




INCLUSIÓN DE PRÁCTICAS VEGANAS EN LA OPERACIÓN DE UN ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO EN EL CONTEXTO DEL DESARROLLO SOSTENIBLE

INSERÇÃO DE PRÁTICAS VEGANAS NA OPERAÇÃO DE UM MEIO DE HOSPEDAGEM NO CONTEXTO DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Romário Loffredo de Oliveira - USP*¹
Bruna Ranção Conti - UNIRIO*²

Palavras-Clave	Resumen
<p>Hostelería; Establecimiento de alojamiento; Veganismo; Sostenibilidad; Turismo Vegano.</p> <div data-bbox="165 1117 403 1375" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"><p>ISSN 2594-8407</p><p>Licenciada por <i>Creative Commons</i> Atribuição Não Comercial/Sem Derivações / 4.0/</p></div>	<p>El veganismo es un movimiento social basado en la ideología de la liberación animal y abarca diversas prácticas, siendo la más popular su régimen alimentario. El mercado de viajes se ha adaptado a este nuevo interés del público, incorporando estas prácticas en su operación, lo que lleva a la siguiente pregunta: ¿cómo pueden contribuir las prácticas consideradas veganas a la sostenibilidad en un establecimiento de alojamiento? En este sentido, el objetivo de esta investigación es examinar la aplicación de prácticas veganas en un establecimiento de alojamiento en el contexto del desarrollo sostenible. Para ello, se utilizó un enfoque metodológico cualitativo de carácter exploratorio-descriptivo. Se optó por el método de estudio de caso, que incluyó una investigación bibliográfica sobre las temáticas involucradas y una entrevista semiestructurada con la representante de un establecimiento de alojamiento asociado al veganismo. Los datos fueron analizados en base a la categoría 'sostenibilidad', propuesta en el estudio de Oliveira y Conti (2022). Entre los resultados encontrados, se destacó principalmente la búsqueda de minimizar los daños causados al medio ambiente a través de prácticas orientadas a la liberación animal y una mayor preocupación por la comunidad local y su calidad de vida. Además, el avance teórico de esta investigación brinda nuevas posibilidades de investigación en el campo de la hotelería y el turismo, al presentar un conjunto de prácticas sociopolíticas y ambientales relevantes para la operación más sostenible de un establecimiento de alojamiento y para atraer a huéspedes veganos y otros individuos preocupados por las cuestiones socioambientales actuales.</p>



Palavras-Chave	Resumo
<p>Meio de Hospedagem; Veganismo; Sustentabilidade; Turismo Vegano.</p> <div data-bbox="150 745 397 1077" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"><p>Sumetido en: 15/11/2023 Aprobado en: 11/01/2023 Publicado en: 21/06/2024</p><p>Editor: Izac Bonfim</p></div>	<p><i>O veganismo é um movimento social pautado na ideologia de libertação animal e contempla práticas diversas, sendo a mais popular delas o seu regime alimentar. O mercado de viagens vem se adaptando a este novo interesse do público e inserindo tais práticas em sua operação, o que leva ao seguinte questionamento: como as práticas consideradas veganas podem contribuir para a sustentabilidade em um meio de hospedagem? Neste sentido, o objetivo desta pesquisa é investigar a aplicação de práticas veganas por um meio de hospedagem no contexto do desenvolvimento sustentável. Para tanto, foi utilizada uma abordagem metodológica qualitativa de caráter exploratório-descritivo. Optou-se pelo método de estudo de caso, que contou com uma pesquisa bibliográfica sobre as temáticas envolvidas e uma entrevista semiestruturada com a representante de um meio de hospedagem associado ao veganismo. Os dados foram analisados com base na categoria 'sustentabilidade', sugerida no estudo de Oliveira e Conti (2022). Entre os resultados encontrados, percebeu-se, principalmente, a busca por minimizar os danos causados ao meio ambiente, por meio de práticas orientadas à libertação animal, e a maior preocupação com a comunidade local e sua qualidade de vida. Além disso, o avanço teórico desta pesquisa proporciona novas possibilidades de investigação no campo da hotelaria e do turismo, enquanto apresenta um conjunto de práticas sociopolíticas e ambientais relevantes para a operação mais sustentável de um meio de hospedagem e para a captação de hóspedes veganos e demais indivíduos preocupados com questões socioambientais da atualidade.</i></p>

Cómo Citar (APA):

Oliveira, R. L. de.; & Conti, B. R. (2024). Inserção de práticas veganas na operação de um meio de hospedagem no contexto do desenvolvimento sustentável. *Ateliê do Turismo*. 7 (2). 306 – 327. <https://doi.org/10.55028/at.v8i1.19676>



INTRODUCCIÓN

Teniendo en cuenta el antagonismo mundial entre el desarrollo económico y la protección del medio ambiente, se inician una serie de conferencias y reuniones internacionales centradas en la discusión de esta temática. La primera gran reunión de jefes de estado fue la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Desarrollo y Medio Ambiente Humano, celebrada en 1972 en la ciudad de Estocolmo. Como resultados de este evento, se destacan la atención adecuada a las cuestiones ambientales y la construcción de un concepto que posteriormente sería denominado "desarrollo sostenible", orientado a conciliar cualquier actividad económica con la preservación ambiental y cultural de ciertas regiones (Tavares & Irving, 2013; Mendonça & Dias, 2019; Rasoolimanesh et al, 2023).

Desde entonces, el ideal construido sobre el desarrollo sostenible se ha vinculado a diversas actividades y fenómenos, como es el caso del turismo (Tulik, 1992; Melo, Silva & Melo, 2020). El turismo es un fenómeno social complejo que, a pesar de generar ganancias económicas y posiblemente desarrollo local, puede causar una serie de perjuicios al medio ambiente, a las relaciones sociales y a las manifestaciones culturales de una sociedad (Tulik, 1992; Irving & Azevedo, 2002; Cevik, 2022). En este sentido, pensar en la planificación y ejecución de las actividades turísticas desde la lógica de la sostenibilidad se ha vuelto cada vez más apremiante.

El enfoque de esta investigación se centra en el mercado hotelero, ampliamente afectado por los factores exógenos que involucran el turismo (Castelli, 2001; Rossidis, Belias & Vasiliadis, 2021), siendo algunos de ellos las cuestiones ambientales y la demanda de los consumidores por prácticas más sostenibles y conscientes (Dilek & Fennell, 2018). El objeto de estudio fue el emprendimiento hotelero más reciente asociado al veganismo en Brasil, llamado "A Pousada Vegana", fundado en julio de 2022 y ubicado en la ciudad de Peruíbe, São Paulo. En cuanto al veganismo, se puede definir como un movimiento social que busca la liberación de los animales, humanos y no humanos, y promueve la defensa de su entorno mediante acciones individuales y colectivas (Vilela, 2017). La práctica alimentaria de los seguidores de este movimiento es la de mayor popularidad en la sociedad, lo que puede generar dudas sobre lo que realmente es el veganismo, comúnmente entendido exclusivamente como una dieta (Nierdele & Schubert, 2020; Oliveira, Conti & Valduga, 2021). Sin embargo, para el contexto de esta investigación, se entiende el veganismo como un estilo de vida.

