

ANA ISABEL DAMIÃO DE SERPA ARRUDA MONIZ

**A SUSTENTABILIDADE DO TURISMO
EM ILHAS DE PEQUENA DIMENSÃO: O CASO DOS AÇORES**

DOUTORAMENTO EM CIÊNCIAS ECONÓMICAS E EMPRESARIAIS
NA ESPECIALIDADE DE DESENVOLVIMENTO ECONÓMICO E SOCIAL E
ECONOMIA PÚBLICA



UNIVERSIDADE DOS AÇORES

PONTA DELGADA

2006

ANA ISABEL DAMIÃO DE SERPA ARRUDA MONIZ

UNIVERSIDADE DOS AÇORES

Orientadores: Professor Doutor João Albino Matos da Silva
Professora Doutora Maria Manuela Magalhães Hill

Ponta Delgada, 28 de Fevereiro de 2006

**A SUSTENTABILIDADE DO TURISMO
EM ILHAS DE PEQUENA DIMENSÃO: O CASO DOS AÇORES**

Às minhas filhas, Carolina e Margarida

Ao Camilo, que me faz aceitar todos os desafios com entusiasmo

À memória do Mário André

ÍNDICE GERAL

	Página
Índice Geral.....	i
Índice de Figuras.....	v
Índice de Tabelas.....	vi
Índice de Quadros.....	viii
Índice de Gráficos.....	xii
Lista de Abreviaturas.....	xv
Agradecimentos.....	xvi
Resumo.....	xviii
Abstract.....	xx
Capítulo 1. Introdução.....	1
1.1 Tema e objectivos da investigação.....	1
1.2 Estrutura metodológica da tese.....	4
Capítulo 2. Turismo Sustentável: Génese e Evolução do Conceito.....	7
2.1 Introdução.....	7
2.2 Breve perspectiva histórica do conceito de desenvolvimento sustentável.....	7
2.3 Origens do conceito de turismo sustentável e sua consolidação recente.....	23
2.4 O debate em torno do significado e âmbito do conceito de turismo sustentável...39	
2.5 As críticas ao paradigma da sustentabilidade e o cepticismo quanto à implementação prática do conceito de turismo sustentável.....	60
2.6 As teorias do desenvolvimento do turismo e a evolução das abordagens ao conceito de turismo sustentável.....	67
2.6.1 A evolução das abordagens ao conceito de turismo sustentável proposta por Clarke.....	69
2.6.2 As teorias do desenvolvimento do turismo propostas por Oppermann...76	
2.6.3 As plataformas de investigação no turismo propostas por Jafari.....	78
2.6.4 A evolução do conceito de turismo sustentável proposta por Hardy, Beeton e Pearson.....	81
2.7 Conclusão.....	88
Capítulo 3. Turismo Sustentável: Abordagens de Operacionalização do Conceito.....	90
3.1 Introdução.....	90
3.2 O novo perfil do turismo e o imperativo da adopção de instrumentos de sustentabilidade do turismo.....	91
3.3 Os desafios da operacionalização do turismo sustentável.....	98
3.4 Princípios para a implementação do turismo sustentável.....	102
3.5 Abordagens de operacionalização do turismo sustentável ao nível dos destinos turísticos.....	121

3.5.1 O planeamento estratégico e a capacidade de carga.....	122
3.5.2 A análise dos <i>stakeholders</i>	139
3.6 Conclusão.....	149

Capítulo 4. A Aplicação da Análise dos *Stakeholders* do Turismo ao Caso dos Açores: Aspectos Metodológicos.....150

4.1 Introdução.....	150
4.2 Natureza do problema, objectivos gerais e justificação da investigação empírica.....	150
4.3 Breve caracterização da Região Autónoma dos Açores e da evolução recente do turismo.....	154
4.4 Metodologia da investigação empírica.....	160
4.5 Estudo das percepções dos empresários do subsector do alojamento turístico em relação à sustentabilidade do turismo nos Açores.....	163
4.5.1 Objectivos e questões da investigação.....	163
4.5.2 Desenho do questionário.....	165
4.5.3 Universo do estudo.....	175
4.5.4 Estrutura do questionário final e método de implementação.....	175
4.5.5 Recolha de dados.....	176
4.6 Estudo das expectativas e percepções dos turistas em relação à visita aos Açores.....	177
4.6.1 Objectivos e questões da investigação.....	177
4.6.2 Desenho do questionário.....	180
4.6.3 Universo do estudo e amostra.....	185
4.6.4 Estrutura do questionário final e método de implementação.....	189
4.6.5 Recolha de dados.....	191
4.7 Estudo das percepções dos residentes em relação à sustentabilidade do turismo nos Açores.....	192
4.7.1 Objectivos e questões da investigação.....	192
4.7.2 Desenho do questionário.....	194
4.7.3 Universo do estudo e amostra.....	196
4.7.4 Estrutura do questionário final e método de implementação.....	198
4.7.5 Recolha de dados.....	199
4.8 Conclusão.....	199

Capítulo 5. Percepções dos Empresários do Subsector do Alojamento Turístico em relação à Sustentabilidade do Turismo nos Açores.....200

5.1 Introdução.....	200
5.2 Análise preliminar das respostas e caracterização dos empresários inquiridos....	200
5.3 Opinião dos empresários sobre o turismo na Região.....	224
5.4 Importância atribuída pelos turistas a um conjunto de atributos na escolha do destino turístico Açores, de acordo com as percepções dos empresários.....	229
5.5 Determinação dos factores subjacentes à escolha do destino turístico, de acordo com as percepções dos empresários.....	232
5.6 Avaliação da acessibilidade à Região, ligações inter-ilhas e respectivas infra-estruturas de apoio.....	240

5.7 Avaliação da oferta turística do concelho.....	242
5.8 Importância atribuída a um conjunto de medidas para estimular a atractividade e aumentar a competitividade do destino turístico Açores.....	247
5.9 Adopção de práticas de sustentabilidade do turismo no subsector do alojamento turístico.....	250
5.10 Percepções dos empresários em relação aos impactes do turismo na Região...	260
5.11 Classificação dos empresários em grupos homogéneos com base na percepção de impactes do turismo na Região.....	262
5.12 Síntese dos resultados obtidos.....	277
5.13 Conclusão.....	280

Capítulo 6. Expectativas e Percepções dos Turistas em Relação à Visita aos Açores: A Avaliação da Qualidade da Experiência Turística.....

281

6.1 Introdução.....	281
6.2 Análise preliminar das respostas e caracterização sociodemográfica dos turistas inquiridos.....	281
6.3 Motivo da visita e caracterização da estadia.....	288
6.4 Cumprimento das expectativas gerais em relação à oferta turística.....	296
6.5 Importância atribuída à introdução de práticas de sustentabilidade do turismo nas atracções e instalações turísticas.....	300
6.6 Determinação dos factores subjacentes às práticas de sustentabilidade do turismo.....	302
6.7 Importância atribuída pelos turistas a um conjunto de atributos na escolha do destino turístico Açores.....	309
6.8 Satisfação atribuída a um conjunto de atributos no âmbito da visita.....	311
6.9 Determinação dos factores subjacentes à escolha do destino turístico pelos turistas.....	315
6.10 Classificação dos turistas em grupos homogéneos com base na satisfação obtida na visita.....	323
6.11 Síntese dos resultados obtidos.....	332
6.12 Conclusão.....	333

Capítulo 7. Percepções dos Residentes em Relação à Sustentabilidade do Turismo nos Açores.....

334

7.1 Introdução.....	334
7.2 Análise preliminar das respostas e caracterização sociodemográfica dos residentes inquiridos.....	334
7.3 Opinião dos residentes sobre o turismo na Região.....	343
7.4 Percepções dos residentes em relação aos impactes do turismo na Região.....	350
7.5 Classificação dos residentes em grupos homogéneos com base na percepção de impactes do turismo na Região.....	352
7.6 Nível de conhecimentos dos residentes sobre o fenómeno turístico.....	367
7.7 Síntese dos resultados obtidos.....	376
7.8 Conclusão.....	377

Capítulo 8. Síntese, Conclusões e Recomendações.....	378
8.1 Síntese.....	378
8.2 Conclusões da investigação empírica e recomendações para o planeamento e a gestão do destino.....	380
8.2.1 Os resultados do estudo efectuado junto dos empresários do subsector do alojamento turístico.....	381
8.2.2 Os resultados do estudo efectuado junto dos turistas.....	386
8.2.3 Comparação entre os resultados do estudo dos empresários e os resultados do estudo dos residentes.....	388
8.2.4 Comparação entre os resultados do estudo dos empresários e os resultados do estudo dos turistas.....	397
8.3 Contribuições do estudo, limitações e pistas para investigação futura.....	403
 Anexos.....	 408
Anexo A – Iniciativas Voluntárias para a Sustentabilidade do Turismo.....	409
Anexo B – Questionário aos Empresários do Subsector do Alojamento Turístico.....	431
Anexo C – Questionário aos Turistas à Saída da Região (versão em português).....	442
Anexo D – Questionário aos Turistas à Saída da Região (versão em inglês).....	447
Anexo E – Questionário aos Turistas à Saída da Região (versão em sueco).....	452
Anexo F – Questionário à População Residente.....	459
 Referências Bibliográficas.....	 464
 Apêndices.....	 481
Apêndice A – Elementos de Apoio ao Capítulo 4.....	482
Apêndice B – Elementos de Apoio ao Capítulo 5.....	496
Apêndice C – Elementos de Apoio ao Capítulo 6.....	503
Apêndice D – Elementos de Apoio ao Capítulo 7.....	517

ÍNDICE DE FIGURAS

Capítulo 2	Página
2.1 Os sistemas do desenvolvimento sustentável.....	19
2.2 A evolução cronológica do conceito de sustentabilidade do turismo.....	31
2.3 Parceiros para o desenvolvimento turístico sustentável.....	34
2.4 Os três pilares da sustentabilidade.....	37
2.5 O pentágono mágico do desenvolvimento do turismo.....	41
2.6 Dois modelos conceptuais alternativos da relação entre o desenvolvimento turístico sustentável e o desenvolvimento sustentável.....	46
2.7 Interpretações do turismo sustentável.....	49
2.8 Termos relacionados com o conceito de turismo sustentável.....	58
2.9 As questões-chave envolvidas no debate sobre turismo sustentável.....	59
2.10 Abordagem 1: Pólos opostos.....	70
2.11 Abordagem 2: Existência de um <i>continuum</i>	71
2.12 Abordagem 3: Movimento.....	72
2.13 Abordagem 4: Convergência.....	74
2.14 Uma ilustração da aplicação do conceito de turismo sustentável a todo o tipo de contextos e a escalas diferentes.....	76
2.15 O contexto conceptual e operacional onde evoluiu o conceito de turismo sustentável.....	85
 Capítulo 3	
3.1 Competitividade e sustentabilidade.....	94
3.2 Hierarquia de necessidades para a elaboração de um plano de turismo.....	128
3.3 Modelo conceptual do turismo com interesse para o planeamento.....	129
3.4 Representação esquemática do modelo de Butler do ciclo de vida de um destino turístico.....	130
3.5 Factores que limitam a capacidade de carga.....	134
3.6 Capacidade de carga e desenvolvimento turístico sustentável.....	134
3.7 Qualidade em turismo.....	137
3.8 A visão da empresa na óptica da produção e na óptica da gestão.....	143
3.9 A visão da empresa na óptica dos <i>stakeholders</i>	144

ÍNDICE DE TABELAS

Capítulo 2	Página
2.1 Súmula das metas e princípios legais do desenvolvimento sustentável, propostas pela CMAD.....	15
2.2 Principais componentes do desenvolvimento sustentável.....	17
2.3 Atributos do turismo de massas e do turismo alternativo.....	25
2.4 Características dos “turistas alternativos”.....	26
2.5 Definição das diferentes formas de turismo alternativo.....	27
2.6 Terminologia das novas formas de turismo.....	29
2.7 Turismo sustentável versus turismo não-sustentável.....	30
2.8 Obras precursoras do conceito de turismo sustentável.....	31
2.9 Princípios básicos do desenvolvimento sustentável, de acordo com a OMT.....	33
2.10 Metas e características do turismo sustentável.....	36
2.11 Os três pilares da sustentabilidade do turismo, propostos pela OMT.....	36
2.12 Algumas “verdades fundamentais” sobre o turismo.....	40
2.13 Interpretações da sustentabilidade do turismo.....	48
2.14 Espectro de abordagens ao desenvolvimento sustentável.....	51
2.15 Espectro de abordagens ao turismo sustentável.....	52
2.16 Definições de turismo sustentável.....	55
2.17 Lista de definições de turismo sustentável.....	57
2.18 Modelo de desenvolvimento sustentável: princípios e objectivos.....	64
2.19 Implicações sobre a sustentabilidade do turismo.....	65
2.20 A sustentabilidade como uma barreira ao desenvolvimento.....	66
Capítulo 3	
3.1 Características da “Nova Era do Turismo”.....	92
3.2 Instrumentos políticos de gestão turística.....	94
3.3 Informação na Internet sobre turismo sustentável.....	100
3.4 Metas estabelecidas para o turismo sustentável, no âmbito da <i>Globe’ 90</i>	103
3.5 Princípios para o turismo sustentável, enunciados na <i>Globe’ 90</i>	104
3.6 Benefícios do turismo sustentável, de acordo com o English Tourist Board.....	106
3.7 Princípios para o turismo sustentável, de acordo com o English Tourist Board.....	107
3.8 Princípios para o desenvolvimento turístico sustentável, de acordo com o Tourism Concern.....	108
3.9 Desafios para o sector do turismo, enunciados no âmbito da <i>Globe’ 92</i>	110
3.10 Linhas de actuação prioritária para o sector do turismo, definidas no âmbito da <i>Globe’ 92</i>	110
3.11 Declarações internacionais sobre turismo sustentável.....	111
3.12 Princípios para o desenvolvimento turístico sustentável, mencionados na <i>Agenda 21 para o Sector das Viagens e do Turismo</i>	113
3.13 Áreas prioritárias de acção, propostas na Agenda 21 para o Sector das Viagens e do Turismo.....	114
3.14 Princípios para o desenvolvimento turístico sustentável, enunciados pela OMT.....	115

3.15	Resolução adoptada pelo Comité de Turismo Sustentável, por ocasião da CDS-7, da ONU.....	117
3.16	Os <i>stakeholders</i> de um destino turístico.....	125
3.17	Fases do planeamento estratégico para os destinos turísticos.....	126
3.18	Benefícios da adopção de uma visão estratégica nos destinos turísticos.....	126
3.19	Dificuldades implícitas na adopção de uma visão estratégica pelos destinos turísticos.....	127
3.20	Tipos de capacidade de carga.....	132
3.21	Conceitos de capacidade de carga.....	133
3.22	Factores restritivos à utilização do conceito de capacidade de carga turística..	135

ÍNDICE DE QUADROS

Capítulo 4	Página
4.1 Hóspedes, dormidas, capacidade de alojamento e proveitos totais na hotelaria tradicional dos Açores, para o período de 1990 a 2004.....	157
4.2 Repartição da amostra inicial por aeroporto de saída da Região.....	188
4.3 Repartição da amostra inicial por país de residência.....	188
4.4 Repartição da amostra final por aeroporto de saída da Região e país de residência.....	189
 Capítulo 5	
5.1 Número de unidades inquiridas por ano de entrada em funcionamento e tipo....	206
5.2 Número de unidades inquiridas por tipo/grupo e ano de entrada em funcionamento.....	207
5.3 Número de unidades inquiridas da hotelaria tradicional por ilha, concelho e grupo.....	208
5.4 Número de unidades inquiridas do turismo em espaço rural por ilha, concelho e modalidades de serviço de hospedagem.....	209
5.5 Número de unidades inquiridas da hotelaria tradicional por número de quartos e grupo.....	212
5.6 Número de unidades inquiridas do turismo em espaço rural por número de quartos e modalidades de hospedagem.....	213
5.7 Número de unidades inquiridas por número de trabalhadores e tipo.....	214
5.8 Caracterização das unidades inquiridas em cada classe de dimensão.....	214
5.9 Número de unidades inquiridas por número de quartos e classificação.....	214
5.10 Número de unidades inquiridas por personalidade jurídica da entidade exploradora.....	215
5.11 Número de unidades inquiridas da hotelaria tradicional por personalidade jurídica da entidade exploradora e grupo.....	216
5.12 Número de unidades inquiridas do turismo em espaço rural por personalidade jurídica da entidade exploradora e modalidades de hospedagem.....	216
5.13 Número de unidades inquiridas por ilha e ano de entrada em funcionamento..	218
5.14 Número de unidades inquiridas por ilha e número de quartos.....	219
5.15 Número de unidades inquiridas por personalidade jurídica e número de quartos.....	219
5.16 Número de proprietários/gestores inquiridos por formação específica na área do turismo e habilitações literárias.....	223
5.17 Número de proprietários/gestores inquiridos por formação específica na área do turismo e classificação das unidades.....	224
5.18 Média da importância que a actividade turística vai desempenhar nos Açores, nos próximos 10 anos, por ano de entrada em funcionamento da unidade.....	227
5.19 Média da importância que a actividade turística vai desempenhar nos Açores, nos próximos 10 anos, por personalidade jurídica da entidade exploradora....	227
5.20 Actividades económicas com maior potencial de crescimento na Região mencionadas em 1º lugar.....	228

5.21	Actividades económicas com maior potencial de crescimento na Região mencionadas em 2º lugar.....	228
5.22	Actividades económicas com maior potencial de crescimento na Região mencionadas em 3º lugar.....	229
5.23	Medidas de estatística descritiva para a importância atribuída a um conjunto de atributos na escolha do destino, na opinião dos empresários, por ordem decrescente das médias.....	231
5.24	Resultados da aplicação da análise factorial com o método dos eixos principais e a rotação oblíqua Direct Oblimin aos atributos de escolha do destino, de acordo com as percepções dos empresários.....	233
5.25	Média da avaliação atribuída aos transportes e acessibilidades na Região, por ilha.....	241
5.26	Medidas de estatística descritiva para a avaliação atribuída a um conjunto de aspectos da oferta turística do concelho, por ordem decrescente da média.....	244
5.27	Média da avaliação atribuída a um conjunto de aspectos da oferta turística do concelho, por ilha.....	246
5.28	Medidas de estatística descritiva para a importância atribuída a um conjunto de medidas para estimular a atractividade e aumentar a competitividade do destino turístico Açores, por ordem decrescente da média.....	248
5.29	Média da importância atribuída a um conjunto de medidas para estimular a atractividade e aumentar a competitividade do destino turístico Açores, por ilha.....	249
5.30	Adopção de práticas de sustentabilidade do turismo nas unidades inquiridas..	251
5.31	Participação das empresas em iniciativas voluntárias para a sustentabilidade do turismo (IVST).....	254
5.32	Medidas de estatística descritiva para a importância atribuída à implementação de iniciativas voluntárias para a sustentabilidade do turismo no subsector do alojamento turístico, por ordem decrescente da média.....	255
5.33	Medidas de estatística descritiva para a opinião sobre as principais motivações para adoptar práticas de sustentabilidade do turismo, por ordem decrescente da média.....	256
5.34	Medidas de estatística descritiva para a opinião sobre os principais obstáculos à adopção de práticas de sustentabilidade do turismo, por ordem decrescente da média.....	257
5.35	Medidas de estatística descritiva para a opinião sobre as entidades que podem contribuir para o desenvolvimento sustentável da actividade turística, por ordem decrescente da média.....	258
5.36	Medidas de estatística descritiva para a opinião dos empresários manifestada em relação a um conjunto de afirmações sobre o turismo, por ordem decrescente da média.....	261
5.37	Médias da opinião dos empresários relativamente a um conjunto de afirmações, por clusters.....	263

Capítulo 6

6.1	Distribuição dos inquiridos por aeroporto de saída da Região e destino do voo..	282
6.2	Distribuição dos inquiridos por país de residência e destino do voo.....	283
6.3	Número de turistas inquiridos por situação profissional e país de residência.....	287
6.4	Número de turistas inquiridos por motivo da visita e ascendência açoriana.....	289

6.5	Número de turistas inquiridos por motivo da visita e acompanhantes na viagem.....	290
6.6	Motivos da visita fora da época de Verão.....	295
6.7	Expectativas defraudadas por país de residência.....	297
6.8	Medidas de estatística descritiva para a importância atribuída à introdução de práticas de sustentabilidade do turismo, por ordem decrescente da média.....	301
6.9	Resultados da aplicação da análise factorial com o método dos eixos principais e a rotação Varimax às práticas de sustentabilidade do turismo.....	303
6.10	Medidas de estatística descritiva para a importância atribuída pelos turistas a um conjunto de atributos na escolha do destino, por ordem decrescente da média.....	311
6.11	Medidas de estatística descritiva para a satisfação atribuída pelos turistas a um conjunto de atributos no âmbito da visita, por ordem decrescente da média.....	313
6.12	Teste <i>t</i> para amostras emparelhadas.....	314
6.13	Resultados da aplicação da análise factorial com o método dos eixos principais e a rotação oblíqua <i>Direct Oblimin</i> aos atributos de escolha do destino.....	316
6.14	Resultados da aplicação da análise factorial com o método dos eixos principais e a rotação oblíqua <i>Direct Oblimin</i> aos atributos de satisfação com a visita.....	324
6.15	Correlações de Pearson entre os factores subjacentes à satisfação com a visita e os factores subjacentes à escolha do destino.....	326
6.16	Médias dos factores subjacentes à satisfação com a visita, por clusters.....	328

Capítulo 7

7.1	Número de residentes inquiridos por tempo de residência no concelho.....	337
7.2	Média da opinião sobre o desenvolvimento do turismo na Região por nível de escolaridade.....	344
7.3	Média da opinião sobre o desenvolvimento do turismo na Região por profissão.....	345
7.4	Média da opinião sobre o desenvolvimento do turismo na Região por experiência pessoal de viajar.....	345
7.5	Média da importância que a actividade turística vai desempenhar nos Açores, nos próximos 10 anos, por concelho de residência.....	346
7.6	Média da importância que a actividade turística vai desempenhar nos Açores, nos próximos 10 anos, por grau de envolvimento profissional no sector do turismo.....	347
7.7	Actividades económicas com maior potencial de crescimento na Região mencionadas em 1º lugar.....	348
7.8	Actividades económicas com maior potencial de crescimento na Região mencionadas em 2º lugar.....	349
7.9	Actividades económicas com maior potencial de crescimento na Região mencionadas em 3º lugar.....	349
7.10	Medidas de estatística descritiva para a opinião manifestada em relação a um conjunto de afirmações sobre o turismo, por ordem decrescente da média.....	351
7.11	Médias da opinião relativamente a um conjunto de afirmações por clusters...	353

7.12	Principal vantagem do turismo para a Região.....	367
7.13	Tabela de contingência das vantagens do turismo (agregadas) por clusters.....	369
7.14	Principal inconveniente do turismo para a Região.....	370
7.15	Tabela de contingência dos inconvenientes do turismo (agregados) por clusters.....	371
7.16	Sugestões para estimular o turismo no concelho.....	373
7.17	Tabela de contingência das sugestões para estimular o turismo no concelho por clusters.....	375

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Capítulo 4	Página
4.1 Número de residentes inquiridos por concelho de residência (centro urbano)....	197
 Capítulo 5	
5.1 Número de empreendimentos turísticos inquiridos por tipo.....	203
5.2 Número de estabelecimentos hoteleiros inquiridos por grupo.....	204
5.3 Número de unidades de turismo no espaço rural inquiridas por modalidades de hospedagem.....	205
5.4 Número de unidades inquiridas por ilha.....	209
5.5 Número de unidades inquiridas por classificação.....	210
5.6 Número de unidades inquiridas por personalidade jurídica da entidade exploradora.....	217
5.7 Número de unidades inquiridas por tipo de exploração.....	217
5.8 Número de unidades inquiridas por percentagem de capital local.....	218
5.9 Número de proprietários/gestores inquiridos por sexo.....	220
5.10 Número de proprietários/gestores inquiridos por experiência nas funções actuais.....	221
5.11 Número de proprietários/gestores inquiridos por ocupação anterior.....	221
5.12 Número de proprietários/gestores inquiridos por naturalidade.....	222
5.13 Número de proprietários/gestores inquiridos por habilitações literárias.....	223
5.14 Número de empresários inquiridos por opinião sobre o desenvolvimento do turismo na Região.....	225
5.15 Número de empresários inquiridos por importância que a actividade turística vai desempenhar nos Açores nos próximos 10 anos.....	226
5.16 Média da importância atribuída a um conjunto de atributos na escolha do destino, na opinião dos empresários.....	230
5.17 Média da importância atribuída ao Factor 2, “Tranquilidade e segurança”, por classificação das unidades.....	235
5.18 Média da importância atribuída ao Factor 3, “Paisagem e natureza”, por personalidade jurídica da entidade exploradora.....	236
5.19 Média da importância atribuída ao Factor 1, “Património cultural e convívio”, por ilha.....	236
5.20 Média da importância atribuída ao Factor 2, “Tranquilidade e segurança”, por número de quartos.....	237
5.21 Média da importância atribuída à “Tranquilidade e segurança”, por número de quartos e personalidade jurídica.....	239
5.22 Média da importância atribuída às “Actividades desportivas e de lazer”, por número de quartos e personalidade jurídica.....	239
5.23 Média da avaliação atribuída aos transportes e acessibilidades na Região.....	241
5.24 Média da avaliação atribuída a um conjunto de aspectos da oferta turística do concelho.....	243
5.25 Média da importância atribuída a um conjunto de medidas para estimular a atractividade e aumentar a competitividade do destino turístico Açores.....	248

5.26 Média da opinião manifestada pelos empresários em relação a um conjunto de afirmações sobre o turismo.....	260
5.27 Médias para os impactes ambientais nos três clusters.....	264
5.28 Médias para os impactes económicos nos três clusters.....	265
5.29 Médias para os impactes socioculturais nos três clusters.....	266
5.30 Número de empresários “Optimistas” por opinião sobre o desenvolvimento do turismo na Região.....	270
5.31 Número de empresários “Optimistas” por importância que a actividade turística vai desempenhar nos Açores nos próximos 10 anos.....	270
5.32 Número de empresários “Cépticos” por opinião sobre o desenvolvimento do turismo na Região.....	273
5.33 Número de empresários “Cépticos” por importância que a actividade turística vai desempenhar nos Açores nos próximos 10 anos.....	273
5.34 Número de empresários “Críticos” por opinião sobre o desenvolvimento do turismo na Região.....	276
5.35 Número de empresários “Críticos” por importância que a actividade turística vai desempenhar nos Açores nos próximos 10 anos.....	276

Capítulo 6

6.1 Distribuição dos inquiridos por aeroporto de saída da Região e tipo de voo.....	282
6.2 Número de turistas inquiridos por grupos etários.....	285
6.3 Número de turistas inquiridos por estado civil.....	285
6.4 Número de turistas inquiridos por nível de escolaridade.....	286
6.5 Número de turistas inquiridos por situação profissional.....	286
6.6 Número de turistas inquiridos por profissão.....	287
6.7 Motivo principal da visita aos Açores.....	288
6.8 Acompanhantes na viagem.....	289
6.9 Experiência de visita tendo em conta a ascendência açoriana.....	291
6.10 O que poderia levá-lo a visitar os Açores fora da época de Verão?.....	295
6.11 Esperava encontrar alguma actividade nos Açores que não encontrou?.....	296
6.12 Média da importância atribuída à introdução de práticas de sustentabilidade do turismo nas atracções e instalações turísticas.....	300
6.13 Média da importância atribuída ao Factor 2, “Qualidade da gestão ambiental”, por escalão etário.....	305
6.14 Média da importância atribuída ao Factor 1, “Tratamento dos resíduos e conservação da energia”, por país de residência.....	305
6.15 Média da importância atribuída ao Factor 3, “Conservação da água e sensibilização dos turistas”, por país de residência.....	306
6.16 Média da importância atribuída ao Factor 1, “Tratamento dos resíduos e conservação da energia”, por experiência de visita.....	307
6.17 Média da importância atribuída ao “Tratamento dos resíduos e conservação da energia”, por escalão etário e país de residência.....	308
6.18 Média da importância atribuída à “Qualidade da gestão ambiental”, por escalão etário e país de residência.....	308
6.19 Média da importância atribuída à “Conservação da água e sensibilização dos turistas”, por escalão etário e país de residência.....	309
6.20 Média da importância atribuída pelos turistas a um conjunto de atributos na escolha do destino.....	310

6.21 Média da satisfação atribuída pelos turistas a um conjunto de atributos no âmbito da visita.....	312
6.22 Média da importância atribuída ao Factor 1, “Património cultural, convívio e lazer”, por escalões etários.....	318
6.23 Média da importância atribuída ao Factor 1, “Património cultural, convívio e lazer”, por país de residência.....	319
6.24 Média da importância atribuída ao Factor 4, “Segurança e hospitalidade”, por país de residência.....	320
6.25 Média da importância atribuída ao Factor 6, “Clima e ultraperiferia”, por país de residência.....	320
6.26 Média da importância atribuída ao Factor 1, “Património cultural, convívio e lazer”, por experiência de visita.....	321
6.27 Média da importância atribuída ao Factor 4, “Segurança e hospitalidade”, por experiência de visita.....	322

Capítulo 7

7.1 Número de residentes inquiridos por grupos etários.....	336
7.2 Número de residentes inquiridos por estado civil.....	337
7.3 Número de residentes inquiridos por número de anos de residência no concelho.....	338
7.4 Número de residentes inquiridos por regime de habitação.....	339
7.5 Número de residentes inquiridos por dimensão do agregado familiar.....	340
7.6 Número de residentes inquiridos por nível de escolaridade.....	340
7.7 Número de residentes inquiridos por situação profissional.....	341
7.8 Número de residentes inquiridos por profissão.....	342
7.9 Número de residentes inquiridos por número de viagens efectuadas nos últimos dois anos.....	342
7.10 Número de residentes inquiridos por envolvimento no sector do turismo.....	343
7.11 Média da opinião manifestada pelos residentes em relação a um conjunto de afirmações sobre o turismo.....	350
7.12 Médias para os impactes ambientais nos três clusters.....	354
7.13 Médias para os impactes económicos nos três clusters.....	355
7.14 Médias para os impactes socioculturais nos três clusters.....	356
7.15 Número de residentes “Cépticos” por opinião sobre o desenvolvimento do turismo na Região.....	359
7.16 Número de residentes “Cépticos” por importância que a actividade turística vai desempenhar nos Açores nos próximos 10 anos.....	360
7.17 Número de residentes “Optimistas” por opinião sobre o desenvolvimento do turismo na Região.....	362
7.18 Número de residentes “Optimistas” por importância que a actividade turística vai desempenhar nos Açores nos próximos 10 anos.....	363
7.19 Número de residentes “Críticos” por opinião sobre o desenvolvimento do turismo na Região.....	365
7.20 Número de residentes “Críticos” por importância que a actividade turística vai desempenhar nos Açores nos próximos 10 anos.....	366

LISTA DE ABREVIATURAS

AIA	Avaliação de Impacte Ambiental
AITO	Association of Independent Tour Operators (Reino Unido)
ANOVA	Análise de Variância Univariada
CAE	Classificação Portuguesa de Actividades Económicas
CE	Comissão Europeia
CESD	Centre on Ecotourism and Sustainable Development
CMAD	Comissão Mundial para o Ambiente e Desenvolvimento
EMAS	Eco-Management and Audit Scheme (Sistema Comunitário de Ecogestão e Auditoria)
ENI	Empresário em Nome Individual
EUA	Estados Unidos da América
FTO	British Federation of Tour Operators (Reino Unido)
ISO	International Organization for Standardization
IUCN	International Union for the Conservation of Nature (União Mundial para a Conservação da Natureza)
IVST	Iniciativas Voluntárias para a Sustentabilidade do Turismo
KMO	Keiser-Meyer-Olkin
MANOVA	Análise de Variância Multivariada
OCDE	Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Económico
OMT	Organização Mundial do Turismo
ONG	Organização Não Governamental
ONGA	Organização Não Governamental Ambientalista
ONU	Organização das Nações Unidas
PNUAD	Programa das Nações Unidas para o Ambiente e Desenvolvimento
POE	Programa Operacional da Economia
QCA	Quadro Comunitário de Apoio
RAA	Região Autónoma dos Açores
SGA	Sistema de Gestão Ambiental
SIDER	Sistema de Incentivos ao Desenvolvimento Económico e Social dos Açores
SIDS	Small Island Developing States
SIGMA	Sustainability Integrated Guidelines for Management
SPSS	Statistical Package for Social Sciences
TIES	The International Ecotourism Society
TUI	Touristik Union International
UNEP	United Nations Environment Programme
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura
VAB	Valor Acrescentado Bruto
WWF	World Wide Fund for Nature

AGRADECIMENTOS

Os meus primeiros agradecimentos são dirigidos com toda a justiça ao meu Orientador, Professor Doutor João Albino Silva, da Universidade do Algarve, pela proposta do tema desta tese e pela orientação científica, a crítica construtiva, o incentivo e o apoio constante no desenvolvimento deste trabalho. O pioneirismo da sua obra em Portugal no domínio da Economia do Turismo, o rigor e a exigência que imprime às actividades de ensino e investigação em que se envolve e o seu empenho em projectos de promoção do conhecimento e da qualificação na área do Turismo constituem inspiração e exemplo a seguir. Foi para mim uma honra contar novamente com a sua superior orientação. Dedico-lhe também uma palavra de apreço pelo seu voto de confiança na minha forma independente de trabalhar. Apesar do afastamento e dos constrangimentos impostos pela minha condição insular, sempre acreditou que seria capaz de enfrentar com sucesso mais este desafio. Aqui fica o meu profundo reconhecimento por estimular a abordagem de temas de interesse regional e aceitar acompanhar a realização de um estudo empírico sobre a Região Autónoma dos Açores, prova de que se deve encarar os constrangimentos de forma construtiva e empreender a pesquisa aplicada, para que se possam abrir novos horizontes para o desenvolvimento sustentável do turismo nestas ilhas de pequena dimensão.

Desejo agradecer de forma muito especial à minha Co-Orientadora, Professora Doutora Manuela Magalhães Hill, do ISCTE, pelo constante encorajamento, acompanhamento, interesse e apoio técnico dispensado na componente empírica desta investigação. Os seus conselhos e superior experiência na área dos Métodos Quantitativos foram imprescindíveis para a prossecução deste trabalho, nomeadamente no que respeita à concepção e implementação dos questionários e ao tratamento e análise de dados com o auxílio do SPSS. Para além das suas preciosas sugestões e atentas correcções, devo-lhe as ideias de estruturação dos capítulos de apresentação dos resultados da investigação empírica, que em muito enriqueceram esta tese. Só posso estar grata por merecer mais uma vez o apoio privilegiado de tão distinta personalidade do meio académico, que é igualmente modelo de grande humanidade. Agradeço ainda ao seu marido, o Professor Doutor Andrew Hill, pelas suas sugestões na fase inicial do projecto e apoio às traduções em inglês.

Agradeço ao Director do Departamento de Economia e Gestão, Professor Doutor Mário Fortuna, por toda a colaboração institucional, bem como pelo constante interesse pelo progresso da investigação. Estou grata a todos os professores, colegas e funcionários da Universidade dos Açores e da Universidade do Algarve que me incentivaram e apoiaram ao longo deste percurso, em particular do Departamento de Economia e Gestão e dos Serviços de Documentação. Dedico a todos os meus colegas do Grupo Parlamentar do Partido Socialista um agradecimento especial por me terem libertado de parte do meu trabalho parlamentar na fase de conclusão da tese.

Agradeço ao Instituto de Turismo de Portugal a atribuição de uma bolsa de estudo para doutoramento. Agradeço também à Universidade dos Açores o apoio logístico e financeiro concedido, nomeadamente através da bolsa de investigação do PRODEP.

Os meus agradecimentos vão ainda para os proprietários e responsáveis pela gestão das unidades de alojamento turístico da Região, que colaboraram de forma voluntária e gratuita neste projecto. Agradeço ao Director dos Aeroportos dos Açores, Dr. José Luís Alves e ao Director da Aerogare Civil das Lajes, Major José Carlos Angeja, por autorizarem a implementação dos questionários nos aeroportos e disponibilizarem informações relevantes para o estudo. Também agradeço ao Director da Norma-Açores, Dr. José Luís Saraiva, pelo seu profissionalismo no apoio técnico à recolha de dados e na coordenação das equipas de entrevistadores nas ilhas de São Miguel, Terceira e Faial. À Directora da STS Solresor Azores, Sara Martensson e ao meu amigo Peter Stokreef, pelo seu apoio nas traduções em sueco e inglês, respectivamente e à Mestre Isabel Cristina Correia, do SREA, pelos seus esclarecimentos e sugestões.

A minha gratidão vai para toda a minha família e amigos, pela excepcional compreensão e generosidade com que suportaram o adiamento de tantos momentos de apoio e até de convívio e de lazer, que ainda espero ter oportunidade de lhes proporcionar e de um modo muito especial para os meus pais, a minha Tia Julieta e os meus sogros, pela sua presença e ajuda incondicional, que tanto me confortou nestes últimos anos.

Para terminar, deixo expresso o quanto os Açores me cativam, pela beleza singular das suas ilhas e das suas gentes e o quanto me estimulam a contribuir, se bem que em mol-des assaz modestos, para o seu Desenvolvimento Sustentável.

RESUMO

Esta tese aborda o quadro teórico conceptual e metodológico relativo à sustentabilidade do turismo, apresentando as origens do conceito de turismo sustentável, as propostas para a sua definição, a evolução ocorrida na interpretação do conceito e os grandes tipos de abordagens à operacionalização do turismo sustentável, numa perspectiva de planeamento e de gestão estratégica de um destino turístico.

No âmbito da investigação empírica, sugere-se e aplica-se um modelo de operacionalização da sustentabilidade do turismo ao caso do destino turístico Açores – uma das sete regiões de turismo de Portugal, constituída por um arquipélago de nove ilhas de pequena dimensão. Este modelo assenta na análise dos *stakeholders*, fundamentada na teoria dos *stakeholders*, amplamente divulgada e debatida na literatura da Gestão.

Neste estudo foram analisadas e comparadas as percepções de três grupos de *stakeholders* em relação à sustentabilidade do turismo na Região: empresários do subsector do alojamento turístico, turistas e residentes. O propósito da investigação empírica foi ilustrar o contributo desta abordagem que advoga o envolvimento de todos os *stakeholders* para a formulação de metas holísticas para o planeamento, a gestão e o marketing de um destino turístico.

O estudo desenvolvido junto do grupo dos empresários do subsector do alojamento turístico envolveu 91,3% das unidades em funcionamento na Região, representando 96% da capacidade existente. A recolha de dados foi realizada através de questionário por entrevista directa e decorreu entre os meses de Maio e Outubro de 2003. Os objectivos desta vertente do estudo empírico foram os seguintes:

- o Conhecer a opinião e as expectativas dos empresários do subsector do alojamento turístico relativamente ao desenvolvimento do turismo na Região;
- o Identificar os factores determinantes na escolha do destino turístico Açores por parte dos turistas que pernoitam nas unidades de alojamento turístico da Região;
- o Avaliar o estado actual dos transportes e acessibilidades na Região e da oferta turística do concelho;
- o Determinar a importância atribuída a um conjunto de medidas para estimular a atractividade e aumentar a competitividade do destino turístico Açores;
- o Apurar o nível de conhecimento e de adesão a práticas de sustentabilidade do turismo nas unidades de alojamento turístico da Região;
- o Identificar as motivações dos empresários e os obstáculos percebidos à implementação dessas práticas nas unidades que estão sob a sua gestão;
- o Avaliar as percepções dos empresários relativamente aos impactes ambientais, económicos e socioculturais do turismo na Região e no seu concelho.

O estudo sobre os turistas que visitam os Açores envolveu uma amostra de 400 passageiros embarcados nos voos com destino para fora da Região e foi implementado através de questionário por entrevista directa nos três aeroportos de saída da Região, durante o mês de Agosto de 2003. Os objectivos desta componente do estudo empírico foram os seguintes:

- o Avaliar o cumprimento das expectativas gerais dos turistas em relação à oferta turística;

- o Determinar os factores de implementação de práticas de sustentabilidade do turismo nas atracções e instalações turísticas;
- o Identificar os factores determinantes da escolha do destino turístico Açores por parte dos turistas;
- o Determinar os factores subjacentes à satisfação com a visita;
- o Avaliar o desempenho do destino turístico.

O estudo desenvolvido junto da população residente incidiu sobre uma amostra de 300 residentes dos três principais centros urbanos dos Açores, que representam os núcleos de atracção turística mais importantes da Região. Os objectivos desta vertente do estudo empírico foram os seguintes:

- o Conhecer a opinião e as expectativas dos residentes relativamente ao desenvolvimento do turismo na Região;
- o Avaliar as percepções dos residentes relativamente aos impactes ambientais, económicos e socioculturais do turismo na Região e no seu concelho;
- o Apurar o nível de conhecimentos dos residentes sobre o fenómeno turístico na Região.

Embora haja consenso entre grupos em relação a certos aspectos estudados, os resultados da investigação empírica sugerem que as percepções dos *stakeholders* são heterogéneas dentro de cada grupo:

- o No caso dos empresários, foram identificados três subgrupos – os “Optimistas” (43,2%), os “Cépticos” (45,5%) e os “Críticos” (11,4%) – que correspondem a três representações sociais do turismo distintas;
- o No caso dos residentes, foram também detectados três subgrupos – os “Cépticos” (31,4%), os “Optimistas” (28%) e os “Críticos” (40,6%) – que indicam a presença de três diferentes representações sociais do turismo.

No caso dos turistas, e tendo em conta o nível de satisfação obtido na visita, foi possível determinar três subgrupos: os “Encantados” (37,5%), os “Descobridores” (47,7%) e os “Sociáveis” (14,8%). Constatou-se que 98,7% dos turistas tencionam recomendar o destino, tendo-se verificado que há uma associação significativa entre estes subgrupos e a intenção de regresso: os “Encantados” e os “Sociáveis” referiram que tencionam repetir a visita, enquanto 27,4% dos “Descobridores” afirmaram não tencionar regressar aos Açores.

Argumenta-se nesta tese que o desenvolvimento turístico sustentável exige a participação informada de todos os *stakeholders* relevantes, assim como uma liderança política forte para assegurar uma ampla participação e a criação de consensos. A prossecução da sustentabilidade do turismo é um processo contínuo, que requer a constante monitorização de impactes e a atempada introdução das medidas necessárias em termos preventivos e/ou correctivos. O destino deve oferecer uma experiência turística de qualidade, de modo a satisfazer os turistas, contribuindo para a repetição da visita e a recomendação do destino e, paralelamente, deve estimular a adopção de práticas mais sustentáveis e influenciar o comportamento dos turistas, tendo em vista a protecção do ambiente e a preservação da identidade cultural da comunidade local.

Palavras-chave: turismo sustentável; teoria e análise dos *stakeholders*; percepções dos grupos de *stakeholders* em relação à sustentabilidade do turismo; planeamento, gestão e monitorização de um destino turístico; ilhas de pequena dimensão; Açores (Portugal).

SUSTAINABLE TOURISM IN SMALL ISLANDS: THE CASE STUDY OF THE AZORES

Ana Isabel Damião de Serpa Arruda Moniz

ABSTRACT

This thesis explores the conceptual and operational approaches to sustainable tourism, in particular its origins from sustainable development, the evolution of the term, the current conceptualisations and the methodological approaches in order to operationalize sustainable tourism in destinations.

Stakeholder analysis has been suggested as a valid methodology for identifying the multiple subjective opinions of those with a stake in tourism. It derives from stakeholder theory and has been applied to tourism as a planning and management tool in tourism destinations, in order to achieve sustainable tourism. The main purpose of this work is to illustrate the application of stakeholder analysis, which relies on stakeholder management theory, to the context of tourism studies.

The empirical study focuses on stakeholder groups' perceptions of sustainable tourism in the case of the Azores: an emerging tourism destination, formed by nine small islands, which is an autonomous region of Portugal and one of the seven ultra-peripheral regions of the European Union. The application of the research methodology involves interviewing three groups of destination stakeholders: tourism accommodation owners/managers, tourists and local residents.

It is argued that sustainable tourism requires the informed participation of all relevant stakeholders, as well as strong political leadership to ensure wide participation and consensus building. Achieving sustainable tourism is a continuous process and it requires constant monitoring of impacts, introducing the necessary preventive and/or corrective measures whenever necessary. Sustainable tourism should also maintain a high level of tourist satisfaction and ensure a meaningful experience to the tourists, raising their awareness about sustainability issues and promoting sustainable tourism practices amongst them, in order to promote environmental protection and to preserve host communities' identity and culture.

Keywords: sustainable tourism; stakeholder theory and analysis; stakeholder groups' perceptions of sustainable tourism; tourism destination planning, management and monitoring; small islands, Azores (Portugal).

Capítulo 1. INTRODUÇÃO

1.1 Tema e objectivos da investigação

Esta tese aborda a temática da sustentabilidade do turismo nas suas vertentes conceptuais e de operacionalização e aplica a metodologia da análise dos *stakeholders* ao estudo das percepções dos principais grupos interessados no turismo em relação à sustentabilidade do turismo no destino turístico Açores – um arquipélago de nove ilhas de pequena dimensão –, para ilustrar o contributo que as abordagens que advogam o envolvimento de todos os *stakeholders* do sector podem dar para a formulação de metas holísticas para o planeamento, a gestão e o marketing de um destino turístico.

A investigação desenvolve-se numa perspectiva transdisciplinar no âmbito das ciências económicas e empresariais.

O conceito de turismo sustentável começou a despertar interesse nos meios académicos de forma mais premente a partir da década de 80, quando se iniciou o debate político em torno do desenvolvimento sustentável, suscitando novas reflexões ao nível teórico e científico, embora se encontrem diversos trabalhos anteriores, que muito contribuíram para o aumento da consciência sobre estas questões (Mathieson e Wall, 1982; De Kadt, 1979).

A acesa discussão a respeito do significado e extensão do conceito deu origem a uma multiplicidade de abordagens na literatura, gerando, por vezes, alguma confusão. Contudo, a evolução que entretanto ocorreu nestas interpretações aponta para a existência de três dimensões básicas consensuais: a sustentabilidade económica, a sustentabilidade ambiental e a sustentabilidade sociocultural.

O paradigma da sustentabilidade não está, todavia, isento de críticas, subsistindo divergências e até algum cepticismo quanto às perspectivas da sua implementação prática, pelo que importa passar do debate para a acção, através da operacionalização do conceito, concebendo e testando metodologias para a sua aplicação ao nível das instalações e dos destinos turísticos.

Para que os destinos turísticos evoluam de acordo com os princípios de sustentabilidade, os organismos regionais e locais responsáveis pela sua gestão precisam de ter ao seu alcance novos instrumentos e informações que permitam, por um lado, fazer a avaliação do impacto das suas políticas e do cumprimento das metas de sustentabilidade do turismo e, por outro, tomar medidas preventivas ou correctivas, quando necessário.

Para implementar o conceito é preciso avaliar a sustentabilidade em estratégias e propostas de desenvolvimento, definindo critérios e indicadores que atendam às particularidades de cada destino turístico.

Apesar da literatura apresentar recomendações e técnicas para a prossecução deste desiderato tem havido uma incipiente investigação no domínio da operacionalização da sustentabilidade do turismo, nomeadamente no caso da Região Autónoma dos Açores – uma das sete regiões ultraperiféricas da União Europeia –, motivando, por isso, esta pesquisa.

O crescimento da procura turística e da capacidade de alojamento turístico, verificado a partir da década de 90, dá conta da dinâmica de expansão recente da actividade turística nesta região e justifica a sua escolha como caso de estudo, dando seguimento a anterior projecto de investigação desenvolvido pela autora conducente à dissertação de mestrado.

Nos últimos 30 anos, o desenvolvimento económico e social do arquipélago baseou-se no sector primário e nas agro-indústrias, levando a uma especialização crescente na produção de leite e de produtos lácteos. Porém, os limites ao crescimento impostos pelo sistema de quotas leiteiras vigente na União Europeia impeliram a região a orientar o investimento produtivo para novas áreas. A abundância e diversidade dos recursos naturais endógenos, bem como a riqueza do seu património histórico, arquitectónico e cultural tornaram evidente a emergência do turismo como alternativa estratégica para a satisfação dos seus objectivos de desenvolvimento.

No entanto, esta aposta no turismo obriga a uma reflexão crítica num contexto mais vasto de crescimento do sector à escala global, que, por sua vez, se concentra, em grande parte, em zonas costeiras e ilhas de pequena dimensão: por um lado, porque

factores como a dependência externa, a reduzida dimensão, o isolamento, a ultraperiferia e a fragilidade dos recursos endógenos têm sido frequentemente invocados para justificar o atraso ou a particular vulnerabilidade dos destinos turísticos insulares de pequena dimensão a choques ou flutuações externas, independentemente da fase do ciclo de vida em que se encontram; por outro lado, porque, num cenário de concorrência global, essas ilhas têm de competir com um leque muito variado de destinos, pelo que precisam de oferecer experiências turísticas singulares, que as diferenciem desses destinos. Deste modo, a competitividade aparece cada vez mais associada à sustentabilidade, com o argumento de que a competitividade sem sustentabilidade é ilusória. Esta é, pois, mais uma razão para justificar o estudo das percepções dos *stakeholders* do turismo em relação à sustentabilidade do sector na Região.

Com este trabalho pretende-se desenvolver e testar uma metodologia de operacionalização que permita integrar as preocupações e aspirações dos diversos *stakeholders* do turismo no processo de planeamento e de gestão, ao nível do destino turístico, bem como monitorizar as percepções desses grupos de interesse, ao longo do tempo, se for implementada numa base regular e periódica.

A investigação empírica consta da aplicação da metodologia da análise dos *stakeholders* através da elaboração e implementação de questionários por meio de entrevista directa, dirigidos a três grupos de interesse do sector – empresários do subsector do alojamento turístico, turistas e residentes –, bem como da apresentação, análise e interpretação dos respectivos resultados, com recurso a diversas técnicas de estatística univariada e multivariada.

Trata-se de um contributo original em termos do âmbito proposto para a investigação empírica, na medida em que a análise se estende a três grupos de interesse do sector – empresários, turistas e residentes – e não apenas a um, como tem sido habitual, procurando articular concepções teóricas gerais numa aplicação prática ao nível local.

Espera-se que os resultados deste estudo permitam delinear um conjunto de recomendações para melhorar as capacidades de diagnóstico e de aferição do progresso em direcção às metas de sustentabilidade do turismo na Região Autónoma dos Açores.

Enunciado o tema, a natureza geral do problema a estudar e a sua justificação, passa-se a indicar os objectivos gerais da investigação:

- a) Explorar os princípios de sustentabilidade que têm sido sugeridos na literatura para orientar as políticas do turismo tendo em vista a sustentabilidade;
- b) Desenvolver uma metodologia que permita integrar as percepções dos diversos grupos de interesse do sector turismo em relação à sustentabilidade do turismo com base na teoria e na análise dos *stakeholders*;
- c) Testar a aplicação dessa metodologia no caso do destino turístico Açores junto dos principais grupos de interesse do sector, avaliando as percepções dos empresários do subsector do alojamento turístico, turistas e residentes em relação à sustentabilidade do turismo na Região;
- d) Contribuir para inovar os processos de planeamento turístico e de gestão do turismo ao nível dos destinos turísticos em ilhas de pequena dimensão;
- e) Descrever as principais abordagens de operacionalização da sustentabilidade do turismo ao nível dos destinos turísticos, numa perspectiva de Marketing e de Gestão, nomeadamente de Gestão Estratégica;
- f) Examinar a evolução ocorrida nas diversas interpretações da noção de sustentabilidade do turismo, apresentando um quadro conceptual e metodológico para a sua compreensão;
- g) Investigar as origens do conceito de turismo sustentável;
- h) Rever as propostas que têm sido feitas para a definição do conceito de “turismo sustentável”.

1.2 Estrutura metodológica da tese

Esta tese insere-se no domínio científico das ciências económicas e empresariais, seguindo as recomendações metodológicas gerais da investigação no âmbito das ciências sociais e percorrendo as etapas tradicionais do método científico de pesquisa.

O relatório está organizado em oito capítulos. Neste primeiro capítulo, apresentou-se uma síntese do tema e dos objectivos da tese, do âmbito e da metodologia de investigação e da respectiva organização.

O segundo capítulo caracteriza as diferentes abordagens teóricas ao conceito de turismo sustentável, explorando a relação existente com o paradigma do desenvolvimento sustentável, que lhe deu origem, estabelecendo um quadro de referência sobre o contexto em que o turismo sustentável se desenvolveu, relacionando-o com o aparecimento das teorias do desenvolvimento do turismo e com a evolução histórica das abordagens à investigação no turismo.

O terceiro capítulo aborda o novo perfil do turismo e os desafios que se colocam à operacionalização do turismo sustentável, analisando os princípios que devem orientar a definição e a implementação de políticas e as abordagens de operacionalização da sustentabilidade do turismo ao nível dos destinos turísticos, numa óptica de Marketing e de Gestão, apresentando as recomendações e as técnicas que têm merecido maior relevo na literatura para a prossecução deste desiderato e fazendo menção das particularidades que podem assumir no caso de ilhas de pequena dimensão. Merece especial destaque a análise dos *stakeholders*, que se fundamenta na teoria dos *stakeholders*, largamente debatida no âmbito da literatura da Gestão, por se tratar da metodologia que serviu de suporte teórico à investigação empírica.

No quarto capítulo descreve-se a aplicação da análise dos *stakeholders* do turismo ao caso do destino turístico Açores, apresentando os objectivos gerais e a justificação da investigação empírica. Faz-se uma breve caracterização da Região Autónoma dos Açores e da evolução recente ocorrida na actividade turística. Expõe-se a metodologia da investigação empírica, abordando de forma detalhada os objectivos, questões da investigação, desenho do questionário e metodologia, associados ao estudo de cada um dos grupos em causa.

O quinto capítulo é dedicado à avaliação das percepções dos empresários do subsector do alojamento turístico em relação à sustentabilidade do turismo nos Açores através da apresentação, análise e interpretação dos dados recolhidos com o auxílio do questionário concebido para o efeito.

No sexto capítulo procede-se à avaliação da qualidade da experiência turística nos Açores, apresentando-se os resultados do questionário que foi implementado junto dos turistas, à saída da Região, com o propósito de determinar o nível de satisfação com a visita.

O sétimo capítulo avalia as opiniões, expectativas e percepções dos residentes dos Açores em relação ao papel que o turismo pode desempenhar na respectiva comunidade, tendo em vista o desenvolvimento sustentável da actividade turística na Região, utilizando os dados recolhidos através de um questionário efectuado aos residentes dos principais centros urbanos da Região: Ponta Delgada, Angra do Heroísmo e Horta.

No oitavo e último capítulo da tese é feita uma síntese final, apresentando as conclusões em resposta aos objectivos e questões da investigação, bem como recomendações sobre a forma de melhorar a competitividade dos destinos turísticos reconhecendo a importância da sustentabilidade para o seu sucesso a longo prazo, através da utilização de modelos e métodos que envolvam todos os *stakeholders* do sector no planeamento, gestão e monitorização do turismo.

Capítulo 2. TURISMO SUSTENTÁVEL: GÉNESE E EVOLUÇÃO DO CONCEITO

2.1 Introdução

Neste capítulo pretende-se dar conta do intenso debate a que tem sido sujeita a noção de turismo sustentável, atendendo à relação existente entre o conceito de turismo sustentável e o paradigma do desenvolvimento sustentável, que lhe deu origem. Começa-se por descrever a génese do conceito mais vasto de desenvolvimento sustentável, para se possa compreender o aparecimento da ideia de sustentabilidade no domínio do turismo. De seguida, apresentam-se algumas definições de turismo sustentável e o contributo de alguns autores no sentido de esclarecer o seu significado e conteúdo, de modo a ilustrar a evolução do debate e a complexidade e abrangência da noção de turismo sustentável. Após a exposição das diferentes abordagens à sustentabilidade do turismo, e a encerrar o capítulo, estabelece-se um quadro de referência sobre o contexto em que o turismo sustentável se desenvolveu, relacionando-o com o aparecimento das teorias do desenvolvimento do turismo e com a evolução histórica das abordagens à investigação no turismo.

2.2 Breve perspectiva histórica do conceito de desenvolvimento sustentável

O debate sobre o conceito de turismo sustentável é relativamente recente, tendo surgido com maior veemência no final da década de 80. No entanto, para conhecer as origens e compreender a evolução que entretanto ocorreu nas diversas abordagens ao conceito, é preciso atender, em primeiro lugar, ao conceito mais amplo de desenvolvimento sustentável, do qual decorre noção de sustentabilidade do turismo.

Encontram-se, na literatura, várias abordagens à génese do conceito de desenvolvimento sustentável e inúmeras propostas para a respectiva definição. Passa-se a transmitir, de forma relativamente sucinta, algumas das mais significativas, com o mero propósito de estabelecer as bases para a compreensão da noção de sustentabilidade, no âmbito do turismo, sem ter a pretensão de fazer uma revisão bibliográfica exaustiva sobre este tema.

De acordo com Swarbrooke (1999), constata-se que houve uma evolução no conceito de turismo sustentável e que, por conseguinte, o seu significado está sujeito a alterar-se, ao longo do tempo. Por essa razão, a noção de sustentabilidade do turismo não deve ser de tal modo rígida que não permita acompanhar as alterações que ocorrem no mundo, em geral, e nas atitudes da sociedade, em particular. Se procurarmos compreender as raízes da problemática do desenvolvimento sustentável, podemos verificar que houve uma alteração, ao longo do tempo, na natureza das preocupações das entidades públicas.

