultados.

As diferenças encontradas nos indicadores divulgados pelas empresas pertencentes à amostra total, podem ser explicadas pela diversidade de relatórios adotados para a apresentação de informação não financeira (de Villiers et al., 2017; Hahn & Kühnen, 2013). Outro fator explicativo é a ausência de padronização das normas já existentes, relativas à divulgação de informação não financeira, tanto nos relatórios de RSC como no relato integrado.

Tal como sugerem os resultados do presente estudo, apesar de todas as empresas estudadas, que divulgam por meio de relatórios de RSC, elaborarem os mesmos com base nas diretrizes da GRI, os indicadores apresentados por estas organizações diferem entre si. De acordo com estudos já existentes, a GRI, para além de fornecer uma vasta latitude nas suas diretrizes, é de carácter voluntário na maioria das indústrias, constituindo um fator explicativo para as diferenças encontradas na divulgação de indicadores nos relatórios de RSC (Kozlowski et al., 2015; Roca & Searcy, 2012). Posto isto, a falta de harmonização e comparabilidade proporcionada pelos seus padrões é visível nos resultados da presente análise, impossibilitando a medição e confrontação do desempenho sustentável divulgado nos relatórios de diferentes entidades, em conformidade com as conclusões do estudo de Boiral e Henri (2017).

O mesmo acontece nas empresas que apresentam informação através de relato integrado, pois, embora todas elas sigam os padrões do IIRC, os indicadores divulgados nos seus relatórios são distintos. Algumas limitações apontadas pela revisão de literatura a estudos de relato integrado, efetuada por Vitolla et al. (2019a), foram os problemas na padronização bem como na homogeneização do conteúdo dos relatórios, originados pela sua vasta extensão e reduzido foco.

Esta falta de harmonização, em ambos os tipos de relatórios, vem acrescentar dificuldades na comparação de informação não financeira entre diferentes empresas, prejudicando, conseqüentemente, o processo de tomada de decisão dos acionistas e potenciais investidores. Este impacto poderia ser minorado com uma melhor padronização das normas referentes à divulgação de informação não financeira, no entanto, seria necessária a intervenção das entidades competentes/reguladoras, de forma a tornar os mercados mais transparentes e a melhorar o relacionamento entre as empresas e os seus *stakeholders* (Mion & Aduai, 2019).

Adicionalmente, foi elaborada a Figura 4.3, também a partir do Quadro 4.1, para permitir uma maior comparação entre os tipos de relatórios adotados pelas empresas e os indicadores que estas divulgam. A vermelho estão representados os indicadores que não foram divulgados pelas entidades e, pelo contrário, a cor verde representa os indicadores que estão presentes nos relatórios corporativos analisados. Comparando os grupos hoteleiros sediados nos EUA com aqueles que se situam na África do Sul, pode-se constatar que as empresas que divulgam informação através de relatórios de RSC, reportaram um maior número de indicadores do que as cadeias hoteleiras que utilizam o

relato integrado. Este resultado sugere uma diferença na divulgação de informação face os indicadores analisados, entre ambos os relatórios, tendo por objetivo responder à primeira questão de investigação de uma forma mais ilustrativa do que a anteriormente descrita.

Grupo Hoteleiro	Energia	Água	Desperdício
Hilton	Verde	Verde	Verde
Marriott	Verde	Verde	Vermelho
Hyatt	Verde	Verde	Vermelho
Wyndham	Verde	Verde	Vermelho
City Lodge	Verde	Verde	Vermelho
Sun International	Vermelho	Vermelho	Vermelho
Tsogo Sun	Vermelho	Verde	Vermelho

Figura 4.3: Esquema da tabela principal

Fonte: Elaboração própria

4.2. Análise suplementar

Através da plataforma de viagens TripAdvisor foram analisados 1.020 hotéis em cada uma das cadeias hoteleiras pertencentes à amostra, à exceção do grupo *Hyatt* que apenas exibiu um resultado de 690 hotéis, perfazendo assim um total de 3.750 hotéis observados, conforme se pode observar no Quadro 4.2.

Quadro 4.2: Total de hotéis observados na plataforma TripAdvisor

Cadeia Hoteleira	Frequência
Hilton	1 020
Marriott	1 020
Hyatt	690
Wyndham	1 020
Total	3 750

Fonte: Elaboração própria

No que diz respeito ao número de hotéis pertencentes ao programa EcoLíder, o Quadro 4.3 evidencia que do total de hotéis observados, apenas 1.045 hotéis foram analisados com mais detalhe, sendo esta a amostra válida em estudo. É de realçar o grupo *Marriott*, que regista o maior número de hotéis aderentes ao programa, ascendendo a 518 unidades hoteleiras. Contrariamente, a cadeia *Wyndham*, apenas possui 94 hotéis vinculados ao programa, da totalidade de 1.020 observações. Relativamente à totalidade de observações, em cada um dos cinco níveis do programa EcoLíder, observa-se que a maioria da amostra em estudo está qualificada com o estatuto de EcoParceiro, totalizando 485 hotéis. Esta situação pode ser justificada pelo facto de este ser um estatuto mais elementar, comparativamente aos restantes níveis, visto que é atribuído às propriedades hoteleiras que cumpram apenas as mínimas sete práticas ecológicas. Contudo, para efeitos do presente trabalho, as próximas representações não farão distinção entre os quatro níveis e o estatuto de EcoParceiro, possibilitando extrair e exibir a informação de forma mais assertiva.

Quadro 4.3: Hotéis observados por nível do programa EcoLíder

Cadeia Hoteleira	Platina	Ouro	Prata	Bronze	EcoParceiro	Total
Hilton	13	41	78	81	44	257
Marriott	1	11	60	43	403	518
Hyatt	7	19	65	61	24	176
Wyndham	0	12	50	18	14	94
Total	21	83	253	203	485	1.045

Fonte: Elaboração própria

Os subcapítulos que se seguem apresentam a distribuição dos hotéis vinculados ao programa, por cada grupo hoteleiro, de acordo com os seus respetivos níveis.

4.2.1. Cadeia hoteleira: *Hilton*

Do total de resultados apresentados para o grupo *Hilton*, foi possível observar que 257 hotéis pertenciam ao programa EcoLíder, pelo que se excluíram os restantes por não apresentarem qualquer ligação a este programa.

A distribuição dos 257 hotéis pelos respetivos níveis de EcoLíder (Figura 4.4), revela que a maioria dos hotéis da cadeia *Hilton* obteve o nível Bronze (32%) e Prata (30%). O nível que incorpora um menor número de hotéis é Platina (5%), sendo este o nível mais elevado do *ranking*.