Según la literatura analizada, los establecimientos de hospedaje asociados al movimiento vegano pueden considerarse parte de lo que se ha denominado "Turismo



Vegano" (Lopes & Gimenes-Minasse, 2021; Basol & Alvarez, 2023; Oliveira & Conti, 2022). Este es un modelo de planificación y ejecución de viajes basado en la ideología vegana, que busca promover un estilo de vida más sostenible e igualitario en la sociedad, así como una alimentación adecuada para los seguidores del veganismo (Li et al., 2020; Oliveira, 2023). En el caso de los alojamientos, existen los llamados "hoteles veganos", empresas amigables con los veganos, es decir, aptas para veganos, que evitan el uso de productos de origen animal en sus operaciones (Yu, Kim, BAAH y Han, 2024).

En este sentido, estudios como los de Aleksandrowicz et al (2016), Leroy, Hite & Gregorini (2020), Nierdele y Schubert (2020) y Hirth (2021) presentan, más allá de la ética con los animales, cómo la transformación de la dieta hacia un patrón vegetariano podría mejorar la salud y minimizar los daños ambientales en la sociedad. Entre estos daños, los autores destacaron la emisión de gases de efecto invernadero, el uso de tierras y agua, entre otras formas de impacto en el planeta y el desperdicio de recursos naturales. Por lo tanto, la justificación de esta investigación se centra en la relevancia de estudios que aclaren qué es el veganismo, así como en ofrecer opciones de intersección entre este movimiento y la hotelería y el turismo.

En este contexto, la pregunta de investigación de este estudio es: ¿cómo pueden contribuir las prácticas consideradas veganas a la sostenibilidad en un establecimiento de hospedaje? En este sentido, el objetivo de esta investigación es investigar la aplicación de prácticas veganas por parte de un establecimiento de hospedaje en el contexto del desarrollo sostenible. Para ello, la metodología incluyó un estudio de caso, un método de investigación que busca profundizar en un objeto de estudio y sus características (Martins, 2008). En esta investigación, el estudio se basó en una revisión bibliográfica descriptiva sobre los temas de desarrollo sostenible, veganismo y hotelería, así como en la realización de una entrevista semiestructurada con la representante del establecimiento de hospedaje seleccionado para esta investigación. Este tipo de entrevista permite la inclusión y exclusión de temas de una guía o cuestionario, con el fin de explorar resultados potenciales, ya sean esperados o no (Boni & Quaresma, 2005).

La estructura del presente trabajo comprende, además de esta introducción, una sección de revisión de la literatura y, a continuación, las secciones de metodología y análisis de resultados. Finalmente, se exponen las conclusiones finales de la investigación.



SOSTENIBILIDAD, VEGANISMO Y HOTELERÍA

Junto a los aspectos económicos y sociales, el medio ambiente forma parte del trípode de la sostenibilidad (Tavares & Irving, 2013; Melo et al, 2020). Sin embargo, no debe entenderse solo como la naturaleza, sino como algo mucho más complejo, ya que evoca diversos elementos en un mismo espacio y tiempo. En este sentido, "el término medio ambiente evidencia, en primer lugar, la idea de relaciones entre elementos constituyentes de una realidad particular" (Mendonça & Dias, 2019, p. 24).

El término medio ambiente se comprende como todo lo que involucra o rodea a un individuo o sociedad en particular. En cuanto a la naturaleza, esta se configura como un "universo, conjunto o totalidad de las cosas naturales" (Ribeiro & Cavasan, 2013, p. 63). Por lo tanto, se puede afirmar que el ser humano interactúa integralmente con el medio ambiente que lo rodea y, a lo largo del tiempo, ha aprendido formas de utilizar los recursos adquiridos a través de la naturaleza, desarrollando métodos para preservarla, mientras causaba también muchos daños durante las transformaciones que llevó a cabo en los espacios por los que pasó.

Según Martini (2011), en un momento determinado del desarrollo económico, se creó la idea de que la función de la naturaleza era servir como recurso para el ser humano. Bajo esta perspectiva, los humanos tendrían la posibilidad de expansión poblacional y la utilización de los recursos naturales, ambas de forma ilimitada, perjudicando el ideal de sostenibilidad. En este sentido, la sostenibilidad se define como

"[...] un término que expresa la preocupación por la calidad de un sistema que se refiere a la integración indivisible (ambiental y humana), y evalúa sus propiedades y características, abarcando los aspectos ambientales, sociales y económicos. Esta evaluación se realiza en un punto estático, como en una fotografía del sistema, es decir, su calidad en ese momento, a pesar de que el sistema sea dinámico y complejo" (Feil & Schreiber, 2017, p. 674).

Después de la percepción de los impactos negativos resultantes de la producción y el consumo desenfrenados por parte de la sociedad, se crearon diversas conferencias y comisiones internacionales que se llevan a cabo periódicamente, con el fin de concientizar a las naciones y promover planes de acción que establezcan estándares de "desarrollo sostenible". El evento pionero fue la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Desarrollo y Medio Ambiente Humano en 1972, seguido por la creación de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (CMMAD) en 1987, que presentó como resultado principal el Informe Brundtlandⁱ. Este documento presentó la



primera definición para el término "desarrollo sostenible", siendo: "aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades" (CMMAD, 1988, p.49).

A continuación, en 1992, se llevó a cabo la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo (Rio-92 o ECO-92) en la ciudad de Río de Janeiro. En 2002 y 2012, respectivamente, se celebraron la Rio+10 en Johannesburgo y la Rio+20, nuevamente en Río de Janeiro. Estos eventos evidenciaron nuevos desafíos, como el agotamiento de los recursos hídricos, la deforestación y la contaminación ambiental. Sin embargo, se discutieron principalmente desafíos de índole social, como la desigualdad y el hambre mundial (Tavares & Irving, 2013; Mendonça & Dias, 2019).

También se llevaron a cabo otros eventos internacionales y se crearon nuevos documentos orientadores, como la Agenda 2030ⁱⁱ (ONU, 2015), buscando reflexionar sobre el actual patrón de consumo y sus perjuicios para el medio ambiente y, en consecuencia, para la sociedad en general.