Embora a expressão “desenvolvimento sustentável” só tenha começado a ser empregue, explicitamente, nos últimos vinte e poucos anos, pode-se afirmar que as ideias que lhe estão subjacentes já presidiam às primeiras experiências de planeamento das cidades e vilas construídas pelos Romanos. Os sistemas agrícolas tradicionais também se baseavam no princípio da sustentabilidade. Nos tempos mais remotos, a agricultura era praticada de modo a preservar – e não a destruir – a capacidade produtiva do solo, permitindo dar a continuidade à produção, no longo prazo. Contudo, com o decorrer do tempo, as inovações tecnológicas e o aumento populacional levaram ao crescimento da indústria e da urbanização, trazendo profundas alterações económicas e sociais. O sector primário passou a ser fortemente pressionado, no sentido de maximizar a produção no curto prazo. Na Europa, os problemas causados por esta situação colocaram novos desafios, tanto ao sector público, como ao sector privado: a Revolução Industrial transformara a economia e a sociedade, mas também o ambiente natural. Para de algum modo controlar este processo de destruição da natureza e salvaguardar o futuro das cidades, desenvolveram-se sistemas de planeamento urbano e modelos de ordenamento do território, surgindo, nomeadamente, os primeiros espaços verdes, no coração das cidades industrializadas da Europa, nos finais do século XIX e princípios do século XX.

Swarbrooke (1999) prossegue, afirmando que foi, no entanto, após a II Guerra Mundial, que se deu um novo ímpeto a todas as formas de planeamento. Multiplicou-se a implementação de planos com o objectivo de explorar de forma sistemática os recursos económicos e sociais e de reduzir as disparidades entre as regiões, tendo em vista a criação de uma nova ordem mundial. No período compreendido entre 1945 e a década de 70, assistiu-se à introdução de legislação, no âmbito do planeamento, na maior parte dos Países Europeus e começou-se a desenvolver modelos de ordenamento do território. É

nesta panóplia de experiências de planeamento que o autor encontra as raízes do conceito de desenvolvimento sustentável – embora ainda não fosse definido como tal.

Dos problemas de desenvolvimento nos Países do Terceiro Mundo, na década de 60, as preocupações passaram a dirigir-se para o excesso de população e para a poluição nos Países Desenvolvidos, na década de 70 e para o aquecimento global do planeta, nos 80 e 90. No campo do turismo, a ideia associada àquilo que seria uma actividade turística sustentável também evoluiu, passando da preocupação com o ambiente e com as *green issues* (Swarbrooke, 1999: 44) para uma noção mais vasta de sustentabilidade do turismo, que integra as vertentes económica e sociocultural. Por esta razão, Swarbrooke (1999) defende que é provável que o enfoque atribuído à sustentabilidade do turismo seja muito diferente daqui a 10, 20 ou 30 anos.

Bramwell e Lane (1993) também manifestam um ponto de vista semelhante a este. Recordam que, após a II Grande Guerra, as Nações Desenvolvidas viveram uma era notável, de paz e prosperidade económica. Embora o mesmo não se tenha verificado no resto do Mundo, ainda assim alguns países beneficiaram com os processos de descolonização e de autodeterminação. De um modo geral, as economias locais e nacionais foram sendo crescentemente absorvidas num sistema global. A mudança e o crescimento económico passaram a ser objectivos comuns às populações e governos inseridos nesse sistema, dando suporte a modelos de crescimento, como os de Rostow (1960, citada por Bramwell e Lane, 1993) e Myrdal (1959, citada por Bramwell e Lane, 1993). Mas, a partir de meados da década de 60, os pactos de crescimento contínuo começam a ser questionados, devido à constatação de danos irreversíveis sobre o ambiente natural. Nasce o ambientalismo, nas suas mais variadas facções. Surgem grupos de pressão, como o Greenpeace e Friends of the Earth, ambos fundados em 1970.

A propósito desta questão do crescimento económico, Swarbrooke (1999) faz igualmente referência ao caso do Terceiro Mundo no contexto do pós-guerra. À medida que os países da Ásia e da África se tornaram independentes, e assumiram o compromisso de compensar o desfasamento existente em relação aos Países Desenvolvidos, alguns adoptaram políticas de exploração dos recursos naturais com vista a obter ganhos imediatos. A constatação de impactes negativos sobre o ambiente chamou a atenção

para a necessidade de se ter em conta uma perspectiva de longo prazo e de se conceber um desenvolvimento “mais sustentável” (Swarbrooke, 1999: 4).

Mas as denúncias prosseguiram e os Países Desenvolvidos não poderiam ficar isentos de críticas. A ênfase no materialismo e na “sociedade de consumo” estava a exigir demais dos recursos do planeta. Em 1960, o guru de marketing dos EUA, Vance Packard, publicou *The Waste Makers*, uma crítica à *throw-away society* (Packard, 1960, citada por Swarbrooke, 1999: 4). Certos observadores dirigiram o debate para a questão da intervenção estatal, alegando que o planeamento não era capaz de contribuir para o desenvolvimento sustentável. Defendiam que a interferência das autoridades causava uma distorção no funcionamento do mercado e que era necessário deixar o mercado funcionar livremente para se atingir o desenvolvimento sustentável – uma posição que teve pouco suporte, uma vez que se depreende da maior parte dos contributos que a intervenção pública e o planeamento são requisitos fundamentais para a sustentabilidade.

Embora se esteja a testemunhar uma preocupação crescente com a qualidade do ambiente – tanto ao nível global, como local –, deve-se referir que a degradação ambiental não é um fenómeno exclusivo do século XX. Janssen *et al.* (1995) referem que já o filósofo grego Platão, nas *Critias*, lamentara as alterações ocorridas na paisagem de Ática, comparando-a a “restos de um corpo destruído, do qual caíram as partes mais ricas, tendo restado apenas um mero esqueleto” (Janssen *et al.*, 1995: 88). Também em muitos outros países se observou uma erosão precoce do solo, devido às práticas agrícolas e da silvicultura, que afectaram a paisagem, ao longo dos tempos, desde as culturas nómadas à moderna agricultura de alta tecnologia. Desta forma se reconhece que os problemas ambientais estão intrinsecamente ligados à actividade humana.

Apesar de já terem uma longa história, e como acima se referiu, até ao princípio do século XX só ocorreram alterações ambientais relativamente modestas. Contudo, especialmente no período do pós-guerra, a capacidade humana de destruição do habitat do planeta aumentou significativamente, em parte, como resultado de inovações tecnológicas radicais (que levaram à produção de grandes quantidades de poluentes do ar, da água e do solo, incluindo muitos materiais tóxicos) e, em parte, devido ao aumento da população mundial (e subsequente aumento do consumo e dos padrões de mobilidade).

Janssen *et al.* (1995) referem que a constatação destes sérios impactes estimulou muitos cientistas sociais a procurar um desenvolvimento concertado entre a economia e a ecologia, a fim de se atingir um equilíbrio entre os sistemas naturais e socioeconómicos. Nesta perspectiva, passou-se a sugerir que o funcionamento de tais sistemas fosse estudado à luz da globalidade dos inputs materiais de todos os processos de produção e de consumo. O desenvolvimento de noções e de conceitos sistémicos, bem como de metodologias específicas, levou à autonomização de novas disciplinas, tais como a ecologia humana e a economia do ambiente, que pretendem estabelecer a ligação entre a economia e a ecologia: “assistiu-se a uma crescente consciencialização de que um desenvolvimento equilibrado não é só uma questão de *quantidade*, no presente, mas também de *qualidade*, no futuro” (Janssen *et al.*, 1995: 77, destaque dos autores).

É ponto assente que, nas últimas décadas, e por vários motivos, se constatou um aumento do interesse pela escassez dos recursos naturais e pela degradação ambiental. No entanto, apesar dos esforços que têm sido encetados por organismos públicos e privados, quer ao nível local, quer ao nível nacional e internacional, não tem sido possível assegurar uma trajectória de desenvolvimento que seja simultaneamente viável do ponto de vista económico e compatível com a preservação da qualidade do ambiente.

Hardy e Beeton (2001) defendem que o desenvolvimento sustentável emergiu como um paradigma da contradição, provavelmente aparente, entre o crescimento económico e a protecção do ambiente, ou, se quisermos, do confronto entre a teoria do desenvolvimento económico e o ambientalismo. A preocupação com a degradação ambiental culminou na realização da Conferência das Nações Unidas sobre o Ambiente Humano, em 1972 – também conhecida por Conferência de Estocolmo, por ter ocorrido nessa cidade –, inspirando legiões de ecologistas, desencadeando a criação de ministérios e agências de ambiente, e colocando o ambiente na ordem do dia, ao nível internacional. Na literatura, as abordagens precursoras do conceito de desenvolvimento sustentável focavam essencialmente o ambiente e a economia, de que são prova os desafios lançados pelas obras *The Limits to Growth* (Meadows *et al.*, 1972, citada por Hardy e Beeton, 2001) e *Ecological Principles for Economic Development* (Dasmann *et al.*, 1973, citada por Hardy e Beeton, 2001).

Um dos primeiros relatórios a falar abertamente sobre o conceito de desenvolvimento sustentável foi *World Conservation Strategy: Living Resource Conservation for Sustainable Development* (IUCN/UNEP/WWF, 1980), embora também o *Brandt Commission Report*, de 1980, tenha contribuído para a evolução deste conceito, por atribuir ênfase ao desenvolvimento económico e à protecção do ambiente.

Em 1983, é criada a Comissão Mundial para o Ambiente e o Desenvolvimento na Assembleia-geral das Nações Unidas. O agravamento dos problemas ambientais e a consciência da natureza global dos mesmos, bem como da interdependência entre as problemáticas do ambiente e do desenvolvimento, leva à criação desta comissão. Foi, contudo, com a publicação do relatório *Our Common Future* (*O Nosso Futuro Comum*) (WCED, 1987), preparado por esta comissão – e mais conhecido por Relatório Brundtland em homenagem à então primeira-ministra norueguesa e presidente da comissão –, que o conceito de “desenvolvimento sustentável” se tornou proeminente, exercendo influência sobre numerosas organizações, governamentais e não governamentais.

O Relatório Brundtland, ao sugerir uma forma de conciliar a protecção do ambiente com o desenvolvimento económico, foi o responsável pela definição de desenvolvimento sustentável até agora mais difundida em todo o mundo e que tem servido de ponto de partida para o debate nas mais diversas disciplinas: “Sustainable development is development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs” (WCED, 1987: 43).

De acordo com esta perspectiva, o desenvolvimento sustentável é um processo de satisfação das necessidades do presente que não compromete a capacidade das gerações futuras satisfazerem as suas próprias necessidades.

Tal como o próprio relatório avança, esta definição assenta em dois conceitos fundamentais (WCED, 1987: 43):

- O conceito de “necessidades” humanas, em particular as dos mais pobres, às quais deve ser dada prioridade de resolução;
- A ideia da existência de limitações, impostas pelo estado da tecnologia e pela organização social à capacidade do ambiente (do ecossistema global) satisfazer as necessidades do presente e do futuro.

Hunter e Green (1995), ao debruçarem-se sobre este relatório, afirmam que a Comissão Mundial para o Ambiente e Desenvolvimento (CMAD) encarou a satisfação das necessidades e aspirações humanas como o principal objectivo do desenvolvimento. Nos casos em que as necessidades básicas ainda não se encontram satisfeitas, o desenvolvimento sustentável implica que haja crescimento económico; no entanto, a posição já não é tão clara quanto ao cumprimento das aspirações em situações onde essas necessidades básicas já estão satisfeitas (por exemplo, melhoria do nível de vida, aumento das oportunidades de consumo, maior segurança, maiores oportunidades de férias, etc.): “If development implies economic growth, it is by no means certain that sustainable development requires economic growth in Developed Countries” (Hunter e Green, 1995: 53). Esta é uma das questões mais controversas sobre o desenvolvimento sustentável que está ainda por resolver. A Comissão Mundial afirma meramente que a oportunidade de satisfazer as aspirações por um melhor nível de vida deve ser garantida a toda a gente e que as necessidades percebidas já estão determinadas em termos sociais e culturais, pelo que o desenvolvimento sustentável requer a promoção de valores que fomentem consumos que sejam ecologicamente possíveis no longo prazo e aos quais toda a população mundial possa aspirar de forma razoável.

Na opinião de Hunter e Green (1995), esta visão certamente não exclui a contínua prossecução do crescimento económico nos Países Desenvolvidos. Isto explica a pronta adesão de muitos políticos ao conceito de desenvolvimento sustentável, pela aparente aceitação de que as preocupações ambientais não implicam o abandono do crescimento económico como desiderato político. Idêntico entusiasmo pode ser observado na resposta dada ao conceito de desenvolvimento sustentável por alguns organismos envolvidos na promoção do turismo (ETB *et al.*, 1992, citada por Hunter e Green, 1995). Munt (1992, citada por Hunter e Green, 1995), ao referir-se ao turismo e ao desenvolvimento sustentável nos Países em Desenvolvimento, afirma que a sustentabilidade tem sido aproveitada pela corrente política dominante como um conceito conveniente para assegurar um crescimento materialmente “sustentável”.

De acordo com o Relatório Brundtland (WCED, 1987), a satisfação das necessidades e aspirações humanas implica equidade ou justiça no acesso aos bens e na distribuição dos benefícios e custos do desenvolvimento. Esta equidade refere-se tanto à justiça

social actual (equidade intra-gerações), como à justiça entre as gerações presentes e futuras (equidade inter-gerações).

A outra ideia implícita no conceito de desenvolvimento sustentável proposto por este relatório – a da existência de limites – exige que se respeitem os limites de capacidade de sustentação do ecossistema global. Esses limites referem-se a recursos não renováveis, recursos renováveis e a serviços que o ambiente oferece gratuitamente (bens livres), tais como a assimilação de resíduos, a regulação climática, o ar e água limpos, os recursos alimentares, etc. Atendendo ao relatório, os limites variam em função do tipo de recursos. Os recursos renováveis, como espécies animais ou plantas, podem ser preservados para as gerações futuras se for assegurado o seu uso sustentável, ou seja, se o ritmo de utilização não exceder a sua capacidade de regeneração e crescimento natural (rendimento sustentável). No que toca ao ritmo de extracção dos recursos não renováveis, tais como combustíveis fósseis e minerais, estes não devem ser esgotados antes de se encontrar um substituto ou alternativa aceitável, enfatizando-se uma economia de uso eficiente, reutilização e reciclagem. Quanto aos sistemas de suporte da biosfera, como a atmosfera, a água, o solo, etc., a Comissão Mundial propõe que se minimizem os impactos sobre estes elementos, para assegurar as suas funções ambientais básicas, como por exemplo a manutenção da camada de ozono ou da temperatura do planeta.

O desenvolvimento sustentável deve ser entendido como um desígnio global a longo prazo. Isto pode ser depreendido da leitura das metas e dos princípios legais estabelecidos pela Comissão Mundial neste documento, e apresentados na tabela abaixo, bem como a partir da definição mais refinada do conceito, que é proposta, mais à frente, no mesmo relatório:

“a process of change in which the exploitation of resources, the direction of investments, the orientation of technological development, and institutional change are all in harmony and enhance both current and future potential to meet human needs and aspirations” (WCED, 1987: 46).

Tabela 2.1

Súmula das metas e princípios legais do desenvolvimento sustentável, propostas pela CMAD

<i>Metas</i>	<i>Princípios Legais</i>
• Um sistema político que assegure uma efectiva participação na tomada de decisão; • Um sistema económico que seja capaz de gerar excedentes e conhecimentos técnicos numa base auto-sustentada; • Um sistema social que forneça soluções para as tensões provocadas por um desenvolvimento não harmonioso; • Um sistema de produção que obedeça à obrigação de preservar a base ecológica para o desenvolvimento; • Um sistema tecnológico que procure continuamente novas soluções; • Um sistema internacional que busque padrões sustentáveis para as trocas comerciais e as finanças; • Um sistema administrativo que seja flexível e que tenha a capacidade de se auto-corrigir.	• Todos os seres humanos têm o direito fundamental de usufruir de um ambiente adequado à sua saúde e bem-estar; • As nações devem conservar e usar o ambiente e os recursos naturais para benefício das gerações presentes e futuras; • As nações devem manter os ecossistemas e os processos ecológicos essenciais para o funcionamento da biosfera, preservar a diversidade biológica e observar o princípio do rendimento sustentável óptimo na utilização dos recursos naturais vivos e dos ecossistemas; • As nações devem estabelecer padrões adequados de protecção do ambiente e monitorizar as alterações nele ocorridas e publicar os dados relevantes sobre a qualidade do ambiente e a utilização dos recursos; • As nações devem exigir a avaliação prévia do impacto ambiental de projectos que possam afectar significativamente o ambiente ou a utilização de recursos naturais; • As nações devem informar atempadamente todas as pessoas que possam vir a ser afectadas por uma actividade prevista e garantir igual acesso e conveniente tratamento em processos administrativos e judiciais; • As nações devem assegurar que a conservação seja tratada como parte integral do planeamento e implementação de actividades de desenvolvimento e fornecer assistência a outras nações, em especial a Países em Desenvolvimento, no suporte da protecção ambiental e desenvolvimento sustentável; • As nações devem cooperar de boa fé com outras nações na implementação dos direitos e obrigações precedentes.

Fonte: Adaptado de Hunter e Green (1995: 56)

Desde a publicação do Relatório Brundtland (WCED, 1987) tem havido inúmeras reflexões em torno do conceito de desenvolvimento sustentável, nomeadamente por ocasião da Cimeira do G-7 (Estados Unidos da América, Canadá, França, Alemanha, Grã-Bretanha, Itália e Japão), realizada em Paris, em 1989 (Brown, 1996), podendo

encontrar-se na literatura várias propostas para a sua definição (*cf.* listagem de definições proposta por Pearce *et al.*, 1989).

A partir deste relatório, Bramwell e Lane (1993) apontam quatro princípios básicos para a sustentabilidade:

- A existência de um processo holístico (global, abrangente) de planeamento e de formulação de estratégias;
- A importância da preservação dos processos ecológicos essenciais;
- A necessidade de protecção do património humano e da biodiversidade;
- O requisito chave: um desenvolvimento que permita que a produtividade seja sustentável no longo prazo, para as gerações futuras.

Estes autores avançam, ainda, que este relatório acrescentou um móbil poderoso ao debate da sustentabilidade: além de se procurar compatibilizar o crescimento económico com a protecção dos recursos naturais, apela-se à equidade social e à igualdade de oportunidades entre as nações. Ora, isto pressupõe um esforço de convergência entre os Países Pobres e os Países Ricos, para que o sistema global consiga ter estabilidade, a par da sustentabilidade.

De acordo com Murphy (1994), o Relatório Brundtland atribui um lugar de destaque ao conceito de desenvolvimento sustentável, promovendo-o como um automóvel para entrega, embora este não seja um conceito novo. Ao basear-se na antiga filosofia de que nós não herdamos a Terra dos nossos antepassados, mas antes a obtemos de empréstimo aos nossos filhos, pelo que se deve deixar algo para as gerações futuras, o Relatório oferece, contudo, uma perspectiva mais proactiva, fazendo apelo para que o crescimento económico seja mais compatível com o ambiente e promova maior equidade social.

Atendendo à interpretação efectuada ao conteúdo do referido relatório, o autor identifica as principais componentes do desenvolvimento sustentável, que constam da tabela seguinte (embora aqui não se tenham transcrito os extractos do texto original do relatório que foram apresentados pelo autor para ilustrar o seu raciocínio).

Tabela 2.2

Principais componentes do desenvolvimento sustentável

-
- Estabelecimento de limites ecológicos e de padrões mais equitativos;
 - Redistribuição da actividade económica e reafecção de recursos;
 - Controlo demográfico;
 - Conservação dos recursos básicos;
 - Acesso mais equitativo aos recursos e maior esforço tecnológico para uma utilização mais eficaz;
 - Estabelecimento de capacidades de carga e de níveis de rendimento sustentáveis;
 - Retenção dos recursos (não esgotamento dos recursos não renováveis);
 - Manutenção da biodiversidade;
 - Minimização de impactes adversos;
 - Participação/controlo da comunidade local;
 - Adopção de políticas ao nível global;
 - Viabilidade económica;
 - Qualidade ambiental;
 - Auditorias ambientais.
-

Fonte: Adaptado de Murphy (1994: 277).

Trata-se, indubitavelmente, de uma exposição que enfatiza o ambiente. Outros autores seguiram o mesmo caminho. Atente-se, por exemplo, na seguinte definição:

“Sustainable development, or growth, involves maximizing and optimally distributing the net benefits of economic development, so far as these can be achieved, while establishing and reaffirming the conditions of security under which the services and qualities of natural resources can be maintained, restored, or improved into the foreseeable future” (Pearce e Turner, 1990: 24, citada por Gartner, 1996: 507).

Como se pode constatar através destes e de outros exemplos, a interpretação do conceito de desenvolvimento sustentável começou por estar centrada em aspectos ligados essencialmente ao ambiente e aos recursos naturais: só mais tarde é que se alargou às preocupações socioeconómicas e culturais. Por esta razão, a dimensão ambiental tem sido frequentemente posta em relevo no debate sobre a sustentabilidade, mesmo no domínio do turismo, cabendo aos aspectos económicos e sociais um papel secundário.

Garrod e Fyall (1998) sublinham que a visão assumida pelo Relatório Brundtland foi a de que o desenvolvimento não estava simplesmente orientado para a eficiência económica, mas essencialmente relacionado com questões de justiça entre os indivíduos e grupos que formam a sociedade actual (a equidade intra-gerações) e de justiça entre a geração presente e as gerações futuras (a equidade inter-gerações). Na opinião destes autores, desde que o conceito de sustentabilidade se popularizou, no final da década de 80, tem-se utilizado indiscriminadamente o termo “desenvolvimento sustentável”: é frequente os responsáveis políticos falarem em desenvolvimento sustentável para se referirem à continuidade do crescimento económico a taxas iguais ou superiores às que se têm verificado nos últimos anos, o que pouco tem a ver com as implicações ambientais do crescimento ou com a equidade intra e inter-gerações implícitas na noção do referido relatório.

Mais recentemente, Dresner (2002) afirma que o emprego exacerbado da expressão nos meios políticos tem encorajado a suspeita, por parte de alguns ambientalistas, de que o desenvolvimento sustentável é um conceito sem qualquer significado ou conteúdo. A palavra sustentabilidade é utilizada nas mais variadas ocasiões, por diversos responsáveis, umas vezes enfatizando o desenvolvimento através do crescimento económico, outras, enfatizando a sustentabilidade através da protecção do ambiente. Certos ambientalistas chegam ao ponto de argumentar que o desenvolvimento sustentável é uma contradição de conceitos, meramente utilizados como uma capa para encobrir a destruição da natureza. De opinião contrária são alguns economistas, que estão convictos de que o desenvolvimento sustentável é demasiado cauteloso em relação ao futuro, conduzindo a potenciais sacrifícios ao crescimento económico devido à preocupação excessiva com a degradação dos recursos naturais. Os defensores do conceito, por seu turno, asseguram que a discórdia em relação ao conceito não implica desprovemento de conteúdo. Pelo contrário, trata-se de uma noção que pode ser sempre contestada, à semelhança dos ideais de liberdade ou de justiça, que são aceites pela maioria, mas em que se persiste no debate sobre a sua definição.

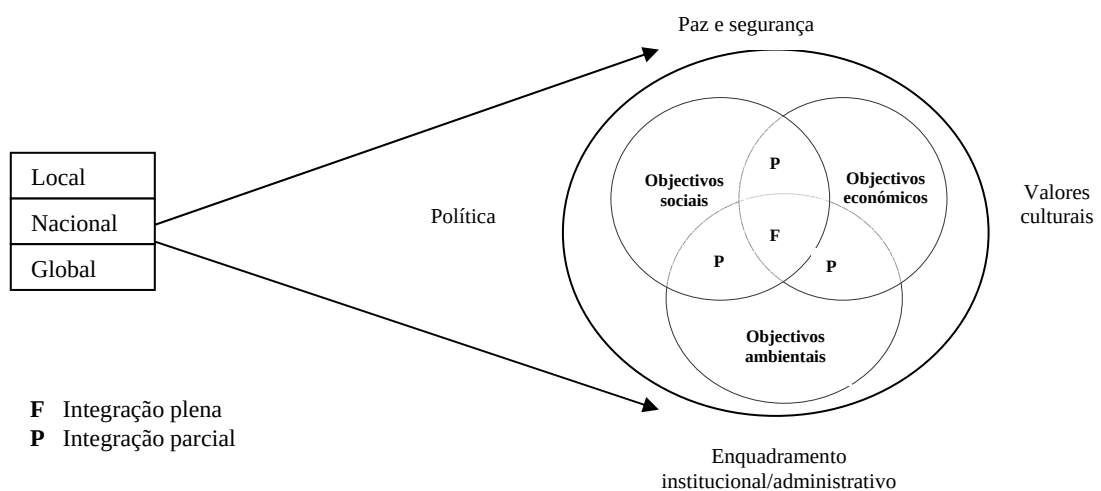
Debruçando-se, também, sobre o Relatório Brundtland, Croall (1995) chama a atenção para o facto deste não ter feito qualquer referência específica ao turismo: o relatório teve, antes, um impacte fulcral no debate sobre o modo como se utilizam os recursos do

planeta e sobre o papel que o turismo pode desempenhar neste processo, estabelecendo um elo entre o desenvolvimento e o turismo.

Uma das consequências mais importantes da publicação do Relatório Brundtland foi proporcionar a revisão da *World Conservation Strategy* (IUCN, 1980), dando origem a *Caring for the Earth: A Strategy for Sustainable Living* (IUCN/UNEP/WWF, 1991), uma estratégia mais elaborada, concebida para discussão no âmbito da Cimeira da Terra, em 1992. Este documento apresenta um conjunto de princípios para a integração prática das preocupações ambientais, económicas e sociais. Nele se afirma que o conceito de desenvolvimento sustentável pressupõe a complementaridade e interdependência dos objectivos económicos, sociais e ambientais no processo de desenvolvimento. Ainda de acordo com esta estratégia, o desenvolvimento sustentável implica alterações de política em vários sectores de actividade e maior coerência entre si. Envolve o estabelecimento de um equilíbrio entre os objectivos económicos, sociais e ambientais da sociedade – os três pilares do desenvolvimento sustentável – integrando-os, sempre que for possível, através de políticas e práticas mutuamente benéficas e prevendo *trade-offs*, no caso inverso.

Figura 2.1

Os sistemas do desenvolvimento sustentável



Fonte: Adaptado de Barbier (1987), por Dalal-Clayton *et al.* (1994), citada por OECD, (2002: 12).

Foi, no entanto, com a realização da Conferência das Nações Unidas sobre Ambiente e Desenvolvimento, em Junho de 1992 – também conhecida por Cimeira da Terra, Conferência do Planeta ou Cimeira do Rio, por ter decorrido na cidade brasileira do Rio de Janeiro –, que o conceito de desenvolvimento sustentável ganhou maior fama e projecção mundial. O princípio do desenvolvimento sustentável foi definitivamente reconhecido e aprofundado, passando a integrar a *Agenda 21* (UNCED, 1992): um programa extenso programa de acção, que visa assegurar a sustentabilidade futura do nosso planeta. Este documento, que compreende 40 capítulos e foi subscrito por um total de 179 países – entre eles a Comunidade Europeia e seus Estados-membros, onde se inclui Portugal –, contém um vasto elenco de recomendações a adoptar, à escala mundial, no domínio do ambiente e desenvolvimento.

Desde então, as autoridades nacionais de vários países têm procurado nortear a sua política de desenvolvimento de acordo com os princípios do desenvolvimento sustentável.

A OMT, reconhecendo igualmente a pertinência deste conceito, assume um compromisso no sentido de contribuir para a sua difusão, ao nível global, aplicando estes princípios em todos os seus estudos sobre planeamento e desenvolvimento do turismo, como iremos abordar com maior detalhe no próximo capítulo.

O interesse pelo desenvolvimento sustentável tem sido igualmente demonstrado perante a constatação de problemas ambientais graves do planeta, como a ameaça de destruição da camada de ozono, o esgotamento dos recursos energéticos ou o *smog* que afectou o Sudeste Asiático, no Outono de 1997 (Swarbrooke, 1999).

A aceitação generalizada do conceito de desenvolvimento sustentável pela maioria dos Países Ocidentais parece dever-se à oportunidade da sua introdução:

- Por um lado, coincidiu com a ocorrência de vários problemas de ordem científica, económica e ambiental, nomeadamente quando se verificou que as novas espécies de culturas agrícolas, de elevado rendimento, estavam a exigir grandes quantidades de pesticidas, herbicidas e de água, para se desenvolverem e resistir às doenças, não sendo capazes de proporcionar benefícios económicos aos Países Menos Desenvolvidos, tal como era esperado. O fracasso da implementação

destas políticas ambientais reforçou a necessidade de se introduzir uma nova abordagem global, para maior protecção do ambiente (Nitsch e Van Straaten, 1995);

- Por outro lado, o conceito desenvolveu-se numa conjuntura de ascensão do movimento ambientalista, em que a atenção estava centrada nos impactes ambientais do desenvolvimento, ocasionando intensos debates em torno da questão do próprio desenvolvimento (como, por exemplo, os casos de Fraser Island e Daintree, em Queensland, na Austrália e de Franklin River, na Tasmânia, também na Austrália, citados por Hardy e Beeton, 2001).

O reconhecimento deste conceito pode, assim, ser visto como uma expressão da crescente consciencialização ambiental que ocorreu no final da década de 80.

Outros autores afirmaram que a noção de desenvolvimento sustentável ganhou, desde logo, adeptos, porque não punha em causa – digamos, não rejeitava – o crescimento económico. Antes pelo contrário: assumia abertamente que o crescimento económico podia contribuir para o acréscimo da protecção ambiental, através do funcionamento dos mecanismos da economia de mercado (Wood, 1993, citada por Hardy e Beeton, 2001) – embora, como já anteriormente se tenha afirmado, esta posição seja discutível.

Apesar de toda a atenção que tem recebido, o conceito de desenvolvimento sustentável ainda carece de uma definição clara.

Driml (1996, citada por Hardy e Beeton, 2001) argumenta, no entanto, que esta noção já conquistou terreno pelo menos em duas vertentes: através do apoio e adesão que lhe tem sido revelada, em termos conceptuais, ao nível local, nacional e internacional e através do avanço teórico que tem proporcionado no decurso das tentativas de operacionalização do conceito, nomeadamente com a construção de indicadores de sustentabilidade.

Nitsch e Van Straaten (1995) sublinham que a aceitação do conceito de desenvolvimento sustentável não significa que esteja, na realidade, a ser transposto e implementado em todas as políticas nacionais e da União Europeia. Os autores referem que ninguém está contra o desenvolvimento sustentável e que o conceito até pode ser reco-

nhecido por qualquer indústria poluidora como ponto de partida para a consciencialização ambiental. No entanto realçam que, a partir do momento em que as autoridades manifestam a intenção de introduzir normas e padrões restritivos no âmbito de um determinado sector, então as opiniões já se alteram, com o argumento de que a posição económica do sector poluidor é demasiado importante para ser confrontada com normas ou regulamentos restritivos. Os autores chegam a citar diversos estudos onde se demonstra que os interesses económicos “instalados” são capazes de neutralizar a implementação de normas restritivas desta natureza.

Vejamos o que se passou em relação ao turismo.

De acordo com Hardy e Beeton (2001), no debate sobre a protecção do ambiente há sectores que são tradicionalmente apontados como os principais responsáveis pelos problemas ambientais, tais como a indústria do aço, as refinarias de petróleo, os transportes e a agricultura intensiva. Durante muito tempo, o turismo não era considerado como uma ameaça à natureza e ao ambiente. Contudo, este quadro alterou-se perante a evolução e dinâmica do sector. Verifica-se uma crescente consciencialização da existência de uma forte relação entre o turismo e a qualidade do ambiente.

Um dos resultados desta nova visão foi a transposição do conceito de desenvolvimento sustentável para os estudos do turismo (Briassoulis e Van der Straaten, 1992; Farrell e Runyan, 1991). Além disso, as autoridades começaram a reconhecer esta abordagem como um ponto de partida para a elaboração de políticas ambientais e económicas. Constitui exemplo o Relatório da Comissão Europeia e plano de acção relativo ao quinto programa de política e acção em matéria de ambiente e desenvolvimento sustentável, intitulado *Em Direcção a um Desenvolvimento Sustentável* (Comissão Europeia, 1997), no qual se definem como acções prioritárias a integração dos aspectos ambientais no sector do turismo, a protecção de áreas vulneráveis, a informação dos turistas e a gestão das correntes turísticas.

A exposição subsequente dedica-se a este último aspecto, descrevendo como o desenvolvimento sustentável foi transposto para o turismo, dando origem ao conceito de turismo sustentável.

2.3 Origens do conceito de turismo sustentável e sua consolidação recente

Certos autores defendem que a evolução do conceito de turismo sustentável se evidenciou na literatura mesmo antes do termo desenvolvimento sustentável ter sido oficialmente reconhecido.

Hardy *et al.* (2002) destacam, a este propósito, a expressão *new tourism* utilizada por Rosenow e Pulsipher (1979, citada por Hardy *et al.*, 2002: 481) como sinónimo de um tipo de turismo que, em simultâneo, contribui para a preservação das cidades, não excede as capacidades de carga, promove os valores ambientais e patrimoniais e educa os turistas; o modelo do Ciclo de Vida de um Destino Turístico apresentado por Butler (1980, citada por Hardy *et al.*, 2002); e os conceitos de capacidade de carga (Stankey, 1973; Tivy, 1973, citadas por Hardy *et al.*, 2002), que reflectem indirectamente o conceito de desenvolvimento sustentável.

No entanto, o debate sobre a sustentabilidade do turismo foi claramente influenciado pela evolução do conceito mais vasto de desenvolvimento sustentável, que, por esse motivo, mereceu a atenção dispensada na secção anterior deste capítulo. Pode-se dizer que decorreu, em paralelo, um processo similar, que levou à aceitação do conceito de turismo sustentável (Hunter e Green, 1995; Goodall e Stabler, 1994; Murphy, 1994; Bramwell e Lane, 1993; Inskeep, 1991).

Importa referir, antes de mais, a reflexão efectuada por Bramwell e Lane (1993) no Editorial do primeiro número da revista *Journal of Sustainable Tourism*, por ser pioneira na explicação e justificação da génese do conceito. Estes autores mencionam a obra *The Holiday Makers* (Krippendorf, 1987, citada por Bramwell e Lane, 1993) como tendo sido uma das primeiras a fazer referência ao conceito de turismo sustentável, ao alertar para os danos ambientais que ocorreram nos Alpes Suíços devido ao crescimento do turismo. Outro marco influente, na opinião destes autores, foi a publicação em Frankfurt de *Fuer einen andern Tourismus (Towards an Alternative Tourism)* (Krippendorf *et al.*, 1988, citada por Bramwell e Lane, 1993).

O debate depressa se alargou ao nível internacional. As actas da Conferência sobre o Desenvolvimento Sustentável, *Globe' 90*, realizada em Vancouver, no Canadá (*cf.*

Inskeep, 1991: 459-467), constituem prova do rápido alargamento dessas preocupações à América do Norte, como se irá dar conta na secção que aborda os princípios que têm sido invocados para a implementação do turismo sustentável.

De acordo com Bramwell e Lane (1993), a abordagem à sustentabilidade foi, por sua vez, transposta para o turismo tendo em vista reduzir as tensões criadas pela complexidade da interacção existente entre os agentes do sector do turismo, os visitantes, o ambiente e a comunidade local. Nesta perspectiva, a meta a alcançar com a sustentabilidade do turismo é a manutenção da viabilidade e da qualidade dos recursos naturais e humanos, no longo prazo. Esta noção não se opõe ao crescimento, mas implica o reconhecimento da existência de limites, que variam de local para local e consoante as práticas de gestão – uma opinião que já havia sido anteriormente manifestada por outros autores relativamente à problemática do crescimento económico e do futuro do planeta e que foi referida na secção anterior. Segundo os autores, deve-se assegurar que o desenvolvimento turístico seja sustentável, no longo prazo, e que contribua para sustentar as áreas onde ocorre, uma vez que o turismo foi, é e será, ainda, um sector de grande importância económica para muitas regiões. Acrescentam que a sustentabilidade do turismo deve ter em conta a satisfação dos visitantes, pois um visitante satisfeito preocupa-se com os lugares por onde passa e repete a visita, contribuindo para a continuidade do fenómeno, ao longo do tempo.

É de salientar que estes autores já haviam denunciado, neste Editorial, a ocorrência de uma evolução na interpretação do conceito de sustentabilidade do turismo, pois afirmam que, à medida que o debate em torno da sustentabilidade do turismo evoluiu, se passou da análise de impactes para a definição de orientações e códigos de conduta, a serem adoptados quer por parte das empresas, da população local e dos responsáveis pelo planeamento (ou seja, pelo lado da oferta turística), quer por parte dos próprios turistas (ou seja, pelo lado da procura turística) (Inskeep, 1991; Krippendorf, 1987, citadas por Bramwell e Lane, 1993). Os autores referem, a título de exemplo, uma série de iniciativas que têm sido encetadas neste sentido, tanto por parte de órgãos da administração pública nacional, regional e local, como por parte de organizações turísticas, empresas e comunidades locais. Também reconhecem que houve um alargamento do âmbito do debate, pois inicialmente estava centrado nos aspectos ambientais e passou a englobar também as questões económicas, sociais e culturais, bem como os aspectos

ligados ao poder e à equidade social (Hall, 1991; Urry, 1990; Crick, 1989; citadas por Bramwell e Lane, 1993).

Hunter e Green (1995) afirmam que, a partir dos anos 80, se registou um interesse crescente por formas de turismo alternativas ao turismo de massas tradicional e ao turismo urbano. Entre os factores responsáveis pelo êxito deste novo tipo de turismo os autores apontam os seguintes: uma maior consciência dos impactos ambientais do turismo, uma crescente procura de novas experiências turísticas por parte dos turistas, uma maior ênfase na integração de políticas de protecção ambiental e de desenvolvimento económico e uma preocupação acrescida da indústria turística com as tendências futuras do mercado. O termo “turismo alternativo” surge frequentemente na literatura como sinónimo de outros conceitos: “These terms include soft tourism, eco-tourism, green tourism, low-impact tourism, alternative tourism, nature tourism, gentle tourism, progressive tourism, responsible tourism, appropriate tourism and even sustainable tourism” (Himmetoglu, 1992; Mader, 1988; citadas por Hunter e Green, 1995: 79-80).

A profusão de termos que surgiu recentemente na literatura para aludir às novas formas de turismo tem levado a contrapor a noção de “turismo de massas” à de “turismo alternativo”.

Tabela 2.3

Atributos do turismo de massas e do turismo alternativo

	<i>Turismo de Massas</i>	<i>Turismo Alternativo</i>
Características gerais	Desenvolvimento rápido Maximiza Descontrolado De curto prazo Sectorial	Desenvolvimento lento Optimiza Controlado De longo prazo Holístico
Comportamento do turista	Grupos grandes Programa organizado Os turistas são dirigidos Acomodado e passivo Não aprende a língua Intrometido Barulhento	Viajantes individuais, famílias Decisões espontâneas Os turistas decidem Exigente e activo Aprende a língua Discreto Silencioso

Requisitos básicos	Forte sazonalidade das férias Empregados sem formação Clichés publicitários Oferta estandardizada	Férias repartidas Empregados com formação Educação do turista Oferta especializada
Estratégias de desenvolvimento	Não planeadas Orientadas por projectos Expansão das construções Investidores/operadores externos	Planeadas Orientadas por conceitos Recuperação de edifícios Investidores/operadores locais

Fonte: Adaptado de Himmetoglu (1992, citada por Hunter e Green, 1995: 81).

Contudo, os autores ressaltam que não se pode confundir “turismo alternativo” com “turismo sustentável”, embora o primeiro possa ser um meio para atingir o segundo. Referem que estas formas alternativas de turismo justificam-se, em larga medida, como uma oportunidade de negócio, tendo surgido devido à percepção da necessidade de se desenvolverem novas estratégias de marketing turístico, em resposta às alterações ocorridas nas necessidades e desejos dos consumidores. Nas palavras dos autores, aparentemente, está a surgir um novo tipo de turistas, com maior consciência ambiental e com interesse em estabelecer contacto com a natureza e com a cultura da comunidade visitada.

As características destes turistas apontam-se na tabela seguinte.

Tabela 2.4
Características dos “turistas alternativos”

▪ Procuram evitar os locais mais visitados; ▪ Querem conhecer lugares onde ainda ninguém foi; ▪ Buscam a aventura; ▪ Pretendem esquecer a civilização por algum tempo; ▪ Estabelecem maior contacto com a população residente; ▪ Procuram não utilizar as infra-estruturas turísticas; ▪ Obtêm mais informação antes e durante a viagem; ▪ Viajam sozinhos ou em pequenos grupos; ▪ Geralmente possuem instrução elevada; ▪ Auferem um rendimento acima da média; ▪ Tendem a permanecer mais tempo nos locais do que os turistas tradicionais.
--

Fonte: Adaptado de Laarman e Durst (1987, citada por Hunter e Green, 1995: 82).

Fullana e Ayuso (2002), por sua vez, salientam que algumas das expressões acima referidas, tais como turismo brando, turismo suave, turismo responsável ou turismo de baixo impacto, utilizam-se para indicar contraposição ao turismo de massas convencional, enquanto outras, como por exemplo ecoturismo ou turismo de aventura, servem para denominar actividades específicas de turismo.

Na tabela abaixo, encontram-se as definições dessas diferentes formas de turismo alternativo.

Tabela 2.5

Definição das diferentes formas de turismo alternativo

-
- *Turismo verde ou de natureza*: turismo cujo objectivo prioritário é visitar espaços naturais pouco ou nada humanizados;
 - *Ecoturismo ou turismo ecológico*: turismo cujo objectivo prioritário é visitar espaços naturais protegidos (parques naturais, parques nacionais, reservas, etc.) e conhecer a flora e fauna dos países ou lugares visitados;
 - *Turismo rural*: turismo cujo objectivo prioritário é visitar zonas rurais;
 - *Agroturismo*: alojamento de preço reduzido que é oferecido por empresas agrárias individuais (casas de campo, etc.);
 - *Turismo desportivo*: turismo cujo objectivo prioritário é a prática de algum desporto ao ar livre;
 - *Turismo de aventura*: turismo cujo objectivo prioritário é a prática de algum desporto ao ar livre com uma certa dose de risco;
 - *Turismo cultural*: turismo cujo objectivo prioritário é visitar os recursos históricos, arquitectónicos, artísticos e étnicos de uma zona.
-

Fonte: Adaptado de Del Reguero (1994, citada por Fullana e Ayuso, 2002: 40).

Ao identificar todos estes conceitos com a noção de “turismo alternativo”, desaparecem as especificidades de cada um. No entanto, apesar das diferenças, há uma base comum a todas estas alternativas no que respeita ao seu enfoque em relação ao desenvolvimento turístico. Perante o modelo de turismo tradicional, e havendo o risco de se perder o atractivo original com a massificação da oferta, o turismo alternativo pretende ser menos agressivo em relação ao ambiente e investir maiores esforços na preservação dos valores naturais e culturais dos destinos turísticos. Geralmente desenvolve-se em zonas naturais e espaços rurais pouco alterados e oferece um produto diversificado, que assenta num misto de natureza, aventura, tradição e cultura. A actividade turística desenvolve-se pela comunidade local, podendo estar ligada a outras acções de

conservação da natureza ou à exploração agrícola e tem o potencial de servir como instrumento de educação ambiental para residentes e visitantes (Fullana e Ayuso, 2002).

Mowforth e Munt (1998), ao reflectirem sobre as questões que se colocam ao desenvolvimento do turismo nos Países do Terceiro Mundo, atendendo ao fenómeno da globalização e ao desafio da sustentabilidade, tecem algumas considerações acerca do aparecimento do conceito de turismo sustentável. Afirmam que a emergência de novas formas de turismo, ao longo das décadas de 70 e 80, levou diversos autores a avançarem com a ideia de que a noção de turismo sustentável surgiu em resposta aos problemas causados pelo turismo de massas: degradação ambiental, perturbações ao nível social e cultural, aumento das desigualdades na distribuição da riqueza, adopção de atitudes paternalistas e até propagação de certas doenças (Lea, 1988; Hong, 1985; Krippendorf, 1984; Harrison, 1979; Bugnicourt, 1977; citadas por Mowforth e Munt, 1988). Outros factores têm sido igualmente apontados como responsáveis pela emergência de novas formas de turismo: o aumento da sofisticação nas escolhas de consumo dos turistas; as tendências sociais e económicas verificadas nos países emissores de turismo (Krippendorf, 1987, citada por Mowforth e Munt, 1998); a substituição da ética do trabalho pela ética do lazer (Butler, 1991, citada por Mowforth e Munt, 1998); as tendências pós-Fordistas da produção industrial e as influências culturais pós-modernistas. No entanto, embora não neguem a pertinência destes factores, os autores consideram desajustados os argumentos que associam o aparecimento de novas formas de turismo aos problemas decorrentes do turismo de massas. Os autores crêem, antes, que este surgimento se deve à continuidade “natural” do processo de colonialismo e de controlo (dos Países Desenvolvidos em relação ao Terceiro Mundo), mas agora assumindo contornos diferentes: as novas formas de turismo (*new tourism*) apareceram porque os operadores turísticos que dominam o mercado mundial tiveram de inventar uma nova legitimidade para a actividade que desenvolvem, invocando a utilização “sustentável” ou “racional” do ambiente, que passa a ser considerado como um bem a usufruir por aqueles que já estão em vantagem (os Países Desenvolvidos, onde se encontram os principais mercados emissores de turismo). Apesar da ironia desta justificação, os autores pretendem alertar para a abundância de formas de turismo que procuram aparentemente ofuscar os impactes negativos do turismo, proclamando ser alternativas, diferentes ou sustentáveis.

Mowforth e Munt (1998) apresentam a seguinte lista de termos que têm sido utilizados para descrever as novas formas de turismo.

Tabela 2.6

Terminologia das novas formas de turismo

▪ Academic tourism
▪ Adventure tourism
▪ Agro-tourism
▪ Alternative tourism
▪ Anthro-tourism
▪ Appropriate tourism
▪ Archaeo-tourism
▪ Contact tourism
▪ Cottage tourism
▪ Culture tourism
▪ Eco-tourism
▪ Ecological tourism
▪ Environmentally friendly tourism
▪ Ethnic tourism
▪ Green tourism
▪ Nature tourism
▪ Risk tourism
▪ Safari tourism
▪ Scientific tourism
▪ Soft tourism
▪ Sustainable tourism
▪ Trekking tourism
▪ Truck tourism
▪ Wilderness tourism
▪ Wildlife tourism

Fonte: Mowforth e Munt (1998: 100).

Outros autores têm criticado a falta de integridade da expressão *sustainable tourism*, proclamando que não traduz uma preocupação efectiva com a questão da sustentabilidade e sugerindo que a sua utilização não é mais do que um artifício de marketing, que pretende substituir a ideia de *sun, sand, sea and sex*, associada ao turismo de massas tradicional, por um novo conceito de turismo, dito sensível, sofisticado e pouco

intrusivo (Butcher, 1997; Wall, 1997; Wheeler, 1997; Driml, 1996; Cater e Lowman, 1994; citadas por Hardy e Beeton, 2001).

Com base no trabalho de diversos autores (Godfrey, 1996; Lane, 1990, 1989; Krippendorff, 1982; citadas por Swarbrooke, 1999), Swarbrooke apresenta o contraste entre “turismo sustentável” e “turismo não-sustentável”.

Tabela 2.7

Turismo sustentável versus turismo não-sustentável

<i>Turismo Sustentável</i>	<i>Turismo Não-sustentável</i>
<i>Conceitos gerais</i> Desenvolvimento lento Desenvolvimento controlado Escala apropriada De longo prazo Qualitativo De controlo local	Desenvolvimento rápido Desenvolvimento descontrolado Escala não apropriada De curto prazo Quantitativo De controlo remoto
<i>Estratégias de desenvolvimento</i> Planear antes de desenvolver Orientadas por conceitos Preocupação com a integração na paisagem Pressão e benefícios diluídos Agentes de desenvolvimento locais Emprego de residentes locais Arquitectura vernacular	Desenvolver sem planear Orientadas por projectos Concentração em pontos-chave Aumento da capacidade Agentes de desenvolvimento externos Importação de mão-de-obra Arquitectura não vernacular
<i>Comportamento dos turistas</i> De baixo valor Alguma preparação psicológica Aprende a língua local Cuidadoso e sensível Silencioso Repete a visita	De alto valor Pouca ou nenhuma preparação psicológica Não aprende a língua local Intensivo e insensível Barulhento Não repete a visita

Fonte: Adaptado de Swarbrooke (1999: 15).

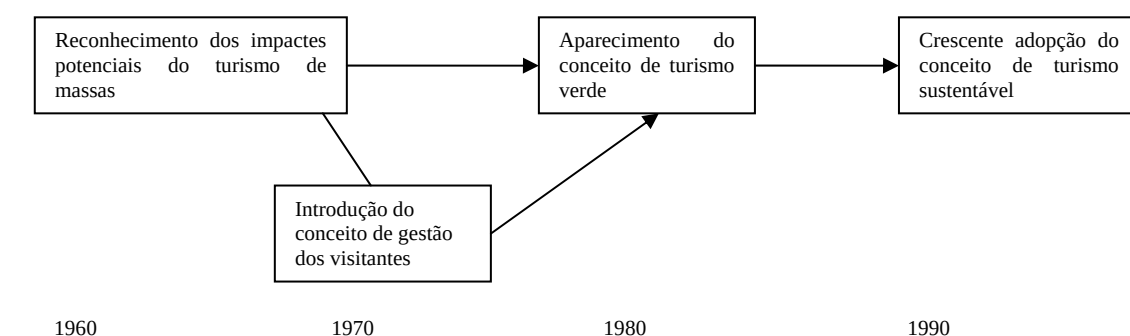
De acordo com o autor, esta abordagem inclui o turista na equação, algo que falha em muitas definições e abordagens à sustentabilidade do turismo. Por outro lado, polariza o debate, dando a entender que só existem formas de turismo sustentável (bom) e não

sustentável (mau), o que não acontece na realidade. Contudo, a tabela é útil porque resume as principais linhas de pensamento do debate.

Swarbrooke (1999) ilustra as origens do conceito de turismo sustentável recorrendo à seguinte representação esquemática.

Figura 2.2

A evolução cronológica do conceito de sustentabilidade do turismo



Fonte: Adaptado de Swarbrooke (1999: 8).

- Década de 60: Reconhecimento dos impactos potenciais do turismo de massas
- Década de 70: Introdução do conceito de gestão dos visitantes
- Década de 80: Aparecimento do conceito de turismo verde (*green tourism*)
- Década de 90: Crescente adopção do conceito de turismo sustentável (*sustainable tourism*).

O autor começa por apontar um conjunto de obras que, na sua opinião, contribuíram para o aparecimento do conceito de turismo sustentável, ao denunciarem, pela primeira vez, os impactos da explosão da actividade turística à escala mundial.

Tabela 2.8

Obras precursoras do conceito de turismo sustentável

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ O relatório de Michael Dower, <i>Fourth Wave – The Challenge of Leisure</i>, publicado em 1968, que alertou a sociedade para o impacto potencial do crescimento massivo e eminente dos tempos livres e das actividades de lazer; ▪ O livro de Young, <i>Tourism: Blessing or Blight?</i> publicado em 1973, que também chamou a atenção para os potenciais impactos negativos do turismo; |
|--|

- A obra *Tourism: Passport to Development?* publicada em 1979, por De Kadt, que discutiu o papel do turismo na economia dos Países em Desenvolvimento;
- A influente obra de Mathieson e Wall, *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*, que surgiu em 1982 e que se debruçou sobre os impactes do turismo ao nível económico, social e ambiental, em várias áreas geográficas;
- O livro de Peter Murphy, *Tourism: A Community Approach*, publicado em 1985, que fez a primeira abordagem ao estudo da relação entre o turismo e a comunidade local;
- O trabalho do investigador suíço Jost Krippendorf, *The Holiday Makers*, publicado em 1987, que abordou o turismo e os seus impactes, mas, neste caso, na perspectiva dos turistas;
- *The Good Tourist*, de Wood e House, publicada em 1991, que pretendeu influenciar o comportamento dos turistas, tornando-os mais conscientes dos impactes provocados por algumas formas de turismo;
- *Holidays that Don't Cost the Earth*, de Elkington e Hailes, publicada em 1992, que também teve a intenção de persuadir os turistas para a adopção de um comportamento mais responsável.

Fonte: Adaptado de Swarbrooke (1999: 8-9).

Refere, igualmente, que, à medida que se foram constatando impactes menos desejáveis decorrentes da massificação do turismo, surgiram iniciativas esporádicas para controlar o número de visitantes. No entanto, na maior parte dos casos, esses esforços desencadearam-se em locais onde se verificavam situações alarmantes, às quais era necessário acudir no curto prazo, pelo que revestiam uma natureza pontual e uma escala reduzida, não tendo por objectivo alterar a natureza do turismo como um todo.

Os termos “turismo sustentável” (*sustainable tourism*) e “desenvolvimento sustentável do turismo” (*sustainable tourism development*) aparecem pela primeira vez no final da década de 80, na sequência da rápida adopção no vocabulário da expressão “desenvolvimento sustentável” (*sustainable development*), após a publicação do Relatório Brundtland (WCED, 1987). No entanto, nessa altura, estavam mais vulgarizadas expressões como *green issues* e *green tourism*, ao ponto de se ter escolhido para tema de uma importante conferência que se realizou em Leeds (Reino Unido), em 1990, *Shades of Green*, dando a entender que poderia haver várias tonalidades de verde, ou seja, vários tipos de turismo, mais ou menos sustentáveis (Swarbrooke, 1999: 9). A utilização do termo *green tourism* reflecte o aumento da consciencialização ambiental, que também se revelou através da ascensão das *green politics* em países como o Reino Unido, a Alemanha e a França. O conceito de *green tourism* passa a estar associado à ideia da redução de custos e maximização de benefícios ambientais do turismo,

exercendo grande influência junto dos círculos de poder político, de que é exemplo a publicação, em 1991, pelo English Tourist Board de *Tourism and the Environment: Maintaining the Balance* (Swarbrooke, 1999: 9) – um conjunto de directrizes para o desenvolvimento de uma actividade turística mais compatível com o ambiente.

A partir do início dos anos 90, o termo “turismo sustentável” (*sustainable tourism*) passa a ser utilizado com maior frequência. O conceito começa, então, a consolidar-se, procurando transpor-se as implicações do Relatório Brundtland (WCED, 1987) para o sector do turismo. O debate centra-se na adopção de uma abordagem holística ao desenvolvimento, atendendo à manutenção da produtividade no longo prazo e à preservação dos ecossistemas, da biodiversidade e dos sistemas de suporte à vida, em benefício das gerações actuais e futuras e respeitando os princípios de equidade e igualdade de oportunidades entre nações.

Em resposta a estes reptos, a OMT patrocina estudos, prepara publicações e realiza seminários e conferências, em várias regiões do mundo, para aumentar a consciencialização e encorajar a implementação deste conceito – como se irá dar conta, com maior detalhe, no capítulo dedicado às abordagens de operacionalização. Recomenda-se a utilização de uma abordagem integrada ao planeamento e desenvolvimento de novos projectos turísticos, por parte de governos e de empresários do sector, como forma de garantir um desenvolvimento sustentável dos *resorts* ou destinos a que respeitam (WTO, 1992). Defende-se a preservação dos valores e recursos naturais, no presente, para que possam ser desfrutados pelas gerações futuras. Reconhece-se os princípios básicos do desenvolvimento sustentável (WTO, 1993).

Tabela 2.9

Princípios básicos do desenvolvimento sustentável, de acordo com a OMT

-
- *A sustentabilidade ecológica*, que assegura que o desenvolvimento seja compatível com a manutenção dos processos ecológicos essenciais, a diversidade biológica e os recursos biológicos;
 - *A sustentabilidade social e cultural*, que assegura que o desenvolvimento permita aumentar o controlo da população sobre a sua própria vida, que seja compatível com a cultura e os valores locais e que mantenha e reforce a identidade cultural;
 - *A sustentabilidade económica*, que assegura que o desenvolvimento seja economicamente eficiente e que a gestão dos recursos permita a sua utilização pelas gerações futuras.
-

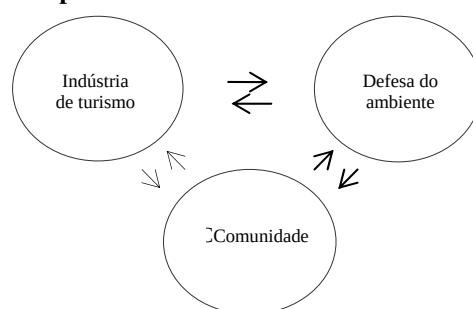
Fonte: Adaptado de WTO (1993: 10).

A abordagem ao turismo passa a ter em conta a comunidade receptora, quer em termos da distribuição dos benefícios económicos, quer da participação no processo de desenvolvimento local. O turismo sustentável define-se como um modelo de desenvolvimento económico que permite melhorar a qualidade de vida da população local, oferecer uma experiência de qualidade ao visitante e manter a qualidade do ambiente, do qual depende a comunidade local e o turismo (WTO, 1993: 11).

O turismo sustentável distingue-se do turismo tradicional, pondo em relevo a interdependência que deve existir entre todos os grupos presentes no sistema de turismo: os turistas e os agentes privados do sector (fornecedores de equipamentos e serviços turísticos), as entidades que se ocupam da protecção do ambiente e os residentes e seus representantes, que pretendem a melhoria da qualidade de vida para a sua comunidade.

Figura 2.3

Parceiros para o desenvolvimento turístico sustentável



TURISMO OLD STYLE



TURISMO SUSTENTÁVEL

Fonte: Adaptado de WTO (1993: 17).

O compromisso com a sustentabilidade e com o turismo sustentável cresce à escala internacional. Os princípios da *Agenda 21* (UNCED, 1992) são aplicados ao turismo (WTO, 1995). O Conselho Mundial de Viagens e de Turismo estabelece um conjunto de

orientações ambientais para empresas e departamentos governamentais (WTTC, 1991) com base nos princípios da “Carta Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável” (ICC, 1991). Surgem recomendações, à escala nacional e regional, da parte de organizações governamentais e associações empresariais (UNEP/IE, 1995). A ênfase coloca-se na protecção do ambiente e nos impactes ambientais do turismo. Aparecem as primeiras orientações para as empresas do sector, visando a implementação de práticas ambientais adequadas, embora ainda circunscritas a determinados subsectores, como é o caso da iniciativa para a hotelaria *International Hotels Environment Initiative* (1993), ou baseadas em estudos de casos isolados (Goodall, 1994; Wight, 1994).