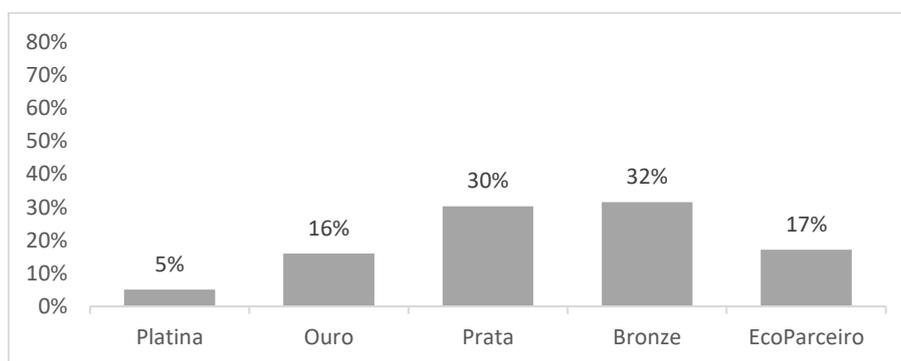


Figura 4.4: Distribuição da cadeia *Hilton* pelos níveis do programa EcoLíder

Fonte: Elaboração própria

4.2.2. Cadeia hoteleira: *Marriott*

No que diz respeito à cadeia *Marriott* englobou-se na amostra 518 hotéis, uma vez que do total dos 1.020 hotéis resultantes da pesquisa inicial, se excluíram 502. As razões da exclusão destes, devem-se ao facto de 49 hotéis serem reincidentes aquando do seu surgimento na página de resultados do TripAdvisor, e, os restantes 453 por não mostrarem nenhuma associação ao programa.

O nível mais adquirido pelos hotéis do *Marriott* foi o de EcoParceiro com um peso de 78% na amostra deste grupo hoteleiro (Figura 4.5). É de salientar que apenas 2% dos hotéis se classificou com o nível Ouro, o patamar mais elevado que as unidades hoteleiras do grupo conseguiram alcançar, visto que, do variado leque que o grupo apresenta, apenas um obteve o nível Platina, não sendo representativo tendo em conta a amostra.

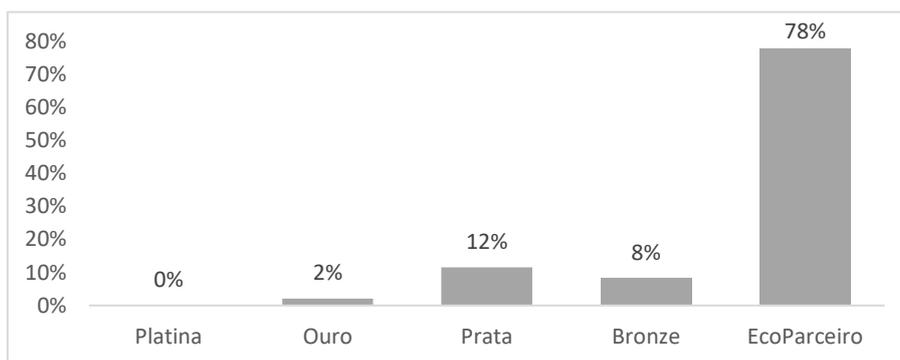


Figura 4.5: Distribuição da cadeia *Marriott* pelos níveis do programa EcoLíder

Fonte: Elaboração própria

4.2.3. Cadeia hoteleira: *Hyatt*

O grupo *Hyatt* foi o que apresentou menos hotéis em resultado de pesquisa na plataforma TripAdvisor, comparativamente às restantes empresas. Do total de resultados incluiu-se 176 hotéis na amostra, dado que os remanescentes não pertencem ao programa em estudo.

À semelhança da distribuição verificada nos hotéis *Hilton*, a maioria dos alojamentos foram rotulados com os níveis Prata e Bronze, 37% e 35%, respetivamente (Figura 4.6).

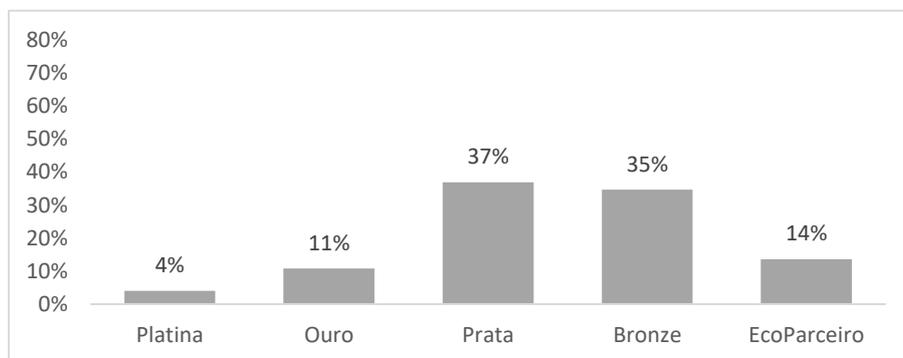


Figura 4.6: Distribuição da cadeia *Hyatt* pelos níveis do programa EcoLíder

Fonte: Elaboração própria

4.2.4. Cadeia hoteleira: *Wyndham*

Relativamente ao grupo *Wyndham*, foi possível conter na amostra 94 hotéis, sendo este o grupo que apresenta menos hotéis associados ao programa EcoLíder, em comparação com as restantes empresas em estudo. Do total de hotéis observados, excluiu-se um total de

926 hotéis, 3 por terem sido exibidos repetidamente na página do TripAdvisor e os restantes 923 devido ao facto de não apresentarem nenhuma associação ao programa.

Em termos de alocação destes hotéis às respetivas categorias do programa, podemos observar que este foi o único grupo que não apresentou hotéis no nível mais elevado da classificação. Mais de metade dos hotéis encontram-se no nível Prata (53%), e os restantes distribuem-se de forma semelhante entre os níveis EcoParceiro (15%), Bronze (19%) e Ouro (13%) (Figura 4.7).

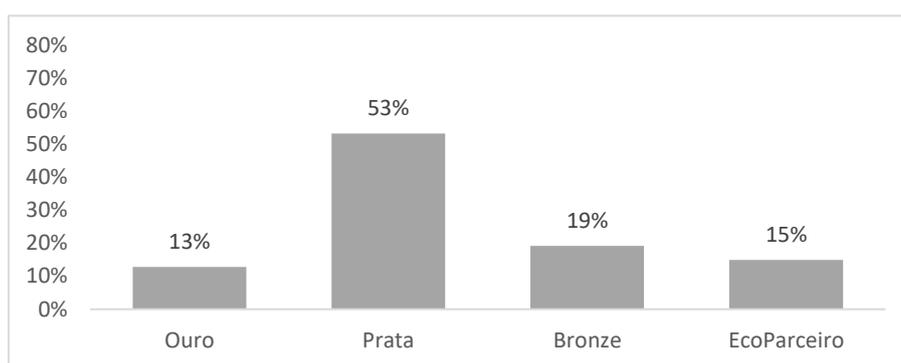


Figura 4.7: Distribuição da cadeia *Wyndham* pelos níveis do programa EcoLíder

Fonte: Elaboração própria

4.2.5. Comparação entre os indicadores divulgados nos relatórios corporativos e os níveis do programa EcoLíder

Após a análise da divulgação de indicadores ambientais nos relatórios de RSC, das empresas sediadas nos EUA, o estudo suplementar teve como objetivo perceber qual a relação entre a divulgação de indicadores relativos ao meio ambiente e o nível adquirido no programa EcoLíder do TripAdvisor.

Focando agora os resultados anteriormente obtidos, apenas da amostra referente aos EUA (Figura 4.8), observou-se que dois grupos hoteleiros se destacam relativamente ao número de indicadores comunicados nas três categorias estudadas, sendo estes o *Hilton* e o *Marriott*. Em sentido contrário, a empresa que demonstra pior prestação é a *Wyndham* pois, de entre as empresas da amostra dos EUA, foi a que apresentou o menor número de indicadores divulgados.