Paralelamente a la discusión internacional y a los acuerdos bilaterales, y debido a la continua explotación socioambiental y al diagnóstico de que las acciones por parte de los Estados Nacionales y de los gobiernos locales aún son incipientes (Mendonça & Dias, 2019), los movimientos socialesⁱⁱⁱ se fortalecen cada vez más. Estos buscan minimizar los problemas ambientales en curso (Aleksandrowicz et al., 2016; Vilela, 2017; Damas, 2020), siendo uno de ellos el veganismo. Este movimiento se define como una corriente ideológica que busca excluir cualquier explotación de la vida de los animales, ya sean humanos o no, así como el uso de productos de origen animal (alimentos, ropas, etc.) (Vilela, 2017; The Vegan Society, 2023). Esta medida tiene como objetivo reducir al máximo la explotación animal, que también se extiende a servicios como el trabajo animal en circos, pruebas científicas en animales, entre otros (Oliveira & Conti, 2022).

En este sentido, se debe tener en cuenta no solo la ética hacia la vida animal (Singer, 2020), sino también los impactos causados al medio ambiente y a la salud humana a corto y largo plazo (Aleksandrowicz et al., 2016; Leroy, Hite & Gregorini, 2020; Nierdele & Schubert, 2020; Hirth, 2021). Estos estudios muestran que el veganismo puede ser una posible solución para las actuales cuestiones ambientales. La cría de animales para consumo genera impactos negativos desenfrenados en el medio ambiente, como el desperdicio de agua y la contaminación de los océanos, la emisión masiva de gases de efecto invernadero, además de la deforestación y el mal uso del suelo. Estos dos últimos ejemplos afectan fuertemente a la región de la Amazonía debido a la práctica de monocultivo de soja, principalmente para la alimentación del ganado (Nierdele &



Schubert, 2020). Estos autores también enfatizan que estos cuidados con el medio ambiente deben ir más allá de la utilización de insumos de origen vegetal y contemplar también su funcionalidad en la cocina, es decir, se debe evitar el desperdicio de alimentos como cáscaras que pueden utilizarse en determinadas preparaciones, así como pensar en utensilios de madera y otros materiales de origen renovable.

Los estudios de Aleksandrowicz et al. (2016) y Hirth (2021) abordan cómo las dietas vegetarianas pueden minimizar los perjuicios socioambientales mencionados anteriormente debido a los recursos necesarios para la cría de animales. Entre estos recursos no se encuentran exclusivamente alimentos de origen vegetal, sino también el propio suelo, que requiere ciertos cuidados para mantener su fertilidad a largo plazo; el agua, que sufre los efectos de la contaminación de maquinaria y desechos de ciertas producciones; entre otros. En el escenario brasileño, según el Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (IBGE) (2022), en el año 2021, había aproximadamente 224,6 millones de cabezas de ganado en Brasil. Cada uno de estos animales se alimentó de 50 a 65 kilos de granos durante al menos 6 meses para alcanzar el tamaño y peso adecuados y ser transformados, en promedio, en 150 kilos de carne cada uno. Se observa la discrepancia entre el resultado que llega a la mesa y los recursos naturales desperdiciados como consecuencia de todo el proceso de producción y procesamiento de los insumos provenientes de la cría de animales (Aleksandrowicz et al., 2016; Leroy et al., 2020; Nierdele & Schubert, 2020). En este contexto, Singer afirma que:

Dejar de criar y matar animales para la alimentación nos permitiría disponer de una cantidad de comida para los seres humanos que, distribuida adecuadamente, eliminaría el hambre y la desnutrición en nuestro planeta. La liberación animal también es una liberación humana (Singer, 2020, p. 440).

El ideal de la liberación animal y la popularización del veganismo permitieron que el movimiento se expandiera también en el ámbito mercadológico, convirtiéndose en una tendencia. Nuevos productos alimenticios adecuados para los veganos, individuos adeptos al veganismo, así como ropa e artículos de higiene y belleza, se están introduciendo gradualmente en el comercio, lo que incluye el mercado de turismo y viajes (Lopes & Gimenes-Minasse, 2021; Oliveira & Conti, 2022).

Este crecimiento del mercado vegano es causado principalmente por los flexitarianos, individuos que consumen productos de origen animal ocasionalmente y que suelen estar en proceso de transición hacia el veganismo (Oliveira, 2023). Respaldando esta popularización, los datos presentados por la Folha de São Paulo (2022) indican que el 46% de los brasileños evitan comer carne al menos una vez por semana y que las



empresas de cosméticos, en algunos casos, están obteniendo ganancias superiores al 100% al invertir en insumos libres de crueldad animal. Además, se refuerza que el mercado vegano está buscando desmitificar la idea de que el veganismo es un movimiento costoso, presentando productos más accesibles y naturales como parte de su oferta (Oliveira, 2023).

En este sentido, la ideología del movimiento vegano permitió el desarrollo del llamado "Turismo Vegano", que se define, preliminarmente, como:

[...] aquel dirigido principalmente a los adeptos al veganismo, basado en actividades y atracciones que no incluyan ninguna amenaza al bienestar animal, así como ofrezcan opciones de alimentación, hospedaje y entretenimiento de calidad y que respeten los principios de esta filosofía de vida (Lopes & Gimenes-Minasse, 2021, p. 12).

Cabe destacar que el Turismo Vegano va más allá de la gastronomía e incorpora la ética vegana en todas las actividades que lo involucran. La ideología vegana, al igual que el concepto de sostenibilidad, puede aplicarse a diversos tipos de viajes, que suelen seguir modelos alternativos de turismo, realizándose en pequeños grupos y proporcionando experiencias que incluyan y valoren la comunidad local y su trabajo (Oliveira & Conti, 2022; Basol & Alvarez, 2023).

La incorporación del veganismo y prácticas más sostenibles en el mercado turístico se puede explicar por los cambios que han estado ocurriendo en la sociedad en general. Las empresas, al darse cuenta de la movilización a favor de las causas socioambientales, están buscando métodos y productos diferenciados para mantener a sus clientes, que actualmente están más informados y son más exigentes (Caetano, Stoll & Helfenstein, 2020; Damas, 2020). Por lo tanto, considerando las innovaciones mercadológicas a favor de la sostenibilidad, es relevante destacar las modificaciones específicamente en el mercado hotelero.