Com a aprovação, em 1995, do relatório intitulado *O Papel da União em Matéria de Turismo – Livro Verde da Comissão*, assinala-se um novo marco histórico neste processo: a União Europeia reconhece definitivamente o turismo como “um domínio importante para a concretização do desenvolvimento sustentável” (Comissão das Comunidades Europeias, 1995: 17), assumindo responsabilidades nesse sentido:

“O papel da Comunidade poderia exercer-se através da realização de acções experimentais para estimular o desenvolvimento sustentável do turismo, na tripla perspectiva de melhoria do bem-estar do turista, de protecção e valorização do património e de promoção do crescimento e da competitividade das empresas” (Comissão das Comunidades Europeias, 1995: 18).

A Comunidade compromete-se, ainda, neste Livro Verde a:

“...contribuir com um valor acrescentado, disponibilizando factores úteis ao desenvolvimento do turismo, como sejam a criação ou adaptação de infra-estruturas, a valorização dos recursos humanos empregues, a protecção e valorização do ambiente, assim como a experimentação e a divulgação de produtos turísticos novos ou diversificados” (Comissão das Comunidades Europeias, 1995: 19).

Os princípios básicos do desenvolvimento sustentável são explicitamente transpostos para o domínio do turismo.

Tabela 2.10

Metas e características do turismo sustentável

Metas

- Melhorar a qualidade de vida das comunidades receptoras;
- Preservar a equidade inter e intra-gerações;
- Proteger a qualidade do ambiente preservando a biodiversidade e os ecossistemas;
- Assegurar a integridade cultural e a coesão social das comunidades;
- Oferecer uma experiência de qualidade aos visitantes.

Características

- Preocupação com a qualidade da experiência de visita;
- Preocupação com a equidade social e o envolvimento da comunidade, atendendo às necessidades dos residentes;
- Preocupação com o emprego da população local e a participação pública no processo de planeamento e de tomada de decisão;
- Preocupação com os limites de capacidade de utilização dos recursos – o que inclui a minimização de impactes e a utilização de sistemas de racionalização energética e de gestão de resíduos e reciclagem;
- Preocupação com a manutenção das oportunidades recreativas, educativas e culturais inter e intra-gerações;
- Preocupação em desenvolver actividades e projectos que reflectam e respeitem as características e os traços distintivos de cada região;
- Preocupação em dar a conhecer o valor da região aos seus visitantes, encorajando-os para a protecção do ambiente e o respeito pela comunidade receptora;
- Preocupação em não comprometer a sustentabilidade de outras indústrias ou actividades económicas existentes;
- Preocupação com a integração do turismo nos planos ao nível local, regional e nacional.

Fonte: Adaptado de Gee e Fayos-Solá (1997: 255)

Sugere-se um “triângulo mágico” de conceitos, que integram a eficácia económica, a equidade social e a sustentabilidade ambiental (OMT, 1998a).

Tabela 2.11

Os três pilares da sustentabilidade do turismo, propostos pela OMT

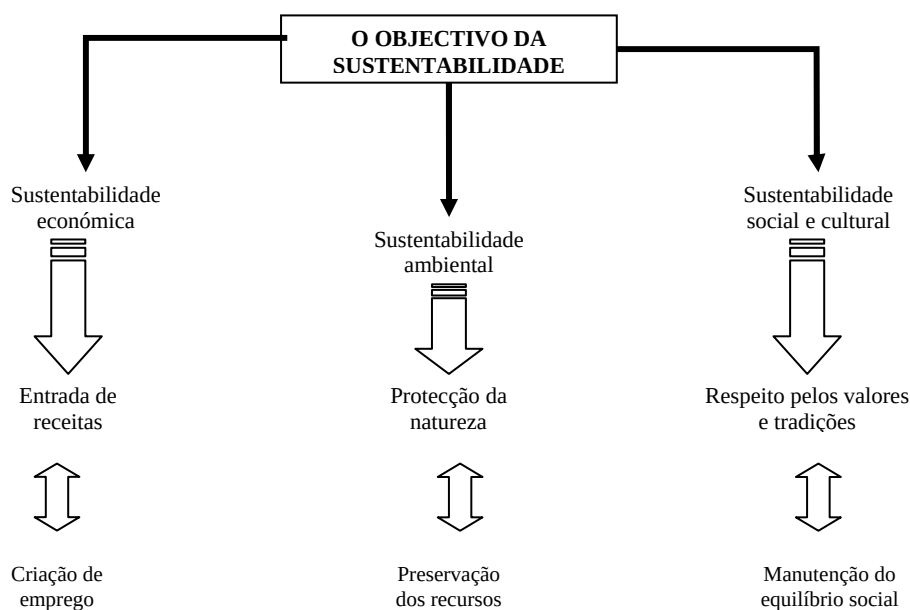
-
- *A eficácia económica* implica que o turismo deve ser, antes de mais, uma actividade geradora de rendimento económico para a sociedade e criadora de emprego digno e, se possível, qualificado. A eficácia económica, em termos sociais, não só pressupõe a rentabilidade empresarial e a obtenção de benefícios pelos privados, mas também a reactivação económica e o aumento dos níveis de bem-estar da comunidade em geral.

- A *equidade social* pressupõe que o turismo deve gerar uma distribuição equitativa de custos e de benefícios. O processo de desenvolvimento turístico não é equilibrado se provocar o aumento das assimetrias sociais e económicas dentro da comunidade ou se produzir benefícios excessivos para determinados grupos sociais ou territórios, à custa da marginalização ou empobrecimento de outros.
- A *sustentabilidade ambiental* implica a conservação e o respeito pelos recursos e valores naturais, que são a base do turismo e cuja existência futura deve ser garantida, para a própria sustentação da actividade e para assegurar o desfrute do ambiente por parte das gerações vindouras.

Fonte: Adaptado de OMT (1998a: 17).

A sustentabilidade passa a ser encarada como um conceito complexo e abrangente, que agrega diversas pretensões e perspectivas de análise.

Figura 2.4
Os três pilares da sustentabilidade



Fonte: Adaptado de OMT (1998a: 19).

Para além da dimensão ambiental, atende-se à vertente económica e à vertente sociocultural. No que toca à *sustentabilidade económica* dos destinos e produtos turísticos, sublinha-se que a meta a atingir não deve ser a rentabilidade imediata das operações, mas a consolidação produtiva e social, de modo que possam dar um contributo para o desenvolvimento duradouro. Quanto à *sustentabilidade social e*

cultural, entende-se que a preservação da autenticidade das tradições e dos valores sociais e culturais constitui a garantia de sucesso da actividade turística (OMT, 1998a).

Evidencia-se, na literatura mais recente, um certo consenso em torno destas três dimensões da sustentabilidade do turismo (Swarbrooke, 1999; Mowforth e Munt, 1998).

Na Cimeira Mundial de Joanesburgo (<http://dossiers.publico.pt/>), realizada em 2002, reaprecia-se o progresso em direcção ao desenvolvimento sustentável e reafirma-se o compromisso global para com a sustentabilidade: o desenvolvimento económico, o desenvolvimento social e a protecção ambiental são reconhecidos como os três pilares fundamentais do desenvolvimento sustentável. Fazendo referência às recomendações constantes da *Agenda 21* (UNCED, 1992), que resultou da primeira conferência, adopta-se um novo Plano de Acção, onde se apontam as formas de conciliar o crescimento económico, a luta contra a pobreza e o desenvolvimento do terceiro mundo com a preservação ambiental do planeta. Neste documento fazem-se várias alusões ao desenvolvimento do turismo sustentável e do ecoturismo, quer como uma forma de proteger os recursos naturais, que se consideram basilares para o desenvolvimento económico e social, quer para promover o desenvolvimento sustentável em pequenos estados insulares e em vários Países do Continente Africano.

O conceito de turismo sustentável encontra-se, assim, consolidado no início de um Novo Milénio.

Para concluir esta secção, acrescente-se que, apesar do reconhecimento generalizado do papel que o turismo pode desempenhar no desenvolvimento sustentável, ao nível nacional, regional e local, o processo de evolução do conceito de turismo sustentável e das respectivas interpretações não tem sido pacífico, como se pretende dar conta nas secções seguintes. Pode-se, no entanto, constatar que ambos os conceitos, mesmo com limites conceptuais eventualmente pouco nítidos, e estando sujeitos a críticas e a algum cepticismo sobre o seu real valor prático, têm despertado a atenção de académicos e práticos, em todo o mundo, proporcionando a reflexão em torno de diferentes abordagens teóricas que pretendem viabilizar a sua operacionalização – tema que será abordado em capítulo posterior.

2.4 O debate em torno do significado e âmbito do conceito de turismo sustentável

A valorização do imperativo da sustentabilidade, na esfera do turismo, tem levado a uma acesa discussão sobre o significado e a extensão do conceito de turismo sustentável. A multiplicidade de abordagens de que tem sido alvo na literatura dos últimos quinze anos não tem favorecido o consenso em torno de uma ideia. Acresce o facto das diferentes interpretações por vezes entrarem em conflito, contribuindo para o aumento da complexidade do debate e levando alguns autores a afirmar em tom irónico, depreciativo, ou até fatalista que o turismo sustentável nunca irá passar de uma mera retórica.

Nesta secção pretende-se dar conta da reflexão que tem sido efectuada neste domínio, apresentando algumas propostas de definição e tentativas de esclarecimento do conceito, dos aspectos que integra e dos interesses que envolve, realçando certas opiniões e visões divergentes, bem como algumas tentativas de enquadramento das diversas interpretações que têm sido feitas, à luz de determinados critérios. Ressalta da exposição a preocupação de se operacionalizar o conceito, ou seja, de se passar da teoria à prática, tema que será abordado com maior detalhe no próximo capítulo.

Começa-se por referir a posição de McKercher (1993). Embora haja, na opinião deste autor, extensa literatura a documentar os impactes sociais, culturais e ambientais do turismo, poucas têm sido as tentativas de explicar as razões subjacentes à ocorrência destes potenciais impactes adversos. O autor é, assim, um dos primeiros a dar um contributo para a compreensão do conceito de turismo sustentável, numa perspectiva de economia do turismo, ao elencar oito realidades estruturais ou “verdades fundamentais” que estão associadas a todos os tipos de desenvolvimento do turismo (ver Tabela 2.12). De acordo com o autor, a severidade destes impactes pode ser, em muitos casos, minimizada através do reconhecimento e da compreensão destas “verdades” e das suas implicações sobre a comunidade e o ambiente da região receptora, desempenhando um papel fundamental na definição de políticas para a sustentabilidade do turismo. Contudo, a influência destas “verdades” sobre a comunidade e o ambiente da região receptora nem sempre é uniforme, pois certas actividades turísticas tenderão a ampliar alguns factores e a reduzir a influência de outros. Do mesmo modo, a comunidade e o ambiente da região receptora variam na sua susceptibilidade aos impactes do turismo.

Factores como a distância cultural (McIntosh e Goeldner, 1990, citada por McKercher, 1993) e a maleabilidade ambiental (Hendee, Stankey e Lucas, 1978, citada por McKercher, 1993) podem influenciar o nível pelo qual algumas “verdades” afectam os impactes. De forma similar, é possível preparar a comunidade e o ambiente da região receptora para se tornarem mais resistentes aos impactes adversos.

Tabela 2.12

Algumas “verdades fundamentais” sobre o turismo

-
- Como actividade industrial, o turismo consome recursos, produz resíduos e necessita de infra-estruturas específicas;
 - Como consumidor de recursos, o turismo pode levar à sobre-utilização de recursos;
 - O turismo, como actividade dependente de recursos, tem de competir por recursos escassos para assegurar a sua sobrevivência;
 - O turismo é uma actividade dominada pelo sector privado, com decisões de investimento baseadas predominantemente na maximização do lucro;
 - O turismo é uma actividade multifacetada e, como tal, é quase impossível de controlar;
 - Os turistas são consumidores, não antropologistas;
 - O turismo é entretenimento;
 - Ao contrário de outras actividades industriais, o turismo gera rendimento importando clientes em vez de exportar o seu produto.
-

Fonte: Adaptado de McKercher (1993: 7).

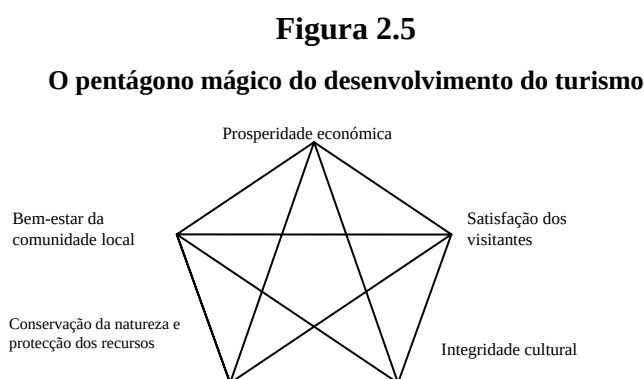
Para que o turismo sustentável possa ocorrer, o autor recomenda que se integre a actividade com todas as outras que se desenvolvam na região receptora, recorrendo à compreensão alargada destas “verdades”, que permite, por sua vez, a determinação e consideração dos custos e benefícios do turismo em toda a sua amplitude.

Nelson (1993), na Introdução à obra *Tourism and Sustainable Development: Monitoring, Planning, Managing*, questiona o significado e a possibilidade de se distinguirem claramente, em termos de planeamento e implementação, os conceitos de “turismo”, “turismo de aventura”, “ecoturismo”, “turismo alternativo”, “turismo de massas”, “turismo responsável” e “turismo sustentável”. Manifesta a dúvida: “Is sustainable tourism the same as tourism and sustainable development?” (Nelson, 1993: 3-4). O autor opta por não responder, alegando que existem tantas concepções sobre o desenvolvimento sustentável, quantas as que há sobre a própria noção de desenvolvimento. Prossegue, referindo como exemplo as expressões “desenvolvimento”, “desen-

volvimento económico”, “desenvolvimento social”, “desenvolvimento da comunidade”, “eco-desenvolvimento”, “desenvolvimento sustentável” e deixa a seguinte pergunta no ar: “Are the definitions and concepts of tourism and development to remain as a discordant and unreconciled set of thoughts and actions which will not be tied together into some generally more harmonious and lasting whole?” (Nelson, 1993: 4).

Müller (1994) afirma que há um apelo generalizado para o turismo sustentável ou ambientalmente e socialmente compatível, mas, contudo, sempre que a questão é trazida a debate, torna-se evidente que há várias interpretações do conceito, correndo-se o risco de se tornar num cliché sem conteúdo: “sustainable tourism runs the risk of becoming just an empty cliché” (Müller, 1994: 131). O autor solidariza-se, desta forma, com todos aqueles que defendem que é necessário haver uma “mudança de rumo”, devido aos impactes nefastos que a maior parte das actividades económicas tem provocado sobre o ambiente natural. Na sua opinião, a negligência de certos aspectos fundamentais – que o autor aponta como sendo os limites psicológicos e naturais, a complexidade das relações existentes, os desfasamentos temporais e o período de assimilação (Müller, 1994: 132) –, tem colocado o turismo numa situação muito delicada, que justifica, em grande parte, esta mobilização para o desenvolvimento de uma actividade compatível com o ambiente e com a sociedade. O autor sugere o prosseguimento de uma estratégia de “crescimento qualitativo”, entendido como uma melhoria da qualidade de vida através de uma menor utilização de recursos não renováveis e da imposição de um menor stress sobre o ambiente e a comunidade.

Para ilustrar o seu raciocínio, apresenta um “pentágono mágico”, cujos vértices são a prosperidade económica, o bem-estar da comunidade local, a conservação da natureza e a protecção dos recursos, a integridade cultural e a satisfação dos visitantes.



Fonte: Adaptado de Müller (1994: 133).

A meta a atingir será um desenvolvimento turístico equilibrado, em que se atribuiu a mesma ponderação a todos estes aspectos, evitando que um se sobreponha aos outros: “Environmentally and socially compatible tourism would mean establishing harmony in this ‘magic pentagon’ to maximise the positive relationships between all the factors while keeping the negative repercussions (particularly on nature and culture) to a minimum” (Müller, 1994: 132). Esta ideia tem subjacente a noção de maximização de benefícios e minimização de custos, em especial sobre o ambiente e a cultura local. À semelhança do “quadrado mágico” dos objectivos da política económica (crescimento económico, pleno emprego, estabilidade do nível de preços e equilíbrio da balança de pagamentos), o autor defende que estes cinco aspectos devem assumir igual importância e constituir, simultaneamente, objectivos e pré-requisitos de um todo. No entanto, para que se transponha este conceito para a realidade, terá de haver um acréscimo da importância atribuída aos interesses sociais e ambientais, em detrimento dos interesses puramente económicos, recomendando-se a adopção de princípios que garantam a participação e a defesa dos interesses da comunidade local. O autor apela para a construção de cenários de evolução e a realização voluntária de auditorias ambientais, como forma de propagar vírus verdes (*green viruses*) e desenvolver uma actividade turística que seja compatível com o ambiente e a sociedade.

Cater (1995), ao discutir a relação existente entre o turismo e o ambiente no contexto do desenvolvimento sustentável, apresenta uma visão que contrasta com a ideia de equilíbrio proposta por Müller (1994). De acordo com a autora, “the various interests involved can be loosely grouped into four categories: the host population, tourist guests, tourism organizations and the natural environment” (Cater, 1995: 21). Todos os principais actores do sector têm um interesse – *a stake* (Cater, 1995: 22) – na sustentabilidade do turismo. Esses interesses, actuais e futuros, estão, de alguma forma, interligados e também dependentes da existência de práticas para a protecção ambiental. Atendendo a esta perspectiva, a protecção do ambiente é considerada essencial ao desenvolvimento do turismo, em particular e às perspectivas de desenvolvimento, em geral. No entanto, dada a multiplicidade de interesses em presença, é provável que a sustentabilidade nunca passe de um ideal, atendendo à dificuldade de conciliar as metas contraditórias da protecção do ambiente e do desenvolvimento. Na opinião de Cater (1995), os conflitos de interesses que ocorrem em termos de “tempo” e de “espaço” tornam ilusória a noção de sustentabilidade do turismo: “What is sustainable is

sustainable only for one time and for one place” (Mannion, 1992, citada por Cater, 1995: 25). Desta forma, não só se coloca a questão de saber “para quem” deve ser sustentável o desenvolvimento do turismo, mas também “quando” e “onde”. Então, para que se possam atingir resultados mais sustentáveis, a autora defende que é necessário efectuar *trade-offs*, pondo, assim, em causa a noção de equilíbrio. Segundo a autora, é pouco provável que se atinja um óptimo. Mas, para que se possa tomar decisões, é necessário obter informação detalhada sobre a natureza e extensão desses *trade-offs*. No passado, as considerações ambientais não eram incorporadas nos modelos ou instrumentos de avaliação, logo, no processo de tomada de decisão. O ambiente era externalizado, ou seja, era tratado como um bem livre, quer em discussões sobre o desenvolvimento em geral (Pearce *et al.*, 1989, citada por Cater, 1995), quer sobre o turismo em particular (De Kadt, 1992, citada por Cater, 1995). Deste modo, a autora faz questão de sublinhar que as auditorias ambientais constituem um bom ponto de partida para identificar a natureza e extensão dos *trade-offs* a realizar. A utilização destes instrumentos de avaliação de desempenho ambiental por parte das empresas turísticas tem sido largamente debatida na literatura por autores como Goodall (1994) e Goodall e Stabler (1996, 1994).

Para apreciar o papel que o turismo pode desempenhar no processo de desenvolvimento sustentável, este não pode ser dissociado do contexto mais vasto do desenvolvimento, do qual faz parte. Esta é a opinião de Butler (1993), que foi um dos primeiros autores a criticar a interpretação demasiado restritiva que tem sido dada ao conceito de “turismo sustentável”, ao propor que se faça a distinção entre esta noção e a de “desenvolvimento sustentável no contexto do turismo”. O autor refere que o conceito de turismo sustentável (*sustainable tourism*) tem sido definido da seguinte forma: “tourism which is in a form which can maintain its viability in an area for an indefinite period of time” (Butler, 1993: 29). Mas sustenta que se deve adoptar uma visão contrastante, sugerindo uma definição de desenvolvimento sustentável no contexto do turismo (*sustainable development in the context of tourism*):

“...tourism which is developed and maintained in an area (community, environment) in such a manner and at such a scale that it remains viable over an indefinite period and does not degrade or alter the environment (human and physical) in which it exists to such a degree that it prohibits the successful

development and well-being of other activities and processes” (Butler, 1993: 29).

Em suma, de acordo com o autor, estes conceitos não têm o mesmo significado. Esta opinião é igualmente partilhada por Hunter (1995) e Wall (1997), que preferem utilizar a expressão “desenvolvimento sustentável no contexto do turismo”, afirmando que é essencial distinguir entre uma abordagem ao desenvolvimento que atende a um único sector e uma abordagem multi-sectorial ao desenvolvimento.

Começando por abordar a posição manifestada por Wall (1997), o autor refere que, na primeira definição, a ênfase é colocada na continuidade do turismo, negligenciando-se outras utilizações potenciais dos recursos (que são escassos). Trata-se de uma visão demasiado redutora, assente nos interesses de um só sector, que podem não ser coincidentes com os de uma comunidade mais vasta. Na segunda definição, pelo contrário, reconhece-se que o turismo não é o único utilizador dos recursos, apelando-se para a necessidade de compatibilizar esta actividade com outras, existentes ou potenciais, no interesse do desenvolvimento sustentável: “In other words, trade-offs between sectors may be necessary in the interests of the greater good” (Wall, 1997: 10). De notar que surge aqui, novamente, a noção de *trade-offs*, embora não assuma necessariamente significado idêntico ao que foi sugerido anteriormente por Cater (1995). Refira-se, ainda, que Wall, poucos anos atrás, no Projecto para o Desenvolvimento Sustentável de Bali (Wall, 1993), já havia criticado os esforços de planeamento circunscritos a um só sector, afirmando que, sob o paradigma dominante, que é demasiado centrado no turismo, podem surgir tensões inapropriadas entre “turismo sustentável” e “desenvolvimento sustentável”, uma vez que a primeira expressão é frequentemente encarada como sinónimo de manutenção da actividade turística.

Atente-se, agora, na posição de Hunter. No artigo “On the need to re-conceptualise sustainable tourism development” (Hunter, 1995), o autor avança com a necessidade de se reconceptualizar, ou seja, reformular o conceito de desenvolvimento turístico sustentável, propondo a substituição daquilo que denomina por actual “paradigma dominante” por um “paradigma alternativo”. Atendendo à revisão de literatura que o autor efectuou sobre esta temática, de acordo com este “paradigma dominante” os “alegados” princípios do desenvolvimento turístico sustentável são três:

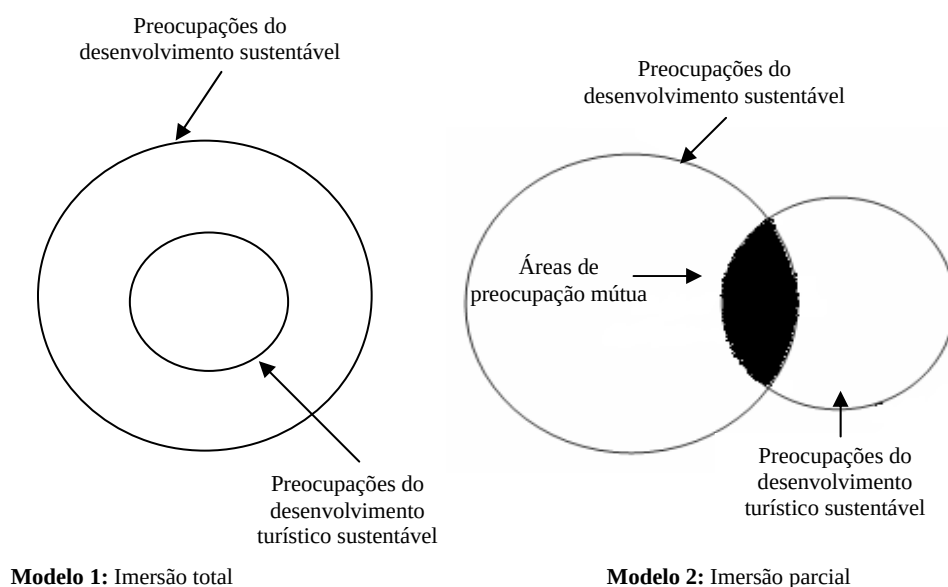
- Atender às necessidades e desejos da comunidade local, tendo em vista a melhoria da qualidade de vida;
- Satisfazer as exigências dos turistas e do sector do turismo e continuar a atrair visitantes, de modo a dar resposta ao primeiro propósito; e
- Preservar os recursos básicos para o turismo, que compreendem as componentes naturais, construídas e culturais, de forma que se possam atingir ambos os propósitos anteriores.

À primeira vista, estes princípios parecem orientar, de forma adequada, o desenvolvimento do turismo, promovendo um equilíbrio entre a necessidade de crescimento contínuo do sector e a necessidade de satisfazer os turistas, protegendo-se, simultaneamente, a quantidade e a qualidade dos recursos que suportam o desenvolvimento da actividade. Contudo, a tese de Hunter (1995) é que tais princípios decorrem de um “paradigma dominante”, demasiado centrado nos interesses e preocupações do turismo, logo, demasiado restritivo. Por conseguinte, de acordo com esta visão limitada, as medidas destinadas a pôr em prática um turismo sustentável – ou seja, visando a sustentabilidade do sector, considerado de forma isolada – podem ir contra os princípios gerais do desenvolvimento sustentável. Deste modo, sugere que, tanto de um ponto de vista filosófico, como meramente prático, é fundamental fazer uma reapreciação do significado – e, portanto, das implicações e da implementação – do conceito de desenvolvimento turístico sustentável, propondo um “paradigma alternativo”. Atendendo a este “paradigma alternativo”, o conceito de desenvolvimento turístico sustentável é interpretado de acordo com uma outra perspectiva: a do contributo que o turismo pode dar para o desenvolvimento sustentável, em geral, em qualquer tempo e lugar. O autor comunga, assim, do ponto de vista anteriormente manifestado por Butler (1993) e também perfilhado por Wall (1997), que se espelha na seguinte afirmação:

“(...) there is only one ‘principle’ of sustainable tourism development, or sustainable tourism: that tourism development makes a positive contribution to all aspects of sustainable development, as far as is possible in any given time and place. This ‘principle’ might best appear as a critical caveat to most current lists of fundamental features or ‘principles’ of sustainable tourism development compiled under the currently dominant paradigm” (Hunter, 1995: 164).

Figura 2.6

Dois modelos conceptuais alternativos da relação entre o desenvolvimento turístico sustentável e o desenvolvimento sustentável (modelo de imersão total versus modelo de imersão parcial)



Fonte: Adaptado de Hunter (1995: 163).

A implementação do modelo de imersão total, preconizado pelo autor, requer a adopção de uma metodologia de planeamento estratégico a longo prazo que permita fazer o ajustamento, com sucesso, entre os recursos actuais e potenciais, para cada área geográfica, através da elaboração de uma estratégia trans-setorial, verdadeiramente holística. Deste modo, é possível assegurar que as políticas e objectivos de desenvolvimento, ao nível local, para todos os sectores, se coadunem com as metas mais vastas de desenvolvimento sustentável, ao nível regional e nacional. A responsabilidade deste processo cabe aos órgãos de governo, que devem procurar criar um clima propício à conciliação de interesses dos diversos sectores de actividade.

Hunter e Green (1995), ao procurarem transpor a definição de desenvolvimento sustentável preconizada no Relatório Brundtland (WCED, 1987) para a discussão do desenvolvimento turístico sustentável, apontam duas interpretações extremas do conceito: a daqueles que possuem uma visão tradicional da gestão dos recursos, orientada para o crescimento (utilitarista e antropocêntrica) e a dos que defendem a preservação extrema dos recursos ou o crescimento zero (ecocêntrica ou bioética). Ao comentarem ambas as posições, acrescentam que a interpretação mais frutífera deveria situar-se entre estes dois extremos. A doutrina mais pragmática de gestão do ambiente e também de

gestão do turismo deve ser a de tentar compatibilizar a conservação dos recursos naturais com o crescimento económico (Turner, 1991, citada por Hunter e Green, 1995). Embora esta abordagem filosófica mantenha uma postura de índole antropocêntrica, permite englobar o valor intrínseco de determinado stock de capital natural e a equidade intra e inter-gerações, tão apregoados na definição proposta pela Comissão Mundial para o Ambiente e Desenvolvimento no referido relatório (WCED, 1987).

Croall (1995) na Introdução à sua obra *Preserve or Destroy: Tourism and the Environment* refere “A spectre is haunting our planet: the spectre of tourism” (Croall, 1995: 1) critica fortemente o desenvolvimento moderno do turismo, afirmando que está a contribuir para a degradação da qualidade de vida no planeta. O autor constata a diversidade de interpretações que têm sido efectuadas ao conceito e os problemas que daí podem advir: “Like many a new idea, sustainable tourism is interpreted in many different ways. Problems arise because different people and agencies see the term in different lights, or from different perspectives, which may be incompatible” (Croall, 1995: 24). Por essa razão, defende que se adopte a definição de turismo sustentável que foi proposta pela Federação dos Parques Nacionais e Naturais da Europa no Relatório *Loving them to Death?*, publicado em 1993: “all forms of tourism development, management and activity which maintain the environmental, social and economic integrity and well-being of natural, built and cultural resources in perpetuity” (Croall, 1995: 24). Contudo, apesar de perturbador, o seu livro traz uma mensagem de esperança, no sentido em que, ao relatar casos da Grã-Bretanha e da Irlanda, exalta iniciativas pioneiras de envolvimento da comunidade no desenvolvimento do turismo, que constituem, no seu ponto de vista, exemplos a seguir para o desenvolvimento de uma actividade turística mais sustentável.

Coccossis (1996) afirma que a questão da sustentabilidade do turismo se tornou numa prioridade na Europa, referindo o papel de relevo que passou a ser atribuído ao turismo, a partir da década de 90, no âmbito dos programas de política e acção da União Europeia. Contudo, apesar do amplo reconhecimento da necessidade de se adoptarem estratégias para um desenvolvimento turístico sustentável, o autor sublinha a existência de uma grande variedade de perspectivas sobre o assunto, que classifica em quatro interpretações.

Tabela 2.13

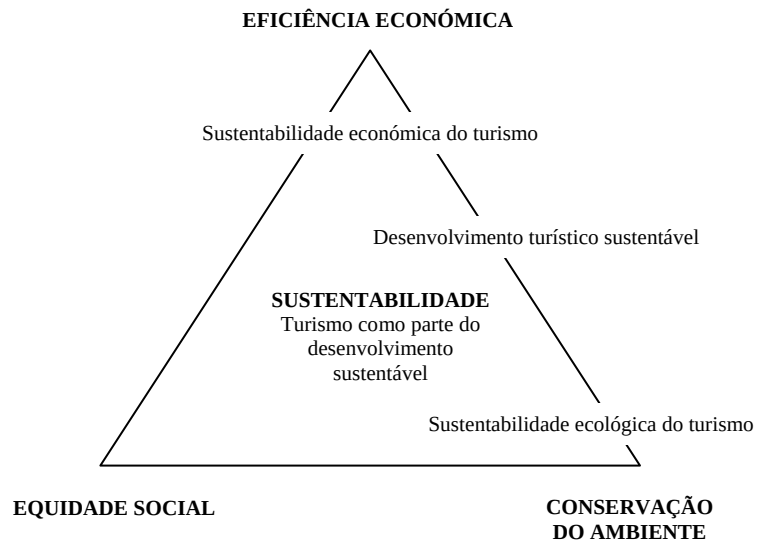
Interpretações da sustentabilidade do turismo

-
- A sustentabilidade do turismo pode ser interpretada de um ponto de vista meramente sectorial, em que a principal meta a atingir é a viabilidade dos negócios do sector. Trata-se de uma perspectiva de *sustentabilidade económica do turismo (economic sustainability of tourism)*. O foco da atenção, neste caso, é a actividade do sector do turismo. Na elaboração de estratégias, a ênfase é colocada no reforço, melhoria e até diferenciação do produto turístico, dependendo frequentemente da implementação de soluções e inovações ao nível organizacional e tecnológico. De acordo com esta perspectiva, utilizam-se como instrumentos de política os investimentos em infra-estruturas para aumento da capacidade e melhoria dos serviços prestados, os programas de embelezamento de *resorts* e a construção de novas instalações, tais como centros de congressos e parques aquáticos.
 - Uma segunda interpretação é aquela que assenta nas preocupações ambientais e enfatiza a *sustentabilidade ecológica do turismo (ecologically sustainable tourism)*. Trata-se de uma abordagem que se baseia na protecção dos recursos naturais e dos ecossistemas. A partir do momento em que estejam previstos sistemas de planeamento territorial, permite-se o desenvolvimento de algumas formas de turismo *soft* (Coccossis, 1996: 9), desde que assumam um carácter de complementaridade e que não provoquem perturbações no ambiente natural.
 - Outra abordagem é feita do ponto de vista do *desenvolvimento turístico sustentável (sustainable tourist development)*, ou seja, da necessidade de se assegurar a viabilidade a longo prazo da actividade turística, desde que se protejam certos aspectos do ambiente. Esta interpretação, que se baseia essencialmente numa perspectiva económica, reconhece que a qualidade do ambiente é um importante factor de competitividade e que, por essa razão, deve ser acautelada. As medidas de protecção devem ter em conta os aspectos da qualidade ambiental que estão directamente envolvidos na concepção e marketing dos produtos turísticos, ou seja, a estética urbana, a conservação de monumentos, a limpeza de praias, o controlo de tráfego, a criação de áreas protegidas, etc.
 - Uma quarta perspectiva baseia-se no desenvolvimento económico ecologicamente sustentável, em que *o turismo faz parte de uma estratégia para o desenvolvimento sustentável (tourism is part of a strategy for sustainable development)* e a sustentabilidade é definida tomando por referência a globalidade do sistema humano e ambiental. De acordo com esta abordagem, a protecção do ambiente assume a mesma importância que a eficiência económica e a equidade social. A política de turismo é integrada nas políticas sociais, económicas e ambientais, mas não as precede. Trata-se de uma abordagem mais integrada, que visa o equilíbrio e está mais em consonância com o pensamento contemporâneo sobre o turismo.
-

Fonte: Adaptado de Coccossis (1996: 8-9).

Para ilustrar as diferenças entre estas quatro interpretações genéricas, ao nível conceptual, utiliza a seguinte representação gráfica.

Figura 2.7
Interpretações do turismo sustentável



Fonte: Adaptado de Coccossis (1996: 10).

Cada vértice do triângulo representa uma situação fictícia, na qual a orientação da política é exclusivamente dominada por uma meta a atingir: eficiência económica, equidade social ou protecção do ambiente. Assim, a primeira interpretação da sustentabilidade do turismo localiza-se junto ao vértice da eficiência económica; a segunda, junto à protecção do ambiente; a terceira, por se tratar de uma combinação entre a eficiência económica e a protecção do ambiente, situa-se no lado do triângulo que une estes dois vértices; e, por último, a quarta abordagem parece encaixar-se melhor ao centro do triângulo.

O autor argumenta que não há uma interpretação que se considere ideal. Cada abordagem reflecte diferentes prioridades e tem o seu mérito, podendo ser adequada para casos distintos, consoante a fase do ciclo de vida em que se encontra o destino ou conforme se trate de uma área natural ou de um *resort* já muito desenvolvido.

Na elaboração de estratégias para o desenvolvimento sustentável, e atendendo à estreita relação existente entre o turismo e o ambiente, recomenda-se que haja:

- Uma maior ligação entre as políticas de desenvolvimento e os sistemas de planeamento e ordenamento do território, instituindo-se, como primeiro passo, a revisão dos projectos, planos e programas, na vertente ambiental;

- A implementação de sistemas de gestão ambiental, ao nível regional, que possam servir de orientação para os programas de gestão do ambiente ao nível local;
- Uma melhor integração das políticas de turismo com as políticas de planeamento e ordenamento do território, ao nível local, regional e nacional;
- Um aumento da capacidade de resposta, ao nível local, aos problemas ambientais, particularmente nos destinos em que se está a verificar um desenvolvimento mais rápido.

Para concluir, o autor refere que, para se atingir a sustentabilidade do turismo, não basta haver intervenção governamental sob a forma de planeamento ou de outros instrumentos tradicionais de ordenamento do território: é necessário envolver todos os agentes neste processo e passar da teoria à acção.

“The search for sustainable tourism is certainly not a matter of the public domain alone. Other agents should also be concerned with the spirit of sharing the responsibility for sustainability. Each may have different needs, goals and priorities regarding the degree and extent to which the environment should be protected to withstand the pressure of tourism. Social, cultural, economic, organizational and institutional factors may also be involved. Flexible forms of cooperation between the public and private domains, non-governmental organizations, local, regional and national authorities and supranational agents are required to take initiatives and develop new actions. This seems to be the challenge for modern societies: to translate sustainable tourism from theory to action” (Coccossis, 1996: 19-20).

Em suma, com esta exposição, o autor preocupa-se fundamentalmente em enquadrar as abordagens teóricas que têm sido efectuadas ao conceito de turismo sustentável, utilizando uma perspectiva que se considera adaptável, uma vez que procura ajustar-se a diversas situações. Em paralelo, reconhece a necessidade de intervenção de múltiplos agentes para a prossecução da sustentabilidade do turismo e o desafio da operacionalização do conceito.

Outro autor que manifesta uma posição semelhante à de Coccossis (1996) é Hunter, mas desta vez no artigo “Sustainable Tourism as an adaptive paradigm” (Hunter, 1997). O autor afirma que a forma mais adequada de se compreender o turismo sustentável não é como um conceito restritivo, assente na procura de um equilíbrio, mas antes como um

paradigma abrangente, que, nesta publicação, apelida de “paradigma adaptável”, no âmbito do qual se permitem diferentes abordagens ao desenvolvimento, consoante as circunstâncias, actuais ou potenciais, de uma determinada área de destino. O autor assume uma posição de certo modo concordante com a ideia de *trade-offs*, anteriormente defendida por Cater (1995). De acordo com Hunter (1997), há sempre a necessidade de se considerar factores como a procura, a oferta, as necessidades e aspirações da comunidade local e os impactes sobre os recursos naturais; mas o conceito de sustentabilidade do turismo não deve assentar na noção de equilíbrio entre estes aspectos, que são muitas vezes conflituosos. Na realidade, as decisões de *trade-offs* que são tomadas diariamente definem prioridades, que vão, por conseguinte, enviesar a relação existente entre o turismo e o ambiente, num determinado destino, a favor de certos aspectos.

Um dos contributos mais importantes deste autor para ilustrar a amplitude do conceito de turismo sustentável e restabelecer uma relação, em termos conceptuais, entre a sustentabilidade do turismo e o desenvolvimento sustentável foi a descrição de um espectro de interpretações ao conceito de desenvolvimento sustentável e, a partir daí, a enumeração de quatro abordagens à sustentabilidade do turismo, aprofundando as ideias apresentadas em trabalhos anteriores (cf. acima Hunter e Green, 1995).

Na tabela seguinte, passa-se a apresentar o Espectro de Abordagens ao Desenvolvimento Sustentável, que compreende quatro posições, correspondentes a diferentes interpretações do conceito.

Tabela 2.14

Espectro de abordagens ao desenvolvimento sustentável

-
- Sustentabilidade muito fraca: perspectiva antropocêntrica e utilitarista (o utilitarismo associa-se ao materialismo e positivismo, em que o interesse pessoal ou geral é que regula as acções); orientada para o crescimento e para a exploração dos recursos; utilização dos recursos naturais a taxas economicamente óptimas, através do livre funcionamento do sistema de mercado, de modo a satisfazer as escolhas individuais de consumo; possibilidade de substituição infinita entre capital natural e capital humano; continuidade do bem-estar assegurada através do crescimento económico e das inovações tecnológicas;
 - Sustentabilidade fraca: perspectiva antropocêntrica e utilitarista; orientada para a conservação dos recursos; o crescimento deve ser controlado e orientado; preocupação com a distribuição dos

custos e benefícios do desenvolvimento através da equidade intra e inter-gerações; rejeição da substituição infinita entre capital natural e capital humano, com o reconhecimento de que alguns elementos do capital natural são críticos (por exemplo, a camada de ozono, certos ecossistemas naturais); o capital humano e o capital natural devem ser constantes ou crescer ao longo do tempo; não se coaduna (não se compadece) com os impactes ambientais negativos do crescimento económico.

- Sustentabilidade forte: perspectiva ecossistémica (*ecosystems perspective*); preservação dos recursos; a manutenção da integridade funcional dos ecossistemas é encarada como um valor que está acima da utilização dos recursos pelo homem; os interesses colectivos prevalecem em relação aos interesses individuais de consumo; adesão ao princípio da equidade intra e inter-gerações; redução da importância do princípio da economia estacionária, como consequência da adopção da regra dos activos naturais constantes; crescimento económico e populacional nulo.
- Sustentabilidade muito forte: perspectiva bioética e ecocêntrica (*bioethical and ecocentric*); ênfase na preservação dos recursos, ao ponto de se minimizar a utilização dos recursos naturais; o valor intrínseco da natureza engloba os organismos vivos não humanos e até elementos abióticos; anti-crescimento económico e pró redução da população humana.

Fonte: Adaptado de Hunter (1997: 853).

Entendendo a sustentabilidade do turismo numa perspectiva alargada, tal como anteriormente se afirmou a propósito da opinião manifestada por Butler (1993) e Wall (1997), o autor desenvolve quatro abordagens à noção de turismo sustentável a partir deste espectro de interpretações ao desenvolvimento sustentável.

Tabela 2.15

Espectro de abordagens ao turismo sustentável

-
- *Desenvolvimento Sustentável através de um “Imperativo do Turismo” (Sustainable Development through a ‘Tourism Imperative’)*: corresponde a uma abordagem à sustentabilidade muito fraca, ou seja, contribui com uma intensidade muito fraca para o desenvolvimento sustentável. Esta abordagem centra-se no desenvolvimento do turismo, pelo que a preocupação principal é satisfazer as necessidades e desejos dos turistas e dos agentes que operam no sector. Justifica-se em três tipos de circunstâncias, embora se considere que em cada uma delas o turismo ainda está numa fase inicial do seu desenvolvimento ou se encontra pouco desenvolvido: em primeiro lugar, em áreas onde se verifique um ciclo vicioso de extrema pobreza e degradação ambiental; em segundo lugar, quando o turismo represente uma melhor alternativa em relação a actividades que já estejam a ser desenvolvidas num determinado local e que provoquem maior degradação ambiental (tais como o abate de árvores descontrolado, a destruição de florestas para fins agrícolas ou a extracção de minérios), especialmente se estas não proporcionarem benefícios significativos para as comunidades locais e se o turismo puder ser gerador de maior bem-estar; em terceiro lugar, em casos em que o turismo permita evitar a utilização de uma área ou dos seus

recursos para outras actividades que causem potencialmente maior degradação ambiental. Em todos estes casos, o turismo pode contribuir para a obtenção de recursos financeiros para a protecção do ambiente e a educação ambiental, fazendo com que se reduza a degradação dos recursos naturais, em quantidade e/ou qualidade.

- *Desenvolvimento sustentável através de um “Turismo Orientado pelo Produto” (Sustainable Development through ‘Product-Led Tourism’)*: corresponde a uma sustentabilidade fraca. O ambiente das áreas de destino pode ser alvo de alguma atenção, mas é secundário em relação à necessidade de se desenvolverem novos produtos turísticos ou de se manterem os existentes, para que haja crescimento do sector, tanto quanto for possível. As preocupações ambientais e sociais podem ser importantes, mas, regra geral, só na medida em que actuarem directamente na sustentação dos produtos turísticos. Esta abordagem pode justificar-se em “enclaves” ou em destinos relativamente maduros, onde o turismo se encontre muito desenvolvido, em especial quando domina a economia local. Isto porque, sem a riqueza gerada pelo turismo, o bem-estar das comunidades pode ser comprometido e até dar origem a uma espiral de pobreza e maior degradação ambiental. Nesses locais, pode já haver uma extensa alteração do ambiente natural, tornando-se necessário proceder a um conjunto de acções para embelezar o ambiente local ou para melhorar os equipamentos existentes (como por exemplo, estradas ou saneamento básico). Essas acções podem permitir a criação de novos produtos turísticos *up-market* se houver, nomeadamente, um clima favorável ao desenvolvimento de parcerias público-privadas.
- *Desenvolvimento Sustentável através de um “Turismo Orientado pelo Ambiente” (Sustainable Development through ‘Environment-Led Tourism’)*: nesta abordagem, que corresponde a uma sustentabilidade forte, as decisões são tomadas tendo em conta o estado do ambiente. Aplica-se em áreas onde o turismo ainda não se desenvolveu ou seja incipiente. O propósito será promover formas de turismo que assentem na manutenção de uma elevada qualidade ambiental e na integridade cultural (como o ecoturismo). Nestes casos, a actividade turística deve ser fortemente controlada e limitada à capacidade de carga, ou ao limiar de sustentabilidade do elemento menos robusto da base de recursos naturais. O enfoque desta abordagem continua a estar no produto turístico, mas neste caso atribui-se prioridade aos aspectos ambientais em detrimento das oportunidades de marketing. Para além de se procurar implementar o tipo de turismo que se considera mais adequado para uma determinada área, ou até de se proceder ao zonamento para limitar o acesso a certos locais, pretende-se estabelecer a ligação entre o turismo e outros sectores de actividade predominantes, em vez de se entrar em conflito ou de prever a sua exclusão. No caso de pequenos centros turísticos, deve-se promover a utilização racional de energia e de recursos hídricos, bem como a reciclagem. Esta estratégia também pode ser adoptada por áreas maiores ou mais desenvolvidas ou ainda por aquelas que pretendem satisfazer novos nichos de mercado, desde que as actividades turísticas se orientem por princípios ligados ao biocentrismo ou eco-centrismo. Podem igualmente introduzir-se regulamentos ou outros instrumentos para alterar o comportamento dos operadores turísticos e dos próprios turistas.
- *Desenvolvimento Sustentável através de um “Turismo Incipiente” (Sustainable Development through ‘Neotenuous Tourism’)*: esta abordagem identifica-se com uma sustentabilidade muito forte e assenta no pressuposto de que, em certas circunstâncias, se deve desencorajar o desenvolvimento do turismo com base em argumentos ecológicos. Entende-se que, em certos locais, tais como reservas naturais de interesse nacional ou mundial, o turismo deve ser sacrificado em prol

do bem comum. Trata-se de uma abordagem preventiva, a favor da protecção ambiental, que visa defender a integridade funcional dos ecossistemas naturais de uma área de destino. A preservação absoluta também pode ser adequada para locais excepcionalmente sensíveis, a fim de se protegerem os habitats de certas espécies animais e vegetais. Este tipo de abordagem só pode ser aplicado em áreas relativamente isentas de actividade turística. A palavra *neotenous* (Hunter, 1997: 862) tem subjacente a ideia de que a actividade turística não deve ultrapassar as primeiras fases ou estádios de desenvolvimento, devendo recorrer-se, para isso, à concessão de autorizações de acesso ou a outros mecanismos de controlo que impeçam a expansão de infra-estruturas turísticas, nomeadamente através do planeamento e ordenamento do território.

Fonte: Adaptado de Hunter (1997: 860-863).

Este tipo de abordagem ao turismo sustentável, “adaptável” a diversas situações, que articula diferentes metas em termos da utilização dos recursos naturais, tem sido defendida por alguns autores, cujas interpretações vão desde um grau de sustentabilidade fraca – colocando a ênfase na satisfação dos turistas –, até um grau de sustentabilidade forte, de acordo com a qual o turismo só pode ser desenvolvido a uma pequena escala. Hunter (1997) realça, ainda, que para implementar qualquer uma destas abordagens é necessário haver um forte controlo por parte das autoridades públicas e uma participação activa por parte das comunidades locais no processo de planeamento, admitindo, porém, a possibilidade de existirem diferentes níveis de envolvimento da comunidade, consoante a abordagem adoptada.

Garrod e Fyall (1998), no artigo “Beyond the rhetoric of sustainable tourism?”, afirmam que, nos últimos anos, se tem gerado um grande entusiasmo à volta da questão da sustentabilidade do turismo, mas que esse interesse, na maioria dos casos, se traduz apenas em definir o conceito. Na opinião destes autores, desde a publicação do Relatório Brundtland (WCED, 1987), que o termo “sustentabilidade” tem sido utilizado de uma forma tão variada, que pouco tem a ver com as implicações ambientais do crescimento económico, ou com as questões de equidade intra ou inter-gerações, propagadas por esse documento. A mesma crítica se faz em relação ao emprego da palavra “sustentabilidade”, em numerosas situações, no contexto do turismo.

Na tabela seguinte transcreve-se uma parte da vasta panóplia de definições que os autores submetem à apreciação.

Tabela 2.16

Definições de turismo sustentável

-
- “Sustainable tourism is a positive approach intended to reduce the tensions and frictions created by the complex interactions between the tourism industry, visitors, the environment and the communities which are host to holiday makers ... an approach which involves working for the longer viability and quality of both natural and human resources.” (Bramwell e Lane, 1993: 2).
 - “(Sustainable tourism involves) seeking a more productive and harmonious relationship between the visitor, the host community and the place (thereby achieving) a situation which can be maintained without depleting the resource, cheating the visitor or exploiting the local population.” (English Tourist Board/Employment Development Group, 1991: 15).
 - “Sustainable tourism development can be thought of as meeting the needs of present tourists and host regions while protecting and enhancing opportunity for the future ... leading to management of all resources in such a way that we can fulfil economic, social and aesthetic needs while maintaining cultural integrity, essential ecological processes, biological diversity and life support systems.” (Inskeep, 1991: 461).
 - “To be sustainable (tourism) requires the establishment of an industry which includes consideration of the long-term effects of economic activity in relation to resources and, therefore, concerns for the twin needs of this and future generations.” (Curry e Morvaridi, 1992: 131).
 - “Sustainable tourism depends on: (a) meeting the needs of the host population in terms of improved standards of living in the short and long term (b) satisfying the demands of increasing tourist numbers and continuing to attract them to achieve this (c) safeguarding the environment to achieve the two foregoing aims.” (Cater e Goodall, 1992: 318).
 - “In the case of the tourism industry, sustainable development has a fairly specific meaning – the industry’s challenge is to develop tourism capacity and the quality of its products without adversely affecting the physical and human environment that sustains and nurtures them.” (Cronin, 1990: 13).
 - “The concept of sustainability is central to the assessment of tourism’s role in society. It demands a long-term view of economic activity, questions the imperative of continued economic growth, and ensures that consumption of tourism does not exceed the ability of the host destination to provide for future tourists.” (Archer e Cooper, 1994: 87).
 - “Tourism ... is dependent upon a given stock of natural, constructed and socio-cultural attributes ... if sustainable development of these resources is to occur they must be managed in a way that allows the economic needs of industry and the experiential needs of tourists to be met while at the same time maintaining cultural integrity, preserving or enhancing biological diversity, and maintaining life support systems.” (Harris e Leiper, 1995: xx).
-

Fonte: Garrod e Fyall (1998: 201).

Garrod e Fyall (1998) acrescentam que cada uma destas definições tem o seu mérito próprio, como afirmação de intenções. Contudo, se não forem traduzidas em termos operacionais, irão permanecer, na melhor das hipóteses, como meras curiosidades académicas, ou então constituirão uma ameaça à prossecução da sustentabilidade do

turismo. Ao tomarem esta posição, os autores pretendem alertar para a necessidade de se passar do debate para a acção, ou seja, de operacionalizar o conceito.

Butler (1999), ao efectuar uma reflexão crítica sobre o estado da arte, ou seja, sobre o conhecimento e a investigação científica que tem sido realizada no domínio do turismo no contexto do desenvolvimento sustentável, debruçou-se novamente sobre a concepção de “turismo sustentável”, afirmando, tal como outros autores, que há muitas definições e interpretações do termo, sendo pouco provável que alguma vez chegue a existir uma noção universalmente aceite. Na opinião deste autor, a palavra “sustentável” tem sido mal empregue numa grande variedade de situações, geralmente confundindo-se com o verbo “sustentar”, que é sinónimo de “manter” ou “prolongar” (Butler, 1999: 11). No caso do turismo, o resultado tem sido a utilização generalizada da expressão “turismo sustentável” sem se atender a qualquer noção de sustentabilidade do turismo e às respectivas implicações.

Note-se que, em português, esta confusão também está sujeita a acontecer, ainda para mais porque é difícil distinguir, em termos semânticos, expressões como “turismo sustentável” e “turismo sustentado”: a palavra “sustentável” é um adjectivo uniforme quanto ao género, cuja formação vem da palavra “sustentar” mais o sufixo “-vel” e que significa “que é susceptível de se manter, defender; que se pode sustentar”, enquanto a palavra “sustentado” corresponde a um particípio passado com valor adjectival do verbo “sustentar”, que assume vários significados, entre eles “fazer durar; manter estável”, sinónimo de “conservar” (Academia das Ciências de Lisboa e Editorial Verbo, 2001: 3493).

Para demonstrar que o conceito pode ser abordado sob vários pontos de vista, Butler (1999) apresenta uma lista de definições, obtidas a partir de uma revisão de literatura (note-se que não coincidem com as que foram apresentadas por Garrod e Fyall, em 1998 e que constam da tabela acima, o que mais uma vez demonstra a existência de um vasto leque de propostas para definir este conceito).

Tabela 2.17

Lista de definições de turismo sustentável

-
- “Tourism which meets the needs of present tourists and host regions while protecting and enhancing opportunity for the future” (World Tourism Organization, 1993: 7)
 - “Sustainable tourism is tourism and associated infrastructures that: both now and in the future operate within natural capacities for the regeneration and future productivity of natural resources; recognize the contribution that people and communities, customs and lifestyles, make to the tourism experience; accept that this people must have an equitable share in the economic benefits of local people and communities in the host areas” (Eber, 1992: 3)
 - “Tourism which can sustain local economies without damaging the environment on which it depends” (Countryside Commission, 1995: 2)
 - “It must be capable of adding to the array of economic opportunities open to people without adversely affecting the structure of economic activity. Sustainable tourism ought not to interfere with existing forms of social organization. Finally, sustainable tourism must respect the limits imposed by ecological communities” (Payne, 1993:154-5)
 - “Sustainable tourism in parks (and other areas) must primarily be defined in terms of sustainable ecosystems” (Woodley, 1993: 94)
 - “Sustainable tourism is tourism which develops as quickly as possible, taking into account of (*sic*) current accommodation capacity, the local population and the environment, and: Tourism that respects the environment and as consequence does not aid its own disappearance. This is especially important in saturated areas, and: Sustainable tourism is responsible tourism” (citado em Bramwell *et al.*, 1996a: 10-11)
-

Fonte: Butler (1999: 11).

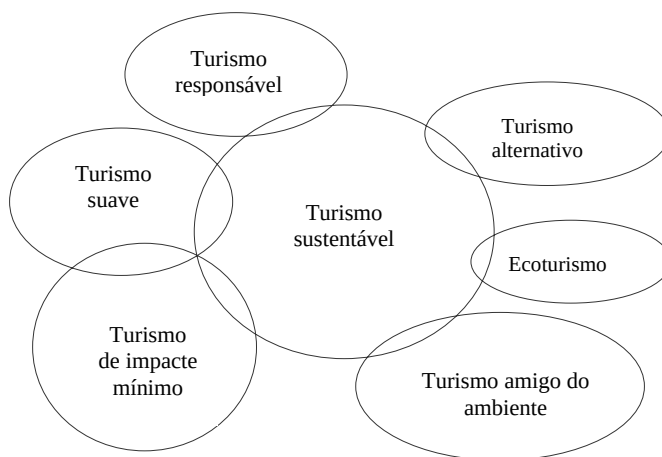
Para Butler (1999), o problema principal é, pois, esclarecer o conceito de turismo sustentável, ou seja, definir, de forma satisfatória, o que se pretende com a sustentabilidade do turismo para todos os *stakeholders* do turismo. Relacionada com a ambiguidade do termo, está também a questão da monitorização, avaliação e controlo da sustentabilidade do turismo. Ora, de acordo com o autor, existem poucos exemplos de turismo sustentável – tanto em projectos novos, como em já existentes –, pelo que só é possível assumir uma posição relativamente à sustentabilidade destes casos daqui a alguns anos. Assim, à semelhança de outros autores, tais como Garrod e Fyall (1998), Butler (1999) conclui que é necessário dar maior atenção à operacionalização do conceito e à sua aplicação ao turismo em situações concretas.

Swarbrooke (1999) reconhece igualmente que a conceptualização do turismo sustentável não é tarefa fácil: por um lado, porque está associado a um vocabulário que não é suficientemente concreto para aqueles que o pretendem implementar na prática,

parecendo demasiado científico e técnico e, por outro, porque a expressão *sustainable tourism* é dificilmente traduzível noutras línguas, podendo suscitar alguma apreensão quanto ao seu verdadeiro significado, principalmente se for traduzida à letra. Paralelamente, existem numerosos termos que, embora não sendo sinónimos de “turismo sustentável”, são frequentemente confundidos com esta expressão. A figura seguinte apresenta algumas destas expressões.

Figura 2.8

Termos relacionados com o conceito de turismo sustentável



Fonte: Adaptado de Swarbrooke (1999: 14).

Manning (1999), por sua vez, para ilustrar a dificuldade que ainda subsiste em responder à questão “What is sustainable tourism?” (Manning, 1999: 180), refere, a título de exemplo, que o grupo de trabalho criado pela OMT para a construção de indicadores de sustentabilidade do turismo optou por não apresentar uma definição de turismo sustentável, alegando que: “the answer is very site or destination specific” (Manning, 1999: 180). Considera, deste modo, que o conceito de sustentabilidade do turismo é específico para cada destino ou lugar, pelo que deve ser definido caso a caso.