Grupo Hoteleiro	Energia	Água	Desperdício
Hilton			
Marriott			
Hyatt			
Wyndham			

Figura 4.8: Número de indicadores divulgados, amostra EUA

Fonte: Elaboração própria

Nos subcapítulos anteriores, foi descrita, mais pormenorizadamente, a distribuição dos alojamentos qualificados para o programa EcoLíder, por cada um dos quatro grupos hoteleiros estudados, tendo em atenção os seus respetivos níveis. Porém, de forma a facilitar o processo de comparação a que esta análise se propõe, agregaram-se os hotéis que possuem os três níveis mais elevados de práticas sustentáveis que se podem obter neste programa, sendo estes Platina, Ouro e Prata.

A Figura 4.9 retrata como é a distribuição das unidades hoteleiras pelas três classes, observando-se que a maioria dos grupos possui mais de metade das suas unidades hoteleiras no patamar mais elevado (Platina + Ouro + Prata), com exceção do *Marriott* que possui a maioria dos seus hotéis no nível EcoParceiro (78%).

É importante realçar que, o grupo *Wyndham* possui o menor número de hotéis aderentes ao programa, no entanto, na sua generalidade, estes apresentam níveis mais elevados do mesmo. Contrariamente ao que acontece com o *Marriott*, por exemplo, que apesar de apresentar um elevado número de hotéis aderentes ao programa, os mesmos encontram-se em níveis baixos.

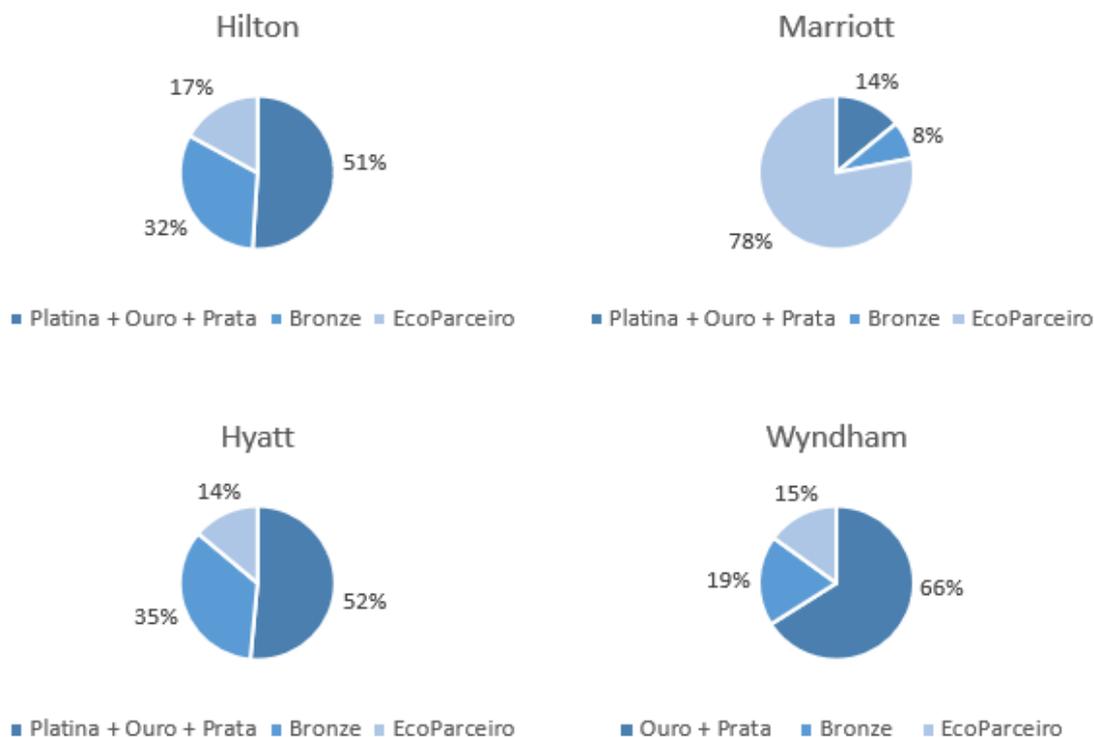


Figura 4.9: Distribuição dos níveis do programa EcoLíder por cada grupo hoteleiro

Fonte: Elaboração própria

A partir dos resultados apresentados nas duas últimas figuras, o grupo *Wyndham* destaca-se, pois apresenta informação contraditória. Apesar de ter sido o grupo que menos indicadores divulgou no seu relatório de responsabilidade social, relativamente às três categorias em estudo, é, no entanto, o que apresenta maior percentagem de hotéis nos níveis mais elevados do programa, representando um valor de 62 hotéis, no total de 94 pertencentes ao programa. Não obstante, deve ter-se em consideração o número reduzido de hotéis representados pela totalidade da amostra do *Wyndham*, impactando fortemente a sua frequência relativa, quando comparado com os restantes grupos hoteleiros em estudo. Um dos motivos explicativos do reduzido número de hotéis aderentes ao programa, poderá ser o facto de que níveis mais baixos não estão representativos, ou seja, certos hotéis deste grupo podem não estar a ser contabilizados no programa para níveis inferiores, caso se candidatassem ao mesmo.

De forma contrária, o mesmo acontece com o grupo *Marriott* que embora tivesse revelado uma boa prestação na divulgação de indicadores – apenas não divulgou um indicador – somente 14%, ou seja 72 dos seus hotéis, se encontram nos três melhores níveis de sustentabilidade. Identicamente, o grupo *Hilton*, foi o único a divulgar todos os

indicadores considerados para análise, porém, a percentagem de hotéis integrantes nos níveis com melhores práticas sustentáveis é de apenas 51%, representando 132 hotéis dos 257 pertencentes ao programa.

Em suma, pode-se constatar que, em termos comparativos, não são os hotéis que divulgam mais indicadores que se encontram entre os melhores níveis de sustentabilidade do programa do TripAdvisor. Por outras palavras, os hotéis que pertencem a níveis do programa mais elevados, e por isso, mais sustentáveis, são os que relatam menos indicadores relativamente a três categorias ambientais. É importante realçar ainda que, de forma a pertencer ao programa, as unidades hoteleiras têm, obrigatoriamente, que apresentar práticas sustentáveis que incluam as categorias de indicadores analisados nos relatórios de RSC: energia, água e desperdício.

Consequentemente, os dados sugerem uma possível relação contrária entre o número de indicadores divulgados nos relatórios de RSC e o nível adquirido no programa EcoLíder do TripAdvisor. Tal como demonstrado, o grupo *Wyndham* divulga menos indicadores no relatório de RSC, no entanto, apresenta maior número percentual de hotéis em níveis superiores do programa EcoLíder, contudo é importante salientar que este é o grupo com menos hotéis aderentes ao programa.