La relación entre los medios de hospedaje y los huéspedes ha ido cambiando a lo largo de los años, pero el punto culminante de este cambio ocurrió en el siglo XX, cuando los huéspedes se volvieron más exigentes con respecto a la toma de decisiones sobre la mejor empresa que satisfará sus necesidades, con la mejor relación costo-beneficio (Castelli, 2001; Spolon, 2014; Maria, 2022). En el contexto de la centralización de los servicios proporcionados por los medios de hospedaje en las demandas de los huéspedes, se desarrollaron plataformas de evaluación virtual en las que estos consumidores exponen



sus experiencias y evalúan la calidad de los servicios ofrecidos (Valduga et al., 2022; Valenzuela-Ortiz, Castañeda & Chica-Olmo, 2023).

Estas transformaciones en el entorno mercadológico han obligado a los medios de hospedaje a adaptarse y buscar estrategias para segmentar sus negocios y seguir atrayendo huéspedes (Gondim & Araújo, 2020). Estos emprendimientos están utilizando las evaluaciones virtuales mencionadas anteriormente y sus redes sociales para definir su público objetivo y promover sus servicios a través de una "reputación en línea" (Valduga et al., 2022; Valenzuela-Ortiz, Castañeda & Chica-Olmo, 2023). Si antes, los medios de hospedaje utilizaban clasificaciones oficiales, ya fueran gubernamentales o comerciales, para llegar a su público, ahora, principalmente utilizan las acciones de los propios huéspedes y prospectos para diseñar sus servicios y garantizar el éxito de sus negocios (Gondim & Araújo, 2020).

Sumando este escenario mercadológico de la hotelería y las demandas de los adeptos al veganismo, se han desarrollado medios de hospedaje asociados al movimiento vegano. En Brasil, el pionero en este campo es el Hotel Serra da Estrela^{iv}, ubicado en Campos do Jordão, São Paulo, que implementó prácticas veganas en sus servicios en 2016. Además de la alimentación libre de componentes de origen animal, las amenidades y otros productos de higiene y limpieza son naturales. El emprendimiento también promueve eventos centrados en la alimentación vegana y la causa animal, entre otras acciones divulgadas en sus medios.

En cuanto a otros emprendimientos hoteleros asociados al veganismo, destaca la herramienta VeggieHotels^v, de alcance internacional. Hasta septiembre de 2023, se presentaron 403 medios de hospedaje, adeptos al vegetarianismo o veganismo, registrados para su consulta. Europa fue el continente con la mayor cantidad de opciones (n=234), mientras que América del Sur presentó quince medios de hospedaje, seis de ellos en Brasil (Oliveira & Conti, 2022).

Existen estudios que buscan esclarecer la relación entre el veganismo y la hotelería, siendo la investigación de Dilek y Fennell (2018) una de las pioneras en el contexto internacional. Los autores abordan cuáles son los factores que llevan a un vegetariano a seleccionar un medio de hospedaje para su estadía. Se realizó un estudio cuantitativo que señaló como resultado que los principales factores de elección de los vegetarianos son la ética ambiental y animal, así como la satisfacción de sus demandas. A continuación, en segundo lugar, se destacaron la comodidad y el valor de los servicios y, en tercer lugar, el estándar y el conocimiento sobre las necesidades de los huéspedes.



Vale la pena destacar uno de los estudios más recientes sobre la temática de los autores Yu et al. (2024), que señalan al veganismo como un nuevo paradigma hotelero y llaman a los medios de hospedaje que siguen esta ideología "hoteles veganos". Los autores definen brevemente estos emprendimientos como vegan-friendly, es decir, adecuados y receptivos para veganos, que evitan la utilización de productos de origen animal en sus operaciones. Los resultados de la investigación indican que los atributos de los hoteles veganos, como la protección al medio ambiente, el cuidado de la salud humana y las experiencias diferenciadas, transmiten la percepción de bienestar necesaria para fidelizar a los huéspedes.

METODOLOGÍA

Con el fin de alcanzar el objetivo de investigar la aplicación de prácticas veganas en un medio de hospedaje en el contexto del desarrollo sostenible, se optó por un enfoque cualitativo de carácter exploratorio-descriptivo. Según Boni y Quaresma (2005), este enfoque es adecuado para investigaciones que buscan explorar y comprender la subjetividad de un objeto de estudio y las características que lo rodean.

Para ello, se aplicó la estrategia metodológica del estudio de caso, que se destina a "evaluar o describir situaciones dinámicas en las que está presente el elemento humano. Se busca comprender la totalidad de una situación y, de manera creativa, describir, comprender e interpretar la complejidad de un caso concreto" (Martins, 2008, p. 11).

El método mencionado anteriormente consiste en una investigación integral sobre un tema específico, que permite una profundización teórica o empírica, así como la provisión de subsidios para estudios futuros. A través del estudio de caso, se busca organizar datos generales sobre un objeto de estudio, ya sean positivos o negativos, mientras se preserva su carácter único (Martins, 2008). En esta investigación, el estudio de caso incluyó la realización de una investigación bibliográfica descriptiva, es decir, que cuenta con datos científicamente consolidados sobre ciertos temas. Luego, se llevó a cabo una entrevista semiestructurada, un método definido como una combinación de:

"[...] preguntas abiertas y cerradas, donde el informante tiene la posibilidad de hablar sobre el tema propuesto. [...] Este tipo de entrevista se utiliza mucho cuando se desea delimitar el volumen de la información, obteniendo así una mayor dirección para el tema, interviniendo para que se alcancen los objetivos" (Boni & Quaresma, 2005, p. 75).



El objeto de estudio elegido fue el emprendimiento "A Pousada Vegana^{vi}", el primer medio de hospedaje asociado al veganismo en la costa sur de São Paulo, en la ciudad de Peruíbe. Esta elección se debió a que, hasta la fecha de elaboración de esta investigación, este medio de hospedaje es el emprendimiento hotelero asociado al veganismo más reciente en Brasil. La posada fue inaugurada en julio de 2022 y tiene una gestión familiar, siendo operada por los propios dueños del emprendimiento. Dispone de cuatro unidades habitacionales, con una capacidad máxima de huéspedes por suite que varía de tres (n=3) a cuatro (n=1), totalizando un límite de 13 huéspedes en la posada. La motivación para la inauguración del emprendimiento fue el deseo de tener un espacio propio para practicar el turismo vegano. Esto ocurrió después de realizar numerosos viajes con la agencia de turismo 'Vegan4You', también propiedad de los dueños de la posada, que opera este tipo de servicio desde 2014.

Entre los servicios disponibles en la posada, llamados "vivencias", se encuentran: desayuno vegano, que puede ser consumido por transeúntes mediante reserva; clases de surf y yoga; clases de cocina en aldeas indígenas; y prácticas de ecoturismo como senderismo y excursiones a playas más alejadas del centro urbano. Respecto al personal del emprendimiento, además de los fundadores (n=2), hay un cocinero y una encargada de las redes sociales.