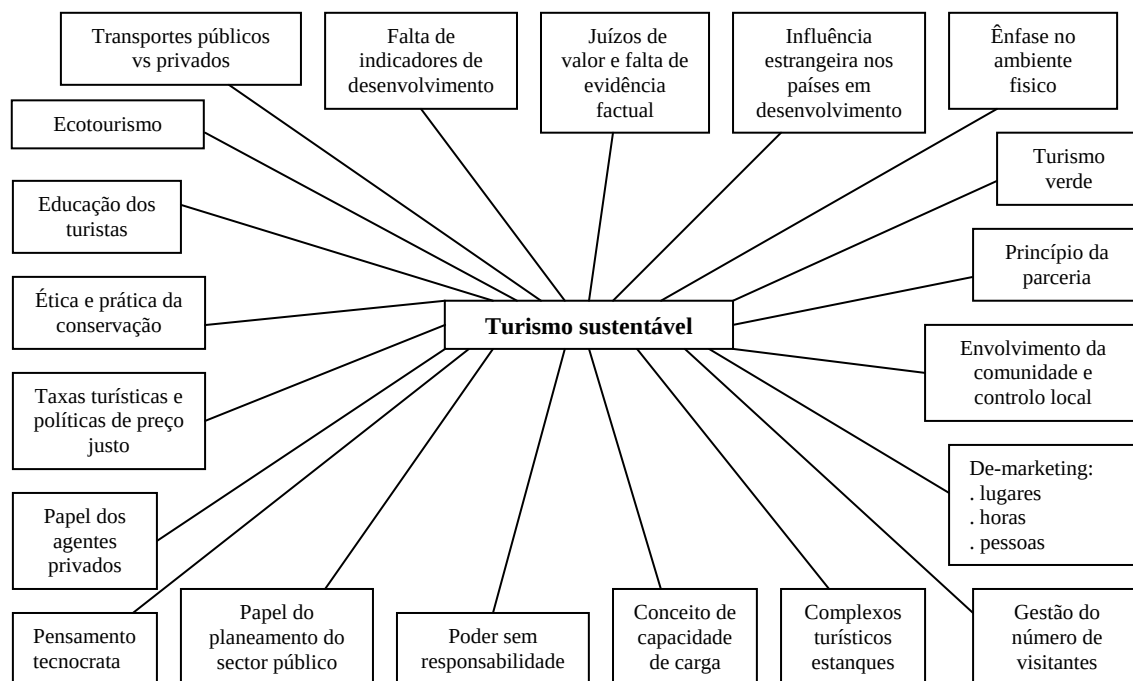
Hardy e Beeton (2001), ao procurarem esclarecer o significado da expressão turismo sustentável, vão de certa forma ao encontro das preocupações expressas anteriormente por Butler (1999), quanto à utilização da palavra “sustentável” como sinónimo de “sustentar”, “manter” ou “prolongar”. Os autores referem que é frequente confundir “turismo sustentável” (*sustainable tourism*) com “turismo sustentado” (*maintainable*

tourism) e defendem que a esta última expressão deve ser utilizada para referir a manutenção do *status quo*, ou seja, quando se pretende dar resposta às preocupações e impactes no curto prazo, e não quando se está a atender aos fundamentos da sustentabilidade. O que permite distinguir entre “turismo sustentável” e “turismo sustentado” é a compreensão das percepções dos *stakeholders* de um destino acerca da sustentabilidade do turismo. Na opinião dos autores, a análise dos *stakeholders* constitui uma metodologia adequada e eficaz para identificar as múltiplas opiniões subjectivas de todos aqueles que possuem interesses no sector e subsequentemente integrar essas preocupações e interesses no planeamento, evitando os custos associados a um planeamento e gestão incipientes e os conflitos que daí podem resultar. Este tema será retomado em capítulo posterior, a propósito dos fundamentos teóricos da metodologia utilizada no presente trabalho de investigação.

Para finalizar esta secção, recorre-se à ilustração de Swarbrooke (1999), que fornece uma sùmula das questões que actualmente enformam o debate sobre a sustentabilidade do turismo.

Figura 2.9

As questões-chave envolvidas no debate sobre turismo sustentável



Fonte: Adaptado de Swarbrooke (1999: 25).

2.5 As críticas ao paradigma da sustentabilidade e o cepticismo quanto à implementação prática do conceito de turismo sustentável

Apesar das tentativas que têm sido feitas para esclarecer a noção de turismo sustentável e da diversidade de interpretações que se tem permitido à questão da sustentabilidade do turismo, por referência ao conceito mais vasto de desenvolvimento sustentável, verifica-se que, por um lado, subsistem críticas ao próprio paradigma da sustentabilidade, que põem em causa a relação existente entre os dois conceitos e, por outro, revela-se algum cepticismo acerca da sua implementação prática.

Butcher (1997), ao retomar a citação de Croall (1995), questiona se o turismo não está a ser, na realidade, um espectro que assombra o nosso planeta. Afirmar que o turismo do tipo *sun, sea and sand*, ou “turismo de massas”, está completamente fora de moda e que o turismo sustentável é que está agora em voga, sendo o termo utilizado pelos mais variados organismos ao nível internacional, governos, órgãos de poder local e organizações turísticas não governamentais. No artigo intitulado “Sustainable development or development?” (Butcher, 1997), o autor faz uma das mais severas críticas à noção de desenvolvimento sustentável, contrapondo-a ao conceito de desenvolvimento e afirmando que as implicações do debate sobre a sustentabilidade são deprimentes para as regiões menos desenvolvidas. Argumenta contra um conjunto de pressupostos em que assenta o paradigma da sustentabilidade que, na sua perspectiva, considera insustentáveis. Apelida de “falsas críticas” os comentários de alguns autores em relação ao argumento de certos ambientalistas de que “o crescimento é nefasto” (Butcher, 1997: 29), pois, no fundo, estão a rejeitar a noção de progresso da humanidade com base no relativismo cultural. O autor considera que as diferenças culturais foram exacerbadas ao ponto de se negar a humanidade, tanto ao turista, como ao habitante local: ambos são encarados como seres pertencentes a dois mundos diferentes, separados por uma espécie de linha divisória cultural. Realça, ainda, que os problemas associados ao subdesenvolvimento raramente são tratados sob uma perspectiva que englobe o interesse comum, pois, o que é desejável para um, é geralmente considerado indesejável para o outro. Na opinião do autor, parece que, perante a eventualidade de um desenvolvimento problemático ou mal planeado, o próprio desejo de desenvolvimento é negado. A defesa da cultura, nos Países Menos Desenvolvidos, tornou-se numa desculpa para não dar resposta às necessidades prementes de desenvolvimento desses países. Para Butcher

(1997), na pior das hipóteses, a ênfase na preservação daquilo que existe, em detrimento da procura de potencialidades para o desenvolvimento, levará à sustentação e justificação da pobreza, na perpetuidade.

Wheeller (1997) insere-se nesta linha de pensamento, ao criticar fortemente a noção de sustentabilidade do turismo: “sustainability is a completely futile exercise” (Wheeller, 1997: 40). Na opinião do autor, a sustentabilidade é um exercício completamente fútil. Acrescenta, em tom irónico, que a possibilidade de se atingir a sustentabilidade, em geral, e a sustentabilidade do turismo, em particular, é quase tão remota como a da sociedade britânica vir a ser a sociedade sem classes de John Major, a não ser: “only in the sense of a society lacking class or style” (Wheeller, 1997: 40). O autor refere vários exemplos para demonstrar que não é possível desenvolver uma actividade turística sustentável, porque nunca se pode adoptar uma perspectiva que englobe todos os aspectos da actividade turística: se assim fosse, então começariam a revelar-se incongruências relativamente aos seus princípios. Na sua opinião, até mesmo os defensores da sustentabilidade reconhecem que a adopção de uma abordagem tão abrangente seria uma exigência acrescida, logo, preferem ignorá-la, para não se exporem demasiado. Perante a expansão do turismo à escala global e o impasse no debate acerca da introdução de iniciativas voluntárias no sector do turismo, Wheeler (1997) manifesta-se de acordo com a intervenção das autoridades e com a introdução de legislação em matéria de ética empresarial e de gestão ambiental. Para o autor, o que se pode esperar é simplesmente algo melhor do que aquilo que existe actualmente, mas afirma que “this has little to do with the concept of sustainability, except in terms of its vagueness” (Wheeller, 1997: 48), revelando cepticismo em relação a esta matéria.

Farrell (1999), embora não criticando directamente o conceito de sustentabilidade, afirma que, no campo normativo – ou seja, daquilo que “deve ser” –, a noção de sustentabilidade parece ser muito simples de entender, mas, contudo, quando se passa aos factos – ou seja, àquilo que “é” ou “pode ser”, na realidade –, já se torna difícil e confusa de perceber. Com este comentário, o autor pretende chamar a atenção para o facto dos “princípios” serem muito diferentes da “prática”, das “estratégias” e dos “resultados”. Embora o debate normativo seja louvável, torna-se necessário, na sua perspectiva, traduzir a sustentabilidade em orientações para a actuação ao nível local, que procurem manter, simultaneamente, a singularidade de cada comunidade.

O autor concebe o turismo sustentável como um subconjunto do desenvolvimento sustentável, recomendando que este último seja revisto, ou reconsiderado, de forma contínua, devendo o mesmo procedimento ser adotado em relação a outros subconjuntos disciplinares, a que também deu origem, a fim de melhor se compreenderem os seus fundamentos e de se identificarem aplicações que possam ser utilizadas no turismo. Na sua opinião, o propósito da sustentabilidade deve ser a integração da economia, da sociedade e do ambiente - aquilo que denomina de “trindade da sustentabilidade” (*sustainability trinity*) (Farrell, 1999: 189). Mas realça, no entanto, que, desde a realização, em 1972, da Conferência das Nações Unidas sobre o Ambiente Humano (mencionada na secção anterior), a vertente ambiental tem assumido grande expressão, minimizando-se, ou até eliminando-se, as preocupações com a economia e a sociedade. Na sua opinião, apesar desta não ser a perspectiva de sustentabilidade preconizada pelo Relatório Brundtland (WCED, 1987), é aquela que está a prevalecer. Por esse motivo, defende a noção de “trindade”, por contraposição ao fundamentalismo ambiental.

Tendo em conta os preceitos do desenvolvimento sustentável, há uma tendência para se definirem estratégias com base nos resultados da experimentação, que o autor denomina de “best practice strategies” (Farrell, 1999: 190). Muitos gestores e ambientalistas crêem que é possível seguir um caminho que permita atingir um determinado patamar de sustentabilidade e que essa situação pode ser mantida perpetuamente em equilíbrio, desde que sejam introduzidos continuamente os ajustamentos necessários. O autor contesta esta ideia, afirmando: “this derives largely from Clements’ classic model of plant succession passing through a variety of stages to ultimate climax and to the ‘balance and harmony of nature’ school of thought” (Farrell, 1999: 190). Acrescenta que não é assim que funciona o ambiente humano. De acordo com os ciclos por que passa qualquer ecossistema – nomeadamente, colapso (destruição criativa), reorganização, renovação, conservação, através de estabilidade temporária, até ocorrer/surgir o colapso seguinte -, em vez de se definir uma estratégia, é necessário preparar múltiplas estratégias de adaptação, que denomina de “adaptive management’ strategies” (Farrell, 1999: 190), de forma que se possa mudar de rumo rapidamente e seguir novos caminhos, que suplantem os anteriores. Uma vez que há falta de experiência em situações de “surpresa”, ou seja, em situações imprevistas, o autor conclui que não se deve depender de métodos baseados na prática ou na experiência.

“Lack of past experiences in such situations (surprises) demonstrates the weakness of a dependence on best practice methods. The best management now in these recurrent crises might be how well and quickly we adapt and fill vacuums of opportunity” (Farrell, 1999: 191).

Sharpley (2000) é outro autor que manifesta uma preocupação semelhante a Farrell (1999) ao debruçar-se sobre a relação que deve existir entre o conceito de turismo sustentável e o paradigma do desenvolvimento sustentável, de onde este decorre. O autor afirma que existem diferenças significativas entre os dois conceitos, sugerindo que: “true sustainable tourism development is unachievable” (Sharpley, 2000: 14). Refere que, apesar da atenção que tem sido dada nos últimos anos ao debate sobre o desenvolvimento turístico sustentável, tem havido um fracasso na literatura em relacionar o conceito de turismo sustentável com o paradigma do desenvolvimento sustentável e propõe-se a preencher esta lacuna, como se passa a expor.

Ao efectuar uma revisão sobre a teoria do desenvolvimento e a noção de sustentabilidade, o autor apresenta um modelo conceptual de desenvolvimento sustentável, com o qual compara os princípios do turismo sustentável, utilizando, como ponto de partida, a equação “Desenvolvimento sustentável = desenvolvimento + sustentabilidade”, proposta por Lélé, em 1991. Embora admitindo tratar-se de uma simplificação, compara a evolução que decorreu na teoria do desenvolvimento com a do conceito de sustentabilidade e procura transpor os princípios e objectivos do desenvolvimento sustentável para o contexto específico do turismo.

Começando pela teoria do desenvolvimento, o autor faz referência a quatro paradigmas: modernização (*modernisation theory*), dependência (*dependency theory*), neo-liberalismo económico (*neo-classical counter revolution*) e desenvolvimento alternativo (*alternative development*).

Em relação ao conceito de sustentabilidade – e uma vez que as perspectivas variam muito, desde as abordagens ecocêntricas às tecnocêntricas, consoante a ideologia ambiental subjacente –, considera, para efeitos de exposição, que este pode ser entendido simplesmente como a capacidade de continuidade: “sustainability can be viewed as, simply, the capacity for continuance” (Sharpley, 2000: 7).

O modelo que sugere, apresentado na tabela seguinte, baseia-se, então, nos princípios fundamentais, objectivos e pré-requisitos da “teoria do desenvolvimento alternativo”, que o autor considera como sendo o paradigma actualmente dominante – “the current end-point of the development paradigm continuum” (Sharpley, 2000: 6) – e no referido conceito de sustentabilidade.

Refira-se que Sharpley (2000) reconhece que este modelo não revela a complexidade inerente das forças políticas, económicas, culturais e ambientais que contribuem para a falta de clareza do conceito de turismo sustentável, mas fornece, contudo, um quadro referencial que permite a discussão da viabilidade do desenvolvimento turístico sustentável, ao enunciar os princípios, objectivos e requisitos a que este deve atender.

Ao verificar em que medida o desenvolvimento turístico sustentável – tal como é geralmente proposto na literatura – reflecte este modelo conceptual, o autor concluiu que há uma divisão teórica entre os dois conceitos. Defende que o desenvolvimento do turismo continua a permanecer enraizado nos pressupostos da teoria da modernização, apesar desta já ter sido ultrapassada por outros paradigmas do desenvolvimento, enquanto os princípios do turismo sustentável parecem ignorar as características da produção e do consumo turístico, que não se compadecem com o desenvolvimento endógeno. Por conseguinte, na opinião do autor, subsistem importantes diferenças entre os conceitos de turismo sustentável e de desenvolvimento sustentável, pelo que os princípios e objectivos do desenvolvimento sustentável não podem ser transpostos para o contexto específico do turismo. Desta forma, o desenvolvimento turístico sustentável é inatingível.

Tabela 2.18

Modelo de desenvolvimento sustentável: princípios e objectivos

Princípios fundamentais	• <i>Abordagem holística</i>: integração das questões do ambiente e do desenvolvimento num contexto social global • <i>Continuidade</i>: enfoque na capacidade de manutenção do ecossistema global a longo prazo • <i>Equidade</i>: desenvolvimento com justiça e equidade e que forneça oportunidades de acesso e de utilização dos recursos por todos os membros de todas as sociedades, tanto no presente como no futuro
Objectivos de desenvolvimento	• Melhoria da qualidade de vida para toda a população: educação, expectativa de vida, oportunidades de realização pessoal • Satisfação das necessidades básicas; o enfoque deve

	ser dado à natureza daquilo que é fornecido em vez de ser ao rendimento • Auto-suficiência: liberdade política e de tomada de decisão ao nível local no que toca às necessidades locais • Desenvolvimento endógeno
Objectivos de sustentabilidade	• Níveis sustentáveis de população • Degradação mínima dos recursos naturais não renováveis • Utilização sustentável dos recursos renováveis • Poluição atmosférica dentro da capacidade assimilativa do ambiente
Requisitos para o desenvolvimento sustentável	• Adopção de um novo paradigma social relevante para uma vida sustentável • Orientação dos sistemas políticos e económicos nacionais e internacionais para o desenvolvimento e a utilização equitativa de recursos • Desenvolvimento de sistemas tecnológicos que procurem continuamente novas soluções para os problemas ambientais • Estabelecimento de uma aliança global que facilite a integração de políticas de desenvolvimento ao nível local, nacional e internacional

Fonte: Adaptado de Sharpley (2000: 8)

Mais recentemente, Sharpley (2002) retoma a questão da dificuldade que ainda subsiste em relacionar o conceito de turismo sustentável com o paradigma do desenvolvimento sustentável, para acrescentar que a sustentabilidade pode constituir uma barreira ao desenvolvimento de um destino turístico. Uma vez que, em diversos contextos, se tem associado, por um lado, o turismo sustentável a iniciativas de âmbito local, de pequena escala e, por outro, a insustentabilidade, ao turismo de massas, de larga escala, tem-se exacerbado um conjunto de implicações sobre estes dois conceitos, que, no seu ponto de vista, não são necessariamente verdadeiras e que o autor pretende desmistificar.

Tabela 2.19

Implicações sobre a sustentabilidade do turismo

-
- *O desenvolvimento do turismo de massas, de larga escala, não contribui com sucesso, ou seja, de forma sustentável, para o desenvolvimento socioeconómico, mais vasto, das áreas de destino.* A experiência tem demonstrado que tal nem sempre se verifica, pois há casos em que o turismo de massas se tem revelado como a forma mais eficaz de desenvolvimento de um destino;
 - *Os projectos desenvolvidos ao nível local, que criam emprego local e que utilizam produtos locais - logo, por conseguinte, reduzem as consequências da dependência, tais como fugas de capitais, trabalho expatriado, propriedade estrangeira, repatriação de lucros, etc. - trazem maiores benefícios económicos aos destinos.* Isto não é necessariamente verdade, pois os benefí-

cios económicos desses projectos tendem a ser muito localizados e relativamente pouco expressivos;

- *O desenvolvimento provocado pelo turismo ocorre apenas nos destinos turísticos.* Isto também não é assim, pois as regiões emissoras beneficiam igualmente com o desenvolvimento do turismo, nomeadamente através da construção de aeroportos regionais, que actuam como importantes pólos de crescimento e de desenvolvimento;
- *O melhor caminho a seguir para o desenvolvimento do turismo é o do desenvolvimento sustentável.* Isto é discutível, pois o próprio conceito de desenvolvimento sustentável tem sido alvo de críticas por ser um paradigma ocidental, de acordo com o qual se mantém o actual desequilíbrio da ordem mundial. Idêntico juízo de valor se pode aplicar ao caso do turismo sustentável, particularmente quando se assiste a tentativas, por parte de organizações ou grupos de pressão ocidentais, no sentido de influenciar ou alterar a natureza do desenvolvimento do turismo noutros países.

Fonte: Adaptado de Sharpley (2002: 331-332).

No seu conjunto, estes pontos revelam como é que a sustentabilidade pode ser uma barreira ao desenvolvimento. Por outras palavras, a dificuldade de ajustamento do turismo ao conceito de desenvolvimento sustentável, por um lado, e a associação que tem sido feita do turismo sustentável a projectos de âmbito local, de pequena escala e de estilo tradicional ou apropriado (de acordo com uma visão ocidental), por outro, contribuem para que o turismo sustentável se revele como um conceito prescritivo e restritivo, que limita as potencialidades de desenvolvimento através do turismo.

Tabela 2.20

A sustentabilidade como uma barreira ao desenvolvimento

-
- *Relativamente poucas pessoas beneficiam das iniciativas que reúnem estas características.* Há uma contradição inerente ao turismo sustentável, pois este minimiza (em vez de otimizar) os benefícios para as comunidades locais e restringe a oportunidade dos turistas participarem em tais formas de turismo. Não é possível satisfazer o desejo de envolvimento de um número cada vez maior de pessoas na actividade turística e nos seus benefícios e, paralelamente, dar resposta à “alegada” procura crescente por experiências de turismo sustentável: ou as empresas turísticas expandem as suas operações, ou é permitida a entrada de mais empresas no sector, o que resulta, em ambos os casos, numa pressão excessiva sobre os recursos humanos e naturais;
 - *As iniciativas de pequena escala, tradicionais, de ecoturismo ou de turismo de natureza, consideradas como manifestações específicas de turismo sustentável, têm sido justificadas com base na existência de uma procura crescente por experiências “autênticas”, ligadas à natureza.* Como consequência disso, as experiências turísticas passaram a ser concebidas de modo a ir de encontro a essas expectativas dos turistas, que procuram escapar aos “outros” ambientes e culturas, considerados modernos e desenvolvidos, onde habitualmente estes residem. Cria-se, assim,

uma espécie de “dependência cultural”, que também limita o potencial de desenvolvimento desses destinos. Tal como Silver (1993) afirmou, “it seems that ... indigenous peoples can only continue to be attractive to tourists as long as they remain undeveloped and, hence, in some way primitive”;

- *As oportunidades de negócio, nessas circunstâncias, são limitadas, pois muitas comunidades não possuem competências ou recursos financeiros e tecnológicos que permitam explorar, em pleno, as potencialidades oferecidas pelo turismo. É pouco provável que sem qualquer apoio financeiro, tecnológico ou de marketing esses projectos turísticos, de pequena escala, controlados ao nível local, consigam sobreviver, apesar desta situação ilustrar a inevitável dependência inerente ao sistema de turismo global.*

Fonte: Adaptado de Sharpley (2002: 332-333).

De acordo com Sharpley (2002), a conclusão a tirar deve ser a de que há uma necessidade de “divorciar” o turismo, como agente de desenvolvimento, daquilo que provou ser o paradigma restritivo do desenvolvimento sustentável. Isto não quer dizer que os princípios do desenvolvimento sustentável não têm relevância para o turismo, mas, tão só, que é fundamental reconhecer que cada país, ou sociedade, mais ou menos desenvolvida, tem necessidades e objectivos de desenvolvimento próprios. O turismo sustentável não é um veículo de desenvolvimento adequado para todos os casos. Pode, até, em certas situações, retardar o desenvolvimento ou, como Wall (1997, citada por Sharpley, 2002: 337) sugeriu, resultar em desenvolvimento insustentável, pelo que cada destino deve ter a possibilidade de escolher a forma de desenvolvimento do turismo que considere ser particularmente mais adequada ao seu caso, atendendo aos recursos disponíveis, aos mercados potenciais e às suas necessidades específicas de desenvolvimento.

Mais do que defender uma posição, importa compreender o contexto em que a noção de turismo sustentável se desenvolveu, para justificar a evolução histórica que ocorreu nas diversas abordagens e interpretações que têm sido efectuadas a este conceito.

2.6 As teorias do desenvolvimento do turismo e a evolução das abordagens ao conceito de turismo sustentável

A pletora de interpretações que existem em torno do conceito de turismo sustentável deve-se, de certa forma, ao facto de não haver uma teoria explicativa e universalmente aceite sobre o desenvolvimento sustentável do turismo.

Pearce (1993) afirma que esta situação pode ser atribuída à natureza pré-paradigmática da teoria do turismo. De facto, o turismo por vezes tem sido acusado da escassez de teorias e de paradigmas unificadores, que geralmente caracterizam as disciplinas mais consolidadas (Faulkner e Ryan, 1999; Oppermann, 1993; Jafari, 1990).

Apesar desta (eventual) natureza pré-paradigmática da teoria do turismo, têm surgido, ao longo dos últimos vinte anos, diversos modelos explicativos do desenvolvimento do turismo.

Mowforth e Munt (1998) agruparam esses modelos em três tipos: modelos que explicam as motivações dos turistas, modelos que explicam o papel do sector do turismo e, por último, modelos que explicam o desenvolvimento da comunidade de destino. Contudo, os autores reconhecem que estes modelos são demasiado simplistas. Para além destes, podem referir-se outros, que procuraram explicar, em simultâneo, o comportamento do sector e da comunidade receptora, como é o caso do Ciclo de Vida de um Destino, de Butler (1980). No entanto, quer as categorias mencionadas inicialmente, quer os modelos que se lhes seguiram, não têm sido capazes de explicar a relação existente entre os vários elementos do sector e o processo mais vasto do desenvolvimento (Mowforth e Munt, 1998).

Faulkner e Ryan (1999) têm perspectivas diferentes quanto à evolução ocorrida na investigação em turismo e na conceptualização dos problemas a que se pretende dar resposta na actualidade. Faulkner procura uma meta-linguagem que sintetize a natureza multi-paradigmática da investigação em turismo, uma vez que esta tende a assentar em teorias e princípios de outras disciplinas. O autor afirma que a investigação no turismo reflecte uma tendência mais geral por parte das ciências sociais em assentar numa abordagem multi-disciplinar, sendo este ecletismo uma adaptação eficaz à natureza do fenómeno em causa, que não se compadece com a perspectiva de uma única disciplina. Ryan, por seu turno, sustenta uma visão pós-modernista de que inúmeros pontos de vista emergem da conjugação de forças envolvidas, criando hegemonias de poder e posições, mas que estão, elas próprias, em constante mutação.

Clarke (1997), Oppermann (1993) e Jafari (1990), por sua vez, deram um contributo importante para a descrição do contexto em que o turismo sustentável se desenvolveu: a

primeira autora, identificando quatro grandes abordagens ao conceito de turismo sustentável; o segundo, justificando o aparecimento das teorias do desenvolvimento do turismo como uma reacção aos modelos económicos predominantes e o terceiro, descrevendo a evolução histórica das abordagens de investigação no turismo, onde se podem identificar quatro plataformas de investigação.

Passa-se a apresentar, em primeiro lugar, as ideias de cada um destes autores, bem como algumas reacções e extensões efectuadas, a posteriori, aos seus contributos (Hardy e Beeton, 2001; Swarbrooke, 1999). Seguidamente, dar-se-á a conhecer o trabalho de Hardy *et al.* (2002), que permite, através de uma combinação inovadora destas três perspectivas, enquadrar a evolução ocorrida no conceito de turismo sustentável, de acordo com três paradigmas dominantes: a teoria económica, a visão (ou percepção) sobre o envolvimento da comunidade e a visão (ou percepção) sobre a conservação do ambiente.

2.6.1 A evolução das abordagens ao conceito de turismo sustentável proposta por Clarke

Clarke (1997) deu um contributo importante para a compreensão do conceito de turismo sustentável, procedendo ao enquadramento das várias interpretações que têm sido feitas à noção de turismo sustentável, de acordo com uma certa sequência cronológica, sugerindo a existência de quatro abordagens principais: pólos opostos, existência de um contínuo, movimento e convergência.

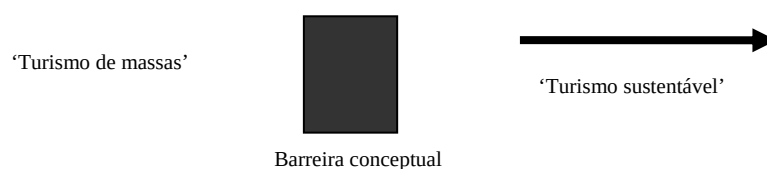
A primeira abordagem, e provavelmente a mais antiga de todas, denominada por abordagem dos pólos opostos (Clarke, 1997: 225), é aquela que considera o turismo sustentável e o turismo de massas como dois pólos opostos, mutuamente exclusivos: a pequena escala contrapõe-se à grande escala das operações, logo, a sustentabilidade à insustentabilidade.

No final da década de 80 e início dos anos 90, com a crescente utilização do termo “turismo alternativo” como sinónimo de turismo sustentável, passou-se a entender o turismo sustentável como uma espécie de força que se exercia no sentido contrário do turismo de massas. Associava-se turismo sustentável àquilo que era “bom” e turismo de

massas àquilo que era “mau”. Os impactes sociais e ambientais negativos que ocorriam nos destinos turísticos eram atribuídos apenas e somente ao turismo de massas, que era apelidado, de uma forma emotiva, de turismo *hard*, turismo de *ghetto* ou turismo destrutivo. Uma vez que o turismo de massas se associava às operações de grande escala, o principal elemento distintivo na abordagem dos pólos opostos passou a ser a escala. Na sua expressão mais extrema, os defensores do turismo alternativo exigiam uma acção imediata no sentido de se proceder a uma substituição total do turismo de massas por formas alternativas de turismo.

Figura 2.10

Abordagem 1: Pólos opostos



Fonte: Adaptado de Clarke (1997: 225).

Desta forma, as primeiras manifestações que se encontram no domínio do turismo sustentável assentam numa abordagem dicotómica, em que a pequena escala é sinónimo de sustentabilidade e, pelo contrário, a grande escala está associada à insustentabilidade.

A segunda abordagem, que surge nos anos 90, rejeita esta dicotomia e introduz a noção da existência de um *continuum* (Clarke, 1997: 226) entre os dois extremos, admitindo que o turismo sustentável se pode transformar ou evoluir para o turismo de massas. Perante o reconhecimento de que o turismo sustentável utiliza as mesmas infra-estruturas, transportes e sistemas de reservas que o turismo de massas, dá origem a uma estrutura sectorial e se pode transformar igualmente em turismo de massas, se não for devidamente gerido, a simplicidade dos pólos opostos é reajustada, considerando-se, então, a existência de um contínuo entre os dois extremos. Alguns autores chegam até a apresentar esta evolução ao longo de um espectro. Embora já admitindo a possibilidade de ocorrência de alterações na escala das actividades, este atributo – a escala das operações – prevalece ainda como elemento distintivo, mantendo-se a ideia de que o turismo sustentável é uma situação perfeitamente definida e associada às operações de pequena escala.

Figura 2.11

Abordagem 2: Existência de um *continuum*



Fonte: Adaptado de Clarke (1997: 226).

Estas duas primeiras abordagens ao conceito de sustentabilidade do turismo foram alvo de duras críticas, que assentavam em dois aspectos fundamentais: por um lado, eram consideradas demasiado simplistas por não terem em atenção que o turismo é um fenómeno dinâmico e complexo; e, por outro, eram consideradas inviáveis devido à questão da escala e da falta de capacidade de fornecerem soluções para o “problema” do crescente volume de chegadas turísticas, à escala internacional.

Tendo em conta o crescimento exponencial do turismo, que se verificou a partir da segunda metade do séc. XX, bem como as previsões de evolução favorável da procura turística, apontadas por organismos internacionais como a Organização Mundial do Turismo, a substituição do turismo de massas pelo turismo sustentável – tal como era entendido por estas duas abordagens –, parecia não ter qualquer lógica. Devido à sua pequena escala, o chamado “turismo sustentável” não tinha qualquer capacidade de dar resposta a um tal ritmo de crescimento da procura, pois não poderia suportar o acréscimo das chegadas turísticas, nem substituir os benefícios económicos proporcionados pelo turismo de massas. Além disso, estas abordagens eram demasiado centradas no turismo, não reconhecendo a importância e o papel que pode ser desempenhado por outros sectores de actividade económica, nem a perspectiva mais ampla do desenvolvimento sustentável.

Outras limitações apontadas a estas duas abordagens respeitavam a questões de elitismo, à dificuldade de assegurar a propriedade e controlo local das operações e aos desequilíbrios de poder.

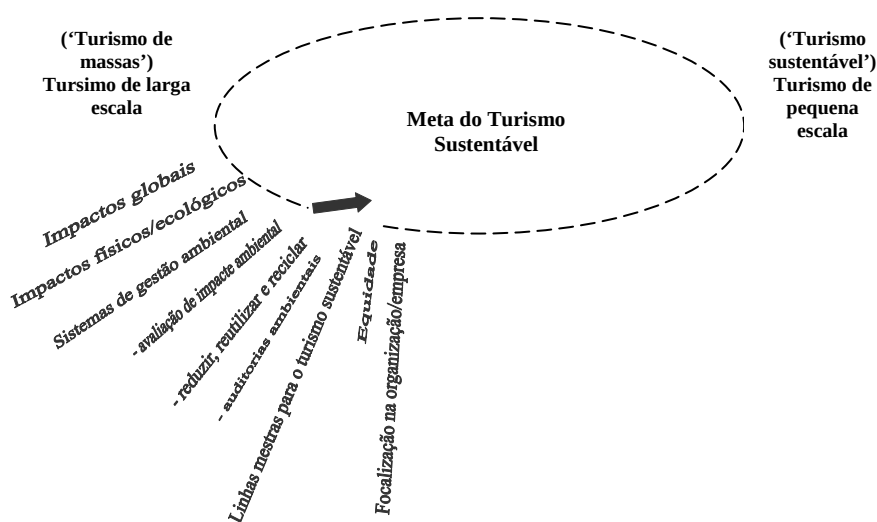
Tanto estas críticas, como a maior consciencialização acerca dos princípios do desenvolvimento sustentável, levaram à emergência de uma nova abordagem, que alegava que o turismo de massas podia e devia evoluir para formas mais sustentáveis.

Esta nova visão da sustentabilidade do turismo, denominada por abordagem do movimento (Clarke, 1997: 227), difere das anteriores em três pontos básicos, a saber:

- A questão da escala tornou-se mais objectiva e menos emotiva; o turismo de massas passa a ser susceptível de aperfeiçoamentos, deixando de ser “o mau da fita”;
- A sustentabilidade do turismo passou a ser uma meta a atingir, em vez de ser uma característica inerente a uma determinada escala de operações;
- A operacionalização do conceito, no sentido de se atingir a meta da sustentabilidade, passou a ser o foco da atenção, em vez de se ficar pelo debate estéril em torno de uma definição de turismo sustentável, como anteriormente se fazia.

Figura 2.12

Abordagem 3: Movimento



Fonte: Adaptado de Clarke (1997: 228).

Nesta abordagem à sustentabilidade do turismo dá-se preferência à utilização do termo “turismo de larga escala”, em vez de “turismo de massas”, reconhecendo-se-lhe algumas virtudes: uma vez que os agentes envolvidos são operadores e organizações de grande dimensão, por um lado, conseguem exercer maior influência através do *lobbying* para a protecção do ambiente e, por outro, têm maiores capacidades de marketing e de comunicação para incutir o interesse pelas questões da sustentabilidade do turismo junto dos milhões de consumidores que adquirem os seus produtos; possuem, ainda, a

vantagem de ter maior poder sobre os diversos intervenientes no circuito de distribuição, podendo exercer pressões no sentido destes introduzirem políticas e práticas que visem a sustentabilidade do turismo.

Esta abordagem assenta em três aspectos fundamentais: ambiente natural/ecológico, sistemas de gestão ambiental (que englobam técnicas como as auditorias ambientais de produtos e processos) e avaliação de impactes ambientais.

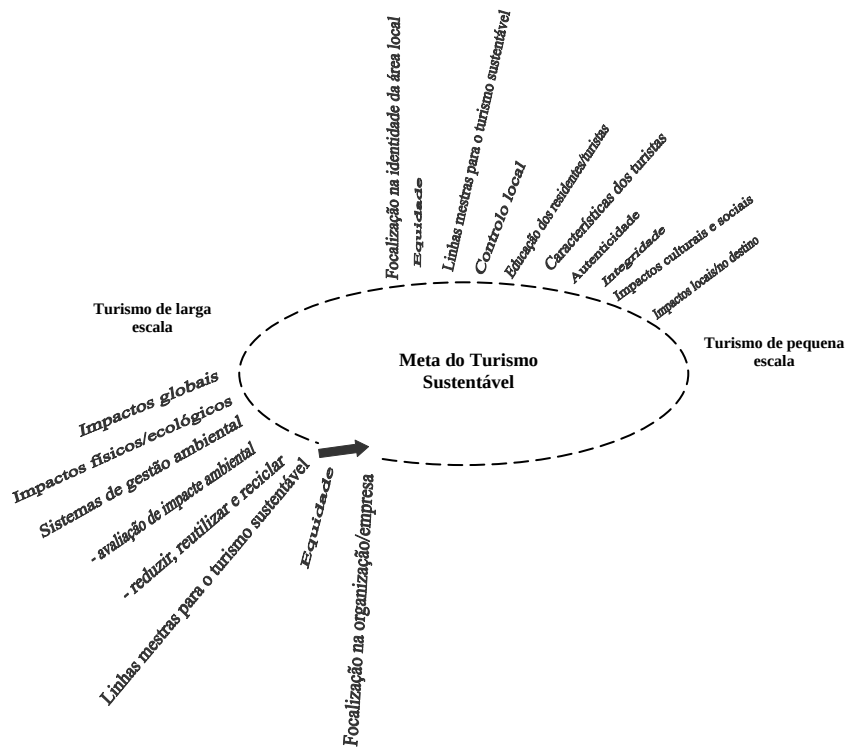
De uma forma sucinta, pode-se afirmar que a terceira abordagem considera que o turismo de massas pode tornar-se mais sustentável, pelo que a sustentabilidade deve ser uma meta a atingir, deixando de ser uma possibilidade ou uma característica exclusiva das operações de pequena escala. A ênfase coloca-se na operacionalização do conceito, através da utilização de indicadores e da introdução de códigos de conduta e de orientações, resultantes, não só, da regulamentação governamental, mas, também, de iniciativas voluntárias por parte do sector.

A abordagem mais recente é a que defende a convergência (Clarke, 1997: 229). A sustentabilidade do turismo é encarada como uma meta a atingir por todas as formas ou tipos de turismo, independentemente da escala das respectivas operações. De acordo com esta perspectiva, é menos importante definir, com precisão, o conceito de turismo sustentável, do que caminhar na sua direcção, ou seja, do que o “movimento” no sentido correcto.

De acordo com esta abordagem, há duas interpretações possíveis para a noção de sustentabilidade do turismo:

- Ao nível das operações de larga escala, sendo expressa como uma orientação de negócio e centrando-se predominantemente nos aspectos ambientais e ecológicos, à semelhança da terceira abordagem;
- Ao nível das operações de pequena escala, focando-se na identidade ou integridade do local/área de destino. Esta concepção é semelhante à da primeira abordagem (dos pólos opostos), excepto no que toca à interpretação do conceito de sustentabilidade do turismo, que passa a ser encarado como uma meta a alcançar e não como uma característica inerente a certos tipos de turismo.

Figura 2.13
Abordagem 4: Convergência



Fonte: Adaptado de Clarke (1997: 230).

Pode-se afirmar que, em ambos os casos, a prioridade é atribuída à implementação do conhecimento científico e da experiência actual no domínio da sustentabilidade do turismo para que haja um “movimento” no sentido correcto e o objectivo é progredir em direcção à meta desejada, tanto através do aperfeiçoamento das ideias inerentes a cada interpretação, como da adaptação das ideias de uma à outra.

Estas duas interpretações resultam na convergência para a meta da sustentabilidade do turismo. Para exemplificar, Clarke (1997) refere que as organizações que operam em grande escala estão a recorrer a códigos de conduta para alterarem o comportamento dos turistas – técnicas, essas, que habitualmente eram utilizadas pelas iniciativas de pequena escala –, enquanto as pequenas e médias empresas estão a implementar auditorias ambientais e sistemas de gestão ambiental, instrumentos que anteriormente eram utilizados apenas pelas organizações de grande dimensão.

Swarbrooke (1999) está de acordo com esta evolução das abordagens que foi proposta por Clarke (1997), mas afirma que grande parte do debate actual sobre o turismo sustentável ainda se baseia na ideia dos pólos opostos.

Hardy e Beeton (2001), por sua vez, propõem que se acrescente uma nova posição àquelas que foram apresentadas por Clarke (1997): a de que houve uma alteração nas percepções quanto ao conceito de turismo sustentável, em termos de quatro aspectos: contexto, impactes, escala e processo.

Em primeiro lugar, houve uma alteração no “contexto” de aplicação do conceito de turismo sustentável. De acordo com os autores, este conceito pode ser aplicado a qualquer lugar, ou melhor, pode ser aplicado num *continuum* de situações (Hardy e Beeton 2001: 172), que vão desde zonas que se encontram preservadas no seu estado selvagem até a locais perturbados ou, alternativamente, desde zonas rurais a espaços urbanos.

Por outro lado, ocorreu uma alteração na percepção dos “impactes” do turismo sobre o ambiente. Enquanto os primeiros defensores do conceito de sustentabilidade do turismo proclamavam que esta era uma actividade benigna do ponto de vista ambiental e, ao mesmo tempo, geradora de receitas e da entrada de divisas, actualmente já se reconhece que o desenvolvimento do turismo (mesmo do turismo sustentável) tem impactes sobre a economia, a população local, o ambiente e os próprios turistas.

De igual modo se alterou a percepção quanto à noção de “escala”. Clarke (1997) sugeriu que a sustentabilidade pode ser atingida ao nível das operações de larga escala e de pequena escala; Hardy e Beeton (2001) avançam, por sua vez, com a ideia de que é possível atingir a sustentabilidade do turismo, não só ao nível das operações de pequena ou grande escala, mas também ao nível local, regional, nacional e global.

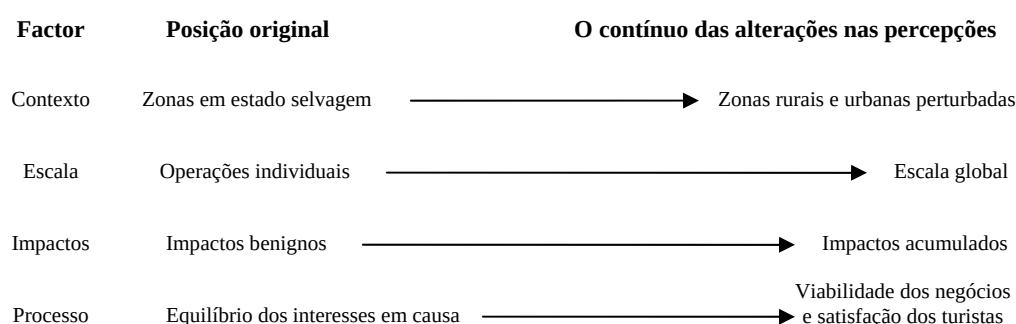
Por fim, houve uma alteração na percepção do “processo” de se atingir a sustentabilidade do turismo. Nas primeiras abordagens efectuadas ao conceito de turismo sustentável enfatizava-se a vertente do desenvolvimento sustentável do turismo: o enfoque dirigia-se para a ética ambiental, a qualidade de vida e a integridade cultural,

enaltecendo-se as noções de crescimento e de progresso. Agora, a atenção dirige-se para a viabilidade do negócio e para a satisfação do cliente (turista).

Deste modo, as alterações ocorridas nas percepções do conceito de turismo sustentável resumem-se em quatro vertentes, que se apresentam na figura seguinte.

Figura 2.14

Uma ilustração da aplicação do conceito de turismo sustentável a todo o tipo de contextos e a escalas diferentes



Fonte: Adaptado de Hardy e Beeton (2001: 173).

2.6.2 As teorias do desenvolvimento do turismo propostas por Oppermann

Oppermann (1993) defende que as teorias explicativas do desenvolvimento do turismo surgiram como uma reacção aos modelos de desenvolvimento que, ao longo do tempo, foram sendo propostos pela teoria económica. De acordo com o autor, após a II Guerra Mundial, começaram a evidenciar-se dois paradigmas dominantes: o paradigma da difusão e o paradigma da dependência.

O paradigma da difusão, por sua vez, deu origem a duas teorias fundamentais: a teoria do desenvolvimento por fases e a teoria da difusão.

A teoria do desenvolvimento por fases baseia-se na ocorrência de alterações unidireccionais, de menos para mais desenvolvido (Oppermann, 1993) e considera que o principal obstáculo ao desenvolvimento é a sociedade tradicional. Esta abordagem inspira-se no modelo de crescimento económico por fases, que foi proposto por Rostow

(1960) e foi aplicada ao turismo por Miossec (1976, citada por Oppermann, 1993), Thurot (1973, citada por Oppermann, 1993) e Schlenke e Stewig (1983, citada por Oppermann, 1993), tendo estes últimos autores sugerido que o turismo traz benefícios para a comunidade local, na medida em que permite o desenvolvimento da sociedade.

A teoria da difusão, por seu turno, assenta no “efeito multiplicador” do turismo sobre o conjunto do sistema económico (Browett, 1979; Myrdal, 1959, citadas por Oppermann, 1993). Certos autores, como Christaller (1964, citada por Oppermann, 1993), defendem que o turismo, pelo facto de estar fortemente ligado a outros sectores (Clement, 1961, citada por Oppermann, 1993), pode ser utilizado como instrumento de desenvolvimento em regiões onde não é possível desenvolver outras actividades económicas.

Note-se que este paradigma da difusão se popularizou numa época em que se assistia à ascensão do turismo de massas, devido ao progresso social alcançado nas economias ocidentais (Ceballos-Lascurain, 1996). Os seus defensores argumentavam a favor do turismo no pressuposto de se tratar de uma actividade não destrutiva e geradora de rendimentos, logo, de uma autêntica panaceia para os Países em Desenvolvimento.

Oppermann (1993) prossegue, afirmando que, perante a insatisfação revelada com o paradigma da difusão, surge o paradigma da dependência. Atendendo às relações que se estabelecem entre o “centro” e a “periferia”, os defensores deste paradigma afirmavam que o desenvolvimento do capitalismo, no “centro”, criava as condições para que se perpetuasse o subdesenvolvimento na “periferia” (Browett, 1982; Frank, 1969, citadas por Oppermann, 1993). A distinção entre “subdesenvolvimento” e “não desenvolvimento” faz-se associando o primeiro estado às economias ocidentais e às consequências negativas do colonialismo. Esta abordagem, que se inspira na doutrina marxista quanto à posição tomada em relação ao imperialismo e ao colonialismo, advoga que o desenvolvimento não é linear, mas holístico, pelo que a riqueza e a pobreza estão ligadas à escala global (Oppermann, 1993). Este paradigma foi aplicado ao turismo por Britton (1980, citada por Hardy *et al.*, 2002), que reconheceu que, nos Países em Desenvolvimento, o turismo dá origem ao aparecimento de enclaves, contribuindo para o aumento da dependência.

Embora Oppermann (1993) não mencione especificamente o conceito de turismo sustentável, os paradigmas que propôs permitem-nos compreender em que medida o pensamento económico influenciou as teorias do desenvolvimento do turismo. De acordo com Hardy *et al.* (2002), o paradigma da difusão pode ser visto como um precursor do turismo sustentável, uma vez que foi o descontentamento com este paradigma que gerou os primeiros apelos para um desenvolvimento mais sustentável da actividade turística. Foi, contudo, o paradigma da dependência que mais afectou esta evolução, ao despoletar os argumentos anti-desenvolvimento e ao trazer a debate a questão da existência de limites ao crescimento, levando a fortes apelos para o desenvolvimento de formas alternativas ao turismo de massas, orientadas para o ambiente, assentes na pequena escala e supostamente sustentáveis. Por outro lado, a tendência para o debate sobre o conceito de turismo sustentável se centrar em aspectos relacionados com a economia e o ambiente pode ser explicada por esta evolução histórica, que esteve tão próxima da teoria económica (Hardy *et al.*, 2002). Talvez seja por esta razão que, certos autores, preferem utilizar a expressão *sustainable development in the context of tourism*, em vez do termo *sustainable tourism*, evitando adoptar uma visão mais restritiva que a expressão “turismo sustentável” pode porventura acarretar (Hunter, 1997; Wall, 1997; Butler, 1993).

2.6.3 As plataformas de investigação no turismo propostas por Jafari

Jafari (1990) efectuou uma retrospectiva histórica da investigação que tem sido realizada no turismo, propondo a existência de quatro plataformas de investigação, que se distinguem entre si de acordo com a perspectiva que os autores adoptam em relação aos impactes do turismo. É importante referir, no entanto, que nenhuma destas plataformas veio substituir as anteriores, pelo que, na literatura actual, ainda é possível encontrar adeptos de cada uma delas (Jafari, 1990).

As duas primeiras plataformas de investigação propostas por este autor estão directamente relacionadas com os paradigmas do desenvolvimento do turismo avançados por Oppermann (1993), enquanto as outras duas se podem relacionar com as abordagens ao conceito de turismo sustentável que foram propostas por Clarke (1997).

Passa-se a expor cada uma delas, para se ver como é possível estabelecer a ligação.

- 1.^a *Plataforma de Defesa*. Esta abordagem tornou-se popular no período de reconstrução e expansão económica que se seguiu à II Guerra Mundial e enfatiza os impactes positivos do turismo. Dá-se especial relevo aos benefícios económicos da actividade, afirmando-se que o turismo é uma actividade benigna do ponto de vista ambiental e uma alternativa economicamente viável para os Países em Desenvolvimento (Jafari, 1990). Esta plataforma está muito ligada aos modelos de desenvolvimento económico propostos por Rostow (1960, citada por Jafari, 1990) e à noção de “efeito multiplicador” do turismo, pelo que corresponde, de certa forma, ao paradigma da difusão apresentado por Oppermann (1993). Deste modo, e pela razão acima invocada, esta plataforma pode ser considerada como precursora do conceito de turismo sustentável (Hardy *et al.*, 2002).
- 2.^a *Plataforma de Precaução*. Esta plataforma surgiu na sequência da constatação, nos anos 60, de impactes negativos do turismo sobre o ambiente e, nos anos 70, sobre a comunidade local. Trata-se de uma perspectiva admonitória, que defende a intervenção do sector público (Jafari, 1990). Pode-se afirmar que esta plataforma de precaução está relacionada com o paradigma da dependência apresentado por Oppermann (1993), pelo que é muito provável que tenha contribuído para a emergência do conceito de turismo sustentável. Também pode ser ligada à primeira das quatro abordagens propostas por Clarke (1997), pois advoga que o turismo sustentável se opõe ao turismo de massas e é sinónimo de uma forma de turismo de pequena escala, capaz de proteger o ambiente e, ao mesmo tempo, de gerar rendimento e promover a cultura local (Hardy *et al.*, 2002).
- 3.^a *Plataforma de Adaptação*. Esta plataforma, que apareceu no início dos anos 80, caracteriza-se pela sugestão de formas alternativas de turismo referidas na literatura como turismo verde, turismo suave, turismo responsável e turismo indígena (Jafari, 1990). A diferença em relação à abordagem anterior é que os seus defensores se envolveram activamente no debate sobre o significado do conceito de turismo sustentável e as condições para a respectiva operacionalização. Esta plataforma apela ao envolvimento da comunidade local e encoraja a propriedade e o controlo

local dos empreendimentos turísticos. Pode ser considerada como uma reacção ao paradigma da dependência apresentado por Oppermann (1993), uma vez que reconhece a necessidade de todos os *stakeholders* beneficiarem do desenvolvimento do turismo. Também pode ser comparada à segunda das quatro abordagens propostas por Clarke (1997), na medida em que assenta no pressuposto da existência de um *continuum* entre o turismo não sustentável e o turismo sustentável, considerando que a meta da sustentabilidade pode ser atingida por toda e qualquer organização que opere no sector (Hardy *et al.*, 2002).

4.^a *Plataforma Baseada no Conhecimento Científico*. Jafari caracteriza esta plataforma do seguinte modo: “This new platform aims at positioning itself on scientific foundations” (Jafari, 1990: 35). A ênfase coloca-se na avaliação dos impactes do turismo (Jafari, 1990). Esta abordagem à investigação tornou-se evidente nos últimos anos, com a crescente tendência de encarar o turismo como um sistema. A passagem de uma perspectiva estática para uma perspectiva dinâmica da actividade turística reflecte a aplicação das ferramentas da economia ecológica e da dinâmica de sistemas à investigação no turismo - como é o caso da utilização da análise multi-critérios no estudo das práticas de sustentabilidade (Janssen, 1996, citada por Hardy *et al.*, 2002). Dowling (1992, citada por Hardy *et al.*, 2002) compara este período a uma era em que o idealismo é substituído pelo realismo, pois, uma vez que os conflitos entre o turismo, o ambiente e a cultura estão sempre presentes, o apelo deve dirigir-se à cooperação. De acordo com esta visão holística, a actividade turística é encorajada desde que seja ambientalmente sustentável e que contribua para a minimização dos impactes negativos e para a maximização dos benefícios. O aparecimento de novas revistas científicas dedicadas a esta temática, como é o caso do *Journal of Sustainable Tourism*, é um reflexo da necessidade crescente de compreensão do conceito e da sua implementação prática no sector do turismo. Esta plataforma corresponde à terceira e quarta das abordagens propostas por Clarke (1997), uma vez que a operacionalização se tornou o foco da atenção, promovendo-se a construção de indicadores de sustentabilidade do turismo, a adopção de códigos de conduta e guias de

boas práticas e reconhecendo-se de que a sustentabilidade do turismo pode ser aplicada a todas as formas de turismo, sendo menos importante a definição do conceito de turismo sustentável do que a jornada em direcção à sustentabilidade do turismo (Hardy *et al.*, 2002).

As plataformas de Jafari (1990) revelam a mudança que ocorreu, ao longo do tempo, nas abordagens à investigação no turismo e que é comparável, por sua vez, à evolução que houve no conceito de turismo sustentável. Jafari (1990) afirma, por exemplo, que a plataforma de precaução traduz a consciencialização da ocorrência de impactes do turismo na década de 60. Ora, esta constatação entre os investigadores coincide com a ascensão do movimento ambiental e com uma época em que se questiona a distribuição de riqueza tal como preconizada pelas teorias da economia do desenvolvimento. De igual modo, as plataformas que se seguiram foram acompanhando o reconhecimento que se ia verificando nas nações mais desenvolvidas de que o desenvolvimento do turismo afectava múltiplos interesses (entre eles, os do ambiente e da comunidade local). Esta tomada de consciência pode ser vista como um catalisador para o aparecimento do conceito de turismo sustentável (Hardy *et al.*, 2002).

2.6.4 A evolução do conceito de turismo sustentável proposta por Hardy, Beeton e Pearson

Hardy *et al.* (2002) afirmam que embora a evolução do termo desenvolvimento sustentável tenha sido impulsionada pelo aumento da consciencialização ambiental nas décadas de 60 e de 70, pode-se defender que o conceito de desenvolvimento sustentável teve a sua origem muitos anos antes, assumindo três formas: uma visão para a conservação da natureza (*a conservation vision*), uma visão sobre o envolvimento da comunidade (*a community vision*) e na teoria económica (*economic theory*).

a) A conservação da natureza

Uma das primeiras manifestações da preocupação com o desenvolvimento sustentável no contexto do turismo pode ser encontrada na Mesopotâmia, milhares de anos antes de Cristo, com a criação de reservas de caça para a elite. Outros exemplos da antiguidade consideram-se antecessores da noção de desenvolvimento sustentável, na medida em

que revelam a tomada de consciência da necessidade de se preservar os recursos naturais para utilização no futuro.

É possível identificar, na história do mundo ocidental, em particular a partir de meados do séc. XIX, diversos períodos de preocupação com o ambiente natural. A visão romântica do séc. XIX – que valorizava os valores espirituais em relação aos materiais e que encarava os homens como parte da natureza e não como seres a ela superiores –, constitui um antecedente do desenvolvimento sustentável, na medida em que levou à criação dos primeiros parques nacionais, quer na América do Norte, quer na Austrália.

No séc. XX, no final dos anos 40 e início dos anos 50, evidencia-se um novo surto desta visão com a fundação de diversas organizações ambientais, tais como a União Mundial para a Natureza, em 1948 (que inicialmente adoptou o nome de International Union for the Protection of Nature, sendo hoje em dia conhecida por World Conservation Union) e o Fundo Mundial para a Protecção da Natureza, em 1961 (fundada como World Wildlife Fund e actualmente denominada por World Wide Fund for Nature) e o aparecimento de várias publicações a promover a protecção do ambiente, tais como *Tragedy of the Commons*, de Hardin (1968, citada por Hardy *et al.*, 2002) e *Silent Spring*, de Carson (1962, citada por Hardy *et al.*, 2002).

A partir dos anos 70, evidencia-se um novo surto de consciencialização ambiental: entre 1972 e 1986, o número de organizações ambientais passou de 8 para 113 (Brown, 1996, citada por Hardy *et al.*, 2002).

b) A teoria económica

O efeito do aparecimento, no séc. XIX, de uma corrente favorável à conservação da natureza e dos recursos naturais foi tão significativo que se estendeu à teoria económica. A investigação dirigiu-se para a produção, especialmente agrícola, e para os factores que afectam o respectivo rendimento, nomeadamente o ambiente, fazendo com que, em meados desse século, o enfoque fosse dirigido para a industrialização, para o crescimento económico e para a prosperidade.

Mais tarde, os modelos económicos do pós-guerra – que visavam a retoma económica dos Países Industrializados – também se basearam em pressupostos similares a estes, assumindo que os problemas da pobreza e do excesso populacional poderiam ser resolvidos através da tecnologia. Esses modelos – como por exemplo o de Myrdal, proposto em 1959 e o de Rostow, em 1960 – tiveram sucesso, em parte, na medida em que permitiram o aumento da produção industrial, mas por outro lado falharam porque levaram à escassez de factores agrícolas, devido ao aumento da população mundial. Assistiu-se à desflorestação, desertificação e urbanização massiva. A ocorrência de problemas sociais, como o aumento da pobreza e das desigualdades sociais, causados pela industrialização, foi inevitável, em particular nos Países em Desenvolvimento.

O insucesso revelado por estes modelos que assentavam nos pressupostos da economia do desenvolvimento – nomeadamente, o Plano Marshall e o Programa de Recuperação da Europa, que não tiveram resultados quando aplicados às colónias – alertou para a necessidade de se desenvolverem modelos alternativos que tivessem em conta as consequências ecológicas, ou seja, os impactes ambientais da expansão económica. Até essa altura, muitos economistas defendiam que os problemas do ambiente eram questões de falha de mercado e que uma simples aplicação da teoria do bem-estar serviria para curar todos os males, inclusive o desemprego e a pobreza.