5. Conclusões

5.1. Principais conclusões do estudo

A evolução da globalização, o rápido avanço tecnológico e as alterações sociais, foram impulsionadores do surgimento de novas formas de comunicação entre as empresas e os seus *stakeholders* (Matuszyk & Rymkiewicz, 2018). Assim, a prática de relato integrado e de RSC, apresentam atualmente uma nova vertente para a comunicação de comportamentos corporativos responsáveis e sustentáveis (Camilleri, 2018). A adoção do <IR> proporciona uma visão de longo prazo dos gestores de topo, facilita a disseminação de uma cultura sustentável dentro da organização e desencadeia mecanismos de pensamento integrado, representando estes aspetos uma abordagem inovadora para a gestão empresarial (Vitolla et al., 2019a). Por outro lado, a divulgação de RSC consiste numa importante ferramenta de gestão, pois permite à empresa melhorar a sua reputação, melhorar o relacionamento com a sociedade em que se insere, aumentar a satisfação dos seus *stakeholders* e também, aumentar a motivação dos seus colaboradores (Murillo-Avalos et al., 2020).

As informações relacionadas com os impactos sociais e ambientais inerentes aos processos desenvolvidos pelas empresas, são, nos dias de hoje, consideradas bastante relevantes uma vez que os consumidores tomam as suas decisões após uma análise crítica do negócio, procurando intercalar a sustentabilidade e os pressupostos éticos, com o desenvolvimento do negócio, propriamente dito (Sharma, 2019).

Em virtude do elevado consumo de recursos necessários à realização da atividade na indústria hoteleira, o seu impacto é considerado prejudicial para o meio ambiente (Hsieh, 2012). Desta forma, as empresas hoteleiras assumiram o compromisso de aderir a princípios de RSC na sua gestão estratégica, originando a divulgação de informação voluntária pelas empresas do setor (Medrado & Jackson, 2016).

Posto isto, o principal objetivo do estudo é analisar as possíveis diferenças e semelhantes entre a informação ambiental divulgada através de relatórios de RSC e de relato integrado. Suplementarmente, o estudo verifica se existe relação entre a informação divulgada através dos relatórios de RSC e o nível de sustentabilidade adquirido pelo programa do TripAdvisor. De forma a facilitar o processo de investigação, o presente

trabalho foi dividido entre duas análises, sendo estas, a análise principal e a análise complementar. Para o primeiro objetivo do estudo, associado à análise principal, foram observados os relatórios corporativos de empresas do setor hoteleiro, sediadas nos EUA e na África do Sul. Posteriormente, foram analisados os hotéis pertencentes à amostra dos EUA que, de forma simultânea, pertencem ao programa EcoLíder do TripAdvisor.

Com base na análise de conteúdo manual, efetuada aos relatórios corporativos, foi possível observar que os relatórios de RSC apresentam maior número de indicadores ambientais divulgados, em comparação com o relato integrado. Assim, respondendo à primeira questão de investigação, parece haver diferença entre as informações divulgadas pelas empresas da amostra, pertencentes ao setor hoteleiro, relativamente aos indicadores ambientais observados.

O grupo hoteleiro *Hilton* destacou-se positivamente, apresentando o maior número de indicadores divulgados. Contrariamente, a empresa que apresenta pior prestação aquando da divulgação dos indicadores analisados é a *Sun International*. Posto isto, pode-se constatar que, o grupo que apresenta melhor prestação na divulgação dos indicadores estudados utiliza o relatório de RSC e, contrariamente, a empresa que expressou pior desempenho reporta através de <IR>. No que diz respeito às três categorias analisadas – energia, água e desperdício – observa-se que, de entre os indicadores estudados com mais detalhe, a categoria desperdício apresenta menor número de indicadores divulgados. As duas restantes categorias apresentaram níveis de divulgação semelhante.

A ausência de harmonização é ainda uma preocupação deste tipo de relatórios, percecionado não só nos relatórios de RSC, mas também no relato integrado. Apesar de todas as empresas da amostra referente à África do Sul reportarem através de relato integrado, e desta forma, utilizarem a estrutura de relato disponibilizada pelo IIRC, os indicadores divulgados diferem entre si. O mesmo foi possível observar nas empresas que adotam relatórios de RSC, embora todas se rejam pelas diretrizes da GRI, também os seus indicadores são distintos. As diferenças analisadas podem ser explicadas através das duas teorias pelas quais se baseia esta temática, visto que a pressão exercida pelos *stakeholders*, bem como a imagem que a empresa quer transmitir à sociedade, são fatores que podem estar na origem da escolha dos indicadores a divulgar.

Relativamente à análise efetuada às cadeias hoteleiras dos EUA, que de forma simultânea pertencem ao programa EcoLíder do TripAdvisor, os dados sugerem uma

possível relação contrária à esperada, respondendo à segunda questão de investigação. Ou seja, os grupos hoteleiros que apresentam maior número de indicadores ambientais divulgados nos relatórios de RSC, não coincidem com os grupos com classificações mais elevadas no programa. Desta forma, a informação que está a ser transmitida ao cliente, poderá não corresponder ao nível de relato das empresas, o que não significa que a informação divulgada através destes dois meios de comunicação seja diferente em si, mas enquanto umas empresas estão mais focadas na perceção dos clientes, outras estão mais direcionadas para uma ótica do acionista/investidor, ao nível de detalhe de informação.

A nível contabilístico, ambos os países analisados encontram-se alinhados com práticas de reporte, no entanto, a obrigatoriedade de divulgação estabelecida na bolsa de valores da África do Sul demonstra um maior comprometimento deste país em relação a esta temática. De outra perspetiva, apenas os EUA integram o programa do TripAdvisor, o que poderá transmitir maior preocupação, das empresas sediadas neste país, pela forma como a imagem é percecionada pelos *stakeholders*. Assim, propõe-se a inclusão da África do Sul neste programa, visto que o país já incentiva a prática da divulgação de informação não financeira, para a qual utiliza o relato integrado na comunicação direcionada ao acionista/investidor, o que representaria uma mais valia tanto para as empresas, como também na ótica do cliente, melhorando a perceção destes em relação à adoção das práticas sustentáveis corporativas.

5.2. Contribuições académicas

O presente trabalho vem contribuir para o conhecimento geral sobre a temática da responsabilidade social corporativa e do relato integrado, concretamente para as empresas do setor hoteleiro situadas nos EUA e África do Sul.

Adicionalmente, esta investigação contribui para a literatura na medida em que relaciona aspetos contabilísticos com o setor do turismo e hotelaria, uma vez que os estudos existentes que englobam as duas temáticas são ainda limitados. No entanto, deve sublinhar-se também a escassez na literatura sobre matérias de relato integrado no setor do turismo e hotelaria, podendo afirmar-se que o estudo em causa irá alavancar o debate circundante a esta temática, despoletando mais estudos nesta área.

Com a elaboração desta análise foi realizado um exercício comparativo entre os tópicos de contabilidade, aglomerando divulgações realizadas pelas empresas através de relatórios corporativos, e a percepção do cliente, tendo como base a maior plataforma de viagens do mundo e considerada uma ferramenta bastante útil por parte de viajantes. Desta feita, tanto a vertente do utilizador, como a empresarial foram exploradas, beneficiando a academia com conclusões pertinentes e de grande valor académico.

5.3. Contribuições práticas

Sem qualquer sombra de dúvida, qualquer investigação académica proporciona mais valias práticas ao ecossistema empresarial, no sentido em que apresentam informação confiável e atual sobre temáticas relevantes, não sendo este estudo uma exceção.