Para la realización de la entrevista con una representante de la posada, responsable de la recepción y atención al público, se utilizó la función de llamada de voz de la aplicación WhatsApp. La entrevista se llevó a cabo en octubre de 2022 y tuvo una duración promedio de 30 minutos, con el objetivo de analizar qué prácticas asociadas al veganismo se implementaron en el emprendimiento como forma de atraer y satisfacer a los huéspedes interesados o adeptos al movimiento vegano. El guion de la entrevista se encuentra en el Cuadro 1 a continuación.

Cuadro 1

Guion de la entrevista con la representante de 'A Pousada Vegana'

Informaciones básicas	¿En qué año se inauguró el alojamiento?
	¿Cuál fue la motivación para la creación de la posada?
	¿Cuál es el público objetivo de la posada?
	¿Se consideran una posada vegana desde la inauguración? ¿Los propietarios también son veganos?
	¿Cuántos empleados tiene la posada? ¿También son veganos?



Información relevante para el marco teórico	¿La alimentación de la posada es exclusivamente vegana?
	¿Qué se hace con posibles sobras de alimentos?
	Además de la alimentación para el público vegano, ¿qué otras medidas se toman para satisfacer sus demandas y necesidades?
	¿El lugar de hospedaje tiene acciones de conservación del medio ambiente?
	¿Y en cuanto a acciones sociales y a favor de los animales?

Fuente: Elaboración propia (2022).

La entrevista fue transcrita mediante la herramienta Sonix, la cual posteriormente fue sometida a tratamientos manuales para la finalización del documento. En cuanto al tipo de análisis de la información transcrita, se optó por la técnica de análisis de contenido (Bardin, 2010), considerando la utilización de categorías definidas a priori, desarrolladas y presentadas en el estudio de Oliveira y Conti (2022), en busca de la subjetividad de la temática propuesta. Los autores presentan las siguientes categorías de análisis asociadas al turismo vegano: (1) gastronomía, (2) sustentabilidad, (3) experiencias y (4) hospitalidad. En el contexto de la presente investigación, el enfoque estuvo en la categoría 'Sustentabilidad', que aborda "[...] impactos sociopolíticos y la influencia de las prácticas de consumo sostenible, derivadas del estilo de vida vegano, que pueden afectar el fenómeno turístico" (Oliveira & Conti, 2022, p. 569). Entre los temas de esta categoría se encuentran cuestiones como desigualdades sociales, tendencias de consumo y comportamiento del consumidor, impactos de la alimentación en el turismo, entre otros.

A pesar de que la hospitalidad es una característica central para la supervivencia y éxito de un medio de hospedaje, esta investigación se centró en las prácticas sociopolíticas y ambientales orientadas hacia el desarrollo sostenible. No se investigaron aspectos sobre las interacciones y dinámicas sociales entre los huéspedes, ya sean veganos o no, y los anfitriones; por lo tanto, la categoría 'hospitalidad' no fue destacada en esta investigación. Lo mismo puede decirse de las categorías 'gastronomía' y 'experiencias', las cuales no fueron profundizadas en este estudio.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La primera información que merece destacarse entre los resultados de la investigación es la importancia de incluir a los seres humanos en la agenda de la liberación animal (Vilela, 2017; Singer, 2020). Las personas que no forman parte o no conocen el movimiento vegano suelen creer que las medidas tomadas por los adeptos están



orientadas exclusivamente a los animales no humanos. En este sentido, es relevante destacar la siguiente declaración de la entrevistada:

"Entonces, creo que todas las luchas tienen que unirse, ¿no? Entonces, nos preocupamos no solo por los animales, que también es algo importante de mencionar, ya que las personas creen mucho en eso. No, también nos preocupamos por los humanos, ¿no? Entonces, hay toda una parte social en la que también pensamos en luchar contra todas las opresiones. Mientras el ser humano sea oprimido, ¿cómo vamos a hacer para que el ser humano no oprima a los animales? No tiene sentido mientras el ser humano viva en la línea de la miseria. No tiene sentido hablar de veganismo a una persona que no tiene qué comer, ¿no?" (Entrevistada, 2022).

Como defiende Singer (2020), se expresó cómo la igualdad social es un paso fundamental para que los animales puedan convivir en mayor armonía, respetando sus espacios, culturas, géneros y jerarquías naturales. Esta búsqueda de reducción de las opresiones sociales y la explotación animal también se refleja en el momento de elegir y obtener los insumos alimentarios servidos en la operación de la posada. Existe una búsqueda de proveedores libres no solo de productos de origen animal, sino también libres de cualquier tipo de explotación humana, como el trabajo esclavo, prácticas que interesan al público objetivo de la posada, compuesto por personas preocupadas por cuestiones socioambientales. La entrevistada informó que da preferencia a productos locales, lo que demuestra una mayor conciencia socioambiental y valorización del trabajo humano, como discuten Nierdele y Schubert (2020) y Hirth (2021). Este resultado también se puede relacionar con la investigación de Dilek y Fennell (2018), que señala estas características, relacionadas con la ética animal y ambiental, como el factor de mayor relevancia para la elección de un medio de hospedaje por parte de los huéspedes.

Respecto al destino de posibles sobras o residuos de los insumos utilizados en el desayuno de la posada, la entrevistada afirmó que se aprovechan todas las partes de los alimentos en diversos preparados y se donan los alimentos no consumidos a personas sin hogar. En cuanto a los residuos, se informó sobre el uso de composteras que generan abono para los cultivos de verduras y hortalizas del emprendimiento. En cuanto al material inorgánico, se realiza el reciclaje de los materiales básicos (papel, vidrio, plástico y metal), mediante la separación y entrega a la recolección selectiva o a los organismos/empresas competentes. Estos cuidados pueden relacionarse con los estudios de Nierdele y Schubert (2020), que refuerzan la necesidad de pensar en la funcionalidad de los alimentos y todas sus partes en la cocina, así como las investigaciones de Aleksandrowicz et al. (2016) y Hirth (2021), que destacan la importancia de los cuidados



del suelo, los recursos hídricos y todos aquellos que puedan afectar la salud del planeta y de la sociedad.

En relación con otras prácticas sostenibles, se identificó que los productos de aseo y limpieza son "ecológicos", es decir, están hechos con materias primas naturales y sin explotación animal, ya que no se utiliza ninguna prueba química, transporte o trabajo animal en la producción y distribución de estos productos. Esto es cada vez más demandado por los consumidores (Brzustewicz & Sigh, 2021), ya sean veganos o no. Para respaldar la información mencionada, se destaca el siguiente relato:

"También tenemos cuidado con el lavado de las sábanas y demás, que se realiza con productos ecológicos, y también tenemos preocupación por nuestra basura. Tenemos una compostera en la posada y clasificamos la basura reciclable, lo cual creo que es un mínimo" (Entrevistada, 2022).