Em meados da década de 60, é proposta a integração da economia e do ambiente num sistema único, na busca de um equilíbrio entre ambos. Em resposta a este desafio, e perante a falta de sucesso dos modelos anteriores, surgem numerosas publicações chamando a atenção para a necessidade de um desenvolvimento alternativo mais sustentável (Bernstein, 1973; Meadows *et al.*, 1972; Hamilton, 1969; Mishan, 1967; citadas por Hardy *et al.*, 2002). Entretanto, na teoria económica, dá-se início à avaliação dos efeitos ambientais. Aparece a “economia do ambiente”, que se debruça sobre o estudo das relações entre o homem e o ambiente e, mais tarde, nos anos 80, a “economia ecológica”, com a preocupação de integrar a gestão ambiental com o bem-estar das gerações futuras e incluir nos sistemas de contas nacionais aspectos como a degradação do capital natural e as dimensões sociais e culturais. A “economia ecológica” constitui, assim, um dos primeiros passos para a integração de diferentes disciplinas e teorias sobre o desenvolvimento sustentável, que vão desde o antropocentrismo ou tecnocentrismo, ao biocentrismo ou ecocentrismo.

c) O envolvimento da comunidade

Muitas vezes se afirma que a tentativa de conciliar a conservação dos recursos com o desenvolvimento económico foi precursora do conceito de desenvolvimento sustentável – e, por conseguinte, da noção de sustentabilidade do turismo –, esquecendo o papel que os aspectos socioculturais desempenham no desenvolvimento turístico sustentável. Ora, no âmbito da investigação em turismo, houve uma evolução considerável nas abordagens que têm sido efectuadas ao envolvimento e à participação da comunidade local no desenvolvimento do turismo.

Os primeiros estudos quase invariavelmente apontavam os benefícios que o turismo poderia trazer para a comunidade receptora, contribuindo para acelerar o desenvolvimento da sociedade ou, ainda, servindo como um instrumento de desenvolvimento das regiões periféricas, de acordo com a teoria da difusão (*diffusion theory*).

Contudo, houve uma mudança de atitude a partir do momento em que certos investigadores começaram a denunciar a ocorrência de impactes negativos sobre as comunidades de destino. A atenção passa, então, a dirigir-se para o estudo dos impactes do turismo sobre a comunidade, dando origem à construção de modelos de desenvolvimento por fases ou por etapas (conhecidos na literatura por *stage models* ou *step models*).

De acordo com Pearce *et al.* (1996), estes modelos incluem a tipologia de turistas de Smith (1978, citada por Pearce *et al.*, 1996), que inclui sete categorias – do turista *explorador* ao turista *charter*; o “irridex” ou índice de irritação de Doxey (1975, citada por Pearce *et al.*, 1996), que compreende quatro fases – *euforia*, *apatia*, *irritação* e *antagonismo*; as Estratégias de Ajustamento ao Turismo por parte dos residentes, de Dogan (1989, citada por Pearce *et al.*, 1996), que englobam cinco fases – *resistência*, *retirada*, *manutenção de uma fronteira*, *revitalização* e *adoção*; e o Ciclo de Vida de um Destino de Butler (1980, citada por Pearce *et al.*, 1996), que prevê as fases de *exploração*, *envolvimento*, *desenvolvimento*, *consolidação*, *estagnação* e *declínio* ou *rejuvenescimento*.

A partir dos anos 80, começa a evidenciar-se uma nova tendência no sentido de valorizar o envolvimento dos residentes no turismo. Simmons (1994, citada por Hardy *et al.*, 2002) afirma que os residentes são uma parte importante da “atmosfera de hospitalidade” do destino e um recurso fundamental para a sustentação do produto turístico; outros autores defendem, igualmente, que a comunidade é um recurso ou um parceiro estratégico, no contexto da gestão de áreas protegidas, tendo em vista o desenvolvimento sustentável do turismo (Bramwell e Lane, 2000; Dudley *et al.*, 1999; Leverington, 1999; citadas por Hardy *et al.*, 2002); outros, ainda, reconhecem a importância da participação da comunidade para se atingir a sustentabilidade do turismo (Joppe, 1996; Simmons, 1994; Ap, 1992; Liu *et al.*, 1987; citadas por Hardy *et al.*, 2002).

d) O modelo proposto

Hardy *et al.* (2002) ilustram a evolução do conceito de turismo sustentável a partir da combinação das teorias apresentadas por Clarke (1997), Jafari (1990) e Oppermann (1993), com o objectivo de fornecer um quadro metodológico para a construção de teorias mais substanciais, tendo em vista o desenvolvimento do conceito de turismo sustentável e a sua implementação.

Figura 2.15

O contexto conceptual e operacional onde evoluiu o conceito de turismo sustentável

	Visão económica	Visão conservadora	Visão comunitária	Resposta académica	Resposta do sector
1880	Industrialização e Crescimento Económico	Visão Romântica (Hall, 1998)			Protecção dos recursos (e.g. Parques Naturais)
1940	Paradigma do Desenvolvimento por Etapas 1946: Rostow 1947: Plano Marshall	1948: Formação da IUCN			
1950	1951: Programa de Recuperação da Economia Europeia 1959: Myrdal				Turismo de Massas
1960	1966: Economia do Ambiente 1967: Paradigma da Dependência (Frank)	1961: Criação do WWF	1964: Christaller	Abordagem de defesa	

	1969: Hamilton apela ao desenvolvimento para conservar os recursos				
1970	1972: Conferência de Estocolmo sobre o Ambiente Humano				
	1978: Economia Ecológica (Holding)		1976: Modelo Irridex de Doxey 1979: Cinco fases de ajustamento de Dogan	1973: Thurot e a Plataforma de Precaução 1976: Miossec	
1980		1980: Estratégia de Conservação do Mundo (<i>World Conservation Strategy</i>)	1983: Schlenke e Stewig	Plataforma de Adaptação 1980: Modelo de Butler do Ciclo de Vida 1982: Paradigma da Dependência (Britton)	1982: Acordo WTO/UNEP
	1987: Our Common Future				Apelo para um turismo alternativo
1990		1991: Preocupação com a Terra		Plataforma Baseada no Conhecimento Científico	Guias para o sector com enfoque ambiental Popularização do Turismo Sustentável
	1992: Cimeira da Terra (UNCED)				Agenda 21 para o Turismo
			Ênfase no papel da comunidade (Simmons, 1994; Bramwell e Lane, 2000)		Centro de Cooperação e Pesquisa para o Turismo Sustentável (Austrália)

Fonte: Adaptado de Hardy *et al.* (2002: 489-90).

De acordo com estes autores, este quadro permite esclarecer vários aspectos importantes.

Em primeiro lugar, o conceito de turismo sustentável evoluiu em reacção a três paradigmas dominantes: a teoria económica, o envolvimento da comunidade e a conservação do ambiente. Contudo, neste processo, os factores económicos e ambientais têm merecido maior atenção do que os aspectos socioculturais (Butler, 1999; Farrell, 1999; Twining-Ward, 1999; citadas por Hardy *et al.*, 2002), apesar do enfoque das primeiras definições ser atribuído ao bem-estar e à equidade inter e intra-gerações. Esta situação fica a dever-se, provavelmente, às dificuldades associadas ao estudo do comportamento e das percepções humanas.

Além disso, as percepções sobre o turismo sustentável alteraram-se sobremaneira desde que o conceito foi utilizado pela primeira vez nos anos 80 (Clarke, 1997, citada por Hardy *et al.*, 2002). Uma vez que o turismo sustentável é um conceito condicionado pelo contexto social, para que se atinja a sustentabilidade do turismo é necessário identificar e consultar todos aqueles que são afectados pelo turismo (*stakeholders*) e atender às suas necessidades subjectivas. Deste modo, esta abordagem integrada aos *stakeholders* inclui, não só, os que representam os interesses do ambiente e do desenvolvimento económico, mas também as comunidades e a cultura local. Apesar de se reconhecer, na literatura, a importância do envolvimento da comunidade local, só muito recentemente é que se começaram a incorporar os interesses das comunidades e da cultura local no planeamento turístico (Bramwell e Lane, 2000; Butler, 1998; citadas por Hardy *et al.*, 2002).

Em terceiro lugar, a partir da leitura do quadro e tendo em conta a análise efectuada anteriormente às teorias em presença, Hardy *et al.* (2002) afirmam que é evidente que há uma diferença fundamental entre as teorias económicas e as teorias do turismo: enquanto as teorias económicas, tais como a de Myrdal (1959, citada por Hardy *et al.*, 2002) e a de Rostow (1960, citada por Hardy *et al.*, 2002), são proactivas e procuram dar resposta aos problemas existentes, facilitando a mudança, as teorias do turismo são reactivas, ou seja, desenvolvem-se, em grande medida, como uma reacção às teorias económicas prevaletentes e aos problemas ambientais, incluindo-se, neste processo, o conceito de turismo sustentável.

Atendendo a esta natureza “reactiva” do conceito de turismo sustentável, Hardy *et al.* (2002) chegam a questionar a possibilidade do turismo sustentável se desenvolver em termos teóricos e práticos, podendo nunca passar de uma retórica de reacção (*reactionary rhetoric*, Hardy *et al.*, 2002: 490). Não há dúvida que, muitas entidades do sector, desde empresários a autoridades governamentais, têm adaptado a sua actividade, tendo em vista a sustentabilidade do turismo. Contudo, é discutível se esta actuação tem provocado alterações significativas no debate, ou apenas conduzido a meras alterações de cosmética (Mowforth e Munt, 1998, citada por Hardy *et al.*, 2002). A não ser que se consiga demonstrar que é possível atingir a sustentabilidade do turismo por todos os grupos de *stakeholders*, corre-se o risco de que venha a acontecer o mesmo que aconteceu em relação ao ecoturismo, cuja banalização do termo levou a que fosse

conotado com pouco mais do que um argumento de marketing (Wight, 1993; citada por Hardy *et al.*, 2002).

Em jeito de recomendação, Hardy *et al.* (2002) defendem que as futuras conceptualizações do turismo sustentável devem atribuir a mesma atenção à comunidade local, que à economia e ao ambiente, sendo isto possível de se atingir através de processos que fomentem o envolvimento dos *stakeholders*:

“Future conceptualisations must address whether sustainable tourism is a process whereby balances should be struck between the environment, economy and community issues or whether it is up to the community to decide where the balance should lie. In the context of sustainable tourism, this is a philosophical debate which requires resolving the potentially conflicting concepts of an empowered community versus ‘balanced’ decisions being made for the ‘greater good’. More discussion and research is needed to resolve this issue” (Hardy *et al.*, 2002: 491)

Os autores sugerem, assim, uma abordagem de operacionalização do conceito que adopta uma perspectiva de Gestão e recomenda que se fomente o envolvimento de todos os *stakeholders* do turismo para que seja possível atingir um turismo sustentável: a denominada análise dos *stakeholders*, cujos fundamentos teóricos decorrem da teoria dos *stakeholders*. Por ser esta a abordagem perfilhada no presente trabalho de investigação, o tema será retomado no próximo capítulo, a propósito das abordagens de operacionalização da sustentabilidade do turismo ao nível dos destinos turísticos.

2.7 Conclusão

Neste capítulo foram abordadas as questões de conceptualização do turismo sustentável, explorando as suas raízes no paradigma mais vasto do desenvolvimento sustentável. Apesar do intenso debate a que se tem assistido nos últimos quinze anos, quanto ao significado e âmbito do conceito, dando origem a uma multiplicidade de propostas para a respectiva definição – por vezes acusada de provocar confusão –, nota-se que houve uma evolução nas interpretações a que tem sido sujeito, apresentando-se consensual quanto às três dimensões intrínsecas que envolve: a sustentabilidade económica, a sustentabilidade ambiental e a sustentabilidade sociocultural. Contudo, o paradigma da sustentabilidade não está isento de críticas, subsistindo divergências e até algum

cepticismo quanto às perspectivas de implementação prática do conceito de turismo sustentável. A evolução das teorias do desenvolvimento do turismo e das abordagens à investigação no turismo condicionou o contexto onde se desenvolveu o conceito de turismo sustentável. Por essa razão, foi estabelecido um quadro conceptual e metodológico que permite compreender esta relação. Mais do que esclarecer o conteúdo de uma definição, importa passar à sua aplicação em situações concretas, dirigindo a atenção para as questões da monitorização, avaliação e controlo da sustentabilidade do turismo em casos concretos. A questão da operacionalização constituirá o tema a tratar no próximo capítulo.

Capítulo 3. TURISMO SUSTENTÁVEL: ABORDAGENS DE OPERACIONALIZAÇÃO DO CONCEITO

3.1 Introdução

No capítulo anterior fez-se referência à necessidade de operacionalizar o turismo sustentável, ou seja, de passar do debate teórico à acção. Neste capítulo começa-se por abordar as principais tendências actuais da procura turística para justificar a necessidade do sector se adaptar a essas novas exigências. A emergência de um novo turismo, impulsionado por um novo perfil de consumo, a introdução de novas tecnologias, novas técnicas de gestão, novas práticas de produção e, ainda, pela alteração nos factores de concorrência ao nível mundial, leva à adopção de formas distintas de organização e gestão. Para dar resposta às necessidades dos “novos turistas”, é fundamental adoptar práticas mais sustentáveis no turismo. Neste sentido, o capítulo faz referência às iniciativas para a sustentabilidade do turismo que estão à disposição das empresas e dos órgãos de poder regional e local, tais como códigos de conduta, guias de boas práticas, rótulos ecológicos, sistemas de gestão ambiental e indicadores, bem como às ferramentas que permitem conhecer e influenciar o comportamento dos turistas, tendo em vista o desenvolvimento sustentável do sector.

O capítulo prossegue mencionando os grandes desafios que se colocam à operacionalização da sustentabilidade do turismo: a integração harmónica das três dimensões da sustentabilidade – a eficácia económica, a equidade social e a sustentabilidade ambiental –, a adaptação do turismo às novas tecnologias da informação e comunicação e a cooperação entre os agentes públicos e privados.

Seguidamente, o capítulo atribui uma ênfase especial à análise das principais questões relacionadas com a operacionalização do conceito, nomeadamente os princípios que devem orientar a definição e a implementação de políticas e as abordagens de operacionalização da sustentabilidade do turismo ao nível dos destinos turísticos, numa óptica de Marketing e de Gestão. Uma vez que a implementação do conceito envolve a definição de critérios e indicadores de sustentabilidade, são apresentadas as recomendações e as técnicas que têm merecido maior relevo na literatura para a prossecução deste desiderato.

3.2 O novo perfil do turismo e o imperativo da adopção de instrumentos de sustentabilidade do turismo

A alteração dos valores sociais em relação ao ambiente tem obrigado o sector do turismo a alterar os seus parâmetros de funcionamento. Após várias décadas de crescimento quantitativo acelerado, o turismo mundial entrou numa fase de profunda transformação. As condições que propiciaram o desenvolvimento do turismo de massas alteraram-se por completo.

Poon (1993, citada por OMT, 1998b) identifica um conjunto de forças que são responsáveis por esta mudança: os novos consumidores, as novas tecnologias, a necessidade de novas formas de produção e de gestão mais flexíveis e as alterações ocorridas no ambiente. Com efeito, estas transformações levam à adopção de formas distintas de organização e de gestão, que permitam uma maior produtividade e eficácia, através da implementação de princípios que visem a qualidade, a flexibilidade, um tipo de desenvolvimento mais integrado no ambiente, uma atenção personalizada ao cliente, a inovação e a integração.

Há um importante segmento de mercado turístico em ascensão, que aponta para a procura de experiências ligadas a locais autênticos e sensíveis, e que, se espera, virá a crescer rapidamente nas próximas décadas. Trata-se de um visitante que pretende “controlar” a sua viagem, evitando, de certa forma, o contacto com os intermediários e agentes de viagens e procurando desfrutar de um contacto autêntico com a natureza e/ou com a cultura local.

Estes “novos turistas”, também apelidados de “turistas verdes”, têm uma forte consciência ambiental, possuem mais experiência em termos de viagens, logo, estão mais aptos a fazer comparações, apresentam um nível cultural mais elevado, procuram qualidade e bom nível de serviços, são mais independentes e conscientes em termos das suas decisões e são motivados pela aprendizagem e auto-realização (Poon, 1997).

A confirmar-se esta revolução no turismo, marcada por uma procura turística com novas características, as empresas do sector não terão outra opção senão a de adoptarem

práticas mais sustentáveis, se quiserem garantir a sua sobrevivência no mercado (OMT, 1998b).

As novas características do turismo configuram um paradigma empresarial a que Fayos (1994, citada por OMT, 1998b) denominou de “Nova Era do Turismo”.

Tabela 3.1
Características da “Nova Era do Turismo”

▪ As férias são flexíveis e podem ser adquiridas a preços tão competitivos como os das férias estandardizadas; ▪ A produção dos serviços turísticos é orientada pelas exigências individuais dos consumidores, obtendo-se vantagens decorrentes das economias de especialização; ▪ O marketing dirige-se a nichos específicos do mercado, com diferentes necessidades e interesses; ▪ Os consumidores mais experimentados e com motivações mais complexas, consideram o ambiente e a cultura local como parte da experiência turística; ▪ As novas tecnologias da informação e da comunicação convertem-se na pedra angular que proporciona a flexibilidade necessária para satisfazer os consumidores actuais.

Fonte: Adaptado de Fayos (1994, citada por OMT, 1998b: 385).

Os turistas, que são os consumidores deste sector de actividade, passaram a ser cidadãos mais conscientes, logo, a exigir condições diferentes em termos de produção e utilização dos serviços turísticos, a fim de pôr cobro à expansão desenfreada do turismo de massas (OMT, 1998b).

Contudo, é preciso reconhecer que esta tendência para a busca de experiências autênticas pode ser potencialmente mais nociva, em termos dos seus impactes sobre o destino turístico, do que outras formas de turismo, que ocorrem em ambientes menos sensíveis, ou em que os contactos com a comunidade local são pouco frequentes e muito controlados.

Com efeito, o turismo possui uma característica que o diferencia das outras actividades económicas: o serviço é prestado ao cliente dentro das fronteiras de um destino turístico, ou seja, não é o produto que vai de encontro ao consumidor, mas é este que se desloca para o utilizar num determinado espaço físico (Fullana e Ayuso, 2002). Ora, esta particularidade, leva-nos a atribuir especial relevância a dois grandes grupos de factores:

- Por um lado, ao território e ao ambiente, pois aí se localizam as empresas que oferecem serviços turísticos e os órgãos de poder regional e local que são responsáveis pela sua gestão;
- Por outro lado, ao turista, uma vez que exerce um papel determinante, já que, ao consumir o produto turístico, pode influenciar, com o seu comportamento, a sustentabilidade do local de destino turístico, não só ao nível ambiental, como também em termos socioeconómicos e culturais.

Isto significa que há responsabilidades partilhadas na compatibilização de objectivos de desenvolvimento sustentável e protecção do ambiente: as autoridades nacionais, regionais e locais, as associações de empresários e de ecologistas, as empresas, a comunicação social, as escolas, os cientistas, os cidadãos e os próprios turistas – todos têm um papel a desempenhar na promoção do desenvolvimento sustentável da actividade turística.

A constatação de que os consumidores preferem ambientes naturais bem conservados e práticas turísticas não destrutivas, e que estão dispostos a pagar mais por isso, facilita a adopção de estratégias de sustentabilidade do turismo que se coadunam com a filosofia dos movimentos de conservação da natureza.

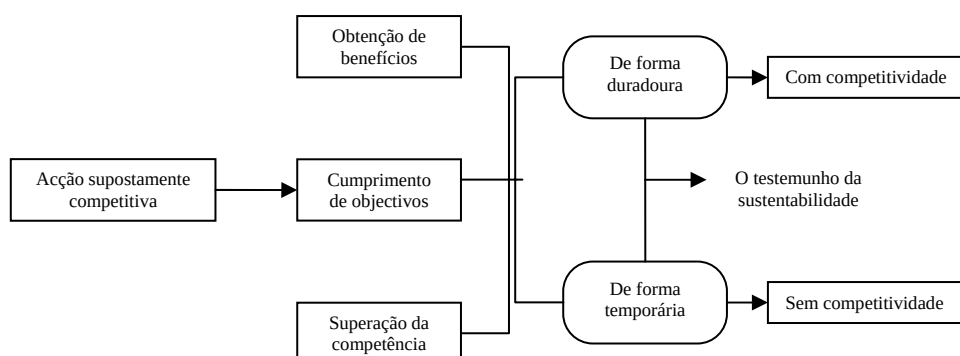
De acordo com a concepção de sustentabilidade do turismo preconizada pela OMT (1998a) – que engloba as dimensões económica, ecológica e sociocultural da sustentabilidade –, a política turística mais sustentável, do ponto de vista das empresas, é também aquela que melhor se ajusta aos seus objectivos: conseguir a rentabilidade a longo prazo, ou seja, a competitividade.

Desta forma se demonstra que a competitividade de uma nação, ou de um destino turístico, tem a ver com a continuidade da actividade, ao longo do tempo e com a capacidade de obter maiores benefícios do que os concorrentes e de manter esses benefícios em circunstâncias que estão constantemente a alterar-se.

A Figura 3.1 ilustra esta situação.

Figura 3.1

Competitividade e sustentabilidade



Fonte: Adaptado de OMT (1998b: 275).

Tanto da parte dos agentes envolvidos na oferta turística, como dos próprios turistas, revela-se uma preferência crescente por um tipo de turismo que, por um lado, exerça reduzidos impactes sobre os recursos existentes e seja capaz de promover a protecção do ambiente e, por outro, seja económica, ética e socialmente viável para as comunidades locais.

Constata-se que actualmente existe uma ampla gama de instrumentos políticos para orientar os diferentes actores presentes no sistema de turismo em direcção a um turismo mais sustentável.

De acordo com Fullana e Ayuso (2002), estes instrumentos incluem tanto a regulamentação coactiva tradicional (instrumentos obrigatórios), como a auto regulação do próprio sector (instrumentos voluntários). A Tabela 3.2 apresenta os mais evidentes.

Tabela 3.2

Instrumentos políticos de gestão turística

	<i>Empresas</i>	<i>Destinos</i>	<i>Turistas</i>
<i>Instrumentos Obrigatórios</i>	Regulamentação específica (avaliação de impacto ambiental)	Regulamentação específica (ordenamento do território)	Regulamentação específica (normas de conduta em áreas protegidas)
	Permissões e quotas (moratórias)	Avaliação de impacto ambiental	Taxas

Instrumentos Voluntários	Códigos de conduta Guias de boas práticas Prémios Rótulos ecológicos Auditorias SGAs Indicadores <i>Benchmarking</i>	Códigos de conduta Guias de boas práticas Prémios Rótulos ecológicos Auditorias SGAs Indicadores Agenda 21 Local	Códigos de conduta
-------------------------------------	---	---	--------------------

Fonte: Adaptado de Fullana e Ayuso (2002: 39)

Os instrumentos obrigatórios respeitam essencialmente à legislação em vigor em matéria de turismo, ambiente e ordenamento do território e respectiva regulamentação. Contudo, existem outros instrumentos que podem ser utilizados pelas autoridades no sentido de orientar o comportamento dos agentes turísticos. É o caso das iniciativas no âmbito da educação e informação ambiental, tais como campanhas de sensibilização, que podem contribuir para a consciencialização dos empresários, turistas e da população, em geral, sobre os problemas ambientais associados à actividade turística e sobre as formas de os combater. As subvenções ou incentivos financeiros ao investimento privado podem servir, igualmente, para estimular as empresas a adoptarem instrumentos voluntários que estão ao seu alcance, tais como sistemas de gestão ambiental (SGAs) ou rótulos ecológicos. O estabelecimento de novos mecanismos de cooperação entre o sector público e privado, tais como as parcerias público-privadas, são formas de compromisso que estimulam uma actuação concertada.

Relativamente aos instrumentos voluntários, pode-se afirmar que estes surgiram com maior expressão no início da década de 90 em resposta aos desafios lançados pela *Agenda 21* (UNCED, 1992) e, mais especificamente, pela *Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry* (WTTC/WTO/EC, 1995).

De acordo com Fullana e Ayuso (2002), as iniciativas voluntárias têm sido aplicadas em unidades de alojamento, estabelecimentos de restauração, actividades desportivas e de lazer, atracções turísticas, destinos turísticos, operadores turísticos, empresas de transporte e associações. Geralmente englobam recomendações relativas a aspectos ambientais, económicos e socioculturais, embora se note que a maioria aborde quase exclusivamente a vertente ambiental.

As iniciativas voluntárias possuem duas características principais:

- Por um lado, a entidade que as propõe e gere não é obrigada, por lei, a fazê-lo; e
- Por outro, os grupos-alvo ou destinatários não são obrigados a aplicá-la, ou seja, a aderir à iniciativa.

Subdividem-se em três categorias principais:

1ª) Instrumentos voluntários para empresas turísticas

Os exemplos mais comuns destes instrumentos voluntários para empresas turísticas são os códigos de conduta, os guias de boas práticas, os rótulos ecológicos, selos ou prémios de qualidade ambiental, os sistemas de gestão ambiental, os indicadores e o *benchmarking* (Fullana e Ayuso, 2002).

Estas iniciativas encontram-se descritas de forma detalhada no Anexo A, onde se referem vários exemplos.

Os instrumentos voluntários para empresas turísticas serão abordados no âmbito do estudo empírico desenvolvido junto dos empresários do subsector do alojamento turístico dos Açores (ver secções 4.5 e 5.9).

2ª) Iniciativas voluntárias para destinos turísticos

Os órgãos de poder regional e local podem aplicar, no âmbito da sua esfera de actuação, os mesmos instrumentos voluntários que as empresas do sector turístico, que se coadunam, por sua vez, com o desafio mais amplo de implementação da Agenda 21 Local (Fullana e Ayuso, 2002).

Destacam-se as seguintes iniciativas:

- Preparação de códigos de conduta para a população residente;
- Introdução de guias de boas práticas ambientais ao nível da gestão municipal;
- Adesão a rótulos ecológicos ou candidatura a prémios de qualidade ambiental por parte dos municípios ou das suas áreas de recreio e de lazer (praias, parques naturais);

- Introdução de sistemas de gestão ambiental em zonas delimitadas (praias, estâncias de montanha) ou ao nível do município;
- Implementação da Agenda 21 Local à escala municipal;
- Construção e selecção de indicadores de sustentabilidade do turismo que, conjugados com a aplicação de outros instrumentos e abordagens, constituem uma ferramenta de grande utilidade na gestão dos destinos turísticos.

O Anexo A compreende a descrição exaustiva destas iniciativas, citando igualmente alguns exemplos. É de notar que em Portugal já têm surgido iniciativas neste domínio (Partidário, 1999; Silva, 1999; Silva e Perna, 1999).

3ª) *Iniciativas voluntárias para turistas*

As autoridades locais e as instituições e associações empresariais de um destino turístico têm à sua disposição algumas ferramentas que permitem conhecer e influenciar o comportamento dos turistas, num esforço concertado para alcançar o turismo sustentável (Fullana e Ayuso, 2002).

As iniciativas mais comuns têm sido desenvolvidas nos seguintes domínios:

- Realização de estudos sobre as percepções dos turistas, com o objectivo de avaliar a importância atribuída a considerações ambientais, sociais ou de sustentabilidade na escolha dos destinos turísticos;
- Criação de códigos de conduta para turistas, com o objectivo de estimular um comportamento activo na protecção do ambiente e na preservação da identidade cultural da comunidade visitada;
- Concepção de campanhas de sensibilização para turistas, de modo a promover uma conduta mais responsável, tendo em vista a sustentabilidade do destino.

O Anexo A fornece informação mais pormenorizada sobre estas iniciativas e exemplos da sua aplicação.

Depois de dar a conhecer, de uma forma genérica, as abordagens teórico-conceituais e metodológicas que permitem operacionalizar o turismo sustentável, passa-se a tecer algumas considerações sobre os desafios que se colocam à respectiva implementação prática.

3.3 Os desafios da operacionalização do turismo sustentável

O conceito de sustentabilidade integra três pilares fundamentais: a sustentabilidade económica, a sustentabilidade ambiental e a sustentabilidade sociocultural (OMT, 1998a). Pode-se afirmar que já são evidentes os progressos alcançados em termos da componente económica da sustentabilidade – ainda que muitas vezes as medidas tomadas sejam de curto prazo e beneficiem apenas um dos actores implicados –, pois o turismo é, sem dúvida, um dos principais motores da economia mundial (Fullana e Ayuso, 2002).

Na realidade, a sociedade do séc. XXI está a mudar a um ritmo veloz, vivendo-se tempos de grande incerteza, sendo o turismo apontado como um dos factores responsáveis pelas transformações que ocorrem à escala global: a globalização da economia turística, o encurtamento das distâncias, as novas formas de transmitir e gerir a informação e a promoção turística, os novos determinantes da competitividade dos destinos, a sustentabilidade ambiental e autenticidade cultural. Estes são os novos factores-chave da agenda turística no início do terceiro milénio (OMT, 1998a).

No entanto, no que respeita à dimensão ambiental, verifica-se que só recentemente é que esta começou a ser introduzida nos sistemas de planeamento e de gestão do turismo (Fullana e Ayuso, 2002). Por sua vez, os valores sociais e culturais são os que têm recebido menor atenção em todo este processo: para além de não existirem muitas iniciativas que incluam aspectos sociais, as poucas que existem não podem competir com as levadas a cabo no campo ambiental (Fullana e Ayuso, 2002).

Ora, este panorama oferece-nos uma sustentabilidade muito descompensada e dá-nos poucas esperanças de encontrar experiências rigorosas, que integrem de maneira harmónica as três dimensões da sustentabilidade. Deste modo, o desafio mais importante que se coloca à operacionalização do turismo sustentável é a integração harmónica

das três dimensões da sustentabilidade: a eficácia económica, a equidade social e a sustentabilidade ambiental (Fullana e Ayuso, 2002). Para tal, é preciso encontrar mecanismos apropriados para integrar as considerações económicas e sociais no desenvolvimento turístico. Isto é especialmente complexo no âmbito empresarial, embora já existam iniciativas que têm em conta a responsabilidade das empresas no contexto socioeconómico. A título de exemplo, podem citar-se algumas iniciativas recentes: a Certificação para a Sustentabilidade Turística, desenvolvida pelo Instituto de Turismo da Costa Rica (Certificación para la Sostenibilidad Turística, 2001, citada por Fullana e Ayuso, 2002), que integra critérios socioeconómicos; a norma de Responsabilidade Social SA 8000 (Social Accountability International, 1997, citada por Fullana e Ayuso, 2002), que estabelece requisitos relacionados com as condições de trabalho (trabalho infantil, trabalhos forçados, saúde e segurança no trabalho, liberdade de associação e direito de negociação colectiva, discriminação, medidas disciplinares, horário de trabalho, compensação); o projecto SIGMA, que pretende desenvolver uma série de sistemas e de ferramentas de gestão para facilitar às empresas um comportamento mais sustentável (Sustainability Integrated Guidelines for Management, 2001, citada por Fullana e Ayuso, 2002); a iniciativa desenvolvida por The Natural Step, uma organização de educação ambiental sem fins lucrativos, que estabeleceu um quadro de actuação baseado em princípios científicos que podem servir de guia para empresas, comunidades, entidades governamentais e indivíduos (The Natural Step, 2001, citada por Fullana e Ayuso, 2002).

Os outros dois grandes desafios a que importa responder, neste contexto, são a adaptação do turismo às novas tecnologias da informação e comunicação e a cooperação entre os agentes públicos e privados (Fullana e Ayuso, 2002).

Começando pela questão das novas tecnologias, pode-se dizer que o crescimento contínuo da actividade turística implica que se disponibilize uma oferta também cada vez maior de destinos para explorar. Por essa razão, as necessidades de informação sobre a oferta incrementam em quantidade e qualidade. Um instrumento que se está perfilando como fundamental e que inclusivamente constitui uma ameaça para os intermediários turísticos tradicionais é a consulta através da Internet ou de telemóvel.

Na Tabela 3.3 apresentam-se alguns endereços da Internet que apresentam informação sobre o turismo sustentável.

Tabela 3.3
Informação na Internet sobre turismo sustentável

-
- <http://ecotour.org> – The Ecotravel Center: proporciona contactos com operadores de ecoturismo que organizam viagens na América Latina, África e Sudeste Asiático;
 - <http://www.ecotourism.org> – The International Ecotourism Society (TIES): oferece informação sobre os impactes causados pelo turismo e o poder de decisão dos turistas e dispõe de ligações aos membros desta organização, que promove o ecoturismo;
 - <http://www.greenglobe21.com> – Green Globe 21: contém informação e recomendações para o turista. A página integra ligações a empresas certificadas através desta iniciativa;
 - <http://www.eco-tour.org> – ECO-TOUR: contém informação e recomendações sobre produtos do ecoturismo. Engloba uma lista de empresas de alojamento turístico e destinos turísticos que aderiram a rótulos ecológicos ou que cumprem determinados critérios estabelecidos pela ECO-TOUR;
 - <http://www.responsibletravel.com> – Responsibletravel.com: neste directório as ofertas anunciadas têm de cumprir determinados critérios ambientais, sociais e económicos mínimos e os operadores devem dispor de uma política de suporte correspondente. A página web também publica as opiniões dos turistas sobre a implementação destas políticas nos produtos turísticos utilizados.
-

Fonte: Adaptado de Fullana e Ayuso (2002: 127).

Isto implica que a informação e a promoção turística respeitantes às iniciativas (empreendimentos ou actividades) de turismo sustentável devem ser adaptadas de modo o máximo proveito destas novas tecnologias da informação e da comunicação. Neste processo é importante que participem todos os actores implicados na oferta turística, tanto da cadeia produtiva, como dos departamentos governamentais que a suportam, uma vez que os consumidores recorrerem massivamente a estas novas fontes de informação.

A Internet, por exemplo, permite um marketing muito eficiente do ponto de vista económico, uma vez que permite chegar a qualquer parte do mundo ao mesmo tempo e ao mesmo preço. A informação divulgada é extremamente dinâmica, pois pode ser alterada e actualizada com as últimas novidades em qualquer altura e praticamente sem custos. Paralelamente, o consumidor tem acesso a um vasto leque de alternativas sem ficar restringido aos produtos e preços de uma determinada agência de viagens. No entanto,

podem surgir dúvidas quanto à veracidade dos conteúdos da oferta turística divulgada através destes meios, pois dificilmente se pode garantir a respectiva sustentabilidade. A maioria dos sites simplesmente exige que se preencha um questionário para adesão, sem subsequentemente comprovar que as informações prestadas são correctas. Uma das formas de ultrapassar este problema é sujeitar as iniciativas à certificação por parte de entidades externas (como no caso descrito anteriormente para as eco-etiquetas ou os sistemas de gestão ambiental) e certificar, em paralelo, as informações divulgadas por estes meios electrónicos.

No que toca à cooperação entre todos os agentes envolvidos, já o Relatório Brundtland (WCED, 1987) previa o requisito da colaboração e da criação de consensos como parte integrante do desenvolvimento sustentável. Também a *Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry* (WTTC/WTO/EC, 1995) enfatiza a importância da colaboração entre o governo, o sector privado e as organizações não governamentais. O principal desafio consiste em conseguir estabelecer uma forma de cooperação entre empresas turísticas, departamentos governamentais, agências de viagens, operadores turísticos, ONGAs, etc., num sector tão difuso e fragmentado, como é o caso do turismo.

A maioria dos instrumentos voluntários de gestão turística, como as eco-etiquetas, os sistemas de gestão ambiental ou a Agenda 21 Local, concentra-se exclusivamente numa única esfera de actuação: ou nas empresas turísticas ou nos municípios. Para operacionalizar o conceito mais amplo de desenvolvimento sustentável é essencial actuar a diversos níveis e envolver tanto as empresas, como a administração pública, num esforço comum. Enquanto, por um lado, a colaboração dos empresários turísticos é necessária para promover uma consciência ambiental no seio do próprio sector, por outro, o apoio das instituições públicas é imprescindível para coordenar toda a actuação.

Nos últimos anos, a investigação tem atribuído grande importância à colaboração e às parcerias, tendo em vista o desenvolvimento sustentável do turismo, tanto ao nível global como ao nível local (Bramwell e Lane, 1999; citada por Fullana e Ayuso, 2002). O recente interesse pela cooperação entre agentes públicos e privados e pela participação da comunidade local no desenvolvimento e gestão do turismo reflectem as tendências que se observam no contexto político mais amplo (Hall, 1999; Jamal e Getz, 1999; citadas por Fullana e Ayuso, 2002). No entanto, é necessário haver uma maior com-

preensão da diversidade destas formas de parcerias, de modo a identificar aquelas que são mais adequadas aos problemas que se pretende resolver ou para tirar partido de certas oportunidades (Selin, 1999; citada por Fullana e Ayuso, 2002).

3.4 Princípios para a implementação do turismo sustentável

Cedo se reconheceu o enorme desafio que consistia a implementação da noção de sustentabilidade proposta pelo Relatório Brundtland (WCED, 1987). A literatura que surgiu sobre esta matéria, nomeadamente no domínio da economia (Turner *et al.*, 1994; Jacobs, 1991; Pearce e Turner, 1990; Pearce *et al.*, 1989), foi unânime em admitir a vasta abrangência do conceito de desenvolvimento sustentável e a necessidade da sua operacionalização através de um conjunto de princípios, requisitos ou condicionantes, de algum modo inovadores, que pudessem orientar a actuação de agentes públicos e privados.

Contudo, já não se pode afirmar o mesmo em relação à esfera do turismo. Cooper *et al.* (1993) afirmam que só muito recentemente é que se começaram a comparar os efeitos negativos da actividade turística com os benefícios económicos, mais tangíveis. Esta situação foi reforçada com a ascensão do ambientalismo e da consciencialização ambiental, que ocorreu em meados da década de 80. Esta tendência resultou, em parte, do acréscimo da maturidade, tanto do turista, como consumidor, como dos próprios agentes que operam no sector do turismo. O turismo de massas levou à adopção de uma perspectiva de satisfação de objectivos a curto prazo, pois tanto as empresas do sector como os organismos públicos apenas se preocupavam em fazer face a uma procura sempre crescente. Nos anos 80 e 90, face ao abrandamento das taxas de crescimento da procura turística, os consumidores passaram a questionar alguns excessos provocados pelo desenvolvimento do turismo. Perante este cenário de moderação do crescimento, sentiu-se a necessidade de adoptar um horizonte de planeamento mais alargado, defendendo-se o aparecimento de formas alternativas de turismo (tal como se viu na secção 2.3).

Merece particular destaque no tratamento da temática da implementação prática da sustentabilidade do turismo a “Estratégia de Acção para o Desenvolvimento Turístico Sustentável”, desenvolvida pelo Tourism Stream Action Strategy Committee por ocasião da

Conferência sobre o Desenvolvimento Sustentável, *Globe' 90*, realizada em Vancouver, no Canadá, em Março de 1990 (e.g. Inskeep, 1991: 459-467). Isto porque, por um lado, resulta do trabalho de um grupo de peritos internacionais em várias disciplinas e, por outro, constitui uma tentativa pioneira de passar do debate para a acção.

Tabela 3.4

Metas estabelecidas para o turismo sustentável, no âmbito da *Globe' 90*

▪ Fomentar uma maior consciencialização e compreensão acerca do importante contributo que o turismo pode dar para o ambiente e para a economia; ▪ Promover a equidade no desenvolvimento; ▪ Melhorar a qualidade de vida das comunidades receptoras; ▪ Proporcionar uma experiência turística de qualidade ao visitante; ▪ Preservar a qualidade do ambiente, do qual depende a prossecução dos objectivos agora enunciados.
--

Fonte: Adaptado de Inskeep (1991: 459-467).

Neste documento reconhece-se, como ponto de partida, que o turismo tem um importante papel a desempenhar no contexto do desenvolvimento sustentável. Sendo o ambiente natural e cultural a base de sustentação da actividade turística, importa ter em conta, ao nível nacional e regional, e particularmente ao nível local, os impactes do turismo sobre o ambiente. Assume-se que o desígnio do desenvolvimento sustentável é a protecção e a melhoria do ambiente, a satisfação das necessidades básicas da humanidade, a promoção da equidade intra e inter-gerações e a melhoria da qualidade de vida das populações. Deste modo, para que o turismo possa contribuir para o desenvolvimento sustentável, o documento recomenda o estabelecimento de parcerias com outros sectores, a nível nacional e internacional, e o desenvolvimento de novos mecanismos, que permitam a coexistência de actividades económicas através de um processo de planeamento integrado.

O desenvolvimento turístico sustentável é definido como um processo de satisfação das necessidades dos turistas e das regiões de destino, no presente, que permite atender, paralelamente, à protecção dos recursos e à melhoria das oportunidades para o futuro: “Sustainable tourism development can be thought of as meeting the needs of present tourists and host regions while protecting and enhancing opportunity for the future” (Inskeep, 1991: 461).

Esta acepção concebe o desenvolvimento turístico sustentável como uma forma de gestão dos recursos que permite dar resposta às necessidades económicas, sociais e estéticas, a par da manutenção da integridade cultural, dos processos ecológicos essenciais, da diversidade biológica e dos sistemas de suporte à vida.

Tabela 3.5

Princípios para o turismo sustentável, enunciados na *Globe' 90*

-
- O planeamento, desenvolvimento e exploração do turismo devem fazer parte das estratégias de conservação ou desenvolvimento sustentável de uma região, província (estado) ou nação. O planeamento, desenvolvimento e exploração do turismo devem assumir um carácter trans-setorial e integrado, envolvendo organismos governamentais, empresas privadas, grupos de cidadãos e indivíduos, a fim de proporcionarem os benefícios mais alargados possíveis;
 - Organismos governamentais, empresas privadas, grupos de cidadãos e indivíduos devem adoptar princípios de ética e respeitar a cultura e o ambiente da área receptora, a economia e o modo de vida tradicionais, o comportamento tradicional da comunidade e os padrões políticos e de liderança;
 - O turismo deve ser planeado e gerido de uma forma sustentável, respeitando a protecção e utilização económica apropriadas do ambiente natural e humano das áreas receptoras;
 - O turismo deve promover a equidade de modo que haja uma distribuição justa de benefícios e custos entre os promotores e as populações e áreas receptoras;
 - Deve ser disponibilizada a informação, pesquisa e comunicação adequadas sobre a natureza do turismo e os seus efeitos sobre o ambiente natural e humano antes e durante o desenvolvimento da actividade, de modo especial para a população local, para que possam participar e influenciar o mais possível o desenvolvimento e os seus efeitos, no interesse individual e colectivo;
 - A população local deve ser encorajada e assumir papéis de liderança no planeamento e desenvolvimento, com a assistência do governo, das empresas, dos agentes financeiros e de outros interesses;
 - Devem ser efectuados estudos prévios do ponto de vista ambiental, social e económico para projectos de grande dimensão, considerando diferentes tipos de desenvolvimento turístico e a sua interacção com o ambiente, usos e modos de vida existentes;
 - Ao longo de todas as fases do desenvolvimento e exploração do turismo deve ser conduzido um cuidadoso programa de avaliação, monitorização e intervenção de modo a permitir à população local e a outros a tirar partido das oportunidades e a responder às mudanças.
-

Fonte: Adaptado de WTO (1993: 40).

A Estratégia de Acção, resultante desta conferência, aponta, ainda, quinze implicações da adopção do conceito de desenvolvimento turístico sustentável em termos da elaboração de políticas, bem como mais de quarenta orientações específicas para a actuação das autoridades governamentais, das organizações não governamentais, dos agentes do

sector do turismo, dos turistas e das organizações internacionais. Evitando parafrasear os conselhos destes peritos, pode-se afirmar que a premissa básica é a de que todos os grupos envolvidos no sector do turismo devem estar mais conscientes dos impactes ambientais e socioculturais que a actividade provoca e, por conseguinte, procurar empenhar-se em reduzir as consequências nefastas associadas à actividade turística.

Gartner (1996), ao referir-se a esta “Estratégia de Acção para o Desenvolvimento Turístico Sustentável”, afirma que as recomendações que encerra podem, na realidade, conduzir ao desenvolvimento de formas menos intrusivas de turismo; porém, o conceito de desenvolvimento sustentável ainda não é definido de forma clara, nem se referem as alterações que terão de ocorrer, ao longo do tempo, no próprio desenvolvimento do turismo, a fim de dar resposta ao crescimento populacional ou ao aumento da procura turística.

Garrod e Fyall (1998) também criticam as recomendações deste documento, por não estabelecerem objectivos concretos, nem sugerirem qualquer forma de quantificação: “None has a specific, quantified objective and in no case are metrics provided” (Garrod e Fyall, 1998: 202). A abordagem preconizada por esta estratégia de acção não é considerada, por estes autores, suficientemente elucidativa para se passar da teoria à acção.

Apesar das críticas de que foram alvo, estes conceitos e princípios lançaram as bases para o arranque de estudos e a preparação de guias, ao longo da década de 90, por parte de diversos organismos, ao nível internacional.

The Green Light, preparado pelo English Tourist Board, em 1991 (ETB/CC/RDC, 1991), foi um dos primeiros guias a surgir com o propósito explícito de orientar a actuação das empresas do sector do turismo, tendo em vista o desenvolvimento de uma actividade turística sustentável.

De acordo com este documento, a actuação responsável, por parte das empresas, permitirá alcançar um triplo objectivo:

- Manter uma base mais sólida para o crescimento a longo prazo;
- Oferecer aos visitantes um produto melhor; e
- Projectar uma imagem de responsabilidade e de credibilidade.

Também irá possibilitar a redução de custos e a atracção de novos visitantes, hóspedes, passageiros ou clientes (note-se que esta terminologia tem a ver com o facto do guia se dirigir a todo o tipo de empresas que actuam no sector do turismo).

São apontados os benefícios do turismo sustentável, que constam da tabela seguinte.

Tabela 3.6

Benefícios do turismo sustentável, de acordo com o English Tourist Board

▪ Acréscimo da competitividade, aumento da qualidade e melhoria do posicionamento no mercado; ▪ Aumento da eficiência global; ▪ Melhoria da imagem, aumento da credibilidade e melhoria da base para o crescimento; ▪ Redução de custos com a aquisição de matérias-primas e o tratamento de resíduos (lixo) a longo prazo; ▪ Melhoria do ambiente de trabalho dos colaboradores e da qualidade do ambiente, em geral, para as comunidades locais; ▪ Potenciação das oportunidades para o desenvolvimento de novos serviços e produtos.

Fonte: Adaptado de English Tourist Board (1991: 5).

Reconhecendo, por um lado, os benefícios económicos que o turismo pode proporcionar, mas, por outro, os problemas que pode causar ao ambiente natural e às comunidades de destino, este documento faz um apelo à adopção, por parte de todos os negócios, independentemente da sua dimensão, de práticas que visem a sustentabilidade ambiental, utilizando o argumento de que é necessário responder à crescente consciencialização ambiental por parte dos consumidores e à influência que esta pode exercer sobre as respectivas escolhas de consumo.

Enunciam-se os princípios a respeitar para o desenvolvimento de uma actividade turística sustentável, que se apresentam na Tabela 3.7.

Tabela 3.7

Princípios para o turismo sustentável, de acordo com o English Tourist Board

-
- O ambiente natural possui um valor intrínseco que é superior ao valor que assume como um recurso básico para o turismo. O seu usufruto pelas gerações futuras e a sua continuidade, a longo prazo, não devem ser prejudicados para atender a considerações de curto prazo;
 - O turismo deve ser reconhecido como uma actividade benéfica, que tem o potencial de influenciar positivamente a comunidade e o local onde se desenvolve, assim como o visitante;
 - A relação entre o turismo e o ambiente deve ser gerida tendo em vista a sustentabilidade do ambiente a longo prazo. Não se deve permitir que o turismo provoque danos aos recursos naturais, prejudique o seu usufruto no futuro, ou acarrete impactes inaceitáveis;
 - Os empreendimentos e as actividades turísticas devem respeitar a escala, a natureza e o carácter do local onde se realizam;
 - Em qualquer situação, deve-se procurar harmonizar as necessidades do visitante com as do local e da respectiva comunidade receptora;
 - Num mundo dinâmico, a mudança é inevitável e esta, por vezes, pode ser benéfica. A adaptação à mudança, no entanto, não deve ser feita à custa de qualquer um destes princípios;
 - O sector do turismo, as autoridades locais e as organizações ambientais têm o dever de respeitar os princípios acima enunciados e de trabalhar, em conjunto, para que possam ser postos em prática.
-

Fonte: Adaptado de English Tourist Board (1991: 9).

Estes princípios têm sido amplamente referidos e transcritos na literatura de turismo (*e.g.* Slee *et al.*, 1997; Cooper *et al.*, 1993).

A Cimeira do Rio deu uma atenção muito limitada ao papel do turismo na transição para o desenvolvimento sustentável. Na *Agenda 21* (UNCED, 1992) – um extenso programa de acção, que compreende 40 capítulos e que reuniu o consenso de 179 países – apenas se faz uma breve referência ao ecoturismo, que é recomendado como uma forma de promover o desenvolvimento sustentável das florestas. No Capítulo 11, dedicado ao Combate à Desflorestação, pode ler-se: “Governments, along with business, non-governmental and other groups can: [...] encourage low-impact forest use, such as ecotourism and the managed supply of genetic materials, such as those used to develop medicines” (Keating, 1993: 20).

De acordo com Eber (1992), apesar do turismo não ter merecido grande protagonismo neste evento, certo é que dirigiu o debate, ao nível internacional, para as questões relativas à deterioração dos recursos naturais do planeta. A crescente consciencialização das ameaças que se colocam ao ambiente, de uma forma global, e a necessidade de gerir os recursos de um modo mais sustentável incentivaram o aparecimento de novas abordagens à operacionalização do conceito de desenvolvimento sustentável no contexto do turismo.

Foi o caso de *Beyond the Green Horizon – Principles for Sustainable Tourism* (Eber, 1992), que procurou transpor os princípios avançados pelo Relatório Brundtland para a área do turismo. Neste documento, preparado a pedido do World Wide Fund, do Reino Unido, pelo Tourism Concern – uma associação britânica, preocupada com os impactes do turismo sobre a comunidade e o ambiente, fundada em 1989 –, o turismo sustentável é definido nestes termos:

“Sustainable tourism is [...] tourism and associated infrastructures that, both now and in the future:

- operate within natural capacities for the regeneration and future productivity of natural resources;
 - recognise the contribution that people and communities, customs and lifestyles, make to the tourism experience;
 - accept that these people must have an equitable share in the economic benefits of tourism;
 - are guided by the wishes of local people and communities in the host areas”
- (Eber, 1992: 3).

Dirigindo-se, em primeiro lugar, às empresas do sector do turismo, o documento enuncia os princípios para o desenvolvimento turístico sustentável, que constam da Tabela 3.8.

Tabela 3.8

Princípios para o desenvolvimento turístico sustentável, de acordo com o Tourism Concern

-
- Utilização sustentável dos recursos: a conservação e a utilização sustentável dos recursos – naturais, sociais e culturais – são fundamentais para o sucesso a longo prazo dos negócios do sector.

- Redução do sobre-consumo e da produção de resíduos (lixo): a redução do consumo excessivo e da produção de resíduos evita os custos de recuperação dos danos ambientais a longo prazo e contribui para a qualidade do turismo.
- Manutenção da diversidade: a manutenção e a promoção da diversidade natural, social e cultural são essenciais para a sustentabilidade do turismo a longo prazo e contribuem para a criação de uma base de recursos sólida para o desenvolvimento da actividade.
- Integração do turismo no planeamento: a integração do turismo no planeamento estratégico, a nível nacional e local e a utilização de mecanismos de avaliação de impactes ambientais aumentam a viabilidade do turismo a longo prazo.
- Suporte de actividades económicas locais: o turismo deve apoiar-se em actividades económicas locais e ter em conta os custos e benefícios ambientais, de modo a proteger a economia local e a evitar danos ambientais.
- Envolvimento das comunidades locais: o envolvimento das comunidades locais não só beneficia a população e o ambiente, em geral, como também contribui para melhorar a qualidade da experiência turística.
- Consulta aos *stakeholders* e ao público, em geral: as empresas do sector do turismo devem consultar as organizações, instituições e comunidades locais se pretendem trabalhar em conjunto e resolver os potenciais conflitos de interesses.
- Ensino e formação profissional: o ensino e a formação profissional devem promover a implementação de práticas de sustentabilidade do turismo e permitir o recrutamento, a todos os níveis, junto da comunidade local, o que contribui para a melhoria da qualidade do produto turístico.
- Marketing responsável do turismo: o marketing deve fornecer aos turistas informação completa e responsável de modo a aumentar o respeito pelo ambiente natural, social e cultural das áreas de destino e a melhorar o nível de satisfação dos consumidores.
- Realização de estudos: a utilização de sistemas eficazes de recolha e análise de dados é fundamental para as empresas do sector monitorizarem continuamente a actividade e resolverem os problemas à medida que vão surgindo, o que traz benefícios substanciais aos destinos, aos agentes do sector e aos consumidores.

Fonte: Adaptado de Eber (1992: 3).

Para além de expor estes princípios, que aqui se apresentam na sua versão mais sucinta, o documento relata casos de sucesso, a fim de estimular a sua implementação na prática.

No âmbito da *Global Conference on Business and the Environment – Globe’ 92*, que se realizou, em 1992, novamente em Vancouver, no Canadá, foi retomado o tema da sustentabilidade do turismo. No documento “Challenges to the Tourism Sector” apontam-se quatro áreas distintas de intervenção, com as subdivisões que se transcrevem na Tabela 3.9, de uma forma abreviada.

Tabela 3.9

Desafios para o sector do turismo, enunciados no âmbito da *Globe' 92*

-
- Política, legislação e regulamentação
 - Criar as instituições e os alicerces para o turismo sustentável
 - Proteger os recursos básicos
 - Mobilizar as empresas do sector para a acção
 - Tecnologia e investigação
 - Inventariar os recursos básicos
 - Inventariar os valores culturais
 - Avaliar as expectativas dos turistas
 - Avaliar os impactes do turismo
 - Recolher e analisar a informação sobre a actividade turística
 - Desenvolver e aplicar tecnologias adequadas à protecção do ambiente
 - Implementar práticas de controlo e de gestão de visitantes
 - Avaliação económica e contabilização
 - Incorporar os custos e benefícios ambientais na tomada de decisão
 - Incluir os aspectos ambientais na elaboração de relatórios
 - Utilizar a influência de operadores turísticos na adopção de práticas
 - Tirar partido do mercado ambiental
 - Formação e informação
 - Mobilizar as empresas e seus colaboradores
 - Estimular a adopção voluntária de práticas por parte do sector
 - Promover comportamentos responsáveis por parte dos turistas
 - Divulgar histórias de sucesso
 - Actuar de forma proactiva.
-

Fonte: Adaptado de Manning e Dougherty (1995: 36-37).

Atendendo a estes grandes desafios, os peritos que se reuniram nesta conferência consideraram prioritárias as linhas de actuação que se apresentam na próxima tabela.

Tabela 3.10

Linhas de actuação prioritária para o sector do turismo, definidas no âmbito da *Globe' 92*

-
- Criar um quadro institucional para a sustentabilidade do turismo, a nível nacional, que preveja o desenvolvimento estratégico a longo prazo e a criação de estruturas de planeamento e de elaboração de políticas mais abrangentes;
 - Proteger os recursos básicos, que são essenciais ao sucesso do sector;
 - Estabelecer parcerias entre os operadores turísticos e as comunidades e empresas locais, para desenvolver um turismo sustentável;

- Desenvolver melhores sistemas de inventariação dos recursos e de monitorização do comportamento dos turistas;
- Utilizar tecnologias e design aperfeiçoados, a fim de minimizar os impactos negativos;
- Tirar partido das oportunidades de mercado, para desenvolver produtos turísticos que sejam menos prejudiciais ao ambiente; e
- Estabelecer padrões para a actuação das empresas do sector e encorajar a colaboração, a todos os níveis, para a concepção e implementação de mecanismos eficazes de regulação.

Fonte: Adaptado de Manning e Dougherty (1995: 30).

O propósito destas orientações, tal como enunciado no referido documento, foi o de colocar o sector do turismo na vanguarda do processo de adopção de princípios para o desenvolvimento sustentável, ao nível global.

Para além destes exemplos, são de destacar outras iniciativas internacionais que deram origem a declarações sobre o turismo sustentável e que se consideram basilares na sua operacionalização (ver Tabela 3.11).

Tabela 3.11
Declarações internacionais sobre turismo sustentável

1980	Declaração de Manila sobre o Turismo Mundial (OMT)
1982	Documentos de Acapulco sobre o Direito a Férias (OMT)
1985	Declaração de Direitos do Turismo e Código do Turista, Sófia (OMT)
1989	Declaração de Haia sobre Turismo (OMT)
1995	Carta do Turismo Sustentável da Conferência Mundial de Turismo Sustentável de Lanzarote (OMT, PNUA, UNESCO, União Europeia) Guia para um Turismo Ambientalmente Responsável (PNUA) Declaração do Cairo sobre a Prevenção do Turismo Sexual Organizado (OMT)
1996	Agenda 21 para o Sector das Viagens e do Turismo (OMT, WTTC, EC)
1997	Declaração de Berlim sobre Diversidade Biológica e Turismo Sustentável Declaração de Calvià sobre Turismo e Desenvolvimento Sustentável no Mediterrâneo Declaração de Manila sobre o Impacto Social do Turismo (OMT)
1998	Declaração das ONG do Mediterrâneo sobre Turismo Sustentável e Participação da Sociedade Civil (Med Fórum)
1999	Decisão da Comissão das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável “Turismo e Desenvolvimento Sustentável” (ONU) Código de Ética Mundial para o Turismo (OMT)
2001	Carta de Rimini da Conferência Internacional sobre Turismo Sustentável, Rimini

Fonte: Adaptado de Fullana e Ayuso (2002:35).

Na sequência dos apelos lançados pelo Relatório Brundtland (WCED, 1987) e pela *Agenda 21* (UNCED, 1992), a OMT assumiu o compromisso de promover a sustentabilidade do turismo ao nível mundial, reconhecendo, por um lado, a ameaça que os impactes do turismo podem representar para a prosperidade do sector e, por outro, a relativa ineficácia dos instrumentos de gestão utilizados até ao momento.