Para as empresas que estejam numa fase embrionária da divulgação de informação não financeira, em que não haja uma certeza sobre o tipo de relatório a adotar, esta dissertação irá, certamente, auxiliar neste processo, apresentando as vantagens e os contras a considerar nesta importante decisão. Desta forma, as entidades podem, em simultâneo, alinhar os seus objetivos estratégicos com a satisfação das necessidades dos *stakeholders*, e conseqüentemente, colher os frutos daí provenientes.

Por outro lado, as empresas do ramo hoteleiro que desejem adotar e/ou melhorar as suas práticas sustentáveis, poderão beneficiar das contribuições aqui apresentadas, tendo como referência as empresas estudadas que mais divulgam, bem como os indicadores que as mesmas se encontram a reportar atualmente.

5.4. Limitações e investigações futuras

É importante salientar que, pelo facto de se ter conduzido uma análise de conteúdo manual, a presente análise estuda um reduzido número de empresas. Assim, poderá ser interessante que estudos futuros englobem mais empresas na sua investigação, de forma a verificar a sua divulgação de indicadores não financeiros.

De forma semelhante, e pela mesma razão enunciada anteriormente, o número de indicadores analisados apresenta-se reduzido, face aos indicadores que as empresas

divulgam. Desta forma, estudos futuros deveriam ter em consideração um espectro mais alargado de indicadores, englobando outros indicadores ambientais, como por exemplo a emissão de gases para o efeito estufa e os esforços para a redução da pegada do carbono. Para além disso, também será de interesse a incorporação de outras categorias de RSC, para além das três analisadas neste trabalho, como, por exemplo, os direitos humanos e a diversidade e inclusão, também bastante preconizados no relato integrado.

Apesar das sugestões alcançadas para um nível qualitativo, sugere-se a realização de uma análise quantitativa dos dados, através de indicadores e medidas estatísticas, de forma a aferir se as relações encontradas se mantêm, ou se as mesmas apresentam significâncias ao nível estatístico.

Visto que a presente amostra apenas tem em consideração dois países, EUA e África do Sul, sugere-se a realização de uma investigação semelhante tendo em conta diferentes países, de modo a analisar de que forma estão as empresas a divulgar, quais são os relatórios mais adotados por estas e quais são os indicadores que mais estão a ser divulgados, a nível mundial.

Da mesma forma, poderá ser englobado um maior espectro temporal a ser estudado, alargando o período para mais do que um ano de relato e, por conseguinte, analisando-se um maior número de relatórios corporativos, ultrapassando a limitação existente deste estudo. Assim, poderá constatar-se quais as alterações sofridas no relato corporativo, se os relatórios de RSC estão ou não a ser substituídos pelo relato integrado ou se as empresas se encontram a divulgar mais ou menos indicadores ao longo do tempo.

Para terminar, sugere-se a comparação das mesmas três categorias analisadas, antes e depois da situação pandémica que o mundo enfrenta atualmente, de forma a averiguar se a doença COVID-19 teve algum impacto nos indicadores estudados, uma vez que o setor em estudo foi fortemente penalizado pela recente pandemia.

Referências Bibliográficas

- Adhariani, D., & de Villiers, C. (2019). Integrated reporting: Perspectives of corporate report preparers and other stakeholders. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 10(1), 126–156. <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-02-2018-0043>
- Aguinis, H., & Glavas, A. (2012). What we know and don't know about corporate social responsibility: A review and research agenda. *Journal of Management*, 38(4), 932–968. <https://doi.org/10.1177/0149206311436079>
- Álvarez-González, L. I., García-Rodríguez, N., & Sanzo-Pérez, M. J. (2018). Online voluntary transparency in spanish retail firms. Measurement index and CSR-related factors as determinants. *Sustainability*, 10(3542). <https://doi.org/10.3390/su10103542>
- Anbarasan, P., & Sushil, P. (2018). Stakeholder engagement in sustainable enterprise: Evolving a conceptual framework, and a case study of ITC. *Business Strategy and the Environment*, 27(3), 282–299. <https://doi.org/10.1002/bse.1999>
- Antolín-López, R., Delgado-Ceballos, J., & Montiel, I. (2016). Deconstructing corporate sustainability: A comparison of different stakeholder metrics. *Journal of Cleaner Production*, 136, 5–17. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.01.111>
- Baicu, C. G., Oehler-Sincai, I. M., State, O., & Popescu, D. (2019). Bioeconomy and social responsibility in the sustainable hotel industry. *Amfiteatru Economic*, 21(52), 485–499. <https://doi.org/10.24818/EA/2019/52/639>
- Barker, R., & Eccles, R. G. (2018). Should FASB and IASB be responsible for setting standards for nonfinancial information? *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3272250>
- Boiral, O., & Henri, J.-F. (2017). Is sustainability performance comparable? A study of GRI reports of mining organizations. *Business and Society*, 56(2), 283–317. <https://doi.org/10.1177/0007650315576134>
- Bose, S., Saha, A., Khan, H. Z., & Islam, S. (2017). Non-financial disclosure and market-based firm performance: The initiation of financial inclusion. *Journal of Contemporary Accounting and Economics*, 13(3), 263–281. <https://doi.org/10.1016/j.jcae.2017.09.006>
- Camilleri, M. A. (2018). Theoretical insights on integrated reporting: The inclusion of non-financial capitals in corporate disclosures. *Corporate Communications*, 23(4), 567–581. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-01-2018-0016>
- Cheng, M., & Edwards, D. (2019). A comparative automated content analysis approach on the review of the sharing economy discourse in tourism and hospitality. *Current Issues in Tourism*, 22(1), 35–49. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1361908>
- Cheng, X., Fu, S., Sun, J., Bilgihan, A., & Okumus, F. (2019). An investigation on online reviews in sharing economy driven hospitality platforms: A viewpoint of trust. *Tourism Management*, 71, 366–377. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.10.020>
- Cho, M., Furey, L. D., & Mohr, T. (2017). Communicating corporate social responsibility on social media: Strategies, stakeholders, and public engagement on corporate