También existen acciones socioambientales, como el voluntariado para la recogida de basura en playas y para cuidar de animales en santuarios o en la calle; la participación en programas de organizaciones no gubernamentales para la vacunación de animales; y la divulgación de rifas para ayudar a animales callejeros y personas desplazadas o que necesitan algún apoyo financiero para su sustento. Cabe destacar que estas acciones no se limitan al equipo de colaboradores de la posada, sino que también involucran a los huéspedes que deseen participar en tales actos en beneficio del medio ambiente y de la comunidad local. Esta inclusión y búsqueda de participación de la comunidad en las prácticas del medio de hospedaje investigado pueden relacionarse con las investigaciones de Tulik (1992), Irving (et al., 2005), Tavares e Irving (2013), Damas (2020), Melo et al. (2020) y Rasoolimanesh et al. (2023). Estos autores indican que la planificación del fenómeno turístico, que incluye a los medios de hospedaje, no debe centrarse exclusivamente en la visión de los turistas, sino que debe incluir a la población local. Por lo tanto, la invitación por parte de los gestores de la posada para que los huéspedes, junto con la comunidad y otros colaboradores, realicen acciones positivas para el medio ambiente (recogida de basura en playas) y para animales humanos y no humanos (rifas para apoyo personal y programas de vacunación, respectivamente) es una práctica sociopolítica beneficiosa desde la perspectiva del público objetivo de la posada. En este sentido, también se puede mencionar la investigación de Yu et al (2024), que presentó cómo ciertos atributos y acciones difundidos por un hotel vegano, como la protección del medio ambiente, el cuidado de la salud humana y experiencias diferenciadas, resultan en el bienestar y, por lo tanto, en la fidelización de los huéspedes.



En cuanto a lo económico, existe cierta dificultad en la gestión del emprendimiento. Dado que es un pequeño negocio que busca presentar un estilo de vida que se aleje del estándar cotidiano, de manera accesible para los huéspedes, el retorno financiero puede no ser suficiente para expandir los servicios o para la contratación de nuevos empleados. La siguiente declaración muestra esta realidad:

"Nuestro margen es bastante pequeño, así que por eso aún no he logrado, por ejemplo, contratar a alguien. Necesito a otra persona que me ayude con las partes burocráticas, en la parte de ventas y demás. Entonces, creo que en realidad es un desafío que todas las empresas tienen, que es el desafío de que, en una empresa pequeña, puedas mantenerte pagando impuestos y demás, que todo es caro, y aún tratar de prestar un servicio de la manera más accesible posible" (Entrevistada, 2022).

A partir de esta declaración, se observa lo compleja que puede ser la gestión de un emprendimiento alineado con una ideología más consciente de las cuestiones socioambientales y que sea adecuado para el público vegano. La búsqueda de productos adecuados para el consumo de este público, libres de origen animal o de cualquier trabajo análogo a la esclavitud, así como el trabajo con redes sociales y ventas, pueden ser tareas que demandan tiempo de los gestores y requieren inversiones para lograr el éxito. Según la declaración de la entrevistada, sería posible aumentar el margen de beneficio del negocio, pero a costa de la accesibilidad para los huéspedes. Es decir, encarecer la estadía o un servicio específico podría alejar al público objetivo y reforzar la idea de que el veganismo es un movimiento costoso (Oliveira, 2023).

En cuanto a la inclusión social, se destacó la accesibilidad gastronómica. Por lo tanto, se evidencian las necesidades médicas de los turistas que tienen limitaciones alimentarias más allá de la dieta adecuada para los veganos, como intolerantes al gluten, personas con problemas cardíacos, entre otras que requieren más especificidades en su dieta. Al igual que hay cuidado con la dieta impregnada de la ideología vegana, se pudo notar la preocupación de los gestores de la posada por las personas que tienen restricciones médicas, según la siguiente declaración:

"La cuestión de los insumos hoy en día es que tenemos un desayuno un poco más inclusivo, que es un desayuno sin gluten. No es apto para celíacos, lamentablemente, porque para ser apto para celíacos tendría que rastrear todos los insumos y eso es muy caro, así que aún no puedo hacerlo. Quién sabe en el futuro, pero el hecho de que atiendas a intolerantes al gluten ya es muy bueno, ya estás brindando un cuidado adicional" (Entrevistada, 2022).



A partir de la información presentada, se observa cómo las prácticas consideradas veganas pueden contribuir a la sostenibilidad socioambiental de un medio de hospedaje. Además de la satisfacción de los huéspedes y la rentabilidad del emprendimiento, existe un esfuerzo para lograr beneficios para los animales (no humanos) y para la comunidad local (animales humanos), que, según Yu et al (2024), son características esenciales para la fidelización de los huéspedes en un hotel vegano.

CONSIDERACIONES FINALES

El veganismo es un movimiento social basado en la liberación animal, ya sean humanos o no humanos. Cuando esta ideología se aplica al sector hotelero, las acciones de los seguidores del movimiento son capaces de impactar a todos los involucrados en la organización y operación de un medio de hospedaje, lo que incluye la búsqueda de la minimización de daños ambientales y la interacción y preocupación por la calidad de vida de la comunidad local.

Con el objetivo de investigar la aplicación de prácticas veganas por parte de una posada en el contexto del desarrollo sostenible, se analizaron las prácticas adoptadas por el emprendimiento "A Pousada Vegana", especialmente aquellas orientadas a la sostenibilidad socioambiental. Entre los principales resultados, fue posible identificar la inclusión del ser humano en la agenda de defensa y cuidado socioambiental; la elección de alimentos libres de origen animal y la preferencia por productores locales; la disposición adecuada de los desechos, así como la realización de reciclaje de productos inorgánicos; el uso de productos ecológicos; y la organización y participación en acciones de voluntariado. Fuera del contexto socioambiental, se observó la dificultad financiera que puede tener un pequeño negocio, especialmente si busca contribuir con las actuales cuestiones socioambientales.

En cuanto a las contribuciones teóricas de esta investigación, se destaca la incipiente cantidad de estudios sobre el movimiento vegano en el campo del turismo (Oliveira & Conti, 2022), especialmente en lo que respecta a la ideología del veganismo y sus prácticas más allá del ámbito gastronómico. Por lo tanto, esta investigación representa un avance teórico en la temática y ofrece nuevas posibilidades de investigación en el campo de la hotelería y el turismo en áreas como la sostenibilidad y las experiencias.