Não se pode deixar de fazer uma referência mais detalhada à actuação da OMT, nas últimas décadas – tal como se afirmou na secção 2.3, quando se abordaram as origens do conceito de turismo sustentável –, através da publicação de orientações metodológicas, princípios e técnicas de planeamento e de gestão e da respectiva divulgação e aplicação nos seus estados-membros.

Ao abrigo de um acordo celebrado com o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento, a OMT tem coordenado a execução de projectos para a elaboração de planos directores de turismo em mais de 30 nações, estando actualmente envolvida na preparação de planos nacionais e provinciais em países como a China, Índia, Vietname e Marrocos (OMT, 2003a).

No que toca à esfera do planeamento, são de destacar as publicações *An Integrated Approach to Resort Development* (WTO, 1992), onde se apresentam os casos de seis complexos turísticos, representativos de várias regiões do mundo, que ilustram diferentes tipos de desenvolvimento; *Sustainable Tourism Development: Guide for Local Planners* (WTO, 1993), que constitui um exemplo pioneiro na abordagem à operacionalização da sustentabilidade, encorajando a participação das autoridades e enfatizando a importância de envolver a comunidade local no processo de planeamento e desenvolvimento do turismo, através da apresentação sugestiva de conceitos, princípios e técnicas de planeamento, bem como de materiais interactivos (listagens, questionários) e exemplos de aplicação prática; e *National and Regional Tourism Planning: Methodologies and Case Studies* (WTO, 1994), que fornece as principais directrizes para o planeamento turístico, ao nível nacional e regional, de acordo uma abordagem integrada e exemplifica a sua aplicação com casos concretos.

A *Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry*, publicada em 1995 pela Organização Mundial do Turismo, Conselho Mundial de Viagens e de Turismo e Conselho da Terra

(WTTC/WTO/EC, 1995), foi o primeiro programa de acção sectorial a surgir depois da Conferência do Rio, enunciando o papel a desempenhar para dar cumprimento aos objectivos da *Agenda 21* (UNCED, 1992).

Este documento preconiza o desenvolvimento turístico sustentável como aquele que permite atender às necessidades dos turistas e das regiões que os acolhem, no presente, sem perder de vista a satisfação dessas mesmas necessidades no futuro. O desenvolvimento, por sua vez, deve ser apoiado por uma gestão integrada dos recursos que possibilite satisfazer as necessidades económicas, estéticas e sociais, e preservar, em simultâneo, a integridade cultural, os ecossistemas, a diversidade biológica e os sistemas de suporte à vida.

Para que se possa compreender o alcance destas intenções, o documento alude a um conjunto de princípios de sustentabilidade do turismo, que podem ser observados na Tabela 3.12.

Tabela 3.12

**Princípios para o desenvolvimento turístico sustentável,
mencionados na *Agenda 21* para o Sector das Viagens e do Turismo**

-
- O sector das viagens e do turismo deve contribuir para que as pessoas tenham uma vida saudável e produtiva, em harmonia com a natureza;
 - O sector das viagens e do turismo deve contribuir para a conservação, protecção e recuperação do ecossistema terrestre;
 - O sector das viagens e do turismo deve basear-se em modelos sustentáveis de produção e de consumo;
 - As nações devem cooperar no sentido de promover um sistema económico aberto, no qual as trocas de serviços ao nível internacional relativos às viagens e ao turismo possam ocorrer numa base de sustentabilidade;
 - As viagens e o turismo, a paz, o desenvolvimento e a protecção do ambiente são interdependentes;
 - Deve-se acabar ou tentar reduzir o protecçãoismo na comercialização das viagens e do turismo;
 - A protecção do ambiente deve constituir uma parte integrante do processo de desenvolvimento turístico;
 - As questões do desenvolvimento turístico devem ser tratadas com a participação dos cidadãos interessados e as decisões de planeamento devem ser tomadas ao nível local;
 - As nações devem prevenir-se mutuamente sobre desastres naturais que possam afectar os turistas ou as áreas de destino turístico;

- O sector das viagens e do turismo deve promover a criação de emprego feminino e de membros da população autóctone;
- O desenvolvimento do turismo deve reconhecer e apoiar a identidade, a cultura e os interesses das populações autóctones;
- O sector das viagens e do turismo deve respeitar as leis internacionais que protegem o ambiente.

Fonte: Adaptado de WTTC, WTO, EC (1995: 34).

Neste documento, são ainda definidas as áreas prioritárias de actuação para os organismos públicos, as associações nacionais de turismo, as associações empresariais e as empresas do sector.

Na tabela que se segue, enunciam-se, de uma forma muito sucinta, os grandes objectivos e as áreas onde é necessário agir.

Tabela 3.13

Áreas prioritárias de acção, propostas na Agenda 21 para o Sector das Viagens e do Turismo

-
- Para os organismos públicos, as associações nacionais de turismo e as associações empresariais, o objectivo primordial é estabelecer sistemas e processos para incorporar os princípios do desenvolvimento sustentável na tomada de decisão e identificar as acções necessárias para pôr em prática um turismo sustentável. As nove áreas prioritárias são as seguintes:
 - o Avaliação da estrutura reguladora económica e voluntária existente para promover o turismo sustentável;
 - o Avaliação das implicações económicas, sociais, culturais e ambientais das operações das organizações;
 - o Formação, educação e consciencialização pública;
 - o Planeamento para um desenvolvimento sustentável do turismo;
 - o Facilitação do intercâmbio de informações, conhecimentos e tecnologia que se relacionem com o turismo sustentável entre Países Desenvolvidos e Países em Desenvolvimento;
 - o Fomento da participação de todos os sectores da sociedade;
 - o Concepção de novos produtos turísticos centrados na sustentabilidade;
 - o Medição do progresso necessário para alcançar um desenvolvimento sustentável;
 - o Cooperação para o desenvolvimento sustentável.
 - Para as empresas, o objectivo principal é estabelecer sistemas e processos para incorporar os aspectos do desenvolvimento sustentável nas funções da gestão e enunciar as medidas a adoptar para o desenvolvimento de uma actividade turística sustentável. As dez áreas prioritárias de acção são as seguintes:
 - o Minimização de resíduos, reutilização e reciclagem;
 - o Eficiência, poupança e gestão energética;
 - o Gestão de recursos hídricos;

- o Gestão de águas residuais;
- o Substâncias perigosas;
- o Transporte;
- o Planeamento e ordenamento do território;
- o Envolvimento de empregados, clientes e comunidades locais nas questões ambientais;
- o Concepção de projectos para a sustentabilidade;
- o Cooperação para o desenvolvimento sustentável.

Fonte: Adaptado de WTTC, WTO, EC (1995: 5).

Após a publicação deste documento, realizou-se uma série de seminários, em colaboração com o Conselho Mundial para as Viagens e o Turismo – nomeadamente em Londres e Jacarta, em 1997, em Dominica e em Victoria Falls, no Zimbabué, em 1998 e em Hong-Kong e em Berlim, em 1999 –, para aumentar a consciencialização e encorajar a implementação deste plano de acção no sector do turismo.

Numa versão mais actualizada do guia para as autoridades locais, desta vez intitulado *Guide for Local Authorities on Developing Sustainable Tourism* (WTO, 1998), a OMT apela ao compromisso político como garantia de sucesso na implementação de planos e políticas para o desenvolvimento sustentável do turismo e reconhece que este depende também, em larga medida, da actuação dos agentes do sector e das atitudes dos turistas. Neste documento é enunciado um elenco mais elaborado de princípios para o desenvolvimento turístico sustentável, que se expõem na Tabela 3.14.

Tabela 3.14

Princípios para o desenvolvimento turístico sustentável, enunciados pela OMT

-
- Os recursos naturais, históricos e culturais devem ser preservados para utilização futura, ao mesmo tempo que permitem a obtenção de benefícios pela sociedade actual;
 - O desenvolvimento turístico deve ser planeado e gerido de modo a que não se provoquem problemas graves ao nível ambiental e sociocultural na área de destino;
 - A qualidade do ambiente na área de destino deve ser preservada e até melhorada, se necessário;
 - Deve-se procurar manter um elevado grau de satisfação do turista com a visita, de modo a que o destino turístico conserve a sua atractividade e popularidade;
 - Deve ser promovida uma ampla distribuição dos benefícios do turismo pela comunidade local.
-

Fonte: Adaptado de WTO (1998: 21-22).

Outra actividade importante a que a OMT se entregou diz respeito à concepção de instrumentos para monitorizar e avaliar a sustentabilidade do turismo. Para isso, foi nomeado, em 1993, um Grupo de Trabalho de peritos internacionais, com o propósito de construir e testar a aplicação de indicadores, que permitissem aferir os impactes ambientais e socioculturais do turismo sobre as áreas de destino. Os resultados deste projecto deram origem à publicação *What Tourism Managers Need to Know: A Practical Guide to the Development and Use of Indicators of Sustainable Tourism* (WTO, 1996). Nela se identificam os indicadores de sustentabilidade do turismo com interesse para o planeamento e a gestão do sector, que podem ser utilizados, quer por parte de autoridades nacionais ou regionais de turismo, quer por parte de empresas ou outras organizações responsáveis pela gestão de destinos turísticos específicos (tais como *resorts*, parques, etc.).

Desde a publicação deste guia, têm-se realizado *workshops* em diversos países – nomeadamente na Hungria e no México, em 1999, no Sri Lanka e na Argentina, em 2000, na Croácia, em 2001 e em Chipre, em 2003 –, tendo em vista a aplicação destes indicadores ao nível regional. Actualmente, a OMT está a preparar um novo guia, que pretende dar conta da investigação e das experiências efectuadas neste domínio, de modo a tornar a utilização de indicadores numa prática alargada a todos os seus estados-membros (OMT, 2003a).

Outro marco importante verificou-se por ocasião da sétima sessão da Comissão das Nações Unidas para o Desenvolvimento Sustentável (CDS-7), que ocorreu em Abril de 1999, quando se discutiu o papel do turismo no desenvolvimento sustentável. Esta iniciativa destinou-se a fomentar o diálogo entre governantes e representantes dos principais grupos interessados envolvidos no sector e a identificar orientações políticas no sentido de reforçar os impactos positivos do turismo no desenvolvimento sustentável das nações, tendo levado à criação de um Comité para o Turismo Sustentável.

Na Tabela 3.15 transcrevem-se as recomendações constantes da resolução aprovada no decurso desse evento.

Tabela 3.15

Resolução adoptada pelo Comité de Turismo Sustentável, por ocasião da CDS-7, da ONU

-
- Os governos devem consultar e trabalhar em parceria com todos os grupos principais, incluindo a população autóctone e as comunidades locais de modo a facilitar a sua participação activa em todos os níveis do processo de desenvolvimento turístico;
 - Os governos devem maximizar o potencial do turismo para erradicar a pobreza;
 - As empresas do sector do turismo devem desenvolver tipos de turismo que sejam compatíveis em termos ambientais, sociais e culturais;
 - As empresas do sector do turismo devem fornecer informação aos turistas sobre os valores ecológicos e culturais das regiões de destino;
 - As actividades turísticas (incluindo a sua publicidade) não devem englobar acções ilegais, abusivas ou de exploração de tipo algum;
 - A ONU e a OMT devem promover o desenvolvimento sustentável do turismo com o propósito de aumentar os benefícios provenientes dos recursos turísticos para a população e as comunidades receptoras, a par da manutenção da integridade ambiental e cultural destas comunidades;
 - A ONU e a OMT devem reconhecer as potencialidades resultantes da integração das Agendas 21 Locais com a Agenda 21 para o Sector das Viagens e do Turismo.
-

Fonte: Adaptado de Fullana e Ayuso (2002: 36-37).

Em Outubro de 1999, foi aprovado o Código de Ética Global para o Turismo, na Assembleia-geral da OMT, realizada em Santiago do Chile. Este código compreende dez artigos que estabelecem os princípios éticos sobre os quais deve assentar a transição para o turismo sustentável. Com esta carta de princípios pretende-se maximizar os benefícios do turismo para as comunidades receptoras, a par da minimização de impactes negativos sobre o respectivo património natural e cultural. Reconhecendo a importância desta iniciativa, em Novembro de 2001, a ONU adoptou uma resolução a apoiar este código.

As publicações *Sustainable Development of Tourism: A Compilation of Good Practices* (WTO, 2000), *Sustainable Development of Ecotourism: A Compilation of Good Practices* (WTO, 2001a) e *Sustainable Development of Ecotourism: A Compilation of Good Practices in SMEs* (WTO, 2003) dão conta da singular tarefa de compilação e divulgação de centenas de casos de sucesso na aplicação de práticas de sustentabilidade, em dezenas de países de todo o mundo. Os factores que contribuíram para o sucesso ou sustentabilidade destes projectos foram os seguintes (WTO, 2000: 15):

- O envolvimento da comunidade local no processo de planeamento, desenvolvimento e gestão dos projectos;

- A cooperação entre todos os interlocutores para a prossecução dos objectivos dos projectos ou das iniciativas;
- O compromisso com a protecção ambiental assumido por parte dos promotores;
- A monitorização contínua do desenvolvimento do projecto.

Para além destes factores principais, a existência de legislação pertinente ou de um quadro regulamentar rigoroso e de apoios ou subvenções governamentais (ou de outros organismos de apoio), também foram mencionados como aspectos relevantes para os bons resultados alcançados.

O envolvimento na área do ecoturismo e do turismo em áreas protegidas tem levado igualmente à publicação de guias específicos, como é o caso de *Sustainable Tourism in Protected Areas: Guidelines for Planning and Management* (UNEP/WTO/IUCN, 2002) e à realização de seminários, em colaboração com o Programa das Nações Unidas para o Ambiente e Desenvolvimento (PNUAD) e com a União Mundial para a Conservação da Natureza (IUCN).

No âmbito das comemorações do Ano Internacional do Ecoturismo, que decorreu em 2002, foram organizadas diversas acções, entre as quais se destaca a Cimeira Mundial do Ecoturismo. Na Declaração de Quebeque sobre o Ecoturismo (OMT, 2003b), resultante desta Cimeira, é apresentada uma definição de ecoturismo, com o objectivo de esclarecer o significado deste conceito relativamente ao de turismo sustentável. Afirma-se que o ecoturismo respeita os princípios de sustentabilidade do turismo, no que concerne às suas dimensões económica, social e ambiental, mas distingue-se do conceito mais vasto de turismo sustentável na medida em que prevê alguns princípios específicos (OMT) (2003c):

- Contribui activamente para a protecção do património natural e cultural;
- Envolve a comunidade autóctone no processo de planeamento, desenvolvimento e gestão, contribuindo para o seu bem-estar;
- Preconiza a existência de centros de interpretação do património natural e cultural para os visitantes;
- Coaduna-se melhor com um tipo de turismo individual ou de pequenos grupos organizados.

Com a crescente popularidade e importância dos sistemas de regulação voluntária que têm sido adoptados por parte do sector do turismo (sistemas de certificação, rótulos ecológicos, sistemas de gestão ambiental, códigos de conduta, etc.), e seguindo uma recomendação da Comissão das Nações Unidas para o Desenvolvimento Sustentável (CDS-7), a OMT conduziu um estudo de avaliação destas iniciativas, cujos resultados constam da publicação *Voluntary Initiatives for Sustainable Tourism: Worldwide Inventory and Comparative Analysis of 104 Eco-labels, Awards and Self-commitments* (WTO, 2002b).

Neste estudo, inventariaram-se mais de 500 iniciativas voluntárias, ao nível mundial, concentrando-se mais de 80% na Europa e na América do Norte. O objectivo deste trabalho foi avaliar a eficácia destes instrumentos, identificando semelhanças e diferenças, bem como os factores responsáveis pelo respectivo sucesso. A partir da selecção e análise aturada de um subconjunto das 107 consideradas mais representativas, esta organização concluiu que as iniciativas voluntárias para a sustentabilidade do turismo já entraram definitivamente na cadeia da oferta turística e, embora o seu impacto no sector ainda seja relativamente reduzido, devido ao arranque recente e a uma certa imaturidade do processo, o que é certo é que estão a revelar um potencial cada vez maior na orientação da actividade turística, com a crescente adesão a símbolos de garantia de qualidade que influenciam decisivamente os padrões de produção e de consumo. Os resultados permitem, assim, fornecer orientações para as empresas que querem adoptar estes esquemas, disponibilizar informação para as organizações que estão a fazer a gestão destas iniciativas, no sentido de melhorar os esquemas existentes ou auxiliar na criação de novos, bem como sugerir critérios técnicos e directrizes para os departamentos governamentais e ONGs que apoiam e/ou supervisionam a respectiva implementação.

Decorrem, igualmente, ao nível internacional diversas acções com o objectivo de fomentar a criação de organismos ou conselhos de acreditação de programas de certificação para a sustentabilidade do turismo e para o ecoturismo.

No seguimento de uma recomendação do Comité para o Desenvolvimento Sustentável do Turismo – resultante da terceira sessão, realizada na Costa Rica, em Setembro de 2002 –, a OMT preparou um conjunto de orientações a serem adoptadas pelos governos dos estados-membros na certificação de sistemas para a sustentabilidade do turismo. Os

aspectos operacionais colocados em destaque respeitam à aplicação, verificação, atribuição da certificação, serviços de aconselhamento e assistência técnica, marketing e comunicação e, ainda, quotas (*fees*) e apoios financeiros. Têm sido organizadas conferências regionais – nomeadamente no Brasil e na Malásia, em 2003 –, em colaboração com a Rainforest Alliance, o Programa das Nações Unidas para o Ambiente (UNEP), The International Ecotourism Society (TIES) e o Centre on Ecotourism and Sustainable Development (CESD), para reunir os *stakeholders* de diferentes sectores, estimular e reforçar os processos ao nível nacional e estabelecer redes regionais de sistemas de certificação, que permitam a troca de experiências e a harmonização de procedimentos e de padrões (CESD, 2003).

Outras actividades e publicações têm sido dirigidas à promoção do desenvolvimento turístico sustentável em zonas costeiras – onde se realça a iniciativa da Bandeira Azul, *Awards for Improving the Coastal Environment: The Example of Blue Flag* (WTO, 1997a), entre outras (OMT, 2003d) – centros urbanos, sítios de património mundial e zonas rurais.

A mesma atenção tem sido dispensada a ilhas de pequena dimensão e a Pequenos Estados Insulares em Desenvolvimento (SIDS – sigla em inglês para *Small Island Developing States*): em 1995, realizou-se a Conferência de Barbados, onde a OMT interveio para estimular o desenvolvimento do turismo na região das Caraíbas; ainda em 1995, realizou-se a primeira Conferência Mundial sobre Turismo Sustentável, em Lanzarote, nas Canárias, com o apoio do Programa das Nações Unidas para o Ambiente (PNUA), da UNESCO e da União Europeia, onde foi preparada a Carta do Turismo Sustentável, já acima referida; e em 1998, realizou-se a Conferência Internacional sobre o Turismo Sustentável em Pequenos Estados Insulares em Desenvolvimento (SIDS) e Outras Ilhas, novamente em Lanzarote, nas Canárias, patrocinada pela OMT e pelo PNUA.

Com base nas resoluções aprovadas nestes eventos e nos resultados obtidos nos estudos sobre a construção e aplicação de indicadores de sustentabilidade do turismo, têm sido organizados vários encontros regionais, com o apoio do Programa das Nações Unidas para o Ambiente (PNUA), para promover a aplicação destes instrumentos em destinos insulares: a conferência sobre Turismo Sustentável e Competitividade nas Ilhas do Mediterrâneo, na ilha de Capri, em Itália, em Maio de 2000; a Conferência Internacional

sobre o Turismo Sustentável nas Ilhas da Região da Ásia-Pacífico, na ilha de Hainan, na China, em Dezembro de 2000; para além dos *workshops* na Croácia, em Março de 2001 e em Chipre, em 2003, já acima mencionados a propósito da construção de indicadores para destinos específicos.

Outros organismos têm manifestado, de igual modo, interesse em desenvolver indicadores adaptados à realidade dos espaços insulares que estão sob a sua gestão. É o caso do Centro de Investigação e Tecnologias Turísticas das Ilhas Baleares (CITTIB, 2001, citada por Fullana e Ayuso, 2002), que iniciou um projecto de investigação sobre os indicadores de sustentabilidade do turismo para as ilhas Baleares, com a intenção de criar um observatório de sustentabilidade do turismo. O objectivo é que estes indicadores sirvam de referência na elaboração de futuras políticas de ordenamento do território e, em particular, de desenvolvimento do turismo nestas ilhas.

Depois de concluída esta exposição sobre os princípios e recomendações que têm merecido maior relevo na literatura de turismo, resta acrescentar, à semelhança de outros autores, tal como Stabler e Goodall (1997) e Swarbrooke (1999), que, apesar destes revestirem um inegável interesse, é certo que respeitam mais a processos do que a resultados. Importa, pois, dar conta da sua implementação prática, através de abordagens de operacionalização, referindo critérios e instrumentos. É deste tema que se ocupa a próxima secção.

3.5 Abordagens de operacionalização do turismo sustentável ao nível dos destinos turísticos

Uma das maiores preocupações quando se trata de orientar o desenvolvimento do turismo é a necessidade de controlar os seus impactes sobre o ambiente natural e socio-cultural. Os impactes sociais, culturais e ecológicos do turismo podem ser tanto positivos, como negativos, pelo que há necessidade de reafirmar a sinergia existente entre as boas práticas turísticas e a conservação e gestão do património natural e cultural. As novas tendências nas motivações da procura turística (sensibilidade ou consciência ambiental, busca de autenticidade na experiência turística, eclosão de nichos de mercado orientados para a natureza e a cultura) privilegiam o enfoque positivo desta relação, para além de já se ter demonstrado, na prática, que o turismo pode actuar como

catalizador para a gestão de recursos e para a manutenção da identidade cultural nas comunidades locais (OMT, 1998a).

Encontram-se, na literatura, diversas perspectivas teóricas sobre a operacionalização da sustentabilidade do turismo ao nível dos destinos turísticos. Estas abordagens baseiam-se, em grande parte, nos princípios e recomendações resultantes das conferências e eventos organizados ao longo da década de 90 e que foram referidos na secção anterior. Contudo, o carácter multidisciplinar do turismo tem levado a uma conceptualização heterogénea da investigação: reconhece-se, nestas abordagens, o contributo de disciplinas tradicionais, como a Geografia, a Economia, a Biologia, a Arquitectura, a Psicologia, a Sociologia, a Antropologia e a História, bem como de outras, relativamente mais novas, como o Marketing e a Gestão. Como tal, embora reconhecendo as potencialidades dos contributos de todas estas disciplinas, a exposição subsequente irá centrar-se nos conceitos de planeamento e de gestão dos destinos turísticos que têm sido mais discutidos na literatura de turismo sob a óptica destas duas últimas disciplinas – o Marketing e a Gestão, nomeadamente a Gestão Estratégica –, uma vez que este é o enfoque principal do presente estudo.

Deste modo, passa-se a expor duas perspectivas de operacionalização do conceito, ao nível dos destinos turísticos: a primeira, que considera essencial atender aos conceitos de planeamento estratégico e capacidade de carga; a segunda, que recomenda o envolvimento de todos os *stakeholders* do turismo através da análise dos *stakeholders*, que serviu de suporte metodológico a este trabalho de investigação e que se fundamenta na teoria e na gestão dos *stakeholders*.

3.5.1 O planeamento estratégico e a capacidade de carga

O conceito de sustentabilidade do turismo está ligado a três aspectos importantes: qualidade, continuidade e equilíbrio. Por um desenvolvimento sustentável da actividade turística entende-se aquele que permita melhorar a qualidade de vida da população local, conferir maior qualidade à experiência turística do visitante, manter a qualidade do ambiente do qual dependem a população local e os visitantes, a prossecução de maiores níveis de rentabilidade económica da actividade turística para os residentes e a obtenção de benefícios por parte dos empresários turísticos – ou seja, a rentabilidade

dos negócios, caso contrário os empresários abandonariam o compromisso com a sustentabilidade, pondo em causa o equilíbrio (OMT, 1998b: 262).

Esta definição pode considerar-se demasiado idealista, uma vez que apela à harmonização de interesses económicos, ecológicos, sociais e culturais. Por este motivo, alguns autores defendem que o conceito deve ser entendido como um paradigma adaptável às circunstâncias específicas de cada tempo e lugar, pois as decisões tomadas diariamente assentam em prioridades diferentes estabelecidas para cada destino, provocando enviesamentos e envolvendo compromissos (*trade-offs*) entre os agentes implicados no processo turístico (Cater, 1995; Coccossis, 1996; Hunter, 1997).

Cooper *et al.* (1998) deram um contributo importante para a operacionalização da sustentabilidade do turismo ao reconhecerem que os destinos turísticos compreendem um mosaico de diferentes grupos interessados no sector e que um destino sustentável é aquele que reconhece a importância de satisfazer todos os seus *stakeholders* no longo prazo.

Passa-se a caracterizar com maior detalhe esta perspectiva e os conceitos que envolve, que foram utilizados como referência teórica no desenvolvimento da investigação.

Estes autores definem o conceito de destino turístico como sendo: “the focus of facilities and services designed to meet the needs of the tourist” (Cooper *et al.*, 1998: 102). O destino turístico é entendido como uma concentração de equipamentos e de serviços concebidos para dar resposta às necessidades do turista. O destino turístico, definido em termos geográficos, é considerado o foco de atenção privilegiado para o estudo dos movimentos do turista e do seu impacto e significado, pois engloba todos os elementos do turismo – procura, transportes, oferta e marketing.

De acordo com estes autores, qualquer destino turístico comporta um conjunto de características comuns, embora assuma contornos distintos de acordo com os diferentes contextos económicos, sociais e ambientais em que se insere: é uma amálgama ou fusão de atracções; é uma proposta cultural; é inseparável, ou seja, o produto é produzido no local onde é consumido; é utilizado não exclusivamente por turistas, mas também por muitos outros grupos (Cooper *et al.*, 1998: 102-103). O destino turístico é, assim,

entendido como uma proposta cultural, perecível, porque o produto é consumido no local da produção, envolvendo uma utilização múltipla pelo turismo e por outras actividades económicas. Para que um destino tenha sucesso, é fundamental que as várias componentes dessa amálgama possuam uma qualidade equivalente.

A oferta de um produto turístico sustentável depende largamente do planeamento e da gestão, para que nenhuma das componentes do destino turístico se sobreponha às outras: “Clearly the components of the tourist destination can be effective only if careful planning and management deliver a sustainable tourism product, and in doing so ensure that one or more of the components does not surge ahead of the others” (Cooper *et al.*, 1998: 108).

Estes autores apontam um conjunto de forças que promovem a sustentabilidade do turismo:

- A pressão exercida pelos consumidores, na medida em que têm em consideração os aspectos ambientais no processo de selecção de um destino turístico;
- As orientações de planeamento do sector público, não só através da regulamentação associada a projectos de desenvolvimento turístico, como também do encorajamento da adopção de práticas de sustentabilidade, através da atribuição de prémios ou de outros distintivos ou benefícios, que demonstrem o seu reconhecimento;
- A implementação de instrumentos de avaliação como a avaliação de impacte ambiental (AIA) e as auditorias ambientais essencialmente a acções de desenvolvimento e a projectos de grande dimensão.

Há também outras forças, principalmente económicas, que fazem resistência à adopção do turismo sustentável:

- Por parte do sector do turismo e dos agentes de desenvolvimento, os imperativos económicos de rentabilidade e de lucro, que se sobrepõem a considerações de longo prazo;
- Por parte das regiões e países em desenvolvimento, as necessidades de entrada de divisas e de emprego, que se sobrepõem a considerações ambientais.

Quanto aos *stakeholders* de um destino turístico, estes são definidos como sendo todos os indivíduos ou grupos que possuem um interesse declarado na actividade turística de um determinado destino. Todavia, esses interesses podem, ou não, ser compatíveis entre si. Na tabela abaixo apresentam-se as categorias de *stakeholders* de um destino turístico sugeridas por estes autores: os residentes, os turistas, o sector do turismo, o sector público e outros *stakeholders*, ou seja, outros grupos interessados, tais como associações de empresários, organizações não governamentais e grupos de pressão.

Tabela 3.16

Os *stakeholders* de um destino turístico

-
- *Os residentes* (a população autóctone) são os *stakeholders* mais importantes, uma vez que vivem e trabalham no destino e fornecem os recursos locais aos visitantes. É por isso importante avaliar as questões da capacidade de carga social, envolver a comunidade local no processo de tomada de decisão e assegurar que o turismo não provoca impactes inaceitáveis aos habitantes e ao local onde vivem;
 - *Os turistas* procuram obter uma experiência de visita satisfatória através de produtos adequadamente desenvolvidos e segmentados. Procuram uma elevada qualidade de serviço e um destino organizado e bem gerido;
 - *O sector do turismo* é em grande medida responsável pelo desenvolvimento já existente do turismo e procura obter uma rentabilidade adequada para os seus investimentos. O sector está polarizado entre os agentes que operam à escala global e os que investem em nichos de mercado. Os investidores globais tendem a ser multinacionais, bem dotados de capital, tecnologia e poder. Geralmente os seus interesses e compromissos para com o destino são limitados. Os que investem em nichos de mercado são tradicionalmente empresas de pequena dimensão, de base familiar, com pouco capital, tecnologia e recursos humanos qualificados e com pouca influência no destino;
 - *O sector público* encara o turismo como uma forma de aumentar o rendimento, estimular o desenvolvimento regional e gerar emprego. O sector público é um *stakeholder* importante, muitas vezes assumindo um papel de liderança ou coordenação;
 - Há também uma série de *outros interessados*, que incluem grupos de pressão, câmaras de comércio e outros intermediários do poder dentro da comunidade local, regional ou nacional.
-

Fonte: Adaptado de Cooper *et al.* (1998: 113).

Atendendo aos princípios da *Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry* (WTO/WTTC/EC, 1995), o conceito de sustentabilidade exige que se adopte uma visão de longo prazo e que se assegure que a utilização turística não excede a capacidade do destino, de modo que este possa dar resposta à procura turística no futuro. Por outras palavras, representa um compromisso (*trade-off*) entre as necessidades do presente e as

do futuro – uma opinião partilhada por vários autores, tal como acima se referiu. Desta forma, para operacionalizar o conceito de sustentabilidade do turismo ao nível dos destinos turísticos, é necessário atender a dois conceitos fundamentais: o planeamento estratégico e a capacidade de carga (Cooper *et al.*, 1998).

Adoptar uma abordagem de planeamento estratégico, implica conjugar uma orientação de marketing focalizada nos turistas, com uma orientação de planeamento centrada nas necessidades da população local. Significa atender ao longo prazo, em vez de olhar apenas às necessidades imediatas. Para isso, aconselha-se a adopção de uma abordagem abrangente, que permita a elaboração de estratégias adequadas a cada destino, de acordo com a fase do ciclo de vida em que se encontra, o que só pode ser conseguido através de uma revisão e ajustamento constantes, no sentido de garantir a sustentabilidade em cada fase. O que está em causa é a criação de uma visão estratégica para o destino turístico.

Tabela 3.17

Fases do planeamento estratégico para os destinos turísticos

▪ Análise da situação/auditoria ambiental, recorrendo à análise <i>SWOT</i> (sigla em inglês para referir a análise TOFA - Trunfos, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças); ▪ Estabelecimento de objectivos e metas; ▪ Formulação da estratégia – identificação do portefólio de negócios para o destino, em termos de mercados a atrair e produtos a oferecer; ▪ Identificação de mercados-alvo, posicionamento e definição das políticas de marketing-mix para cada segmento e produto; ▪ Implementação e monitorização.

Fonte: Adaptado e resumido a partir de Cooper *et al.* (1998: 111-112).

Em termos da adopção de princípios de sustentabilidade do turismo, são evidentes os benefícios da adopção de uma abordagem estratégica pelos destinos.

Tabela 3.18

Benefícios da adopção de uma visão estratégica nos destinos turísticos

▪ O processo de definição dos objectivos, por um lado, possibilita a participação de todas as partes interessadas (<i>stakeholders</i>), que podem, assim, sentir que têm influência no processo, enquanto, por outro, permite afinar as directrizes que o destino deve seguir;

- A coerência que esta abordagem permite facilita a definição de um quadro de iniciativas comuns a realizar entre o sector público e privado e obriga a uma identificação clara de papéis e de responsabilidades;
- Por fim, esta abordagem permite estabelecer uma série de indicadores de desempenho, muito úteis para a avaliação do desempenho do destino.

Fonte: Adaptado de Cooper *et al.* (1998: 112).

Porém, a introdução de uma perspectiva de planeamento estratégico (a longo prazo) nos destinos turísticos é problemática, pois não é tão simples de implementar como no caso de uma organização comercial, cujas responsabilidades e hierarquia se encontram perfeitamente definidas. Os aspectos mais críticos da implementação encontram-se descritos na tabela seguinte.

Tabela 3.19

Dificuldades implícitas na adopção de uma visão estratégica pelos destinos turísticos

-
- Os destinos turísticos compreendem um mosaico de *stakeholders* e de sistemas de valores em constante mutação. Cada um destes grupos tem uma visão diferente do papel e do futuro do turismo no destino, pelo que a adopção de estratégias se torna num processo político de resolução de conflitos e de consenso, inserido num contexto legislativo local e no qual os intermediários do poder têm uma influência substancial;
 - A influência deste processo político não deve ser subestimada. A política influencia todos aqueles que são responsáveis pelo processo de planeamento e a falta de apoio político, por vezes, leva ao fracasso ou à não implementação dos planos;
 - O sector turístico na maioria dos destinos é caracterizado pela fragmentação e pelo predomínio de pequenas empresas, as quais frequentemente têm uma exploração sazonal. Isto tem contribuído para a falta de especialização na gestão, para a divergência de objectivos entre o sector público e o privado e para a adopção de um horizonte de planeamento de curto prazo, o qual se deve, em parte, aos ciclos de orçamentação pública, que têm uma duração de 12 meses, mas também à tática operacional das pequenas empresas;
 - A fase do ciclo de vida em que o destino se encontra influencia, por sua vez, a aceitabilidade do exercício de marketing. Nas primeiras fases do ciclo de vida, o sucesso frequentemente obscurece a visão de longo prazo, enquanto nas fases posteriores, em particular quando o destino entra em declínio, a oposição aos exercícios de planeamento a longo prazo já é ponderada na base do custo;
 - Por fim, os indicadores de desempenho adoptados nestes exercícios podem ser controversos, uma vez que o volume de turistas tem sido, em muitos destinos, a medida mais usual e politicamente aceite do sucesso. Ora, do ponto de vista da sustentabilidade, as medidas com maiores probabilidades de se adoptar são as menos tangíveis, nomeadamente em termos de impactes ambientais e sociais.

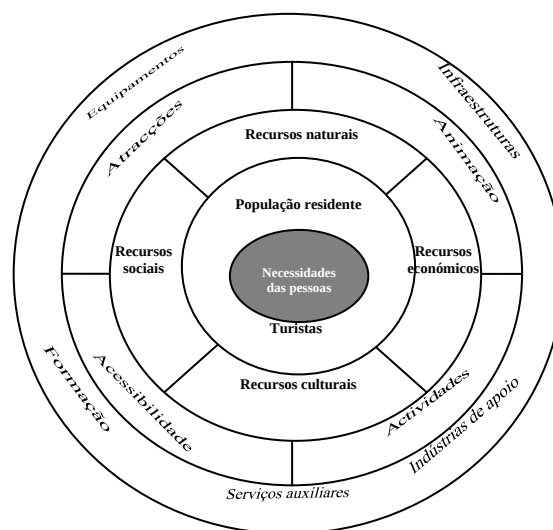
Fonte: Adaptado de Cooper *et al.* (1998: 112-113).

O planeamento e a gestão devem ser encarados como um mecanismo que estabelece a ligação entre os diversos *stakeholders* e assegura que o destino se desenvolva estrategicamente. É do interesse de todos que o destino ofereça uma experiência de qualidade, sendo para isso necessário desenvolver o turismo com base em princípios de sustentabilidade (Cooper *et al.*, 1998).

A este propósito, refira-se que a OMT tem reconhecido, igualmente, a importância do planeamento da actividade turística (OMT, 1998b), se bem que o centro das atenções tenha variado ao longo do tempo: de uma focalização exclusiva no planeamento físico de instalações turísticas e sua posterior promoção, passou-se para uma abordagem mais ampla, que toma em consideração as necessidades tanto das empresas, como dos próprios turistas e da comunidade receptora, havendo cada vez uma maior preocupação em criar sinergias entre o turismo e o ambiente social, económico e natural.

Figura 3.2

Hierarquia de necessidades para a elaboração de um plano de turismo



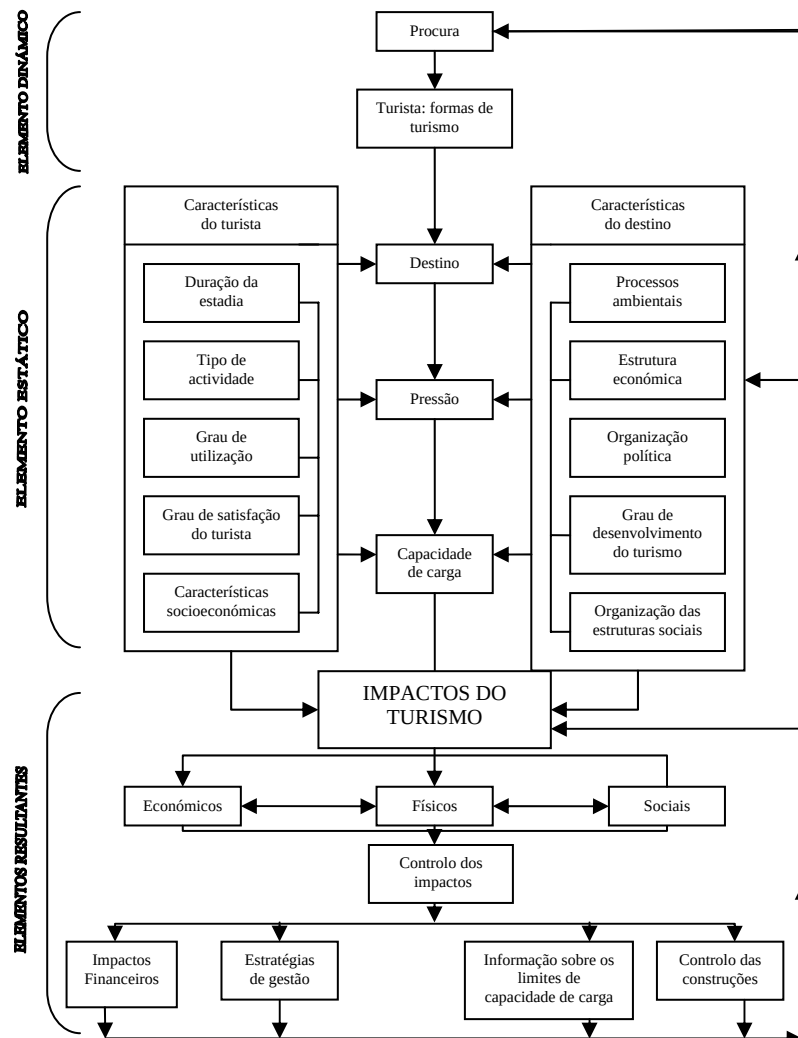
Fonte: Adaptado de OMT (1998b: 189).

Devido à maior complexidade da procura turística e suas motivações, o destino deve oferecer uma experiência turística de qualidade, se pretende manter a sua competitividade a longo prazo (WTO, 1998). A sustentabilidade de um destino turístico é, pois, cada vez mais entendida como um factor de competitividade (Tinsley e Lynch, 2001; Hassan, 2000; Mihalic, 2000; Ritchie e Crouch, 2000).

O planeamento turístico traduz-se num plano estratégico que integra todos os aspectos do desenvolvimento do turismo, incluindo os recursos humanos, ambientais e socioculturais. Deve começar pela determinação de objectivos, indo de um nível mais geral para a um nível mais específico, utilizando vários níveis de desagregação. Sendo um documento a longo prazo, deve assentar num consenso entre todos os agentes envolvidos. Do mesmo modo, deve formalizar os instrumentos necessários para a respectiva implementação e prever mecanismos de controlo, que permitam averiguar o seu nível de êxito, ou seja, o seu grau de execução.

Figura 3.3

Modelo conceptual do turismo com interesse para o planeamento



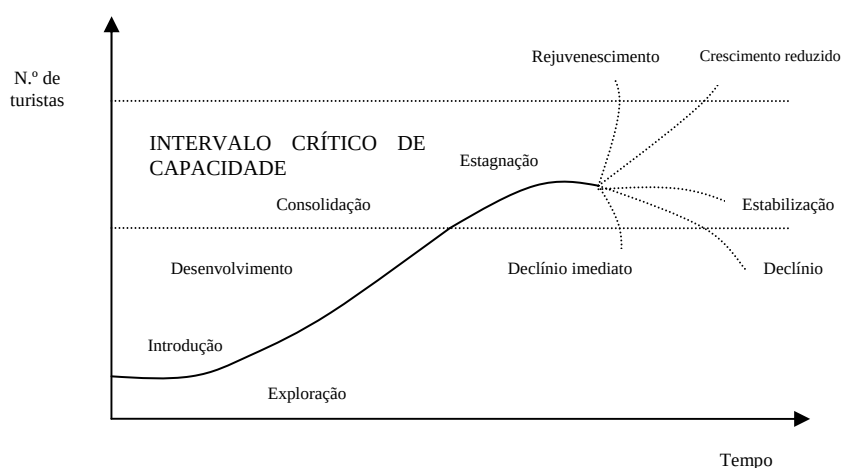
Fonte: Adaptado de Mathieson e Wall (1982, citada por OMT, 1998b: 191).

Recorde-se que o tema da importância do planeamento turístico foi abordado de forma desenvolvida pela autora em anterior trabalho de investigação (Moniz, 1996), merecendo aqui apenas uma referência muito sucinta.

Para pôr em prática o modelo de turismo sustentável, a par do planeamento estratégico, assume grande relevância o conceito de capacidade de carga (Cooper *et al.*, 1998; OMT, 1998b). Esta noção, por sua vez, assenta nas ideias expressas de forma pioneira por Butler (1980), no modelo do Ciclo de Vida de um Destino Turístico.

Figura 3.4

Representação esquemática do modelo de Butler do ciclo de vida de um destino turístico



Fonte: Adaptado de Pearce (1989), a partir de Butler (1980), citadas por Hunter e Green (1995: 64).

Este modelo preconiza a existência de várias fases no desenvolvimento do turismo ao nível de um destino turístico, assumindo que, a partir do momento em que um determinado destino começa a ganhar popularidade, a promoção turística intensifica-se, fazendo com que o nível de utilização turística aumente até ao ponto em que deixa de ser atractivo. O ciclo de vida compreende, assim, as seguintes etapas: exploração, envolvimento das autoridades locais, desenvolvimento, consolidação e estagnação. Conforme o nível de planeamento e de gestão existentes no destino e a reacção da população residente, a fase de estagnação pode dar lugar, por sua vez, a diferentes cenários de evolução: rejuvenescimento, crescimento reduzido, estabilização, declínio ou declínio imediato do destino turístico.

O Ciclo de Vida de um Destino Turístico tem estado na mira de numerosos investigadores, merecendo um amplo debate na literatura de turismo, podendo encontrar-se vários estudos sobre a sua aplicação. Contudo, tem sido criticado por se basear exclusivamente no comportamento de uma variável: o número de visitantes. Alguns autores insistem que esta variável não é suficiente para explicar a evolução de um destino turístico. Devido à complexidade do sistema turístico, tanto as características do lugar (ambiente natural, infra-estruturas existentes, economia local, estrutura social, organização política, atitude da população residente), como as características dos próprios turistas ou da oferta turística – que estabelece a ligação entre os turistas e a comunidade receptora –, têm influência na evolução de um destino turístico.

Contudo, o modelo do Ciclo de Vida de um Destino Turístico representa um marco importante na investigação, porque alerta para a necessidade de introduzir limites ao volume e intensidade do desenvolvimento turístico numa determinada zona, antes que os danos sejam irreparáveis: a capacidade de carga.

A capacidade de carga tem sido apontada como um instrumento útil para a gestão do turismo e a implementação de um desenvolvimento turístico sustentável ao nível dos destinos e projectos turísticos (Butler, 1999; Manning e Dougherty, 1995; Silva e Silva, 1995; Mathieson e Wall, 1982).

Uma das definições de capacidade de carga que mais se popularizou foi a de Mathieson e Wall (1982), que diz que a capacidade de carga é “o número máximo de pessoas que podem utilizar um local sem provocar uma alteração inaceitável no ambiente físico e sem implicar um declínio intolerável na qualidade da experiência dos visitantes” (Mathieson e Wall, 1982: 21).

A partir desta definição, Cooper *et al.* (1998) sugeriram que a capacidade de carga de um local, estância turística ou região se refere à sua aptidão de absorver a utilização turística sem se deteriorar. Desta forma, a capacidade de carga interfere na relação entre o turista e o recurso ou destino turístico. À semelhança da noção de sustentabilidade, este é um conceito que tem raízes na economia dos recursos naturais, mas que assume particular interesse quando se verifica que os recursos limitados de um destino estão sob uma crescente pressão por parte dos seus utilizadores.

No entanto, o conceito de capacidade de carga, apesar de fácil compreensão, é difícil de implementar na prática, por se tratar de uma decisão administrativa. Os responsáveis pela gestão de um determinado destino turístico, tal como os próprios turistas, é que decidem o que é que se considera *inaceitável* e quando é que a *qualidade da experiência* diminui (Cooper *et al.*, 1998: 110, destaque dos autores). Na realidade, qualquer destino pode ser planeado para ter uma capacidade de carga elevada ou reduzida, sendo este nível determinado quer pelo sistema político e institucional, quer pelas características inatas dos recursos e da cultura local.

Há várias definições de capacidade de carga. Nesta tabela encontram-se algumas propostas de definição, que estão obviamente inter-relacionadas. Por exemplo, a satisfação dos turistas pode diminuir drasticamente (capacidade de carga psicológica) por causa da deterioração da qualidade do ambiente natural (capacidade de carga física) ou pela atitude negativa dos residentes em relação ao turismo (capacidade de carga social).

Tabela 3.20

Tipos de capacidade de carga

-
- Física: a capacidade de carga física tem a ver com a área disponível para instalações, incluindo também a capacidade finita dessas mesmas instalações (tal como espaços para estacionamento, lugares em restaurantes ou camas em hotéis). É a mais directa das medidas de capacidade de carga e pode ser utilizada como instrumento de planeamento e controlo de gestão (por exemplo, limitando o número de lugares de estacionamento em locais sensíveis);
 - Psicológica: a capacidade de carga psicológica (ou de percepção) de um local é excedida quando a experiência de um visitante é significativamente prejudicada pelo congestionamento. Certas pessoas toleram multidões e lugares muito movimentados, enquanto outras não os suportam. Por isso, este conceito é muito subjectivo e difícil de influenciar através de medidas de planeamento e gestão, embora se possam utilizar medidas de paisagismo para reduzir a impressão de sobrelootação;
 - Biológica: a capacidade de carga biológica de um local é excedida quando ocorrem danos ou perturbações ambientais inaceitáveis. Estes podem estar relacionados com a fauna e a flora, por exemplo, em zonas de piqueniques, ao longo de trilhos turísticos ou em ecossistemas de dunas. Até ao momento, tem havido mais estudos sobre os limites de capacidade da vegetação do que sobre níveis de tolerância de certos animais ou de aves ao turismo (por exemplo, em locais de observação de baleias). É importante ter em conta o ecossistema total e não apenas alguns dos seus elementos.
 - Social: o conceito de capacidade de carga social decorre das noções de planeamento e de sustentabilidade do turismo com base em comunidades. Este conceito procura definir os níveis de desenvolvimento que seriam aceitáveis para os residentes e as empresas da comunidade

receptora, recorrendo a técnicas para medir os limites máximos de mudança aceitáveis pelos residentes (*LAC - Limits to Acceptable Change*).

Fonte: Adaptado de Cooper *et al.* (1998: 110).

A OMT reconhece igualmente que a capacidade de carga é um conceito fundamental para a implementação do turismo sustentável, advertindo sobre a existência de limites que não devem ser ultrapassados pela actividade. A capacidade de carga total de um destino é definida por esta organização como sendo “a máxima utilização que dele se pode obter sem que se causem efeitos negativos sobre os seus recursos biológicos, sem reduzir a satisfação dos visitantes ou sem que se produza um efeito adverso sobre a sociedade receptora, a economia ou a cultura da área” (OMT, 1998b: 264). Dentro desta definição global distinguem-se os seguintes conceitos, por referência às dimensões económica, ecológica e sociocultural da sustentabilidade do sistema turístico:

Tabela 3.21
Conceitos de capacidade de carga

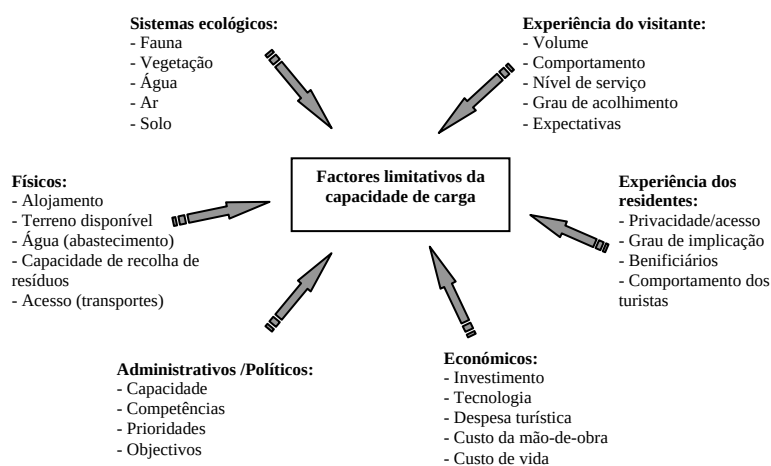
-
- *Capacidade de carga ecológica*, que se define como o número máximo de visitantes que um destino pode receber e acima do qual não se pode assegurar um desenvolvimento compatível com os recursos naturais;
 - *Capacidade de carga social*, que se refere ao nível de actividade turística acima do qual se produzem mudanças negativas (perturbações) na população local;
 - *Capacidade de carga do turista*, entendida como o nível acima do qual a satisfação do visitante diminui desfavoravelmente;
 - *Capacidade de carga económica*, que se refere ao nível de actividade económica compatível com o equilíbrio entre os benefícios económicos que o turismo proporciona e os impactos negativos que a actividade turística gera sobre a economia local (inflação, manutenção de infra-estruturas, etc.).
-

Fonte: Adaptado de OMT (1998b: 264).

Apesar dos conceitos de desenvolvimento sustentável e de capacidade de carga carecerem de critérios objectivos para ser postos em prática, têm, no entanto, fomentado uma maior consideração, por parte dos promotores da actividade turística, pelas inter-relações existentes entre o ambiente social, natural e económico e um maior reconhecimento da importância dos recursos socioculturais e ambientais no desenvolvimento turístico. Na figura abaixo estão reflectidos alguns dos factores que limitam a capacidade de carga de um destino turístico.

Figura 3.5

Factores que limitam a capacidade de carga

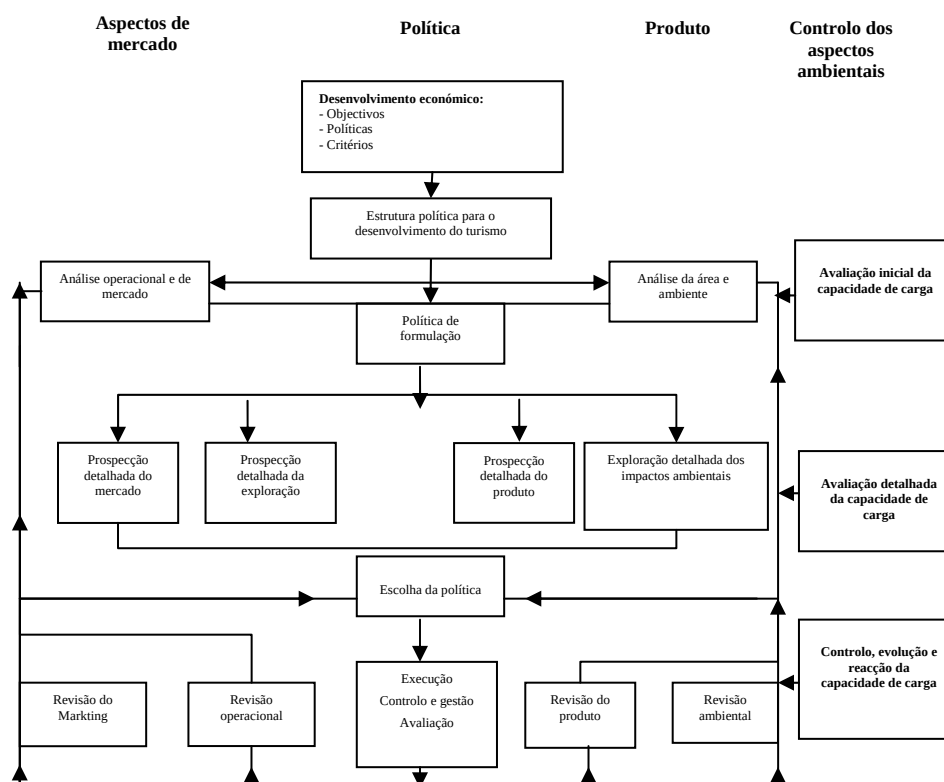


Fonte: Adaptado de Williams e Gill (1994, citada por OMT, 1998b: 265).

Expõem-se, seguidamente, as relações existentes entre a capacidade de carga e o desenvolvimento turístico sustentável.

Figura 3.6

Capacidade de carga e desenvolvimento turístico sustentável



Fonte: Adaptado de OMT (1998b: 266).

No entanto, na prática, é necessário ter em conta determinados factores, que podem restringir a aplicação deste conceito.

Tabela 3.22

Factores restritivos à utilização do conceito de capacidade de carga turística

-
- O turismo depende de numerosos atributos do ambiente: atributos estáticos, de fauna, de acesso às praias e da capacidade de suportar utilizações tão activas como a prática de desportos. Cada atributo tem a sua resposta própria perante os diversos responsáveis pela sua utilização;
 - O impacto da actividade humana num sistema pode ser gradual e afectar diferentes partes do sistema em diversos graus;
 - Todos os ambientes turísticos são de uso múltiplo; por conseguinte, existem outros usos que devem ser considerados quando se determina o nível correcto de utilização turística. A alteração do curso de um rio, por exemplo, pode não ter importância num determinado lugar, mas pode ter impactes críticos sobre as populações que habitam mais a jusante e dele dependem para abastecimento de água ou de alimentos;
 - Diferentes tipos de utilização exercem impactos diferentes. O impacto de cem pessoas caminhando é diferente do impacto de cem bicicletas de montanha, da mesma maneira que dez fotógrafos exercem um impacto diferente de dez caçadores;
 - Diferentes culturas têm distintos níveis de sensibilidade aos impactos do turismo.
-

Fonte: Adaptado de OMT (1998b: 271).

A forma mais eficaz de se limitarem os impactos negativos do turismo é optando por uma abordagem preventiva, ou seja, através do planeamento e ordenamento do território e da selecção da tipologia da oferta e da procura que melhor se adapta ao lugar (Perret e Teyssandier, 2000).

Todavia, em grande parte dos casos, a rapidez com que se produzem estes processos e a insuficiência dos mecanismos de planeamento existentes apelam para a necessidade de se aplicarem técnicas mais precisas e específicas para operacionalizar a gestão ambiental – quer no sentido restrito, ou seja, aplicada a projectos turísticos, quer no sentido estratégico, ou seja, aplicada de forma integrada a diversas acções e níveis de intervenção (planos, políticas e programas) –, de modo a que possam ter uma incidência significativa na respectiva competitividade e sustentabilidade. Assim, para além da capacidade de carga, recomenda-se a utilização de outras técnicas que possam influenciar a sustentabilidade do turismo, tais como a avaliação de impacte ambiental (AIA), as

auditorias de qualidade aos estabelecimentos ou aos destinos turísticos, ou ainda de instrumentos, como incentivos, taxas ou impostos (OMT, 1998a).

No que toca à Avaliação de Impacte Ambiental, trata-se de uma metodologia de pretende avaliar os impactes ambientais potenciais da realização de determinados projectos antes da respectiva aprovação ou licenciamento. É um instrumento de política de ambiente cuja intervenção é de natureza fundamentalmente preventiva, que, muito embora não tenha decorrido directamente da actividade de planeamento, tem contribuído substancialmente para melhorar a integração do ambiente no planeamento.

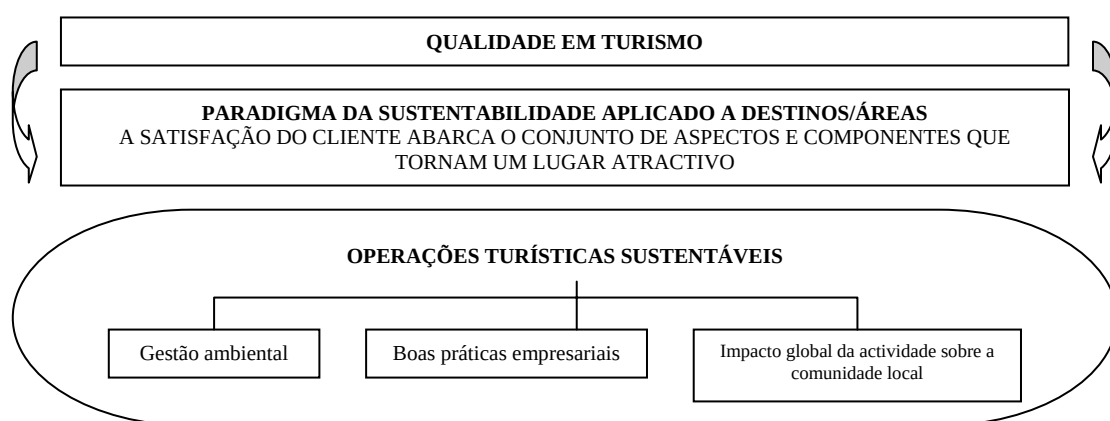
Quanto às auditorias de qualidade da oferta turística, estas compreendem uma dupla vertente: por um lado, o controlo de qualidade ao nível dos estabelecimentos ou outras instalações turísticas, que exige a preparação de planos que permitam um subsequente diagnóstico e avaliação da qualidade, a partir de uma série de padrões e, por outro, a avaliação da qualidade ao nível do destino turístico, que resulta de um conceito global e integrador de destino turístico como produto. Neste último caso, trata-se de estabelecer um modelo de crescimento da oferta que assegure um determinado nível de bem-estar à população local e que permita manter (ou melhorar) a atractividade do destino turístico, ou seja, manter (ou melhorar) a sua posição concorrencial.