- facebook. *Business and Professional Communication Quarterly*, 80(1), 52–69. <https://doi.org/10.1177/2329490616663708>
- Comyns, B. (2016). Determinants of GHG reporting : An analysis of global oil and gas companies. *Journal of Business Ethics*, 136, 349–369. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2517-9>
- Cormier, D., & Magnan, M. (2015). The economic relevance of environmental disclosure and its impact on corporate legitimacy: An empirical investigation. *Business Strategy and the Environment*, 24(6), 431–450. <https://doi.org/10.1002/bse.1829>
- Cubilla-Montilla, M. I., Galindo-Villardón, P., Nieto-Librero, A. B., Vicente Galindo, M. P., & García-Sánchez, I. M. (2020). What companies do not disclose about their environmental policy and what institutional pressures may do to respect. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(3), 1181–1197. <https://doi.org/10.1002/csr.1874>
- Cucari, N., & Mugova, S. (2017, março 16-17). *Corporate sustainability in the tourism sector: Is “Integrated Reporting” an appropriate strategy?* [Sessão de conferência] 5th International Conference on Management, Leadership and Governance, Saint Petersburg, Russia.
- de Gooyert, V., Rouwette, E., van Kranenburg, H., & Freeman, E. (2017). Reviewing the role of stakeholders in operational research: A stakeholder theory perspective. *European Journal of Operational Research*, 262(2), 402–410. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2017.03.079>
- de Oliveira, U. R., Marins, F. A. S., Rocha, H. M., & Salomon, V. A. P. (2017). The ISO 31000 standard in supply chain risk management. *Journal of Cleaner Production*, 151, 616–633. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.03.054>
- de Villiers, C., Venter, E. R., & Hsiao, P. C. K. (2017). Integrated reporting: background, measurement issues, approaches and an agenda for future research. *Accounting and Finance*, 57(4), 937–959. <https://doi.org/10.1111/acfi.12246>
- Dumay, J., Bernardi, C., Guthrie, J., & Demartini, P. (2016). Integrated reporting: A structured literature review. *Accounting Forum*, 40(3), 166–185. <https://doi.org/10.1016/j.accfor.2016.06.001>
- Dumay, J., Bernardi, C., Guthrie, J., & La Torre, M. (2017). Barriers to implementing the international integrated reporting framework: A contemporary academic perspective. *Meditari Accountancy Research*, 25(4), 461–480. <https://doi.org/10.1108/MEDAR-05-2017-0150>
- Esch, M., Schnellbacher, B., & Wald, A. (2019a). Does integrated reporting information influence internal decision making? An experimental study of investment behavior. *Business Strategy and the Environment*, 28(4), 599–610. <https://doi.org/10.1002/bse.2267>
- Esch, M., Schulze, M., & Wald, A. (2019b). The dynamics of financial information and non-financial environmental, social and governance information in the strategic decision-making process. *Journal of Strategy and Management*, 12(3), 314–329. <https://doi.org/10.1108/JSMA-05-2018-0043>
- Ettinger, A., Grabner-Kräuter, S., & Terlutter, R. (2018). Online CSR communication in

- the hotel industry: Evidence from small hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 68, 94–104. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.09.002>
- EY. (2018). *Does your nonfinancial reporting tell your value creation story?* https://www.ey.com/en_gl/assurance/does-nonfinancial-reporting-tell-value-creation-story
- Fernandez-Feijoo, B., Romero, S., & Ruiz, S. (2014). Commitment to corporate social responsibility measured through global reporting initiative reporting: Factors affecting the behavior of companies. *Journal of Cleaner Production*, 81, 244–254. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.06.034>
- Fernando, S., & Lawrence, S. (2014). A theoretical framework for CSR practices: Integrating legitimacy theory, stakeholder theory and institutional theory. *Journal of Theoretical Accounting Research*, 10 (1), 149–178.
- Flower, J. (2015). The international integrated reporting council: A story of failure. *Critical Perspectives on Accounting*, 27, 1–17. <https://doi.org/10.1016/j.cpa.2014.07.002>
- Fortanier, F., Kolk, A., & Pinkse, J. (2011). Harmonization in CSR reporting: MNEs and global CSR standards. *Management International Review*, 51(5), 665–696. <https://doi.org/10.1007/s11575-011-0089-9>
- Franzoni, S., & Avellino, M. (2020). Sustainability reporting in international hotel chains. *Symphonya Emerging Issues in Management*, 1, 96. <https://doi.org/10.4468/2019.1.08franzoni.avellino>
- Gallego-Álvarez, I., Lozano, M. B., & Rodríguez-Rosa, M. (2018). An analysis of the environmental information in international companies according to the new GRI standards. *Journal of Cleaner Production*, 182, 57–66. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.01.240>
- Gallego-Álvarez, I., & Vicente-Villardón, J. L. (2012). Analysis of environmental indicators in international companies by applying the logistic biplot. *Ecological Indicators*, 23, 250–261. <https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2012.03.024>
- García-Pozo, A., Mondéjar-Jiménez, J., & Sánchez-Ollero, J. L. (2019). Internet's user perception of corporate social responsibility in hotel services. *Sustainability*, 11(10), 1–14. <https://doi.org/10.3390/su11102916>
- García-Sánchez, I.-M., Hussain, N., Martínez-Ferrero, J., & Ruiz-Barbadillo, E. (2019). Impact of disclosure and assurance quality of corporate sustainability reports on access to finance. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(4), 832–848. <https://doi.org/10.1002/csr.1724>
- García-Sánchez, I.-M., & Noguera-Gámez, L. (2017). Integrated reporting and stakeholder engagement: The effect on information asymmetry. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 24(5), 395–413. <https://doi.org/10.1002/csr.1415>
- George, E. (2019, outubro). *Can corporate social responsibility be legally enforced?* Forbes Magazine. Recuperado setembro 14, 2020, de <https://www.forbes.com/sites/uhenergy/2019/10/11/can-corporate-social-responsibility-be-legally-enforced/#1a5d94ec3d44>

- Gil-Soto, E., Armas-Cruz, Y., Morini-Marrero, S., & Ramos-Henríquez, J. M. (2019). Hotel guests' perceptions of environmental friendly practices in social media. *International Journal of Hospitality Management*, 78, 59–67. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.11.016>
- Go, E., & Bortree, D. S. (2017). What and how to communicate CSR? The role of CSR fit, modality interactivity, and message interactivity on social networking sites. *Journal of Promotion Management*, 23(5), 727–747. <https://doi.org/10.1080/10496491.2017.1297983>
- Gomez, L. M., & Chalmeta, R. (2011). Corporate responsibility in U.S. corporate websites: A pilot study. *Public Relations Review*, 37(1), 93–95. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2010.12.005>
- Hahn, R., & Kühnen, M. (2013). Determinants of sustainability reporting: A review of results, trends, theory, and opportunities in an expanding field of research. *Journal of Cleaner Production*, 59, 5–21. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.07.005>
- Haller, A., Link, M., & Groß, T. (2017). The term 'non-financial information' – A semantic analysis of a key feature of current and future corporate reporting. *Accounting in Europe*, 14(3), 407–429. <https://doi.org/10.1080/17449480.2017.1374548>
- Hamad, S., Draz, M. U., & Lai, F.-W. (2020). The impact of corporate governance and sustainability reporting on integrated reporting: A conceptual framework. *SAGE Open*, 10(2), 1–15. <https://doi.org/10.1177/2158244020927431>
- Higgins, C., & Coffey, B. (2016). Improving how sustainability reports drive change: A critical discourse analysis. *Journal of Cleaner Production*, 136, 18–29. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.01.101>
- Horne, J., Recker, M., Michelfelder, I., Jay, J., & Kratzer, J. (2020). Exploring entrepreneurship related to the sustainable development goals – Mapping new venture activities with semi-automated content analysis. *Journal of Cleaner Production*, 242, 118052. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.118052>
- Hsieh, Y. J. (2012). Hotel companies' environmental policies and practices: A content analysis of their web pages. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 24(1), 97–121. <https://doi.org/10.1108/095961112>
- Hummel, K., & Schlick, C. (2016). The relationship between sustainability performance and sustainability disclosure – Reconciling voluntary disclosure theory and legitimacy theory. *Journal of Accounting and Public Policy*, 35(5), 455–476. <https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2016.06.001>
- Iansiti, M., & Lakhani, K. R. (2020). From disruption to collision: The new competitive dynamics. *Mit Sloan Management Review*, 34–39.
- IIRC. (2020a). *Find out what is happening in your region*. Recuperado agosto 10, 2020, de <https://integratedreporting.org/when-advocate-for-global-adoption/find-out-what-is-happening-in-your-region/>
- IIRC. (2020b). *The IIRC*. Recuperado março 4, 2020, de <https://integratedreporting.org/the-iirc-2/>
- <IR> U.S. Community. (2020). *See U.S. reports*. Recuperado agosto 10, 2020, de