En cuanto a las contribuciones gerenciales, la investigación presenta un conjunto de prácticas sociopolíticas y ambientales relevantes para la operación más sostenible de un medio de hospedaje, así como las posibles dificultades financieras que un medio de



hospedaje alternativo puede enfrentar al buscar ofrecer servicios diferenciados. Además de la cuestión operativa, estas prácticas son de interés para el público objetivo compuesto por individuos preocupados por cuestiones socioambientales, lo que genera un diferencial para el emprendimiento.

Entre las limitaciones de la investigación se encuentra la falta de una cantidad significativa de empleados contratados por el emprendimiento, lo que no permitió un análisis profundo sobre las condiciones y valoración de los trabajadores. Además, investigar solo un emprendimiento no permite reflejar la situación del mercado hotelero, por lo tanto, los resultados de esta investigación no pueden generalizarse.

Para estudios futuros, en el caso de una investigación cualitativa, se sugiere entrevistar a más de un emprendimiento hotelero o ampliar el recorte geográfico, así como la creación de indicadores que permitan la realización de una investigación cuantitativa. En el caso de esta última, sería interesante investigar la relación del turismo vegano con variables como la intención de retorno, satisfacción y recomendación de los huéspedes. También se puede realizar un mapeo de la oferta hotelera de emprendimientos asociados al veganismo y los servicios prestados, con el fin de establecer un panorama sobre la situación real en Brasil o en una región específica.

REFERÊNCIAS

- Aleksandrowicz, L., Green R., Joy E. J. M., Smith P., & Haines A. (2016) The Impacts of Dietary Change on Greenhouse Gas Emissions, Land Use, Water Use, and Health: A Systematic Review. *PLoS ONE* 11(11). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0165797>
- Bardin, L. (2010). *Análise de conteúdo*. 4. ed. Lisboa: Edições 70.
- Başol, C. I., & Alvarez, M. D. (2023). Development of a Vegan-Friendly Destination – The Case of Didim. *Tourism Planning & Development*. <https://doi.org/10.1080/21568316.2023.2276217>
- Boni, V. & Quaresma, S. J. (2005). Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais. *Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC*, 2(1-3), 68-80. Recuperado de: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/emtese/article/view/18027/16976>.
- Brzustewicz, P., & Singh, A. (2021) Sustainable Consumption in Consumer Behavior in the Time of COVID-19: Topic Modeling on Twitter Data Using LDA. *Energies*, 14(18), 1-20. <https://doi.org/10.3390/en14185787>.



- Caetano, A.L.R.; Stoll, C.B.; Helfenstein, M.J.W. (2020). Classificação de meios de hospedagem no Brasil: o SBClass na perspectiva do ciclo de políticas públicas. *Turismo, Visão e Ação*, 22(1), 24-45. <https://doi.org/10.14210/rtva.v22n1.p24-45>.
- Castelli, G. (2001). *Administração hoteleira*. 8.ed. Caxias do Sul: Educus.
- Cevik, S. (2022). Dirty dance: tourism and environment. *International Review of Applied Economics*, 168-185. <https://doi.org/10.1080/02692171.2022.2117282>
- Comissão Mundial do Meio Ambiente e Desenvolvimento - CMMAD. (1998). *Nosso futuro comum (Relatório de Brundtland)*. Rio de Janeiro: Fundação Getulio Vargas, 1988.
- Damas, M. T. (2020). Turismo Sustentável: reflexões, avanços e perspectivas. *Revista Brasileira de Ecoturismo (RBEcotur)*, 13(2). Recuperado de: <https://periodicos.unifesp.br/index.php/ecoturismo/article/view/9578>.
- Dilek, S. E., & Fennell, D. A. (2018). Discovering the hotel selection factors of vegetarians: the case of Turkey", *Tourism Review*, 73(4), 492-506. <https://doi.org/10.1108/TR-11-2017-0175>
- Feil, A. A., & Schreiber, D. (2017). Sustentabilidade e desenvolvimento sustentável: desvendando as sobreposições e alcances de seus significados. *Cadernos EBAPE.BR*, 14(3), 667-681. <https://doi.org/10.1590/1679-395157473>.
- Folha de São Paulo. Pinho, F. G. (2022). Flexitarianos impulsionam crescimento do mercado vegano no país. Por amor aos animais ou consciência ambiental, consumidor quer comida, maquiagem e outros produtos 'livres de crueldade'. <https://www1.folha.uol.com.br/mpme/2022/04/flexitarianos-impulsionam-crescimento-do-mercado-vegano-no-pais.shtml>
- Gondim, C. B., & Araújo, M. V. P. (2020). Gestão da reputação on-line pelos meios de hospedagem: Uma análise das respostas ao EWOM negativo. *Turismo: Visão e Ação*, 22(1), 185-209. <https://doi.org/10.14210/rtva.v22n1.p185-209>
- Gudynas, E. (2011). *Buen vivir: germinando alternativas al desarrollo. America Latina en Movimiento – ALAI*, Quito, 462, 1-20.
- Hirth, S. (2021). Food that Matters: Boundary Work and the Case for Vegan Food Practices. *Sociologia Ruralis*, 61(1), 234-254. <https://doi.org/10.1111/soru.12317>.
- Instituto Brasileiro De Geografia E Estatística (IBGE). (2022). *Pesquisa da Pecuária Municipal (2021)*. Rio de Janeiro: IBGE. Recuperado de: <https://abrir.link/VwOKg>.
- Irving, M. A., & Azevedo, J. (2002). *Turismo: o desafio da sustentabilidade*. São Paulo: Futura.
- Irving, M. A; Bursztyn, I.; Sancho A.P; Melo, G. M. (2005). Revisitando significados em sustentabilidade no planejamento turístico. *Caderno Virtual de Turismo*, 5(4), 1-8. <http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/index.php/caderno/article/download/98/93>.