A utilização de auditorias ambientais, como instrumento de gestão ambiental, ao nível dos estabelecimentos turísticos, apresenta vantagens, na medida em que integra uma avaliação sistemática, documentada, periódica e objectiva dos processos das organizações e das componentes e equipas que as integram, com o propósito de proteger o ambiente. Implicam, na prática, uma gestão eficiente dos processos com incidência ambiental e a respectiva avaliação e controlo, de acordo com políticas previamente definidas.

No entanto, a natureza complexa do produto turístico e a sua identificação global com os destinos – como amálgama de empresas de alojamento, serviços, recursos, infra-estruturas –, torna só parcialmente eficazes as auditorias ambientais ao nível de estabelecimentos específicos, a não ser que estas se integrem em sistemas mais vastos de avaliação da qualidade ambiental aplicáveis à totalidade do destino turístico, ou seja, à qualidade do ambiente do destino em que se inserem as empresas turísticas. Estas são as

denominadas eco-auditorias, que se baseiam na selecção de indicadores de qualidade ambiental, com o propósito de pôr a descoberto os aspectos que devem ser melhorados na gestão turística municipal. As eco-auditorias devem ser realizadas anualmente, com a finalidade de controlar os progressos em matéria de qualidade do ambiente e desenvolvimento turístico.

Figura 3.7
Qualidade em turismo



Fonte: Adaptado de OMT (1998a: 86).

O objectivo das auditorias de qualidade é a concepção de sistemas amplos, que permitam integrar um vasto conjunto de elementos. Estes, por sua vez, devem sintetizar a complexidade e o carácter dinâmico do destino turístico. Os elementos ou componentes, de natureza físico-ecológica (qualidade das águas, resíduos), paisagística ou sociocultural (património) devem ser avaliados de forma permanente, mediante a aplicação de tecnologias informáticas, constituindo, assim, uma ferramenta para o diagnóstico da qualidade ambiental e para a tomada de decisão, ao nível do destino turístico.

A vertente da gestão assume uma importância acrescida em destinos consolidados, já que os problemas decorrentes da saturação e degradação – resultantes de lógicas de crescimento continuado ou de captação massiva de fluxos –, implicam a utilização de instrumentos que permitam melhorar a qualidade das componentes ambientais, minimizar o impacto negativo da actividade, adaptar as instalações e estabelecimentos a

padrões de qualidade e estabelecer mecanismos de controlo permanente dos novos sistemas.

Um aspecto fundamental que deriva da aplicação de sistemas de auditoria ambiental é a disponibilidade de informação, que possibilita, por sua vez, a concessão, por parte do governo ou de outros organismos, de subvenções ou incentivos financeiros às empresas que introduzam melhorias ambientais; além disso, permite a distinção, que já começa a ser valorizada no mercado, dos estabelecimentos que incorporam sistemas de qualidade ambiental. Os rótulos ecológicos ou distintivos de qualidade convertem-se cada vez mais em factores de diferenciação nas estratégias de competitividade empresarial.

Outra vantagem que decorre da aplicação das eco-auditorias ao nível dos destinos turísticos é que estas abrangem a totalidade das respectivas componentes territoriais e ambientais (água, paisagem, energia, resíduos e transportes), podendo contribuir, assim, para a sua distinção em termos de qualidade ambiental, através da atribuição de selos ou prémios de qualidade ambiental, aspecto que se reveste de extrema importância em destinos maduros, que se esforçam para melhorar o seu estado actual e evitar o declínio.

A avaliação da qualidade nos destinos turísticos e a introdução de metodologias que permitem inovar e melhorar a qualidade na prestação dos serviços têm merecido grande atenção na literatura recente (Silva *et al.*, 2001b; Burhin, 2000; Handszuh, 2000; Weiermair, 2000; Hudson e Shephard, 1998).

A par destas técnicas e instrumentos, ainda há outros mecanismos que, embora sendo mais incipientes, também podem contribuir para a melhoria da qualidade total do ambiente turístico, entendido como factor de competitividade: são os chamados instrumentos de mercado. Trata-se da aplicação de taxas turísticas, impostos ou tarifas, com o objectivo de arrecadar receitas, que vão permitir o financiamento de acções já realizadas ou a realizar pelas autoridades, no sentido de melhorar a qualidade e proteger o ambiente, tais como investimentos em infra-estruturas, limpeza de praias, ordenamento e arranjo de espaços verdes, conservação de monumentos, etc. Apesar de permitirem melhorar a qualidade do serviço oferecido, é certo que provocam o aumento do respectivo preço. Daí a ideia de que através da imposição de taxas turísticas e impostos se pode fazer uma selecção do turismo. Perante um mercado cada vez mais exigente em

termos de serviços e de qualidade ambiental e face à insuficiência de meios financeiros de certos destinos turísticos, estes instrumentos podem dar um contributo para atenuar essas necessidades, desde que se cumpra a condição das respectivas receitas serem reinvestidas de forma directa no sector.

3.5.2 A análise dos *stakeholders*

A evolução que se verificou no conceito de turismo sustentável desempenha um papel importante na compreensão da diversidade de interpretações conceptuais e de operacionalização que se pode encontrar na literatura de turismo. Neste sentido, e tal como se explicou na última secção do capítulo anterior, Hardy *et al.* (2002) propõem uma abordagem de operacionalização do conceito que adopta uma perspectiva de Gestão Estratégica, recomendando que se fomente o envolvimento de todos os *stakeholders* do turismo para que seja possível atingir um turismo sustentável.

De acordo com Hardy e Beeton (2001), pode-se afirmar que a diferentes tipos de liderança e de gestão podem estar associadas diferentes percepções sobre quem são os *stakeholders*, como podem ser identificados e como são percebidas as suas necessidades subjectivas, o que irá afectar as metas, orientações e resultados da gestão do sector. Para garantir que as percepções de todos os *stakeholders* presentes no sistema turístico sejam tomadas em consideração, estes autores recomendam que se adopte a classificação de *stakeholders* proposta por Cater (1995), que foi mencionada na secção 2.4.

Dado que a satisfação de necessidades subjectivas é um princípio subjacente ao turismo sustentável, então o conceito de percepção assume grande importância em termos de definição de políticas, numa óptica de planeamento e gestão do sector. Este conceito pode ser de grande utilidade para a formulação de metas holísticas que sejam relevantes para o maior número possível de *stakeholders* (Hardy e Beeton, 2001).

Importa, então, esclarecer o que se entende por percepção.

Ap (1992) distingue os termos “percepção” e “atitude”, afirmando que o primeiro é o significado que se atribui a um objecto, enquanto o segundo representa a predisposição,

tendência ou propensão de um indivíduo para reagir em relação a um objecto. Deste modo, o conceito de “percepção” tem uma aplicação mais ampla que o de “atitude”.

O conceito de “percepção” está associado à representação mental de objectos ou acontecimentos exteriores com base numa ou em múltiplas impressões sensoriais (Academia das Ciências de Lisboa e Editorial Verbo, 2001: 2819); a “atitude”, por sua vez, pode ser entendida como um modo de proceder revelador das convicções, do estado emocional (Academia das Ciências de Lisboa e Editorial Verbo, 2001: 410).

Lindon *et al.* (2000) afirmam que o conceito de atitude é complexo e é objecto de definições variadas: “Segundo Katz e Stotland, uma atitude pode ser definida como uma tendência ou predisposição do indivíduo para avaliar de uma certa maneira um objecto e reagir perante ele, sendo a noção de objecto tomada no sentido lato” (Lindon *et al.*, 2000: 110). Os autores prosseguem afirmando que o conceito de atitude nasceu da “necessidade de enriquecer o esquema behaviourista, cuja lógica consiste em tentar explicar os comportamentos pelo jogo das associações estímulo-resposta” (Sapporta, 1970, citada por Lindon *et al.*, 2000: 110).

A relação directa entre a motivação e o comportamento, não sendo suficientemente explicativa, deu origem à criação desta variável intermédia, que testemunha a “faculdade dos seres humanos em organizar as suas experiências, até mesmo as suas motivações, em conjuntos mentais coerentes e estáveis” (Sapporta, 1970, citada por Lindon *et al.*, 2000: 110).

Tendo em conta o contexto em que se desenrolam as relações entre os vários *stakeholders* do turismo, considera-se mais adequada, no âmbito desta investigação, a utilização do termo percepções, uma vez que os *stakeholders* podem atribuir um significado aos impactes do turismo sem revelarem uma tendência ou predisposição para agir em relação aos mesmos, para além de não se poder assumir que estes possuem necessariamente um conhecimento ou opinião formada acerca desses impactes.

A aplicação desta abordagem ao planeamento e à gestão do sector turismo é muito recente. Com efeito, a análise dos *stakeholders* tem as suas raízes na teoria dos

stakeholders, que surgiu, por sua vez, no âmbito da gestão empresarial, como se passa a explicar.

Em 1963, o Stanford Research Institute sugeriu uma primeira definição de *stakeholders* como sendo os grupos dos quais depende a sobrevivência contínua de uma organização. Esta definição foi aperfeiçoada por Edward Freeman, em 1984, na obra intitulada *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, que definiu *stakeholder* num contexto empresarial, como sendo “qualquer indivíduo ou grupo que afecte ou que seja afectado pela prossecução dos objectivos de uma organização” (Freeman, 1984, citada por Hardy e Beeton, 2001: 174).

Encontram-se, na literatura, propostas muito diversas para a definição e classificação dos *stakeholders*. De acordo com Ritchie *et al.* (2002), Freeman apresentou uma visão muito ampla do conceito de *stakeholder*, permitindo subsequentemente o aparecimento de definições de *stakeholders* muito distintas, que vão desde concepções muito estritas, que incluem apenas os indivíduos ou grupos que têm ligações económicas directas à organização, até definições muito amplas, que englobam praticamente toda a sociedade (Shankman, 1999, citada por Ritchie *et al.*, 2002).

O trabalho de Freeman foi considerado basilar, na medida em que fez uma nova abordagem à missão de uma organização (Sautter e Leisen, 1999; Mitchell *et al.*, 1997; Rowley, 1997; Donaldson e Preston, 1995; Jones, 1995; citadas por Hardy e Beeton, 2001).

O conceito de *stakeholder* tornou-se fulcral na compreensão dos negócios e da sociedade. O termo *stakeholder* é uma variante do conceito mais tradicional de *stockholders*, ou seja, os investidores ou detentores do capital de uma empresa ou organização. Tal como uma pessoa pode ser proprietária de uma casa ou de um automóvel, um *stockholder* detém uma parte de uma ou mais empresas. Por isso, um *stockholder* é também um *stakeholder*. Contudo, os *stockholders* são apenas um dos vários grupos legítimos de *stakeholders* a que as organizações têm de atender para assegurar a sua sobrevivência e o seu sucesso.

Um *stakeholder* pode ser definido como um indivíduo ou um grupo que detém um ou mais interesses numa organização. Tal como os *stakeholders* podem ser afectados pelas acções, decisões, políticas ou práticas de uma organização, também podem, por sua vez, afectá-las. Há uma interacção potencial ou troca de influência nos dois sentidos. Pode-se afirmar, de acordo com Carroll e Buchholtz (2003: 70) que um *stakeholder* é “qualquer indivíduo ou grupo que possa afectar ou ser afectado pelas acções, decisões, políticas, práticas ou propósitos de uma organização”.

No ambiente global e competitivo dos negócios da actualidade, são muitos os indivíduos e grupos que se consideram *stakeholders* de uma determinada organização. Do ponto de vista de uma organização, há certos indivíduos e grupos que têm um interesse ou direito legítimo sobre a actividade de uma organização. Os grupos mais óbvios são os sócios ou accionistas (detentores do capital), o pessoal e os clientes.

Do ponto de vista de uma sociedade pluralista, os *stakeholders* incluem não só estes grupos, mas também os concorrentes, os fornecedores, a comunidade, os grupos de interesses especiais, a comunicação social e a sociedade em geral. Starik (1993, citado por Carroll e Buchholtz, 2003) defende que o ambiente natural, a biodiversidade e as gerações futuras devem ser considerados entre os *stakeholders* mais importantes de uma organização.

A evolução do conceito de *stakeholder* tem acompanhado a evolução do conceito de empresa e da sua gestão.

Na gestão com uma óptica de produção os proprietários consideravam que os *stakeholders* eram apenas os indivíduos ou grupos que forneciam recursos ou que compravam bens e serviços à organização.

À medida que se testemunhou o crescimento das organizações e a resultante separação da propriedade e da gestão, as empresas começaram a sentir a necessidade de interagir com os principais grupos de interesse para assegurar bons resultados. Assim apareceu a óptica de gestão.

Com a ocorrência de importantes alterações nos negócios, tanto ao nível interno como externo, os gestores tiveram de efectuar uma mudança conceptual revolucionária no modo de perceber a empresa e as suas relações multilaterais com os grupos de *stakeholders*. Isto levou ao aparecimento da óptica dos *stakeholders*.

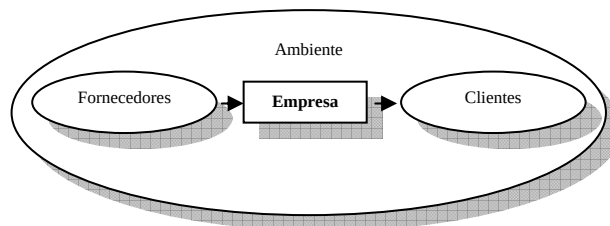
Contudo, alguns gestores ainda não compreenderam a necessidade de adoptar esta última visão da empresa (Carroll e Buchholtz, 2003).

A Figura 3.8 apresenta a evolução da óptica da produção para a óptica da gestão.

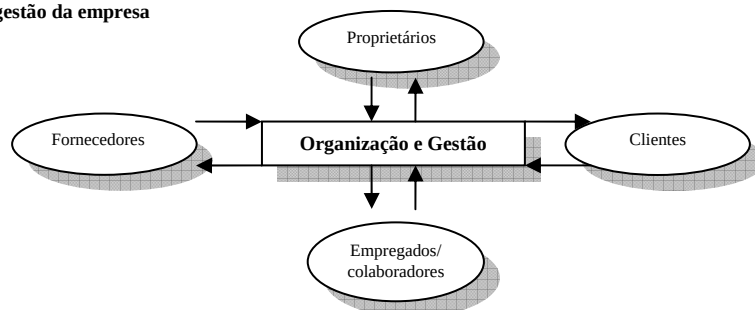
Figura 3.8

A visão da empresa na óptica da produção e na óptica da gestão

Óptica de produção da empresa



Óptica de gestão da empresa

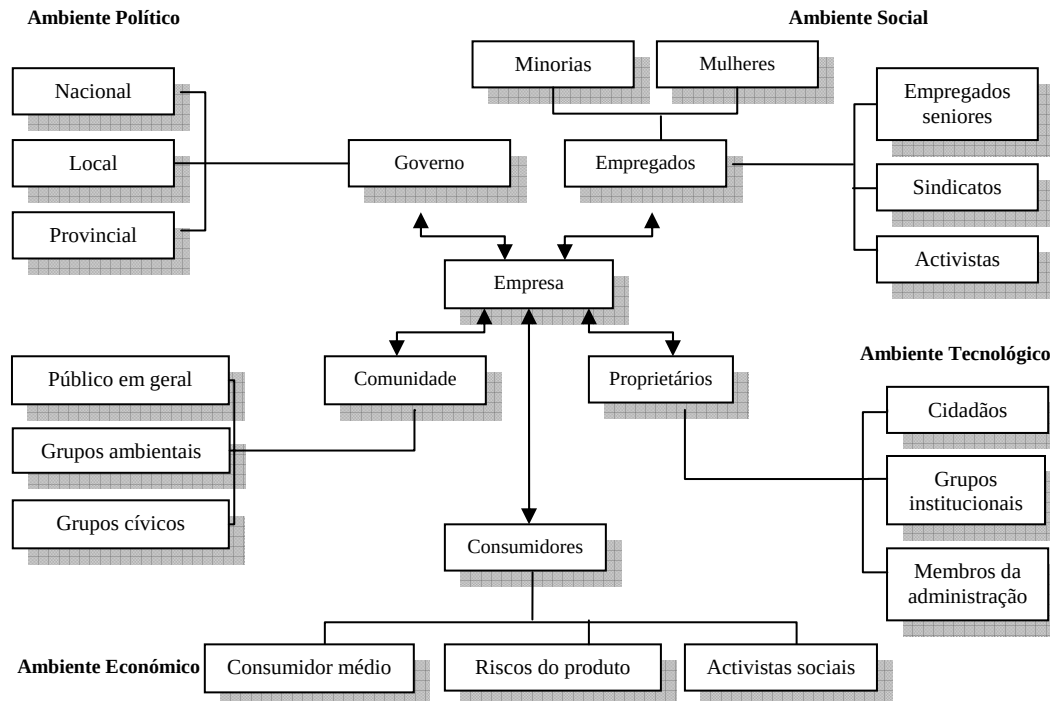


Fonte: Adaptado de Freeman (1984, citada por Carroll e Buchholtz, 2003: 72).

A figura abaixo ilustra, por sua vez, a visão da empresa na óptica dos *stakeholders*.

Figura 3.9

A visão da empresa na óptica dos *stakeholders*



Fonte: Adaptado de Carroll e Buchholtz (2003: 73).

De acordo com a óptica dos *stakeholders*, a gestão deve perceber que os *stakeholders* da organização não são apenas os grupos que ela pensa que têm um interesse (*stake*, em inglês) na organização, mas também todos aqueles que pensam ou que têm a percepção de ter um ou mais interesses nessa organização (Carroll e Buchholtz, 2003).

A partir do momento em que se identificam os *stakeholders* relevantes, é possível proceder à sua análise ou diferenciação. Alguns autores sugerem que esta análise ou diferenciação deve ser o ponto de partida para a elaboração de estratégias de gestão apropriadas (Starik, 1994, citada por Ritchie *et al.*, 2002). De um ponto de vista prático, os *stakeholders* são todos diferentes, pelo que cabe aos responsáveis pela gestão atribuir prioridades aos *stakeholders* e focalizar os seus esforços de forma diferenciada, consoante as prioridades atribuídas. Para estabelecer prioridades é necessário ter uma base, pelo que é necessário recorrer à análise dos *stakeholders* (Ritchie *et al.*, 2002).

Donaldson e Preston (1995) afirmam que a obra de Freeman pode ser considerada como um marco histórico na literatura da Gestão, porque chamou a atenção para o conceito de

stakeholder e deu origem ao desenvolvimento da teoria dos *stakeholders*, da gestão dos *stakeholders* e do modelo dos *stakeholders*, com a subsequente realização de encontros e debates – entre os quais é feita uma referência especial à Conferência sobre a Teoria dos *Stakeholders*, que teve lugar na Universidade de Toronto, em Maio de 1993 – e a publicação de numerosos livros e artigos dedicados a estes temas.

Contudo, estes autores alertam para o facto de haver uma grande diversidade de abordagens a estes temas na literatura, por vezes apresentando argumentos muito distintos e até contraditórios, propondo-se esclarecer e justificar o conteúdo e significado da teoria dos *stakeholders*. Assim, para responder à questão “Why should the stakeholder theory be accepted or preferred over alternative conceptions?” (Donaldson e Preston, 1995: 73), os autores apresentam três tipos de abordagens à teoria dos *stakeholders* - descritiva ou empírica, instrumental e normativa -, acrescentando: “Each of these uses of stakeholder theory is of some value, but the values differ in each use” (Donaldson e Preston, 1995: 71).

A consulta do site <http://www.mgmt.utoronto.ca/~stake> faculta informação sobre a vasta bibliografia existente sobre a teoria dos *stakeholders*, assim como sobre diversos projectos de investigação desenvolvidos e em curso sobre esta temática.

Recentemente, a teoria dos *stakeholders* tem sido aplicada ao turismo, de uma forma alargada, ou seja, não só ao nível da gestão empresarial (Robson e Robson, 1996, citada por Hardy e Beeton, 2001), mas também no planeamento e gestão do sector (Sautter e Leisen, 1999; Yuksel *et al.*, 1999; Getz e Jamal, 1994; Ritchie, 1993; citadas por Hardy e Beeton, 2001).

Em relação ao primeiro caso, Robson e Robson (1996, citada por Hardy e Beeton, 2001) afirmam que a aplicação da teoria dos *stakeholders* implica o envolvimento dos operadores turísticos no processo de tomada de decisão. Para além de se proceder à identificação dos *stakeholders*, as suas preocupações, objectivos, metas e valores devem ser incluídos na formulação de estratégias para o desenvolvimento do turismo.

Quanto à aplicação da teoria dos *stakeholders* no contexto mais vasto do planeamento e gestão, tem-se discutido a necessidade de proceder à gestão dos *stakeholders* e de

aumentar a participação da comunidade no turismo, tendo em vista a sustentabilidade (Butler, 1999; Yuksel *et al.*, 1999; Baum, 1994; Getz e Jamal, 1994; Simmons, 1994; McKercher, 1993; Ritchie, 1993; citadas por Hardy e Beeton, 2001).

A identificação e o envolvimento dos *stakeholders* têm sido apontados como aspectos fundamentais para o sucesso da criação de parcerias e para a colaboração no sector (Bramwell e Lane, 1999; Medeiros de Araújo e Bramwell, 1999; Selin 1999; citadas por Hardy e Beeton, 2001).

Tal como anteriormente se ilustrou, a noção de turismo sustentável baseia-se em diversos pressupostos, incluindo a satisfação de necessidades subjectivas. Além disso, é um processo de planeamento e gestão que encara o turismo de uma maneira holística, atendendo a diversos interesses, tais como os do ambiente, da economia e da comunidade local, bem como a satisfação dos turistas.

Por conseguinte, de acordo com Hardy e Beeton (2001) a análise dos *stakeholders* parece ser um método adequado para, por um lado, se proceder à identificação das múltiplas opiniões subjectivas de todos aqueles que estão interessados no turismo e, por outro, para integrar essas preocupações e interesses no planeamento, de forma a evitar os custos associados a um planeamento e gestão incipientes e os conflitos que daí possam resultar.

Estes autores recorrem aos argumentos de Grimble e Wellard (1997, citada por Hardy e Beeton, 2001) que defendem que a vantagem da análise dos *stakeholders* é fornecer uma metodologia que permite uma melhor compreensão dos problemas do ambiente e desenvolvimento e, ainda, uma interacção através da análise comparativa das diferentes perspectivas e interesses dos *stakeholders*, a diferentes níveis. Este princípio de igualdade ou de equidade significa que nenhum interesse se deve sobrepor os interesses de um determinado grupo não se devem sobrepor aos dos outros grupos, ou seja, que todos os interesses devem assumir a mesma importância (Sautter e Leisen, 1999, citada por Hardy e Beeton, 2001).

Só muito recentemente é que se definiu o processo de identificação dos *stakeholders*. Grimble e Wellard (1997, citada por Hardy e Beeton, 2001: 175) definem a análise dos

stakeholders como sendo “uma abordagem ou procedimento holístico que serve para compreender um sistema e para avaliar os impactes da ocorrência de alterações a esse sistema através da identificação dos principais actores ou *stakeholders* e da avaliação dos interesses respectivos nesse sistema”.

Do mesmo modo, Sautter e Leisen (1999, citada por Hardy e Beeton, 2001) afirmam que, para implementar a gestão dos *stakeholders*, o investigador deve fazer um levantamento e apreciação global de todos os indivíduos ou grupos interessados no planeamento do turismo, na exploração da actividade turística em si e/ou nos resultados por ela gerados. Apelando à definição de Freeman (1984, citada por Hardy e Beeton, 2001), estes autores realçam que frequentemente se fica pela identificação dos *stakeholders* mais óbvios, pelo que, para evitar que isto aconteça, deve-se identificar *quem é que afecta* e *quem é que é afectado* pelo turismo, tanto no presente, como no passado. Também referem que é necessário distinguir entre um indivíduo e um grupo de interesses, pois um mesmo indivíduo pode pertencer a vários grupos interessados, desempenhando, portanto, um papel diferente em cada um.

Encontram-se, na literatura, várias abordagens à análise dos *stakeholders* no contexto do turismo (Hall, 2000; Medeiros de Araújo e Bramwell, 1999; citadas por Hardy e Beeton, 2001). Para além da identificação dos *stakeholders*, têm sido sugeridos diversos métodos para o seu envolvimento no planeamento turístico (Yuksel *et al.*, 1999; Glass, 1979; citadas por Hardy e Beeton, 2001), que vão desde a utilização de grupos nominais, *focus groups*, inquéritos à população, até técnicas de criação de consensos.

Hardy e Beeton (2001) defendem que é necessário compreender as percepções dos vários *stakeholders* de modo a envolvê-los no processo de planeamento e de gestão da actividade turística. Gee e Fayos-Solá (1997, citada por Hardy e Beeton, 2001) também reconhecem esta necessidade, afirmando que os impactes do turismo podem ser percebidos de maneira diferente pelos vários membros de uma comunidade, podendo causar conflitos entre visitantes e residentes. Por conseguinte, de acordo com Hardy e Beeton (2001), a compreensão das percepções dos *stakeholders* pode ser encarada como um mecanismo preventivo em relação à manutenção do *status quo*, ou seja, à mera sustentação do turismo (*maintainable tourism*), por contraposição à noção de turismo

sustentável (*sustainable tourism*). A compreensão das percepções dos *stakeholders* é, assim, um pré-requisito para a sustentabilidade do turismo.

Apesar dos apelos efectuados por vários autores (Gee e Fayos-Solá, 1997; Ap, 1992; Liu *et al.*, 1987; citadas por Hardy e Beeton, 2001) existem poucos estudos que se debrucem, em simultâneo, sobre as percepções de vários grupos interessados, numa determinada área de destino (Young, 1997; Barron, 1995; Pizam, 1978; citadas por Hardy e Beeton, 2001). De um modo geral, a atenção dirige-se apenas para um grupo de *stakeholders*. No caso dos residentes, por exemplo, tem havido vários trabalhos de investigação a abordar as percepções de impactes do turismo, pois, a partir dos anos 80, começou-se a atribuir grande importância à colaboração dos residentes no processo de planeamento dos destinos turísticos. O envolvimento da comunidade local passou a ser considerado um requisito para a sustentabilidade do turismo (Joppe, 1996; Simmons, 1994; Liu *et al.*, 1987; citadas por Hardy e Beeton, 2001), uma vez que permite minimizar a oposição ao desenvolvimento e os impactes sociais negativos do turismo através da integração dos desejos e aspirações da comunidade no processo de desenvolvimento das regiões (Ap, 1992; Keogh, 1990; citadas por Hardy e Beeton, 2001). No entanto, estes estudos não focam as percepções da comunidade local ou dos turistas em relação à sustentabilidade do turismo.

Apesar de já haver alguma investigação no domínio das percepções, atitudes e opiniões dos empresários turísticos em relação à sustentabilidade do turismo (Bramwell e Alletorp, 2001; Johnston e Twynam, 2001; Curtin e Busby, 1999; Kirk, 1998; Stabler e Goodall, 1997; Holden e Kealy, 1996; Horobin e Long, 1996; Bottrill e Pearce, 1995; Forsyth, 1995) e das atitudes das autoridades locais em relação aos princípios de sustentabilidade do turismo (Godfrey, 1998), à utilização de indicadores (Dymond, 1997; Page e Thorn, 1997) e à sua intervenção directa através de mecanismos de planeamento que visem a implementação da sustentabilidade do turismo (Page e Thorn, 2002), bem como alguns documentos oficiais (Tourism Council of Australia e CRC for Sustainable Tourism, 1999; Office of National Tourism, 1996; citadas por Hardy e Beeton, 2001) e publicações (WTO, 1998; Hughes, 1996; Harris e Leiper, 1995) que dão conta das políticas e projectos de organismos oficiais, tendo em vista a sustentabilidade do turismo, Hardy e Beeton (2001) são de opinião que a investigação tem sido incipiente em termos da comparação das percepções de vários grupos

interessados em relação à sustentabilidade do turismo. Sem dispor desta informação, não é possível elaborar e implementar planos que sejam eficazes e que contenham indicações relevantes, de modo a dar resposta às percepções e necessidades (que são subjectivas) dos vários *stakeholders* do turismo. Assim, para que se possa atingir a meta da sustentabilidade do turismo, estes autores advogam que se defina uma metodologia que permita integrar as percepções e necessidades de todos os *stakeholders* de um determinado destino turístico.

Na ausência de investigação no domínio da sustentabilidade do turismo na Região Autónoma dos Açores, numa perspectiva de Marketing e de Gestão, e sendo este sector proclamado como um dos pilares de desenvolvimento regional nos principais documentos orientadores da política do Governo Regional, tomando, ainda, como ponto de partida a motivação de fornecer indicações relevantes para o planeamento e desenvolvimento da actividade na Região, o contributo desta tese foi o de estudar as percepções e necessidades de vários grupos de *stakeholders* do sector, adoptando como orientação metodológica a análise dos *stakeholders*, que se fundamenta na teoria e na gestão dos *stakeholders*.

3.6 Conclusão

Neste capítulo discutiram-se as implicações do aparecimento de um novo perfil do turismo, que apontam para a necessidade de adoptar instrumentos de sustentabilidade ao nível das empresas e dos órgãos de poder regional e local. Examinaram-se os importantes desafios que se colocam à operacionalização do turismo sustentável. Apresentaram-se os princípios que devem estar subjacentes à definição e implementação de políticas, tendo em vista o desenvolvimento de uma actividade turística sustentável. Foram caracterizadas as principais abordagens de operacionalização da sustentabilidade do turismo ao nível dos destinos turísticos, numa perspectiva de Marketing e de Gestão. Mereceu especial destaque a análise dos *stakeholders*, por se tratar da metodologia que serviu de suporte teórico à investigação presente.

Capítulo 4. A APLICAÇÃO DA ANÁLISE DOS *STAKEHOLDERS* DO TURISMO AO CASO DOS AÇORES: ASPECTOS METODOLÓGICOS

4.1 Introdução

Os capítulos anteriores mostraram como surgiu e evoluiu o conceito de turismo sustentável, enunciando os princípios que devem estar subjacentes à definição e implementação de políticas, tendo em vista o desenvolvimento de um turismo sustentável e caracterizando as principais abordagens de operacionalização da sustentabilidade do turismo ao nível dos destinos turísticos, numa perspectiva de planeamento estratégico e de gestão. Neste capítulo descreve-se a aplicação da análise dos *stakeholders* do turismo ao caso do destino turístico Açores. O capítulo está estruturado em seis secções. Na próxima secção, apresentam-se os objectivos gerais e a justificação da investigação empírica. Segue-se uma breve caracterização da Região Autónoma dos Açores e da evolução recente ocorrida na actividade turística. Na secção seguinte expõe-se a metodologia da investigação empírica. Nas últimas secções é feita uma descrição detalhada dos objectivos, questões da investigação, desenho do questionário e metodologia, associados a cada um dos grupos estudados: empresários do subsector do alojamento turístico, turistas e residentes. Em capítulos posteriores serão analisados os dados e discutidos os resultados.

4.2 Natureza do problema, objectivos gerais e justificação da investigação empírica

A revisão de literatura que enformou os capítulos anteriores permitiu distinguir as grandes linhas conceptuais teóricas e práticas que devem orientar o planeamento, gestão e monitorização da actividade turística, ao nível de um destino turístico, tendo em vista a prossecução do desenvolvimento sustentável.

A publicação do Relatório Brundtland (WCED, 1987) e a adopção dos princípios de desenvolvimento sustentável pelas Nações Unidas, na sequência da realização da Cimeira da Terra (UNCED, 1992) suscitaram o interesse generalizado de autoridades governamentais, organismos internacionais e agentes do sector privado para a implementação de práticas de sustentabilidade em todas as actividades económicas, tal como se deu conta na reflexão atrás efectuada.

O sector do turismo tem estado na dianteira deste processo, em boa parte devido ao envolvimento activo da Organização Mundial do Turismo, que tem promovido o desenvolvimento sustentável através da publicação de orientações metodológicas e da organização de eventos e desenvolvimento de projectos, em colaboração com outros organismos, ao nível internacional. A preparação da *Agenda 21 for the Travel and Tourism Sector* (WTO/WTTC/EC, 1995), a que anteriormente se aludiu, constitui um dos passos mais significativos desta actuação em prol do desenvolvimento turístico sustentável. Ao transpor os princípios da *Agenda 21* global (Keating, 1993) para o sector do turismo, este documento visa alterar as prioridades e práticas tradicionais que se têm tornado lesivas do ambiente e da cultura local dos destinos turísticos.

Desde as primeiras publicações, destinadas a orientar as autoridades locais no planeamento e gestão do turismo tendo em vista a sustentabilidade (WTO, 1993), tem sido notória a preocupação deste organismo com as particularidades dos destinos insulares de reduzida dimensão. Recomendava-se, então, a determinação da capacidade de carga e do tipo e nível de desenvolvimento mais apropriado a cada caso, a par da consciencialização de turistas e empresários para a protecção do ambiente e da cultura locais. Contudo, com o progresso da investigação e a subsequente construção de indicadores de sustentabilidade do turismo, para além dos indicadores básicos de aplicação geral a todos os destinos foi desenvolvido um conjunto de indicadores específicos para ilhas de pequena dimensão (WTO, 1998; WTO, 1996), que têm sido objecto de actualização permanente (WTO, 2004).

Estas considerações revestem particular interesse para a presente investigação, uma vez que se escolheu, como caso de estudo, um destino turístico insular: a Região Autónoma dos Açores. Decorridos dez anos do estabelecimento do “Programa de Acção de Barbados para o Desenvolvimento Sustentável dos Pequenos Estados Insulares em Desenvolvimento” (United Nations, 2004), a Organização Mundial do Turismo foi chamada a fazer um diagnóstico do progresso entretanto verificado, tendo produzido um relatório (WTO, 2004), onde se demonstra a importância do sector turismo para o desenvolvimento sustentável dessas ilhas e para a prossecução dos Objectivos de Desenvolvimento do Milénio, estabelecidos pelas Nações Unidas. Embora os Açores não se enquadrem nesta classificação, as conclusões do referido documento não deixam de ser objecto de reflexão a ponderar por esta região insular.

As definições de turismo sustentável enfatizam três aspectos importantes: a qualidade, a continuidade e o equilíbrio. Uma actividade turística sustentável é aquela que proporciona uma experiência de qualidade aos visitantes, enquanto contribui para a melhoria da qualidade de vida da população local e para a protecção da qualidade ambiental. É aquela que oferece uma experiência satisfatória aos visitantes, assegurando, paralelamente, a continuidade dos recursos naturais em que se baseia e a continuidade da cultura da comunidade receptora. É aquela que permite encontrar um equilíbrio entre as necessidades dos agentes do sector, as necessidades de protecção do ambiente e as necessidades da população local. É aquela que enfatiza a defesa dos interesses comuns e a cooperação entre os visitantes, a comunidade receptora e o destino, por contraste às abordagens mais tradicionais ao turismo que empolgavam a sua diversidade e as suas necessidades conflituantes (Gee e Fayos-Solà, 1999: 232).

O sucesso não pode continuar a ser avaliado apenas pelo crescimento dos números, quer digam respeito a chegadas de turistas ou a receitas do turismo, quer a investimentos em marketing e promoção no sector. O sucesso tem de ser avaliado pelo contributo que o turismo dá para a qualidade de vida e para a integridade do ambiente natural. As questões da qualidade, sobre as quais assenta o futuro do turismo, devem constituir o núcleo, ou seja, a preocupação central da sustentabilidade. A qualidade é essencial em todos os elementos do sistema turístico – transportes, alojamento, atracções e serviços. Os turistas esperam obter uma experiência integrada de todos estes elementos, enformada por uma elevada qualidade (Gee e Fayos-Solà, 1999).

Para apoiar o processo de tomada de decisão, ao nível da gestão dos destinos turísticos, é fundamental dispor de informação e de instrumentos que permitam identificar os problemas emergentes, bem como avaliar os impactes das políticas e os resultados das medidas implementadas, perante as metas de sustentabilidade do turismo estipuladas, de modo a permitir a aplicação de medidas preventivas e/ou correctivas, quando necessário. Apesar dos esforços desenvolvidos pela Organização Mundial do Turismo no sentido de orientar a actuação dos agentes no planeamento, monitorização e gestão do sector (WTO, 2004; WTO, 1998; WTO, 1996; WTO, 1993; WTO, 1992), constatou-se, após uma revisão bibliográfica preliminar e o contacto com diversas entidades locais, que a operacionalização destas abordagens nos Açores, como destino turístico, tem sido, até agora, muito limitada, inviabilizando, assim, à partida, um estudo centrado

no levantamento e análise de iniciativas de intervenção integrada dos vários grupos de interesse do sector neste domínio.

De igual modo, no momento em que se iniciou o presente trabalho de investigação, não foi identificado qualquer projecto em curso sobre a construção e/ou aplicação de indicadores de sustentabilidade do turismo que englobasse a Região.

Posto isto, e em termos genéricos, a investigação empírica pretendeu suprir, em parte, esta lacuna, apresentando um contributo original com o argumento de que a análise dos *stakeholders* pode ser um método adequado para, por um lado, se proceder, de uma forma holística, à identificação das múltiplas opiniões subjectivas de todos aqueles que têm interesses no turismo e, por outro, para se integrar essas preocupações e interesses no processo de planeamento estratégico e de gestão do turismo ao nível local, evitando os custos associados a um planeamento e gestão incipientes e os conflitos que daí possam resultar.

Partindo da classificação genérica de *stakeholders* proposta por Cooper *et al.* (1998) e apresentada na subsecção 3.5.1 (ver Tabela 3.16), o trabalho incidiu sobre três grupos de *stakeholders* da Região: empresários, turistas e residentes. Embora se faça apelo na literatura à utilização de abordagens para identificar os *stakeholders* tendo em conta todos os indivíduos ou grupos que têm interesses no planeamento do turismo, na exploração da actividade turística em si ou nos resultados por ela gerados (Sautter e Leisen, 1999), neste estudo optou-se por centrar a atenção nos grupos mais óbvios, uma vez que o objectivo era ilustrar o valor metodológico do modelo para a melhoria do processo de tomada de decisão no planeamento e gestão de um destino turístico e não encetar um processo de planeamento turístico propriamente dito, envolvendo todos os *stakeholders*. Nesses casos, a literatura recomenda diversas abordagens para a identificação e avaliação dos *stakeholders* (Hall, 2000; Medeiros de Araújo e Bramwell, 1999; Grimble e Wellard, 1997), bem como métodos para o seu envolvimento no planeamento e gestão da actividade turística (Gee e Fayos-Solà, 1999; Yuksel *et al.*, 1999; Glass, 1979). Mantenha-se, no entanto, presente que a maioria dos estudos efectuados se tem debruçado apenas sobre um grupo de *stakeholders*, tal como se fez referência na subsecção 3.5.2., pelo que a contribuição desta tese também pretende ser inovadora em termos do âmbito da operacionalização a que se propõe.

No caso do grupo dos empresários, foi escolhido, para alvo do estudo, o subsector do alojamento turístico, uma vez que engloba a hotelaria, que é, de acordo com Silva (1992: 15), a actividade que mais contribui para o VAB turístico em Portugal.

4.3 Breve caracterização da Região Autónoma dos Açores e da evolução recente do turismo

Antes de se descrever a metodologia utilizada no estudo empírico, importa efectuar uma breve caracterização do arquipélago dos Açores e aludir à evolução recente ocorrida na actividade turística.

O arquipélago dos Açores localiza-se estrategicamente no Oceano Atlântico Norte, ao largo da Península Ibérica, a cerca de 1,500 km da Europa, 750 km do arquipélago da Madeira e 4,000 km da América.

Constituído por nove ilhas de pequena dimensão, que estão dispersas por uma extensão de 600 km, para além de alguns ilhéus desabitados, o arquipélago tem uma área total de 2,330 km² e uma população aproximada de 242,000 habitantes, de acordo com os Censos de 2001 (SREA, 2002a).

Esta dispersão geográfica acentua o isolamento, embora todas as ilhas estejam ligadas entre si por transporte marítimo e aéreo regular, havendo 10 portos comerciais e nove aeroportos e aeródromos regionais. Para além das ligações inter-ilhas, existem ligações aéreas regulares entre os Açores, a Madeira e o continente português, bem como voos regulares e voos charter, em determinadas épocas do ano, para vários destinos europeus e norte-americanos.

As ilhas açorianas são de origem vulcânica, apresentando relevo montanhoso e estão frequentemente sujeitas a abalos telúricos.

Os Açores são, ainda, sede de um centro permanente de altas pressões meteorológicas, mais conhecido por anticiclone dos Açores. O clima oceânico destas ilhas subtropicais é suave e equilibrado (14° em Janeiro, 22° em Agosto) e muito húmido (1,800 mm de

precipitação anual). A vegetação é luxuriante, sendo essencialmente originária da Europa e da América.

O arquipélago dos Açores foi colonizado por portugueses a partir de 1445. As ilhas passaram a constituir uma escala para as frotas que regressavam das Índias Ocidentais e, mais tarde, foram cenário de batalhas navais entre espanhóis e ingleses, durante o domínio de Portugal por Espanha (1580-1640). Posteriormente, os portugueses utilizaram as ilhas como lugar de exílio. Em 1943, durante a Segunda Guerra Mundial, os Açores foram uma base aliada.

Desde 1976, o arquipélago dos Açores configura, conjuntamente com a Madeira, uma das duas regiões autónomas de Portugal. Isto significa que constitui uma entidade jurídica de direito público, dotada de poderes legislativos e executivos próprios, reconhecidos pela Constituição da República Português e pelo Estatuto Político-Administrativo da Região Autónoma dos Açores. Os órgãos autonómicos são a Assembleia Legislativa Regional e o Governo Regional, dirigido por um Presidente. O Governo Regional tem amplos poderes regulamentares e administrativos, participa na construção europeia e na negociação de tratados internacionais. As autarquias locais são constituídas por 19 concelhos, tutelados pelo Governo Regional.

A Região Autónoma dos Açores é, igualmente, uma das sete regiões ultraperiféricas da União Europeia, de acordo com a Declaração anexa ao Tratado de Maastricht de 1992, que reconheceu, pela primeira vez, a noção de “ultraperiferia”.

Os 30 anos de autonomia política e administrativa da Região têm sido associados a um ciclo de desenvolvimento económico baseado no sector primário e nas agro-indústrias, onde merece destaque a produção de produtos lácteos. No entanto, o confronto com os limites ao crescimento impostos a esta actividade pelo sistema de quotas leiteiras vigente nos países da União Europeia tem impellido a Região a orientar o investimento produtivo para novas áreas, embora sem menosprezar a expressão económica e social destes sectores tradicionais.

A abundância e diversidade dos recursos naturais endógenos – onde se inclui uma extensa zona económica exclusiva marítima de 984,300 km² –, que possibilitam e

potenciam a oferta de produtos temáticos ligados à natureza, ao vulcanismo, ao espaço rural e ao mar, bem como a riqueza do seu património histórico, arquitectónico e cultural, fizeram com que o turismo emergisse como uma alternativa estratégica para o desenvolvimento do arquipélago.

Recentemente, o Governo Regional dos Açores reconheceu esta oportunidade e, fazendo jus aos pontos fortes da Região em matéria de património natural e de posição geo-estratégica das ilhas (no meio do Atlântico Norte), começou a atribuir uma importância crescente ao sector, elegendo-o como um dos pilares de desenvolvimento regional. Esta aposta está bem patente nas orientações políticas dos Programas do VII e VIII Governo Regional dos Açores e no avultado montante de investimento consagrado ao desenvolvimento do turismo e dos transportes aéreos e marítimos, nos Planos a Médio Prazo de 1997/2000 e de 2001/2004.

Fazendo uma breve referência à evolução do turismo na Região, nos últimos 15 anos, de acordo com os dados do Serviço Regional de Estatística dos Açores (ver Quadro 4.1), constata-se o seguinte:

- o No período de 1990 a 1995, o número de dormidas nos estabelecimentos hoteleiros e similares da Região cresceu a uma taxa média anual de 2,71%, enquanto para os proveitos totais essa taxa foi de 11,42%, a preços correntes (1,88% a preços constantes). Em igual período, a capacidade de alojamento aumentou a um ritmo de 2,1% ao ano, em média.
- o Entre 1995 e 2000, o crescimento médio anual das dormidas foi de 13,5% e o dos proveitos totais, 9,79%, a preços correntes (6,52% a preços constantes). Nesse período de cinco anos o número de camas evolui a uma taxa média anual de 0,85%.
- o No período de 2000 a 2004, registou-se uma taxa de crescimento média anual de 10,3% para as dormidas e de 18,01% para os proveitos totais, a preços correntes (12,67% a preços constantes). A oferta de alojamento teve um aumento significativo nesse período, correspondente a 24,47% ao ano, em média.

Quadro 4.1 – Hóspedes, dormidas, capacidade de alojamento e proveitos totais na hotelaria tradicional dos Açores, para o período de 1990 a 2004

Hotelaria Tradicional	1990	1995	TCMA %	2000	TCMA %	2004	TCMA %
Hóspedes	127.220	159.309	5,04%	232.818	9,23%	281.406	5,22%
Dormidas	359.290	407.998	2,71%	683.485	13,50%	965.049	10,30%
Capacidade de Alojamento (camas)	3.283	3.628	2,10%	3.783	0,85%	7.486	24,47%
Proveitos Totais 1.000€ (preços correntes)	11.255	17.679	11,42%	26.336	9,79%	45.313	18,01%
Proveitos Totais 1.000€ (Base (100) = 1990)	11.255	12.314	1,88%	16.326	6,52%	24.598	12,67%

TCMA – Taxa de crescimento média anual para o período em causa

Fonte: SREA (2002b, 2005)

O crescimento da procura turística e da oferta de alojamento turístico, que estes valores atestam, ilustra a dinâmica de expansão recente da actividade turística na Região e justificam a sua eleição como caso de estudo, por constituir um destino turístico que se encontra numa fase de crescimento do seu ciclo de vida, que importa gerir de forma estratégica e integrada.

As pressões para o desenvolvimento do turismo nos Açores devem ser igualmente entendidas no contexto do crescimento do turismo à escala global, que, em grande parte, se tem focalizado em zonas costeiras e ilhas de pequena dimensão. Efectivamente, o turismo foi um dos principais fenómenos económicos e sociais do séc. XX e espera-se que continue a crescer nos próximos anos, devido ao aumento populacional, à melhoria da qualidade de vida, à melhoria e expansão do sistema de transportes, ao acréscimo do tempo de lazer, entre outros factores. De acordo com as previsões da Organização Mundial do Turismo (WTO, 2001b), as chegadas turísticas ao nível internacional quase que triplicarão nas próximas duas décadas, o que equivale a cerca de 1,6 milhares de milhões de turistas a visitarem países estrangeiros no ano 2020. Isto significa que há um elevado potencial de crescimento para aqueles destinos que conseguirem oferecer os produtos turísticos mais adequados ao novo perfil da procura turística.

À semelhança de outros destinos turísticos, em todo o mundo, as autoridades regionais dão sinal de que pretendem tirar partido dos benefícios do turismo, procurando, em simultâneo, evitar a ocorrência de impactes negativos sobre o ambiente e a comunidade local. A definição de políticas de desenvolvimento do turismo e estratégias de marketing turístico em parceria com as associações empresariais do sector (nomeadamente através da Associação de Turismo dos Açores – *Convention and*

Visitors Bureau, entidade mandatada pelo Governo da República para proceder à promoção turística dos Açores) e a preparação de novos instrumentos de planeamento e ordenamento territorial e sectorial, que adoptam uma perspectiva de longo prazo (nomeadamente o Plano Regional de Ordenamento do Território dos Açores e o Plano Sectorial do Turismo, ambos em fase de conclusão) são exemplos de acções concretas que estão a ser implementadas por parte do Governo Regional, no sentido de promover a sustentabilidade do turismo.

A dependência externa, a reduzida dimensão, o isolamento, a ultraperiferia e a fragilidade dos recursos endógenos são factores frequentemente invocados para justificar o relativo atraso em que a Região se encontra, a nível europeu, fazendo parte das 46 regiões europeias do Objectivo 1 (regiões mais desfavorecidas), num conjunto de 211 regiões. No entanto, exceptuando o estatuto de ultraperiferia, que lhe tem permitido beneficiar de derrogações e de políticas e programas adequados às suas desvantagens e especificidades, constata-se que os mesmos factores têm sido invocados na literatura para justificar o atraso ou a particular vulnerabilidade dos destinos turísticos insulares de pequena dimensão a choques ou flutuações externas (Wing, 1995; Coccossis, 1987, citada por Cooper, 1995), quer se encontrem em estádios iniciais do seu ciclo de vida, quer se encontrem em fase de declínio (Cooper, 1995).

De facto, as características das ilhas de pequena dimensão podem ser classificadas em três grandes tipos de “fragilidades” – ecológica, económica e social (Vernicos, 1987, citada por Cooper, 1995) –, que são limitativas do seu desenvolvimento económico, em geral, e não apenas do turismo.

A ecologia das ilhas pode ser um factor limitativo do desenvolvimento económico, em particular se a actividade económica se basear em recursos naturais, pois a escassez de recursos pode limitar o desenvolvimento do turismo e restringir as opções para o desenvolvimento de produtos (Pearce, 1987).

Por outro lado, a questão da fragilidade económica é especialmente crítica para o turismo, pois em muitas ilhas é a actividade turística que viabiliza as transportadoras aéreas, o comércio local e até alguns equipamentos que são igualmente utilizados pelos residentes, o que acentua a interdependência dos vários sectores económicos (Cooper,

1995). A base económica das ilhas é geralmente muito limitada e por isso estas tendem a ficar muito dependentes do turismo (Baum, 1993, citada por Cooper, 1995). A atractividade das ilhas baseia-se em grande parte na sua localização geográfica, mas os elevados custos de transporte que acarreta reduzem o leque de mercados-alvo potenciais a captar e os tipos de desenvolvimento que podem ocorrer (Wing, 1995; Kakazu, 1994). Este padrão é reforçado pela reduzida procura local, que decorre da dimensão do mercado e das pequenas distâncias envolvidas (Pearce, 1995). A ênfase no transporte aéreo e na criação de *packages* para turistas estrangeiros não só leva à concentração de hotéis junto aos aeroportos e principais centros urbanos, como também aumenta a probabilidade do turismo ser controlado por operadores turísticos externos (Pearce, 1995).

Em termos de fragilidade social, as ilhas de pequena dimensão têm uma população reduzida, pelo que são frequentes as carências ao nível de recursos humanos qualificados para o turismo (Baum, 1993, citada por Cooper, 1995), sendo também mais propensas ao antagonismo por parte dos residentes. A reduzida dimensão populacional restringe o turismo interno, acentuando ainda mais a dependência da chegada de turistas do exterior e a vulnerabilidade a decisões tomadas externamente (Wilkinson, 1989). Devido à sua reduzida dimensão e localização geográfica, as ilhas tendem a ser economias abertas, estando, por isso, mais sujeitas às flutuações nos mercados emissores.

Posto isto, é claro que as ilhas de pequena dimensão, como é o caso dos Açores, devem oferecer experiências turísticas distintas, atractivas e competitivas, que as diferenciem de outros destinos (Ritchie, 1993). No entanto, a limitação de recursos significa, muitas vezes, falta de meios para a promoção turística (Wing, 1995) ou ainda que, para muitas das actividades que servem de suporte ao turismo, se observem severas deseconomias de escala, que têm sido discutidas na literatura (Kakazu, 1994). Tradicionalmente, as ilhas têm sido capazes de atrair turistas em virtude das suas características, mas, à medida que começam a competir com um leque mais alargado de destinos, a questão da competitividade torna-se crítica. Por esta razão, os modelos conceptuais mais recentes de competitividade dos destinos turísticos atribuem um papel de charneira a todas as dimensões da sustentabilidade (ambiental, económica, social, cultural e política), com o argumento de que a competitividade sem sustentabilidade é ilusória: “Competitiveness

without sustainability is illusory” (Ritchie e Crouch, 2003: 49). Esta é mais uma justificação para se estudar as percepções dos *stakeholders* em relação à sustentabilidade do turismo na Região.

4.4 Metodologia da investigação empírica

Depois de se apresentarem os objectivos gerais e motivações da investigação empírica e de se caracterizar, de forma sucinta, a região em estudo e a recente evolução do turismo que nela ocorreu, esta secção é dedicada à descrição da metodologia da investigação empírica.

O processo de investigação para o estudo empírico foi desenvolvido em várias fases.

Numa primeira fase, procedeu-se a uma pesquisa bibliográfica sobre estudos de casos, de pendor mais empírico, que abordassem a problemática do desenvolvimento sustentável em ilhas de pequena dimensão, de preferência ilustrando a aplicação da análise dos *stakeholders*, ou o estudo das percepções de um dos vários grupos interessados no sector do turismo, para tirar ilações sobre as questões da investigação e o método pretendido para o estudo.

Os resultados da pesquisa não foram muito satisfatórios, tendo-se constatado que a investigação sobre o turismo insular é incipiente nestas matérias.

Constatou-se que as obras mais citadas na literatura (Apostolopoulos e Gayle, 2002; Lockhart e Drakakis-Smith, 1997; Briguglio *et al.*, 1996a; Briguglio *et al.*, 1996b; Conlin e Baum; 1995; Kakazu, 1994; Gayle e Goodrich, 1993; Lockhart *et al.*, 1993; Beller *et al.*, 1990), embora não abordem exclusivamente temas de turismo, permitem-nos concluir, efectivamente, que o desenvolvimento sustentável e a gestão do turismo e dos recursos naturais são problemáticos em ilhas e micro-estados insulares, devido às suas características particulares. De igual modo, importa referir que estes estudos se debruçam particularmente sobre ilhas ou grupos de ilhas que pertencem às três principais regiões turísticas insulares do Mundo – Caraíbas, Pacífico e Mediterrâneo –, pelo que ainda são poucos os exemplos de investigação em turismo sobre outras ilhas ou grupos de ilhas, que não estes, bem como os estudos comparativos.

Contudo, à semelhança de outros trabalhos de investigação que foram desenvolvidos em finais da década de 80 e ao longo da década de 90, os estudos que se encontram nestas publicações concentram-se, em particular, na análise de apenas um tipo de impactes do turismo – ambientais, económicos ou socioculturais –, adoptando uma abordagem ora generalista, comparando várias ilhas, ora de estudo de um caso, mas recorrendo essencialmente a dados estatísticos oficiais (fontes secundárias) e a abordagens predominantemente descritivas. Os trabalhos desenvolvidos numa perspectiva de Marketing Turístico abordam, quase exclusivamente, os problemas associados à fase de maturidade do ciclo de vida do destino e ao controlo do turismo de massas, sugerindo o reposicionamento e/ou a reformulação de estratégias de marketing. São muito raros os estudos que se debruçam sobre destinos turísticos emergentes. Por outro lado, a questão do desenvolvimento turístico sustentável surge muitas vezes abordada na perspectiva de outras ciências, como a Geografia, a Economia do Ambiente e dos Recursos Naturais e a Ecologia, pelo que os estudos são conduzidos de acordo com os objectivos dessas disciplinas ou, então, em abordagens multi-disciplinares, que transmitem os resultados de um trabalho de equipa.

Tendo em conta os resultados obtidos nesta primeira fase do processo de investigação, optou-se por não condicionar a pesquisa a casos de ilhas de pequena dimensão e por orientar, numa segunda fase, a revisão de literatura para estudos nas seguintes temáticas:

- o Percepções dos empresários do sector do turismo em relação aos impactes do turismo na comunidade local (ambientais, económicos e socioculturais);
- o Atitudes e motivações dos empresários do sector do turismo em relação à introdução de práticas de sustentabilidade do turismo nas instalações e equipamentos turísticos, nomeadamente no subsector do alojamento turístico;
- o Expectativas e percepções dos turistas em relação à experiência turística;
- o Satisfação dos turistas com a visita, recomendação do destino e repetição da visita;
- o Atitudes e opiniões dos turistas em relação à implementação de práticas de sustentabilidade do turismo nos destinos turísticos;
- o Opiniões e expectativas dos residentes em relação ao desenvolvimento do turismo nas respectivas comunidades;
- o Percepções dos residentes relativamente à ocorrência de impactes do turismo (ambientais, económicos e socioculturais) na respectiva comunidade.

Esta segunda fase do processo de investigação revelou-se mais frutífera e permitiu a geração de ideias para a concepção do estudo empírico. Considerou-se, desde então, mais adequado conceber um instrumento de recolha de dados específico para cada grupo de participantes.

Assim, numa terceira fase, procedeu-se à definição dos objectivos e formulação das questões da investigação para cada grupo de *stakeholders*. As questões da investigação resultaram da revisão da literatura, tendo sido efectuadas adaptações às particularidades da região em estudo.

Na quarta fase, estabeleceu-se o desenho da investigação e dos procedimentos metodológicos a adoptar para cada grupo de *stakeholders*, tendo por suporte as recomendações metodológicas da investigação por questionário propostas por Hill e Hill (2002).

Identificada a população-alvo e definida a amostra, nos casos em que aplicável, realizaram-se os estudos piloto, de modo a permitir ajustamentos finais nos questionários, dando seguimento à recolha de dados propriamente dita, sendo esta a quinta etapa do processo.

A sexta fase respeitou à construção das bases de dados e ao respectivo tratamento, de acordo com as técnicas estatísticas consideradas mais adequadas aos objectivos formulados para as três vertentes do estudo.

A sétima fase foi a de análise e interpretação dos resultados obtidos, tendo em conta os objectivos e questões da investigação.