- <https://iruscommunity.org/directory-united-states-integrated-reports>
- ISO. (2020a). *About us*. Recuperado março 7, 2020, de <https://www.iso.org/about-us.html>
- ISO. (2020b). *Sustainable development goals*. Recuperado março 7, 2020, de <https://www.iso.org/sdgs.html>
- Jackson, L. A. (2010). Toward a framework for the components of green lodging. *Journal of Retail and Leisure Property*, 9(3), 211–230. <https://doi.org/10.1057/rlp.2010.6>
- Jenkins, N. R., & Karanikola, I. (2014). Do hotel companies communicate their environmental policies and practices more than independent hotels in Dubai , UAE ? *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 6(4), 362–380. <https://doi.org/10.1108/WHATT-01-2014-0003>
- Kılıç, M., & Kuzey, C. (2018). Assessing current company reports according to the IIRC integrated reporting framework. *Meditari Accountancy Research*, 26(2), 305-333. <https://doi.org/10.1108/MEDAR-04-2017-0138>
- Kozłowski, A., Searcy, C., & Bardecki, M. (2015). Corporate sustainability reporting in the apparel industry an analysis of indicators disclosed. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 64(3), 377–397. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-10-2014-0152>
- KPMG. (2017). *The KPMG survey of corporate responsibility reporting 2017*. <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/xx/pdf/2017/10/kpmg-survey-of-corporate-responsibility-reporting-2017.pdf>
- Laskin, A. V. (2016). Nonfinancial information in investor communications. *International Journal of Business Communication*, 53(4), 375–397. <https://doi.org/10.1177/2329488414525458>
- Lee, S. Y. (2016). How can companies succeed in forming CSR reputation? *Corporate Communications*, 21(4), 435–449. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-01-2016-0009>
- Li, H., Ye, Q., & Law, R. (2013). Determinants of customer satisfaction in the hotel industry: An application of online review analysis. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 18(7), 784–802. <https://doi.org/10.1080/10941665.2012.708351>
- Lim, A. (2017). Global corporate responsibility disclosure: A comparative analysis of field, national, and global influences. *International Sociology*, 32(1), 61–85. <https://doi.org/10.1177/0268580916673748>
- Londoño, M.P. L., & Hernandez-Maskivker, G. (2016, maio 18-20). *Green practices in hotels: The case of the GreenLeaders program from TripAdvisor* [Sessão de conferência]. 7th International Conference on Sustainable Tourism, Valencia, Espanha. <https://doi.org/10.2495/st160011>
- Matuszyk, I., & Rymkiewicz, B. (2018). Integrated reporting as a tool for communicating with stakeholders - advantages and disadvantages. *E3S Web of Conferences*, 35. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/20183506004>
- McNally, M. A., & Maroun, W. (2018). It is not always bad news: Illustrating the potential of integrated reporting using a case study in the eco-tourism industry. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 31(5), 1319–1348.

<https://doi.org/10.1108/AAAJ-05-2016-2577>

- Medrado, L., & Jackson, L. A. (2016). Corporate nonfinancial disclosures: An illuminating look at the corporate social responsibility and sustainability reporting practices of hospitality and tourism firms. *Tourism and Hospitality Research*, 16(2), 116–132. <https://doi.org/10.1177/1467358415600210>
- Michelon, G., Pilonato, S., & Ricceri, F. (2015). CSR reporting practices and the quality of disclosure: An empirical analysis. *Critical Perspectives on Accounting*, 33, 59–78. <https://doi.org/10.1016/j.cpa.2014.10.003>
- Mion, G., & Aduai, C. R. L. (2019). Mandatory nonfinancial disclosure and its consequences on the sustainability reporting quality of Italian and German companies. *Sustainability*, 11(17), 1–28. <https://doi.org/10.3390/su11174612>
- Mishra, P., Pandey, C. M., Singh, U., Gupta, A., Sahu, C., & Keshri, A. (2019). Descriptive statistics and normality tests for statistical data. *Annals of Cardiac Anaesthesia*, 22(1), 1–5. <https://doi.org/10.4103/aca.ACA>
- Murillo-Avalos, C. L., Cubilla-Montilla, M., Celestino Sánchez, M. Á., & Vicente-Galindo, P. (2020). What environmental social responsibility practices do large companies manage for sustainable development? *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 1–16. <https://doi.org/10.1002/csr.2039>
- Nguyen, H. T., Hoang, T. G., & Luu, H. (2019). Corporate social responsibility in Vietnam: Opportunities and innovation experienced by multinational corporation subsidiaries. *Social Responsibility Journal*, 16(6), 771–792. <https://doi.org/10.1108/SRJ-02-2019-0082>
- O'Dwyer, B., & Unerman, J. (2016). Fostering rigour in accounting for social sustainability. *Accounting, Organizations and Society*, 49, 32–40. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2015.11.003>
- Papoutsis, A., & Sodhi, M. M. S. (2020). Does disclosure in sustainability reports indicate actual sustainability performance? *Journal of Cleaner Production*, 260(121049). <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.121049>
- Parmar, B. L., Freeman, R. E., Harrison, J. S., Wicks, A. C., de Colle, S., & Purnell, L. (2010). Stakeholder theory: The state of the art. *The Academy of Management Annals*, 1–61. <https://doi.org/10.1080/19416520.2010.495581>
- Peršić, M., Janković, S., Bakija, K., & Poldrugovac, K. (2013). Sustainability reporting for hotel companies: A tool for overcoming the crisis. *Tourism in Southern and Eastern Europe*, 319–334.
- Pew Research Center. (2019). *Internet/Broadband fact sheet*. Recuperado janeiro 23, 2020, de <https://www.pewresearch.org/internet/fact-sheet/internet-broadband/>
- Preziosi, M., Tourais, P., Acampora, A., Videira, N., & Merli, R. (2019). The role of environmental practices and communication on guest loyalty: Examining EU-Ecolabel in Portuguese hotels. *Journal of Cleaner Production*, 237, 117659. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.117659>
- Roca, L. C., & Searcy, C. (2012). An analysis of indicators disclosed in corporate sustainability reports. *Journal of Cleaner Production*, 20(1), 103–118.