- Leroy, F., Hite, A.H., & Gregorini, P. (2020). Livestock in Evolving Foodscapes and Thoughtscapes. *Front. Sustain. Food Syst.* 4(105).
- Li, S., Liu, X., Cai, S., & Scott, N. (2020). Vegan tours in China: Motivation and benefits. *International Journal of Tourism Research*, 23, 1–15. <https://doi.org/10.1002/jtr.2401>
- Lopes, M. S., & Gimenes-Minasse, M. H. (2021). Dificuldades de indivíduos veganos em destinos turísticos. *CULTUR - Revista de Cultura e Turismo*, 15(2), 1-29. <https://doi.org/10.36113/cultur.v15i2.2927>.
- Maria, D. F. S. (2022). *Os desafios da satisfação de clientes na hotelaria em Portugal: o caso da geração Z*. [Dissertação de Mestrado, Universidade do Algarve]. <http://hdl.handle.net/10400.1/19388>
- Martini, B. (2011). Antropoceno: a época da humanidade. *Ciência Hoje*. Recuperado de: <https://abrir.link/q69Na>.
- Martins, G. A. (2008). Estudo de caso: uma reflexão sobre a aplicabilidade em pesquisa no Brasil. *Revista de Contabilidade e Organizações*, 2(2), 9-18.
- Melo, S. R. S., Silva, M. E., & Melo, F. V. S. (2020). Turismo Sustentável Como Prática: Dinâmica e Contribuições Para o Consumo Sustentável. In: XLIV Encontro da ANPAD - EnAnpad, 2020, Evento On-line. *Anais do XLIV Encontro da ANPAD*.
- Mendonça, F., & Dias, M. A. (2019). *Meio ambiente e sustentabilidade*. Curitiba: Intersaberes. (Série Educação Ambiental).
- Nierdele, P., & Schubert, M. N. (2020). HOW does veganism contribute to shape sustainable food systems? Practices, meanings and identities of vegan restaurants in Porto Alegre, Brazil. *Journal of Rural Studies*, 78, 304-313. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2020.06.021>.
- Oliveira, R. L. (2023). *Veganismo e Turismo no Brasil: um estudo sob a ótica da oferta turística*. [Dissertação de Mestrado, Universidade Federal Fluminense]. Recuperado de: <https://app.uff.br/riuff/handle/1/31467>
- Oliveira, R. L., Conti, B. R., & Valduga, M. C. (2022). Discussões sobre a comensalidade e as experiências de viagens para os veganos. *Revista Cenário*, 10, 1-23. Recuperado de: <https://periodicos.unb.br/index.php/revistacenario/article/view/40850>
- Oliveira, R. L., & Conti, B. R. (2022). Investigação teórica sobre o veganismo e o turismo: uma revisão sistemática da literatura. *Revista Hospitalidade*, 19, 550–578. <https://www.rev Hosp.org/hospitalidade/article/view/1045>.
- Organização Das Nações Unidas (ONU). (2015). *Transformando Nosso Mundo: A Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável*. <https://abrir.link/tncrG>.
- Rasoolimanesh S. M., Sundari Ramakrishna, S., Hall, C. M., Esfandiar K. & Seyfi S. (2023). A systematic scoping review of sustainable tourism indicators in relation



- to the sustainable development goals. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(7). <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1775621>
- Ribeiro, J. A. G., & Cavasan, O. (2013). Os conceitos de ambiente, meio ambiente e natureza no contexto da temática ambiental: definidos significados. *Gôndola, Enseñanza y aprendizaje de las ciencias*, 8(2), 61-76. <https://revistas.udistrital.edu.co/index.php/GDLA/article/view/5149/9355>.
- Rossidis, I., Belias, D., Vasiliadis, L. (2021). Strategic Hotel Management in the “Hostile” International Environment. In: Katsoni, V., van Zyl, C. (eds) *Culture and Tourism in a Smart, Globalized, and Sustainable World*. Springer Proceedings in Business and Economics. (pp. 325–336) Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-72469-6_21
- Singer, P. (2020). *Libertação animal: o clássico definitivo sobre o movimento pelos direitos dos animais*. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes.
- Spolon, A. P. G. (2014). Breve história dos meios de hospedagem no Brasil e no mundo. In: SILVA, W.C. D. et al. *Hotelaria*, 1, 07-34.
- Tavares Junior, F. A.; Irving, M. A. (2013). Sustentabilidade Líquida: ressignificando as relações entre natureza, capital e consumo em tempos de fluidez. *Revista Espaço Acadêmico (UEM)*, 13, 1-11.
- The Vegan Society. (17 de maio de 2023). *Definition of veganism*. <https://abrir.link/zrxWN>.
- Tulik, O. (1992). Turismo e meio ambiente: identificação e possibilidades da oferta alternativa. *Revista Turismo em Análise*, 3(1), 21-30. DOI: 10.11606/issn.1984-4867.v3i1p21-30. <https://www.revistas.usp.br/rta/article/view/64140>.
- Valduga, M. C., Martins, V. P., Oliveira, J. T. P., & Costa, M. C. (2022). Reputação Online x Classificação Oficial de Meios de Hospedagem. *Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo*, 16, 110-131. <https://doi.org/10.17648/raoit.v16n2.71>
- Valenzuela-Ortiz, A., Castañeda, J.-A., & Chica-Olmo, J. (2023). Good or Excellent? Factores determining online hotel ratings. A spatial Approach. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 208-232. <https://doi.org/10.1080/19368623.2023.2246457>
- Vilela, D. B. L. (2017). Consumo político e ativismo vegano: dilemas da politização do consumo na vida cotidiana. *Estudos Sociedade e Agricultura* 25(2), 353-377. <https://doi.org/10.36920/esa-v25n2-7>.



INFORMACIÓN DEL (DE LOS) AUTOR(ES)

- *1 Doctorando en Turismo (PPGTUR/EACH-USP). Profesor Sustituto del curso de Hotelería de la Universidad Federal Rural de Río de Janeiro (UFRRJ).
Correo electrónico: rohloffredo@gmail.com
- *2 Doctora en Políticas Públicas, Estrategias y Desarrollo (PPED/UFRJ). Profesora del curso de Turismo de la Universidad Federal del Estado de Río de Janeiro (UNIRIO).
Correo electrónico: bruna.conti@unirio.br

REVISIÓN CIENTÍFICA "ATELIÊ DO TURISMO" - ASOCIADA CON



**UNIVERSIDADE FEDERAL
DE MATO GROSSO DO SUL**



-
- ⁱ Elaborado por la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y Desarrollo (CMMAD) en 1987 en Noruega, el documento señala la discrepancia entre el desarrollo sostenible y los patrones de consumo de la sociedad. Busca el crecimiento económico con la conciliación de cuestiones ambientales y sociales;
- ⁱⁱ Documento que comprende un plan de acción creado por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en 2015, que presenta 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible a seguir por los países vinculados a la organización.
- ⁱⁱⁱ Expresión utilizada por la sociedad civil para acciones comunes a uno o más sectores de la sociedad, u organizaciones sociales, en búsqueda del respaldo y promoción de objetivos e intereses específicos que buscan un cambio o preservación de un orden social. (Vilela, 2017);
- ^{iv} Disponible en: <https://hotelserradaestrela.com.br/> Acceso en: 25 ago. 2023 a las 16:00.
- ^v Disponible en: <https://www.veggie-hotels.com/> Acceso en: 18 mar. 2023
- ^{vi} Disponible en: <https://apousadavegana.com.br/>. Acceso en: 25 ago. 2023 a las 16:20