<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2011.08.002>

- Rogerson, J. M. (2016). Hotel chains of the global South : The internationalization of South African hotel brands South African hotel chains. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 64(4), 445–450.
- Romero, S., Ruiz, S., & Fernandez-Feijoo, B. (2018). Sustainability reporting and stakeholder engagement in Spain: Different instruments, different quality. *Business Strategy and the Environment*, 28(1), 221–232. <https://doi.org/10.1002/bse.2251>
- Rosati, F., & Faria, L. G. D. (2019). Business contribution to the sustainable development agenda: Organizational factors related to early adoption of SDG reporting. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(3), 588–597. <https://doi.org/10.1002/csr.1705>
- Sakshi, Shashi, Cerchione, R., & Bansal, H. (2020). Measuring the impact of sustainability policy and practices in tourism and hospitality industry. *Business Strategy and the Environment*, 29(3), 1109–1126. <https://doi.org/10.1002/bse.2420>
- Saygili, E., Saygili, A. T., & Yargi, S. G. (2020). An analysis of the sustainability disclosures of textile and apparel companies in Turkey. *Tekstil ve Konfeksiyon*, 29(3), 189–196. <https://doi.org/10.32710/tektstilvekonfeksiyon.471049>
- Sharma, E. (2019). A review of corporate social responsibility in developed and developing nations. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(4), 712–720. <https://doi.org/10.1002/csr.1739>
- Simnett, R., & Huggins, A. (2015). Integrated reporting and assurance: Where can research add value? *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 6(1), 29–53.
- Song, J., Jai, T. M., & Li, X. (2020). Examining green reviews on TripAdvisor: Comparison between resort/luxury hotels and business/economy hotels. *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, 21(2), 165–187. <https://doi.org/10.1080/15256480.2018.1464418>
- Soobaroyen, T., & Mahadeo, J. D. (2016). Community disclosures in a developing country: Insights from a neo-pluralist perspective. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 29(3), 452–482. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-08-2014-1810>
- Soobaroyen, T., & Ntim, C. G. (2013). Social and environmental accounting as symbolic and substantive means of legitimation: The case of HIV/AIDS reporting in South Africa. *Accounting Forum*, 37(2), 92–109. <https://doi.org/10.1016/j.accfor.2013.04.002>
- Stacchezzini, R., Melloni, G., & Lai, A. (2016). Sustainability management and reporting: The role of integrated reporting for communicating corporate sustainability management. *Journal of Cleaner Production*, 136, 102–110. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.01.109>
- Stolowy, H., & Paugam, L. (2018). The expansion of non-financial reporting: An exploratory study. *Accounting and Business Research*, 48(5), 525–548. <https://doi.org/10.1080/00014788.2018.1470141>

- Talbot, D., & Barbat, G. (2020). Water disclosure in the mining sector: An assessment of the credibility of sustainability reports. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(3), 1241–1251. <https://doi.org/10.1002/csr.1880>
- Testarmata, S., Fortuna, F., & Ciaburri, M. (2018). The communication of corporate social responsibility practices through social media channels. *Corporate Board: Role, Duties and Composition*, 14(1), 34–49. <https://doi.org/10.22495/cbv14i1art3>
- Tuan, A., Dalli, D., Gandolfo, A., & Gravina, A. (2019). Theories and methods in CSRC research: A systematic literature review. *Corporate Communications*, 24(2), 212–231. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-11-2017-0112>
- Uyar, A., Karaman, A. S., & Kilic, M. (2019). Institutional drivers of sustainability reporting in the global tourism industry. *Tourism Economics*. <https://doi.org/10.1177/1354816619886250>
- Vitolla, F., Raimo, N., & Rubino, M. (2019a). Appreciations, criticisms, determinants, and effects of integrated reporting: A systematic literature review. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(2), 518–528. <https://doi.org/10.1002/csr.1734>
- Vitolla, F., Raimo, N., Rubino, M., & Garzoni, A. (2019b). The impact of national culture on integrated reporting quality. A stakeholder theory approach. *Business Strategy and the Environment*, 28(8), 1558–1571. <https://doi.org/10.1002/bse.2332>
- Wachira, M. M., Berndt, T., & Martinez, C. (2019). The adoption of international sustainability reporting guidelines within a mandatory reporting framework: Lessons from South Africa. *Social Responsibility Journal*, 16(5), 613–629.
- Wang, Q., Dou, J., & Jia, S. (2016). A meta-analytic review of corporate social responsibility and corporate financial performance: The moderating effect of contextual factors. *Business and Society*, 55(8), 1083–1121. <https://doi.org/10.1177/0007650315584317>
- Yi, S., Li, X., & Jai, T.-M. (Catherine). (2018). Hotel guests' perception of best green practices: A content analysis of online reviews. *Tourism and Hospitality Research*, 18(2), 191–202. <https://doi.org/10.1177/1467358416637251>
- Yu, Y., Li, X., & Jai, T.-M. (Catherine). (2017). The impact of green experience on customer satisfaction: evidence from TripAdvisor. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(5), 1340–1361. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-07-2015-0371>

Anexos

Anexo A – Exemplo da recolha de informação do relatório de RSC da cadeia hoteleira *Hilton*, para a categoria energia.

PERFORMANCE TABLES Hilton

ENERGY	2019	2018	2017	2008 (Baseline)
Energy consumption (MWh)				
Managed	6,828,225	6,728,534	6,419,729	5,289,613
Franchised	11,838,738	11,084,182	10,647,230	8,445,834
Total	18,666,964	17,812,716	17,066,959	13,735,447
Energy use intensity (MWh/m ²)				
Managed	2856	2942	3000	3861
Franchised	2960	2999	3066	3813
Total	2921	2977	3041	3831

Anexo B – Exemplo da recolha de informação do relato integrado do grupo *City Lodge*, para a categoria água.

Water consumption

Reducing water consumption is a joint effort between our hotels, staff and their guests. Never before has this been more evident than in the severe drought conditions recently experienced in South Africa's Western Cape. Some highly innovative thinking enabled hotels operating in this region to reduce their water consumption by almost half, when compared to the prior year. No idea was too small in ensuring that we made every drop count. From implementing operational changes such as removing excess bed linen and napkins, to changing linen and towel exchange criteria. Guests were encouraged to limit consumption through creative messaging. Some of the learnt water saving practices have been introduced across the group.

Guest behaviour has positively impacted water reduction and the group continues to create awareness around encouraging water discipline without minimising guest experience.

In designing our hotels, we reduced the number of rooms with baths in our newer and refurbished City Lodge Hotels to approximately 60%, installed low-flow showerheads and taps and looked at other ways to reduce overall water consumption.

All water for guest and operational use is drawn from municipal supplies, with the exception of our Kenyan hotels, where the majority of water is supplied from boreholes. In isolated instances in South Africa, borehole water is used to supplement municipal supply for garden watering purposes.

We are conducting feasibility studies on hotels in water scarce areas that could switch entirely from municipal water to treated borehole water. This is currently focused in Eastern and Western Cape hotels, where water scarcity is already a chronic problem.

Total water consumption for the period was 542 629 kilolitres (kℓ), which shows 5 006 kℓ (0.9%) decrease over the prior period.

Anexo C – Exemplo da recolha de informação do relato integrado do grupo *Sun International*, para a categoria desperdício.



Anexo D – Exemplo do processo de identificação do nível de cada hotel pertencente ao programa EcoLíder do TripAdvisor.

Descrição

Esta propriedade corresponde a todos os filtros.

Correspondência: ✓ Hotéis

4,0 **Muito bom** ●●●●○ 2 152 avaliações

#66 de 246 hotéis em São Francisco

●●●●○ Localização
 ●●●●○ Limpeza
 ●●●●○ Serviço
 ●●●●○ Valor

Travellers' Choice

EcoLíderes Nível Prata

Serviços da propriedade

-  Estação de carregamento para veículos elétricos
-  Wi-Fi
-  Centro de Fitness com Ginásio/Sala de Exercício
-  Bar/lounge
-  Discoteca/DJ
-  Permitidos animais de estimação (permitidos cães / animais de estimação)