Por último, passou-se à fase da discussão dos resultados e comunicação, que respeita à apresentação dos resultados do estudo empírico sob a forma de relatório e respectivas conclusões.

Feita a apresentação genérica das várias etapas percorridas na investigação empírica, as secções seguintes prosseguem com a descrição detalhada dos objectivos e da metodologia empregue em cada um dos três estudos.

4.5 Estudo das percepções dos empresários do subsector do alojamento turístico em relação à sustentabilidade do turismo nos Açores

Nesta secção expõem-se os objectivos e as questões da investigação associados ao estudo das percepções dos empresários em relação à sustentabilidade do turismo. Começa-se por apresentar o desenho do questionário e a respectiva literatura de suporte. Prossegue-se com a apresentação do universo do estudo, da estrutura do questionário final e com a descrição do processo de recolha de dados. Os resultados da aplicação deste instrumento serão analisados em capítulo posterior.

4.5.1 Objectivos e questões da investigação

Nesta vertente do trabalho empírico pretende-se avaliar as opiniões, expectativas e percepções dos empresários do subsector do alojamento turístico em relação à sustentabilidade do turismo na Região, bem como o grau de conhecimento e de adesão a práticas de sustentabilidade do turismo nas unidades que estão sob a sua gestão.

Os objectivos da investigação são os seguintes:

- o Conhecer a opinião e as expectativas dos empresários do subsector do alojamento turístico relativamente ao desenvolvimento do turismo na Região;
- o Identificar os factores determinantes na escolha do destino turístico Açores por parte dos turistas que pernoitam nas unidades de alojamento turístico da Região;
- o Avaliar o estado actual dos transportes e acessibilidades na Região e da oferta turística do concelho;
- o Determinar a importância atribuída a um conjunto de medidas para estimular a atractividade e aumentar a competitividade do destino turístico Açores;
- o Apurar o nível de conhecimento e de adesão a práticas de sustentabilidade do turismo nas unidades de alojamento turístico da Região;
- o Identificar as motivações dos empresários e os obstáculos percebidos à implementação dessas práticas nas unidades que estão sob a sua gestão;
- o Avaliar as percepções dos empresários relativamente aos impactes ambientais, económicos e socioculturais do turismo na Região e no seu concelho.

Enumeram-se, de seguida, as questões da investigação:

- *Questão 1* – Será que as características do empreendimento turístico (tipo de empreendimento, classificação, ano de entrada em funcionamento, personalidade jurídica, localização por ilha e dimensão) e/ou do responsável pela sua gestão (sexo, experiência profissional, ocupação anterior, naturalidade, habilitações e formação específica na área do turismo) são discriminantes da opinião que os empresários manifestam em relação ao desenvolvimento do turismo na Região?
- *Questão 2* – Será que as expectativas dos empresários quanto à importância que a actividade turística vai ter, na Região, nos próximos 10 anos, diferem em função das características do empreendimento turístico e/ou do responsável pela sua gestão?
- *Questão 3* – Será que os empresários partilham de uma visão comum quanto às actividades que apresentam maior potencial de crescimento na Região?
- *Questão 4* – Quais são, na opinião dos empresários, os atributos que os turistas consideram mais importantes na escolha do destino turístico Açores?
- *Questão 5* – Será que a importância atribuída pelos empresários aos factores subjacentes à escolha do destino turístico difere consoante as características dos empreendimentos e/ou do responsável pela sua gestão?
- *Questão 6* – Será que a avaliação que os empresários fazem da acessibilidade à Região e das ligações inter-ilhas e respectivas infra-estruturas de apoio apresenta diferenças significativas por ilha?
- *Questão 7* – Quais são os aspectos que se revelam mais e menos satisfatórios na oferta turística actual do concelho onde se localiza o empreendimento turístico?
- *Questão 8* – Será que há consenso entre os empresários na avaliação que efectuam aos vários aspectos da oferta turística dos seus concelhos ou as opiniões variam por ilha?
- *Questão 9* – Qual é a medida que os empresários consideram mais importante para estimular a atractividade e a competitividade do destino turístico Açores? E a menos importante?
- *Questão 10* – Será que o grau de importância atribuído a um conjunto de medidas para estimular a atractividade e a competitividade do destino turístico Açores difere por ilha?
- *Questão 11* – Será que os empresários dos Açores já ouviram falar da *Agenda 21 para o Sector das Viagens e do Turismo*? Será que têm acesso a esse documento e já o leram?

- *Questão 12* – Quais são as práticas de sustentabilidade do turismo mais adoptadas no subsector do alojamento turístico na Região? E as menos?
- *Questão 13* – Será que as empresas açorianas do subsector do alojamento turístico têm participado em iniciativas voluntárias para a sustentabilidade do turismo?
- *Questão 14* – Qual é o grau de importância que os empresários atribuem à implementação dessas iniciativas no subsector do alojamento turístico?
- *Questão 15* – Quais são as principais motivações para a adopção dessas práticas de sustentabilidade do turismo?
- *Questão 16* – E quais são os principais obstáculos?
- *Questão 17* – Será que a opinião relativamente a estas duas questões difere em função das características do empreendimento turístico e/ou do responsável pela sua gestão?
- *Questão 18* – Será que há diferenças significativas na opinião dos empresários relativamente às entidades que podem contribuir, através da sua acção, para o desenvolvimento sustentável da actividade turística, atendendo às características do empreendimento turístico e/ou do responsável pela sua gestão?
- *Questão 19* – Quais são os impactes mais positivo e mais negativo do turismo na Região mais reconhecidos pelos empresários?
- *Questão 20* – Será que é possível identificar grupos homogéneos de empresários com base nas suas percepções dos impactes ambientais, económicos e socioculturais do turismo na Região?

4.5.2 Desenho do questionário

O Questionário aos Empresários do Subsector do Alojamento Turístico foi desenhado de acordo com uma metodologia própria, fundamentalmente por duas ordens de razões:

- o Em primeiro lugar, porque da revisão de literatura ressaltou que, apesar de existir uma pletora de manuais e guias com recomendações para a adopção de princípios de sustentabilidade do turismo ou de iniciativas voluntárias para a sustentabilidade do turismo, a maior parte da investigação efectuada ao longo da década de 90 se tem debruçado apenas sobre a componente ambiental (Hjalager, 1998; Kirk, 1998; Diamantis e Westlake, 1997; Forsyth, 1997; Lin e Hemmington, 1997; Hjalager, 1996; Stabler e Goodall, 1996; Buhalis e Fletcher,

1995; Forsyth *et al.*, 1995; Goodall, 1995; Hunter e Green, 1995; Brown, 1994; Goodall, 1994; Goodall e Stabler, 1994; Wight, 1994; King e Weaver, 1993; Wight, 1993; Goodall, 1992). São poucos os estudos de casos que abordam o grau de consciencialização dos empresários em relação a estas matérias, a actuação efectivamente desenvolvida e a respectiva eficácia, o que obrigou a elaborar um instrumento original que fosse adequado aos objectivos desta investigação.

- o Em segundo lugar, porque, para além de atender aos objectivos desta vertente da investigação empírica, era necessário conceber um instrumento que fosse, em parte, compatível com os dos outros dois estudos (o questionário aos turistas e o questionário aos residentes), utilizando algumas questões comuns, para permitir o confronto dos resultados obtidos para grupos de *stakeholders* diferentes em relação a determinados aspectos da sustentabilidade do destino.

Começando pela caracterização dos empreendimentos turísticos e dos responsáveis pela sua gestão, considerou-se necessário obter informação sobre os seguintes aspectos:

- Variáveis de caracterização do empreendimento turístico:
 - o No caso de empreendimentos turísticos, o tipo e grupo, de acordo com o Decreto Legislativo Regional nº 14/99/A, de 19 de Abril; no caso de unidades de turismo em espaço rural, as modalidades de hospedagem, de acordo com o Decreto Legislativo Regional nº 37/97, de 25 de Setembro
 - o Ano de entrada em funcionamento
 - o Concelho de localização
 - o Volume de negócios no último exercício apurado
 - o Número de unidades de alojamento (quartos)
 - o Número de camas
 - o Número de trabalhadores
 - o Personalidade jurídica da entidade exploradora
 - o Tipo de exploração
 - o Estrutura do capital (% capital de origem local e % capital externo)
- Variáveis de caracterização do empresário:
 - o Sexo
 - o Número de anos de experiência na actividade turística
 - o Ocupação anterior

- o Naturalidade
- o Habilitações
- o Formação específica na área do turismo

O estudo de Andriotis (2002) sobre o contributo da hotelaria para o desenvolvimento económico da ilha de Creta utilizou sensivelmente este conjunto de variáveis para efectuar a caracterização das unidades hoteleiras e do perfil dos respectivos proprietários ou gestores.

Foram seleccionados 21 atributos da listagem que foi preparada para o questionário aos turistas para avaliar a importância de um conjunto de atributos na escolha do destino turístico Açores (ver subsecção 4.6.2), tendo em vista comparar as percepções dos empresários com as dos turistas, para averiguar se são coincidentes ou não.

Em termos de planeamento e de marketing turístico, considerou-se determinante a avaliação do estado actual dos transportes e das acessibilidades na Região, assim como da oferta turística ao nível do concelho, para identificar pontos fortes e fracos do destino. Paralelamente, a importância atribuída a um conjunto de medidas para estimular a atractividade e aumentar a competitividade do destino turístico Açores ajudou a completar este diagnóstico, reconhecendo oportunidades e ameaças.

No que toca aos estudos que têm sido realizados sobre a consciencialização, as atitudes e o compromisso dos empresários (quer sejam da hotelaria, operadores turísticos, companhias de transporte de passageiros, associações de turismo ou outros organismos governamentais ou não governamentais) em relação às questões ambientais e à sustentabilidade do turismo, bem como sobre a eficácia da implementação de algumas iniciativas concretas, constatou-se que geralmente utilizam, como ponto de partida da abordagem, princípios de sustentabilidade do turismo ou recomendações sobre a implementação de um conjunto de práticas, que foram previamente desenvolvidos por organismos nacionais ou internacionais, de alguma envergadura. Além disso, as entidades inquiridas habitualmente conhecem ou estão de algum modo familiarizadas com essas orientações. Por outro lado, é prática comum recorrer a listas de empresas “verdes” ou “amigas do ambiente”, elaboradas por associações empresariais ou outros

organismos, ou ainda a directórios de empresas certificadas de acordo com determinadas normas no processo de selecção da população-alvo do estudo.

Citam-se, de seguida, alguns exemplos:

- o O estudo de Forsyth (1995) recorre aos dez princípios de sustentabilidade do turismo enunciados em *Beyond the Green Horizon: Principles for Sustainable Tourism* (Eber, 1992) para inquirir os agentes de sete subsectores do turismo ligados ao *outgoing* (ou seja, à saída de turistas do país), na Grã-Bretanha. Neste estudo também se mencionam outros códigos de conduta que têm exercido uma influência significativa no debate (Mason e Mowforth, 1995; UNEP/IE, 1995, citadas por Forsyth, 1995).
- o O estudo de Horobin e Long (1996) assenta em *Tourism and the Environment – Maintaining the Balance* (ETB/EDG, 1991), *The Green Light – A Guide to Sustainable Tourism* (ETB/CC/RDC, 1991) e *Tourism and the Environment into the 90s* (EDG, 1990) para questionar os empresários das micro e pequenas empresas turísticas do Parque Nacional de Yorkshire Dales, no Reino Unido.
- o O estudo de Holden e Kealy (1996) sobre o perfil, as políticas e práticas dos operadores turísticos de *outgoing* do Reino Unido que promovem produtos “amigos do ambiente” socorre-se de diversas fontes para identificar a população-alvo do estudo, nomeadamente a lista de operadores da “Green Holidays Section” do “Directory of Real Holidays”, compilada pela Association of Independent Tour Operators (AITO) e a lista de membros da Green Flag International, entre outras.
- o O estudo de Stabler e Goodall (1997) sobre a ilha britânica de Guernsey – uma das Ilhas do Canal –, discute os princípios e orientações propostos em *Principles for Tourism in the Countryside* (ETB/RDC/CC, 1993), *Green Globe* (WTTC, 1994) e *Beyond the Green Horizon: Principles for Sustainable Tourism* (Eber, 1992) e faz referência ao guia *Environmental Management for Hotels: The Industry Guide to Best Practice* (IHEI, 1993) no questionário que é implementado junto dos empresários do subsector do alojamento turístico para determinar o grau de consciencialização dos problemas ambientais do turismo e de conhecimento e adesão a iniciativas ambientais neste subsector.
- o O estudo de Kirk (1998) sobre as atitudes dos gestores hoteleiros de Edimburgo (capital da Escócia) em relação à gestão ambiental tem por base as campanhas

desenvolvidas pelo Ministério do Ambiente, no Reino Unido (DOE, 1996, citada por Kirk, 1998) e as orientações para a implementação de sistemas de gestão ambiental do British Standards Institute (BSI, 1992, citada por Kirk, 1998).

- o O estudo de Curtin e Busby (1999) sobre as atitudes dos empresários em relação ao desenvolvimento turístico sustentável desenrola-se junto dos membros da British Federation of Tour Operators (FTO) e da Association of Independent Tour Operators (AITO), organismos que proclamam reger-se por princípios de ética e boas práticas ambientais.
- o O estudo de Bramwell e Alletorp (2001) sobre as atitudes do sector do turismo em relação à sustentabilidade do turismo, realizado na Dinamarca, suportou-se numa definição de sustentabilidade do turismo desenvolvida pelo Danish Tourism Development Centre para o projecto “Destination 21”, uma iniciativa para a certificação ao nível dos destinos turísticos. Os resultados demonstraram a existência de uma elevada adesão voluntária à iniciativa “Green Key” dinamarquesa, que é patrocinada pela Association of the Hotel, Restaurant and Tourism Industry, pelo Open Air Council e pelo Danish Tourist Board – e que permite a certificação ambiental, mediante o cumprimento de determinados critérios –, assim como o envolvimento de várias associações regionais de turismo e agências locais em projectos para a promoção da sustentabilidade do turismo, em parceria com o sector público.
- o O estudo de Johnston e Twynam (2001) sobre os resultados da implementação dos princípios de sustentabilidade do turismo em Nunavut, no Canadá, assenta num questionário aos operadores turísticos da região e tem por suporte os princípios delineados numa iniciativa desenvolvida pelo World Wide Fund for Nature (WWF) para a sustentabilidade do turismo no Ártico.

Em Portugal, o reconhecimento da importância da promoção de uma actividade turística sustentável surge através de Partidário (1998), que, perante as dificuldades de clarificação dos modelos de desenvolvimento turístico a seguir, sugere um conjunto de medidas a implementar em território nacional e apresenta posteriormente critérios de sustentabilidade e indicadores de apoio à implementação desses critérios (Partidário, 1999).

Uma vez que, no caso dos Açores, não foi identificada, quer junto das associações empresariais, quer junto dos organismos públicos regionais, qualquer iniciativa em curso para promover a sustentabilidade do turismo – nomeadamente através da aplicação destes critérios, ou de outros –, decidiu-se fazer uma breve alusão ao significado do conceito de sustentabilidade do turismo na carta de apresentação do projecto, que foi endereçada aos empresários com o intuito de os sensibilizar previamente para a colaboração no estudo. Foi fornecido um pequeno glossário para esclarecer alguns termos utilizados no questionário.

De acordo com Lima e Partidário (2002), em 2002, 34 empresas e/ou destinos portugueses tinham aderido ao Programa Green Globe 21, mas apenas uma tinha obtido o certificado Green Globe – a Lusotur, S.A., com o projecto Vilamoura XXI, que obteve o estatuto “Destino Green Globe”, no ano 2000. Nenhum destes casos respeitava aos Açores.

Não havendo qualquer divulgação consistente e concertada de princípios ou de práticas, nem qualquer inventário de empresas turísticas envolvidas em iniciativas para a sustentabilidade do turismo na Região, a questão que se colocou foi a seguinte: será que vale a pena estudar as atitudes dos empresários em relação à implementação destas práticas? Será que os consumidores do produto turístico – ou seja, os turistas que visitam os Açores – atribuem alguma importância à sua implementação?

Para responder a esta pergunta recorreu-se aos resultados do *Estudo sobre os Turistas que Visitam os Açores – 2001* (SREA, 2002c), que dá um contributo importante para a consolidação de estratégias e de políticas de desenvolvimento para o sector, na medida em que traça o perfil dos visitantes da Região. Trata-se de um estudo baseado num inquérito aos turistas à saída da Região, que foi conduzido, em 2001, por esse departamento do governo regional e na comparação dos respectivos resultados com os de um inquérito similar, realizado em 1992/93. Da análise efectuada, ressalta que, actualmente, os turistas que visitam os Açores são mais jovens do que há nove anos atrás, possuem um nível cultural mais elevado, viajam maioritariamente sozinhos ou com outro adulto, valorizam mais a “Beleza natural”, o “Ambiente calmo” e a “Novidade e exotismo das ilhas” e têm como referências do destino sobretudo a “Recomendação de familiares e amigos”.

Ora, analisando o total de dormidas na hotelaria tradicional por países de residência, em 2002 – que é o único indicador disponível para conhecer a origem dos turistas que visitaram os Açores nesse ano –, constata-se que 57% das dormidas correspondiam a nacionais e 43%, a estrangeiros.

Em relação aos estrangeiros, os cinco países que assumiam maior peso eram a Suécia (57,9%), a Alemanha (9,4%), os E.U.A. (6,7%), a França (4,5%) e o Reino Unido (4,4%). Só os países nórdicos (Suécia, Finlândia, Noruega e Dinamarca) representavam 60,4% do total das dormidas de estrangeiros.

De acordo com a opinião de Webster (2000) e de Swarbrooke e Horner (1999), não há evidência empírica que comprove a existência de um segmento de mercado de “turistas verdes”. Contudo, os resultados dos estudos que chegam até nós através da literatura (Kaae, 2001; Goodman, 2000; Webster, 2000; Swarbrooke e Horner, 1999) indicam que os nórdicos e os alemães possuem uma forte orientação ou consciência ambiental: enquanto consumidores, este comportamento ambientalmente responsável revela-se ao nível da utilização de produtos reciclados, da separação dos resíduos domésticos para reciclagem e da preferência por alimentos sem aditivos; enquanto hóspedes na hotelaria, são os que mais reivindicam a adopção de práticas ambientais.

Perante este cenário, e tendo em atenção a actual predominância dos mercados escandinavos e germânicos na Região (e seu eventual crescimento, com a concretização de novas ligações aéreas directas para esses países), é fundamental que se assuma a importância das questões ambientais na actividade turística regional.

Por outro lado, no que respeita aos portugueses – que, como se disse, em 2002 representavam 57% das dormidas na hotelaria tradicional –, estes ainda denotam uma fraca orientação ambiental. Reportando-nos ao I Inquérito Nacional às Representações e Práticas dos Portugueses sobre o Ambiente, realizado em 1997, pelo INE, em todo o território nacional e cujos resultados principais foram divulgados pelo OBSERVA (Almeida *et al.*, 2000), podemos concluir que os portugueses reconhecem estar nada ou pouco informados sobre as questões ambientais (cerca de 63% da amostra de inquiridos), servindo-lhes esta justificação para não “fazerem mais pela protecção do ambiente” (Almeida *et al.*, 2000: 127, 143).

No entanto, as generalizações podem ser falaciosas: podemos ver que “os portugueses mais activos na área ambiental são tendencialmente mais jovens, em idade escolar, mais escolarizados e quadros superiores e técnicos”, com um “projecto de vida maioritariamente ‘sociocentrado’ e orientado para o futuro” (Almeida *et al.*, 2000: 183).

Então, conjugando os resultados deste Inquérito Nacional sobre a relação dos portugueses com o ambiente com os do *Estudo sobre os Turistas que Visitam os Açores - 2001* (SREA, 2002c), acima referido – que nos diz que, em nove anos, houve uma evolução no sentido dos turistas serem mais jovens, com um nível de escolaridade mais elevado e valorizando mais os aspectos ligados à natureza, tranquilidade e exotismo das ilhas –, pode-se questionar se o actual predomínio do mercado doméstico nas dormidas da hotelaria regional implica necessariamente o desinteresse pelas questões ambientais. Talvez não seja assim.

Efectuada esta justificação preliminar, considerou-se determinante introduzir, no questionário aos empresários, um conjunto de questões para averiguar o nível de conhecimento e de adesão a práticas de sustentabilidade do turismo nas unidades de alojamento turístico da Região e, subsequentemente, no questionário aos turistas, um bloco de perguntas distinto, para averiguar a importância atribuída à implementação de práticas de sustentabilidade do turismo nas instalações turísticas no intuito de melhorar a qualidade da experiência turística (ver subsecção 4.6.2, mais à frente).

Para aferir o nível de conhecimento destas práticas por parte dos empresários fez-se referência à *Agenda 21 para o Sector das Viagens e do Turismo* (WTTC/WTO/EC, 1995), por se tratar de um documento estruturante das abordagens públicas e privadas à operacionalização da sustentabilidade do turismo.

A listagem de práticas de sustentabilidade do turismo, por sua vez, foi construída tendo por base as 10 áreas prioritárias de acção para as empresas do sector do turismo enunciadas na *Agenda 21 para o Sector das Viagens e do Turismo* (WTTC/WTO/EC, 1995), as recomendações do manual de gestão ambiental para a hotelaria de Webster (2000), a lista de iniciativas ambientais utilizada no estudo de Kaae (2001), as iniciativas desenvolvidas em Alcúdia e na Catalunha para o estabelecimento de critérios ambientais para atribuição de distintivos de qualidade ambiental (Fullana e Ayuso,

2002) e a lista de critérios ambientais da TUI para alojamentos turísticos (Touristik Union International, 1998, citada por Fullana e Ayuso, 2002).

As questões destinadas a identificar as motivações dos empresários e os obstáculos percebidos à implementação dessas práticas nas unidades que estão sob a sua gestão foram derivadas dos estudos de Bramwell e Alletorp (2001), Kirk (1998), Stabler e Goodall (1997), Forsyth (1995).

Para compreender as atitudes dos empresários em relação à implementação de práticas de sustentabilidade do turismo nas instalações turísticas é indispensável conhecer as suas percepções em relação aos impactes ambientais, económicos e socioculturais da actividade turística, tal como argumentam Curtin e Busby (1999), Holden e Kealy (1996) e Forsyth (1995).

Para atender a este objectivo da investigação, foi elaborado um conjunto de 26 afirmações sobre os impactes do turismo nos Açores, ao nível regional e local, que também foram incluídas no questionário aos residentes, para possibilitar a posterior comparação das percepções de ambos os grupos. Na subsecção 4.7.2 é apresentada a literatura de suporte à construção destas afirmações.

Procura-se, deste modo, dar um contributo inovador para o entendimento da relação que se estabelece entre o turismo e a comunidade de destino, estudando dois grupos de *stakeholders* que pertencem a essa mesma comunidade: os empresários e os residentes.

De acordo com Pearce *et al.* (1996), a compreensão das reacções da comunidade em relação ao turismo, dos seus conhecimentos e das suas atitudes em relação ao turismo é fundamental para o sucesso do planeamento turístico, do desenvolvimento de novos projectos turísticos e até do crescimento do sector, à escala regional. A teoria das representações sociais, desenvolvida originalmente por Moscovici (1981, citada por Pearce *et al.*, 1996), é utilizada como suporte desta abordagem, no pressuposto de que a compreensão das representações sociais do turismo (visões comuns do mundo) dos vários grupos de *stakeholders* de um destino pode contribuir para um melhor planeamento, desenvolvimento e gestão do sector, de modo a assegurar a sua sustentabilidade a longo prazo (Pearce *et al.*, 1996).

No entanto, ainda de acordo com estes autores, para além do estudo das percepções de impactes, também se deve atender às opiniões quanto ao desenvolvimento e à importância relativa da actividade turística no futuro. Por esta razão, adoptando a abordagem sugerida por Pearce *et al.* (1996), introduziu-se, igualmente, um conjunto de perguntas com o objectivo de avaliar as opiniões e expectativas de ambos os grupos de *stakeholders* (empresários e residentes) em relação ao desenvolvimento do turismo na Região e permitir a indicação espontânea das actividades que apresentam maior potencial de crescimento.

Outros autores têm discutido a aplicação da teoria das representações sociais ao estudo das atitudes dos residentes em relação ao turismo, defendendo que podem existir diversas representações sociais do turismo numa comunidade (Farr, 1987, Moscovici, 1984, Brougham e Butler, 1981, Greenwood, 1978, citadas por Pearce, 1994). Moscovici definiu uma representação social como sendo “the elaborating of a social object by the community for the purpose of behaving and communicating” (Moscovici, 1963: 251, citada por Pearce, 1994). O autor defende que as representações são mais do que atitudes públicas ou opiniões sobre certos objectos ou assuntos. As representações sociais assemelham-se a teorias ou sistemas de conhecimento, que incluem valores, ideias e orientações para o comportamento e que permitem às comunidades dar sentido ao seu mundo social (Pearce, 1994: 116). Farr (1987, citada por Pearce, 1994) afirma que as representações sociais tal como propostas por Moscovici podem ser vistas como construções sociais da realidade e enfatizam grupos, e não indivíduos, ao contrário dos trabalhos de psicologia social que têm sido desenvolvidos sobre atitudes e opiniões.

Na literatura sobre a participação pública no processo de planeamento do turismo encontram-se referências à utilização de métodos muito diversos para obter o envolvimento das comunidades locais: Glass (1979, citada por Pearce *et al.*, 1996) apela à necessidade de inquirir sistematicamente a comunidade (*systematic community survey work*); Delbecq e Van de Ven (1971, citada por Pearce *et al.*, 1996) recomendam a aplicação de técnicas específicas para diferentes grupos de *stakeholders* em diferentes fases do processo, atribuindo especial ênfase à técnica dos grupos nominais; Simmons (1994, citada por Pearce *et al.*, 1996) utiliza a técnica dos grupos nominais, aplicando-a numa sequência de três etapas. Pearce *et al.* (1996) reconhecem que se pode utilizar várias técnicas e métodos para envolver a comunidade no turismo, em conjunto ou

sequencialmente, e propõem a utilização da abordagem das representações sociais, explicando que pode ser combinada, com sucesso, com outros modelos de planeamento turístico e técnicas de gestão de conflitos numa comunidade. De acordo com estes autores, a abordagem das representações sociais pode ser de grande utilidade para a compreensão das reacções da comunidade em relação ao turismo, ao fornecer um quadro conceptual e metodológico explicativo dos conflitos ou do debate sobre o turismo numa comunidade, identificando os vários tipos de representações sociais que existem numa comunidade e os níveis específicos de poder e de identidade que os suportam.

4.5.3 Universo do estudo

Considerou-se como Universo do estudo o número de empreendimentos turísticos em actividade na R.A.A. em 2003, uma vez que se pretendia entrevistar os responsáveis pela respectiva gestão.

De acordo com a Direcção Regional de Turismo, em Março de 2003 encontravam-se em actividade 62 estabelecimentos hoteleiros e 41 estabelecimentos de turismo em espaço rural, ou seja, um total de 103 unidades, localizadas em oito das nove ilhas do arquipélago (a excepção é a ilha do Corvo). Nos Quadros A.1 e A.2, do Apêndice A, apresenta-se a listagem dos empreendimentos turísticos em actividade na RAA, nessa data, por tipo (hotelaria tradicional e turismo em espaço rural), categoria e ilha. Uma vez que o Universo não era demasiado grande, e atendendo aos objectivos da investigação, decidiu-se incluir todos os casos na investigação.

4.5.4 Estrutura do questionário final e método de implementação

O Questionário aos Empresários do Subsector do Alojamento Turístico englobou três partes distintas (ver Anexo B).

A primeira parte destinou-se a obter informações que permitissem caracterizar o empreendimento turístico e o responsável pela sua gestão.

A segunda parte incluiu um conjunto de oito questões relativas à opinião sobre o desenvolvimento do turismo na Região, sendo sete perguntas fechadas, utilizando escalas de avaliação e uma pergunta aberta, para permitir a enumeração das três actividades económicas que apresentam maior potencial de crescimento na Região.

Na terceira e última parte apresentaram-se seis questões, de resposta fechada, utilizando, em alguns casos, escalas de avaliação, com o objectivo de aferir o grau de conhecimento e de implementação de práticas de sustentabilidade do turismo nas unidades de alojamento turístico.

Foi efectuado um pré-teste junto de 20 indivíduos com experiência na gestão de unidades de alojamento turístico para efectuar a verificação final do questionário. No entanto, esses indivíduos não pertenciam ao Universo a ser investigado, a fim de não serem posteriormente excluídos da investigação, uma vez que os resultados deste estudo preliminar não foram incorporados na análise. Este procedimento, que decorreu no mês de Abril de 2003, destinou-se a recolher opiniões sobre a clareza e a compreensão das perguntas e a adequação das categorias de resposta.

De acordo com as informações recolhidas, foi introduzida apenas uma alteração no questionário na questão relativa à classificação da oferta turística actual do concelho onde se localiza a empresa, em que se pedia para avaliar um conjunto de aspectos, entre eles, o clima. Dado que a maior parte das opiniões foi no sentido de não incluir este item, pois, por um lado, está sujeito a interpretações muito subjectivas e, por outro, é um parâmetro de todo incontroável, o mesmo foi retirado do questionário final.

4.5.5 Recolha de dados

O processo de recolha de dados iniciou-se com uma abordagem prévia ao Universo em causa, ou seja, os empresários do subsector do alojamento turístico na Região, doravante referidos simplesmente por empresários.

Foi feita uma apresentação do projecto de investigação através do envio de uma carta institucional a todos os responsáveis pela gestão das unidades de alojamento turístico em actividade na Região, onde se expunham os objectivos do estudo e se apelava à

colaboração dos empresários, solicitando a marcação de uma entrevista, garantindo-se, simultaneamente, o anonimato e a confidencialidade das respostas.

O Questionário aos Empresários do Subsector do Alojamento Turístico foi, então, aplicado aos empresários da hotelaria tradicional e do turismo em espaço rural através de entrevista directa, entre os meses de Maio e Outubro de 2003. O processo foi relativamente moroso, atendendo à dispersão geográfica das ilhas, o que fez com que nalguns casos o questionário fosse auto-preenchido. No entanto, nessas situações foi efectuado um acompanhamento através de contacto telefónico, de modo a prestar os esclarecimentos necessários a uma correcta interpretação e resposta às questões.

No Capítulo 5 são apresentados, analisados e interpretados os dados obtidos através da implementação deste instrumento, com o recurso a um conjunto de técnicas de estatística e com o apoio do programa informático SPSS.

4.6 Estudo das expectativas e percepções dos turistas em relação à visita aos Açores

Nesta secção enumeram-se os objectivos do estudo das expectativas e percepções dos turistas em relação à visita aos Açores e indicam as questões da investigação. Explica-se o processo de elaboração do questionário e respectivo suporte na literatura. Identifica-se o método de selecção da amostra e de abordagem dos casos. Apresenta-se a estrutura do questionário final e o processo utilizado na recolha de dados. Os resultados da aplicação deste instrumento serão analisados em capítulo posterior.

4.6.1 Objectivos e questões da investigação

Uma das dimensões do conceito de sustentabilidade do turismo diz respeito à qualidade da experiência turística. O estudo, ou melhor, a monitorização das percepções dos turistas constitui um dos indicadores mais recomendados para avaliar a qualidade do produto turístico oferecido pelo destino (WTO, 2001b).

A satisfação dos turistas é fundamental para a repetição da visita e para a recomendação do destino, pelo que constitui um indicador adequado da sustentabilidade do destino, a longo prazo (WTO, 2004).

A satisfação com a visita é influenciada por diversos factores, tais como o leque de atracções oferecidas pelo destino, o seu posicionamento no mercado, a qualidade dos serviços prestados, as expectativas dos turistas e a experiência obtida com a estadia. Muitos dos elementos que afectam a satisfação dos turistas – como por exemplo a limpeza das instalações, a qualidade da água, a segurança alimentar, o acolhimento do turista nas unidades de alojamento – podem ser controlados, pelo menos em parte, pelas empresas do sector e pelas entidades que gerem o destino. Outros – tais como o clima ou o estado do tempo, a criminalidade ou outros actos hostis –, são mais difíceis de controlar (WTO, 2004).

Nesta vertente do trabalho empírico é feita uma abordagem aos turistas, com o objectivo de ilustrar a aplicação deste indicador ao caso do destino turístico Açores. Atendendo à natureza subjectiva da “qualidade do produto turístico”, a implementação de um questionário à saída da Região afigurou-se como o método mais eficaz de determinar o nível de satisfação dos turistas com a visita e a intenção de regresso e de recomendação do destino.

A selecção de um destino turístico é um processo complexo que pode estar associado ao grau de importância atribuído a um conjunto de atributos, que definem de algum modo a sua imagem. A satisfação obtida na visita pode estar, por sua vez, associada ao desempenho do destino turístico relativamente a esse conjunto de atributos. Se o desempenho for superior às expectativas, então a experiência turística revela-se muito satisfatória, devendo assegurar-se que essas condições se mantenham no futuro; se não for, então é necessário realizar ajustamentos no produto turístico, de modo a melhorar a qualidade da experiência turística e a fidelizar os consumidores.

Atendendo a que a relação entre o turismo e o ambiente é particularmente crítica em ilhas de pequena dimensão, nomeadamente no caso dos Açores, a introdução de práticas ambientais nas atracções e instalações turísticas pode ser valorizada pelos turistas e influenciar as suas decisões de compra. Estas práticas também podem ser denominadas

de “práticas de sustentabilidade do turismo” se passarem a integrar, para além da protecção do ambiente, outras preocupações, nomeadamente a obtenção, por parte dos residentes, de benefícios decorrentes da actividade turística e a preservação e valorização do património cultural local.

Tanto os destinos turísticos tradicionais, como os destinos emergentes – ou seja, os novos destinos turísticos –, enfrentam uma pressão crescente sobre o ambiente natural, cultural e socioeconómico, à medida que a actividade turística se expande. Esta situação permite constatar que, nalguns casos, o crescimento descontrolado do turismo, com vista à obtenção de benefícios económicos a curto prazo, provoca impactes negativos, que podem prejudicar o ambiente e a sociedade e destruir os recursos em que assenta a própria actividade turística.

Deste modo, tanto as comunidades receptoras de turismo, como alguns turistas, começam a aperceber-se progressivamente de tais problemas, passando a exigir um comportamento ambiental mais consciente por parte dos agentes da oferta turística (equipamentos e serviços turísticos), assim como um compromisso mais forte por parte destes e dos intermediários turísticos (operadores turísticos e agentes de viagens) em relação à comunidade local, para que esta participe e beneficie do desenvolvimento do turismo.

Tendo presentes estas considerações, os objectivos desta parte do estudo empírico são os seguintes:

- o Avaliar o cumprimento das expectativas gerais dos turistas em relação à oferta turística;
- o Determinar os factores de implementação de práticas de sustentabilidade do turismo nas atracções e instalações turísticas;
- o Identificar os factores determinantes da escolha do destino turístico Açores por parte dos turistas;
- o Determinar os factores subjacentes à satisfação com a visita;
- o Avaliar o desempenho do destino turístico.

As questões da investigação inerentes são as seguintes:

- *Questão 1* – Será que as expectativas gerais em relação à oferta turística da Região foram cumpridas?
- *Questão 2* – Qual é a prática de sustentabilidade do turismo que os turistas consideram ser de maior importância para melhorar a qualidade da experiência turística nos Açores?
- *Questão 3* – Será que a importância atribuída pelos turistas a um conjunto de práticas de sustentabilidade do turismo (factores) nas atracções e instalações turísticas difere consoante as características sociodemográficas (idade, país de residência e ascendência) e/ou a experiência de visita?
- *Questão 4* – Será que os atributos que os turistas consideram mais importantes na escolha do destino turístico Açores coincidem com as percepções dos empresários do subsector do alojamento turístico da Região?
- *Questão 5* – Será que a satisfação média atribuída a um conjunto de atributos do destino no âmbito da visita é superior à importância média atribuída a esses mesmos atributos no processo de selecção do destino?
- *Questão 6* – Será que a importância atribuída pelos turistas aos factores subjacentes à escolha do destino turístico difere em função das características sociodemográficas e/ou da experiência de visita?
- *Questão 7* – Será que é possível identificar grupos homogéneos de turistas com base na satisfação obtida na visita perante um conjunto de factores?
- *Questão 8* – Se sim, será que os turistas dos vários grupos homogéneos revelam diferentes intenções de regresso e de recomendação do destino?

4.6.2 Desenho do questionário

Na elaboração do Questionário aos Turistas à Saída da Região foram tidos em conta os seguintes instrumentos, que serviram de suporte a estudos anteriores:

- o O “Questionário aos Turistas” utilizado no âmbito do estudo de construção de indicadores de avaliação de qualidade no turismo, desenvolvido por Silva *et al.* (2001a), para analisar o grau de satisfação dos turistas em alguns concelhos do Algarve;
- o O “Inquérito ao Turismo – 2001”, do Serviço Regional de Estatística dos Açores (SREA, 2002c);

- o O “Questionário aos Visitantes Realizado à Saída” desenvolvido para estudar a sustentabilidade do turismo nas Ilhas Ugljan-Pasman” (WTO, 2001b).

No entanto, atendendo ao enfoque atribuído à temática da sustentabilidade do turismo e às especificidades da região insular em causa, foi necessário desenhar um modelo de questionário próprio, introduzindo dimensões de análise adicionais e prescindindo daquelas que não respeitavam aos objectivos da investigação em curso.

A identificação das expectativas dos turistas em relação ao destino foi uma das prioridades neste processo. As expectativas em relação à visita podem ser aferidas através da importância atribuída a um conjunto de atributos na escolha do destino turístico. Por outro lado, a identificação dos atributos que influenciaram a escolha do destino permite-nos avaliar a sua imagem.

Num mercado globalizado, cada vez mais competitivo, importa conhecer os atributos que contribuem para a atractividade global de um destino.

A atractividade percebida varia consoante o contexto em que ocorre a escolha do destino, ou melhor, conforme a motivação da visita: férias ou lazer, visita a amigos ou familiares, negócios ou motivos profissionais, ou outros motivos. As expectativas dos turistas estão, por sua vez, associadas às percepções sobre a atractividade que o destino oferece. A atractividade de um destino reflecte os sentimentos, crenças e opiniões que um indivíduo tem sobre a capacidade percebida de um destino lhe proporcionar satisfação em relação às suas necessidades específicas de férias (Hu e Ritchie, 1993).

A atractividade global de um destino influencia a sua competitividade. À medida que os turistas vão tendo experiências de visita noutros destinos, que com ele estão em concorrência directa, ou não, as suas percepções quanto à qualidade e ao desempenho global do destino irão desempenhar um papel determinante na repetição da visita ou na recomendação do destino (Kozak e Rimmington, 1999). Implícita ou explicitamente os turistas fazem comparações entre instalações, atracções e padrões da prestação de serviços de vários destinos (Laws, 1995, citada por Kozak e Rimmington, 1999). A análise do comportamento do consumidor, num contexto de marketing turístico, foi desenvolvida com maior profundidade por Moutinho (2000), que apresentou um modelo

explicativo da decisão de viajar (*travel decision model*), que reflecte todas estas preocupações.

Partindo dos atributos que têm sido utilizados para avaliar a imagem de um destino turístico ou para a escolha de um destino turístico (Gallarza *et al.*, 2002; Kozak, 2002; Jenkins, 1999; Hu e Ritchie, 1993; Echtner e Ritchie, 1991), bem como dos atributos que têm servido para avaliar a satisfação dos turistas em diversos contextos (Akama e Kieti, 2003; Rittichainuwat *et al.*, 2002; Ryan e Huyton, 2002; Zins, 2002; Kozak e Rimmington, 1999), foi seleccionada uma lista com 25 atributos, que se consideraram mais adequados ao caso dos Açores.

À semelhança dos estudos da satisfação do cliente que têm sido desenvolvidos em contextos de avaliação da qualidade dos serviços, onde se considera que a satisfação é o resultado da comparação do desempenho do serviço com as expectativas (Rittichainuwat *et al.*, 2002), neste trabalho foram comparadas as percepções do desempenho do destino, verificado no âmbito da visita, com as expectativas dos turistas, de modo a avaliar a satisfação com a visita. Quando o desempenho excede as expectativas, o resultado é a satisfação dos clientes (Bitner, 1990; Oliver, 1980, citadas por Rittichainuwat *et al.*, 2002); quando, pelo contrário, as expectativas excedem o desempenho, o resultado é a insatisfação (Parasuraman *et al.*, 1990, citada por Rittichainuwat *et al.*, 2002). Transpondo esta ideia para o contexto do turismo, pode-se fazer alusão a Chon (1989, citada por Rittichainuwat *et al.*, 2002), que afirma que um turista que viaja por motivos de lazer durante e depois da visita (ou da sua participação numa actividade relacionada com a visita) pode demonstrar sentimentos de satisfação ou insatisfação com a experiência, com base na comparação das suas expectativas prévias com a avaliação do resultado percebido dessa experiência.

Os turistas, tal como quaisquer outros consumidores, têm geralmente expectativas iniciais do tipo e da qualidade dos serviços que vão ser oferecidos num determinado destino turístico. Estas expectativas são formadas essencialmente através da informação que lhes é transmitida através de campanhas de promoção turística, de brochuras ou dos órgãos de comunicação social, bem como de um modo informal, por amigos e familiares. De acordo com Akama e Kieti (2003), o nível de cumprimento das expectativas determina o nível de satisfação dos turistas. Se o desempenho global,

durante ou após a visita, excede ou vai de encontro às expectativas iniciais, então o turista considera-se satisfeito. Contudo, se o desempenho percebido fica abaixo das expectativas iniciais, então o turista pode ficar insatisfeito.

Tal como acima se referiu, a satisfação dos turistas é fundamental para a repetição da visita e para a recomendação do destino, constituindo um indicador adequado da sustentabilidade de um destino turístico, a longo prazo. Para ilustrar a aplicação deste indicador e avaliar a qualidade da experiência turística no caso do destino Açores, foi calculado o desfasamento entre a importância atribuída a um conjunto de atributos no processo de selecção do destino (expectativas) e a satisfação atribuída perante esses mesmos atributos no âmbito da visita (percepções do desempenho).

O apoio dos residentes e dos turistas é um requisito-chave para o sucesso da operacionalização da sustentabilidade do turismo. No entanto, tem havido pouca investigação sobre as atitudes destes dois grupos de interesse em relação à implementação de práticas ambientais ou à introdução de princípios de sustentabilidade do turismo nos destinos turísticos (Kaae, 2001). Deste modo, foi introduzida uma dimensão inovadora no questionário aos turistas, destinada a averiguar a importância atribuída à implementação de um conjunto de práticas de sustentabilidade do turismo nas instalações turísticas, para melhorar a qualidade da experiência turística. Esta questão permitiu, paralelamente, avaliar o grau de consciencialização dos turistas relativamente aos problemas que o turismo pode provocar no ambiente e na comunidade local e às iniciativas que podem ser desencadeadas no sentido de promover uma actividade mais sustentável.

A lista de 24 práticas de sustentabilidade do turismo foi desenvolvida em coordenação com as questões do Questionário aos Empresários do Subsector do Alojamento Turístico, cujo suporte bibliográfico se apresenta na subsecção 4.5.2.

Por outro lado, e tal como se afirmou na referida subsecção, não havendo, nos Açores, um histórico consistente de iniciativas ambientais, ou outras, na área da sustentabilidade, que envolvam a colaboração activa dos residentes, mas tão só algumas campanhas de educação e informação ambiental, desencadeadas pelos poderes institucionais (governo regional e autarquias) – como por exemplo para a separação de

lixo para reciclagem, poupança de água e de energia –, foi abandonada a ideia de estudar as opiniões, atitudes e níveis de adesão dos residentes em relação aos princípios e práticas de sustentabilidade do turismo, optando-se por fazê-lo apenas junto dos turistas.

Para completar esta secção, faz-se referência às variáveis utilizadas nesta vertente do estudo empírico.

De acordo com Veal (1992), a informação obtida através da investigação por questionário, junto de visitantes ou turistas, pode ser dividida, genericamente, em três grupos: características dos respondentes (quem), actividades (o quê) e atitudes/motivações (porquê). O primeiro grupo diz respeito essencialmente às características sociodemográficas da amostra; o segundo relaciona-se com as actividades desenvolvidas no local e com os aspectos ligados à viagem (origem, meio de transporte utilizado) e à estadia (tipo de alojamento utilizado); o terceiro grupo envolve informação relativa a atitudes e motivações, nomeadamente motivos de escolha do destino, avaliação da experiência turística (importância, satisfação, comentários, críticas) e intenções futuras (de regresso, de recomendação do destino).

Fazendo uma aproximação a esta tipologia, as variáveis utilizadas no estudo podem ser agrupadas do seguinte modo:

- Variáveis sociodemográficas:
 - o Sexo
 - o Idade
 - o Estado civil
 - o País de residência
 - o Ascendência açoriana
 - o Nível de escolaridade
 - o Situação perante o trabalho
 - o Ocupação principal
 - o Rendimento mensal líquido
- Variáveis de caracterização da visita:
 - o Aeroporto de saída da Região
 - o Tipo de voo

- o Destino do voo
- o Motivo principal da visita
- o Número de visitas anteriores
- o Destinos alternativos considerados
- o Ilhas visitadas
- o Tipo de alojamento utilizado
- o Acompanhantes na viagem
- Variáveis motivacionais:
 - o Importância atribuída a um conjunto de atributos na escolha do destino turístico Açores
 - o Importância atribuída à implementação de práticas de sustentabilidade do turismo nas instalações turísticas
 - o Motivo da visita fora da época de Verão
- Variáveis de avaliação do desempenho do destino:
 - o Satisfação atribuída a um conjunto de atributos no âmbito da visita
 - o Cumprimento das expectativas gerais
 - o Intenção de regresso
 - o Intenção de recomendação do destino
 - o Satisfação global com a visita

4.6.3 Universo do estudo e amostra

Para avaliar a qualidade da experiência turística, considerou-se como Universo o conjunto dos turistas da Região Autónoma dos Açores. Uma vez que se pretende obter a opinião dos turistas após a estadia, o questionário dirigiu-se aos turistas que estavam a terminar a sua visita aos Açores, entendendo-se como tal os não residentes na Região, que a ela se deslocam por um período com a duração de pelo menos um dia e inferior a 365 dias, desde que o motivo principal da viagem não tenha sido o de exercer uma actividade remunerada (excluem-se os diplomatas, as representações consulares, os imigrantes, os membros das forças armadas a prestar serviço, etc.).

O turista é o visitante que pernoita, isto é, que passa pelo menos uma noite num estabelecimento de alojamento colectivo ou em alojamento privado, no local (região,

país) visitado, distinguindo-se, assim, do excursionista, que é o visitante que não pernoita.

Decidiu-se implementar o questionário nos pontos de partida dos voos com destino para fora da Região, tanto territoriais (para o Continente e Região Autónoma da Madeira) como internacionais (para outros países), abrangendo, por conseguinte, os seguintes aeroportos: Aeroporto João Paulo II, em S. Miguel, Aerogare Civil das Lajes, na Terceira e Aeroporto da Horta, no Faial. Uma vez que a acessibilidade às ilhas está praticamente limitada a um único tipo de transporte – que é o transporte aéreo –, e a saída da Região só se pode fazer através destes aeroportos – pois os outros apenas acolhem as operações inter-ilhas –, esta é uma forma de garantir uma abordagem directa aos “casos” que se pretende estudar.

Deste modo, a investigação pretendeu abranger todos os indivíduos que embarcaram nos voos com destino para fora da Região, desde que se enquadrem na definição de turista acima apresentada e que tenham idade igual ou superior a 15 anos.

A unidade estatística utilizada no inquérito foi o indivíduo ou o grupo que viaja em conjunto, entendendo-se como tal o que partilha as despesas, o alojamento e as actividades. Neste caso, apenas um dos membros respondeu por todo o grupo.

Para definir o Universo inquirido, e não havendo estatísticas oficiais sobre o número de turistas que visitam a Região, optou-se por recorrer aos dados existentes sobre os passageiros embarcados nos voos territoriais e internacionais, regulares e não regulares, com destino para fora da Região, em 2002. O Quadro A.3, do Apêndice A, resume esta informação.

O número de passageiros embarcados, nesse ano, ascendeu a 383 039, distribuindo-se da seguinte forma: 65% no Aeroporto João Paulo II (Ponta Delgada), 23% na Aerogare Civil das Lajes (Lajes) e 12% no Aeroporto da Horta (Horta). Há uma grande concentração das partidas no Aeroporto de Ponta Delgada, pois todas as ligações para a Europa são efectuadas a partir deste aeroporto, assim como a maior parte dos voos com destino aos EUA e Canadá.

De referir que a informação disponível não contempla o país de residência dos passageiros, pelo que, para fazer uma aproximação à composição da procura turística, foi necessário recorrer às estatísticas sobre o total de dormidas na hotelaria tradicional na Região, por países de residência, em 2002 (ver Quadro A.4, do Apêndice A). De um modo global, constata-se que cerca de 50% das dormidas corresponde a portugueses e 50% a estrangeiros; quanto aos estrangeiros, os Países Nórdicos (Suécia, Noruega, Finlândia e Dinamarca) assumem um papel de relevo, com cerca de 26% das dormidas, seguindo-se a Alemanha com 4% e os EUA e Canadá que representam, em conjunto, 4% das dormidas.

Atendendo à dimensão do Universo inquirido, e tendo em conta as restrições de tempo e de recursos disponíveis para a recolha e tratamento de dados, decidiu-se seleccionar uma amostra de casos representativa, recorrendo ao método de amostragem por quotas e implementar o questionário apenas durante o mês de Agosto, por ser este o mês em que a procura atinge o seu pico anual na Região.

O tamanho da amostra foi estimado por meio das “Regras do polegar” (Hill e Hill, 2002), ou seja, de modo a que se possa efectuar uma análise estatística adequada dos dados, tendo em conta os objectivos e a natureza da investigação. Estipulou-se uma amostra de 400 indivíduos, correspondente a uma fracção amostral de cerca de um por mil (permilagem) do Universo inquirido, sendo este constituído, como se disse, tomando por referência o total de passageiros embarcados nos voos com destino para fora da Região durante o ano de 2002, que ascendeu a 383 039 indivíduos.

Foi solicitada às entidades responsáveis pela direcção dos aeroportos em questão (Aeroportos e Navegação Aérea, S.A. – Direcção dos Aeroportos dos Açores e Aerogare Civil das Lajes) a programação dos voos de saída da Região para o período em causa, ou seja, para o mês de Agosto de 2003, a fim de estratificar a amostra por aeroportos e voos. No entanto, tendo-se verificado algumas alterações nas ligações aéreas internacionais relativamente a 2002 – nomeadamente com o aparecimento das novas ligações com Arlanda, Gotemburgo e Oslo, na Suécia e da rota para Montreal, no Canadá –, não foi possível estratificar a amostra por rotas de acordo com os dados do ano de 2002.

A amostra foi, então, estratificada tendo por base os locais de partida dos voos com destino para fora da Região e os países de residência dos turistas, como se passa a explicar.

Quanto ao local de partida, foram seleccionados 3 estratos, correspondentes aos aeroportos de Ponta Delgada, Lajes e Horta, de acordo com a percentagem de passageiros embarcados no ano de 2002, tal como se expõe no Quadro 4.2.

Quadro 4.2 – Repartição da amostra inicial por aeroporto de saída da Região

Aeroporto	Nº de turistas a inquirir	%
Ponta Delgada	260	65
Lajes	92	23
Horta	48	12
Total	400	100

Quanto aos países de residência, foram seleccionados inicialmente cinco estratos, de acordo com a importância assumida no total de dormidas na hotelaria tradicional da Região, em 2002: Portugal, Países Nórdicos, Alemanha, EUA e Canadá e Outros Países, tal como se apresenta no Quadro 4.3.

Quadro 4.3 – Repartição da amostra inicial por país de residência

País de residência	Nº de turistas a inquirir	%
Portugal	228	57
Países Nórdicos	104	26
Alemanha	16	4
EUA e Canadá	16	4
Outros Países	36	9
Total	400	100

Uma vez que a percentagem de casos de países estrangeiros – exceptuando os Países Nórdicos – seria relativamente reduzida se fosse utilizada esta proporção, o que poderia inviabilizar a representatividade da amostra para esses países, decidiu-se utilizar quotas desproporcionadas, diminuindo para 150 o número de portugueses a inquirir e aumentando para 250 o número de estrangeiros, ou seja, acrescentando em cerca de 40% a quota de turistas a inquirir de cada um dos outros países.

Tendo-se constatado a existência de um padrão semanal, em termos de horários e de destinos dos voos previstos para os três aeroportos, no mês em referência, as quotas de passageiros a inquirir foram distribuídas por todos os voos realizados durante o período de uma semana (ver Quadros A.5, A.6 e A.7, do Apêndice A), garantindo-se, assim, a abrangência de todas as rotas.

A aplicação do questionário decorreu em simultâneo nos três aeroportos, na semana de 8 a 14 de Agosto de 2003. A amostra final de turistas inquiridos encontra-se no Quadro 4.4.

Quadro 4.4 – Repartição da amostra final por aeroporto de saída da Região e país de residência

Aeroporto de saída da Região		País de residência					Total
		Portugal	Países Nórdicos	Alemanha	E.U.A. e Canadá	Outros Países	
Ponta Delgada	N	75	138	8	24	13	258
	% do Total	18,8%	34,5%	2,0%	6,0%	3,3%	64,5%
Lajes	N	46	3	8	13	11	81
	% do Total	11,5%	,8%	2,0%	3,3%	2,8%	20,3%
Horta	N	29	3	5	6	18	61
	% do Total	7,3%	,8%	1,3%	1,5%	4,5%	15,3%
Total	N	150	144	21	43	42	400
	% do Total	37,5%	36,0%	5,3%	10,8%	10,5%	100,0%

Quanto à repartição por aeroporto de saída da Região, temos: Ponta Delgada, 64,5%, Lajes, 20,3% e Horta, 15,3%; no que toca ao país de residência dos inquiridos, temos 150 turistas portugueses (37,5% da amostra), 144 de Países Nórdicos (36%), 21 da Alemanha (5,3%), 43 dos EUA e Canadá (10,8%) e 42 de Outros Países (10,5%) (no Quadro A.8, do Apêndice A, pode ser consultada a amostra final de turistas inquiridos desagregada por país de residência).

4.6.4 Estrutura do questionário final e método de implementação

O Questionário aos Turistas à Saída da Região foi estruturado por blocos homogêneos de perguntas, encadeadas numa sequência lógica, começando pelas questões de caracterização do indivíduo e da viagem, prosseguindo com as perguntas relativas a valores (grau de importância e grau de satisfação) e terminando com as questões relativas à intenção de repetir a visita e de recomendar o destino.

Antes de se iniciar a entrevista propriamente dita, eram colocadas duas perguntas de selecção, destinadas a apurar se o indivíduo era ou não residente nos Açores e se tinha pernoitado na Região, de modo a enquadrar-se na definição de turista acima apresentada.

Seguidamente, registava-se a data de saída da Região, o tipo de voo, o aeroporto de saída da Região e destino do voo, tendo em vista o cumprimento das quotas pretendidas para o estudo.

O questionário foi aplicado em três línguas: português, inglês e sueco. As versões em inglês e sueco foram preparadas por tradutores oficiais (ver Anexos C, D e E).

Foi conduzido um estudo piloto para verificar a eficácia do instrumento e da sua implementação, assim como a adequação das medidas para análise (Jennings, 2001). Este estudo preliminar envolveu 30 turistas portugueses e 30 turistas suecos, que foram entrevistados no aeroporto de Ponta Delgada nos dias 28 e 29 de Julho de 2003. Dos passageiros abordados, cerca de 25% eram residentes nos Açores, pelo que não se enquadravam nas características da amostra e aproximadamente 10% não se mostraram interessados em colaborar no estudo. Esta taxa de resposta foi considerada muito satisfatória.

Os dados recolhidos neste estudo preliminar não foram incorporados na análise.

O estudo piloto permitiu testar a clareza e a adequação das perguntas e das respostas alternativas fornecidas, tendo-se considerado válidas e fiáveis as medidas utilizadas. Constataram-se problemas de resposta apenas ao nível de uma questão sobre o rendimento mensal líquido, incluída na primeira versão do questionário, pois, por parte dos portugueses, havia relutância em responder, levantando-se dúvidas quanto à veracidade das respostas e, por parte dos suecos, havia dificuldade em apresentar o valor mensal, por estarem mais habituados a referir o rendimento anual. Por essa razão, decidiu-se prescindir desta pergunta na versão final do questionário.

4.6.5 Recolha de dados

O Questionário aos Turistas à Saída da Região foi implementado através de entrevista directa aos passageiros que se encontravam nas salas de embarque dos três aeroportos seleccionados para o estudo.

Cada inquirido foi abordado individualmente por um membro de uma equipa de entrevistadores devidamente credenciados. A equipa contratada recebeu formação e instruções precisas sobre o modo de abordagem dos turistas, de condução das entrevistas, de esclarecimento de dúvidas e de preenchimento dos formulários de resposta.

Após uma breve apresentação do entrevistador e dos objectivos do questionário, onde era mencionada a natureza académica da pesquisa, assegurava-se a confidencialidade das respostas e o anonimato do questionário. A entrevista prosseguia apenas no caso do indivíduo manifestar interesse em colaborar voluntariamente no estudo e de corresponder às características definidas para a amostra.

O registo das respostas nos formulários efectuou-se exclusivamente pelos entrevistadores, como é hábito neste tipo de inquéritos por entrevista directa. No final da entrevista pediu-se ao inquirido para rubricar o formulário, de modo a “validar” a sua colaboração.

Foram dadas indicações no sentido de não considerar válidas as entrevistas efectuadas a pessoas que mostrassem sinais de desagrado ou de relutância em responder, passando-se o mesmo com desistências a meio do inquérito. Esses questionários foram considerados “Nulos” ou “Sem efeito”, não sendo contabilizados para efeitos da amostra.

Nas perguntas em que o inquirido era chamado a avaliar um só item em termos de uma variável, utilizando uma escala de avaliação – como no caso do grau de importância e do grau de satisfação perante uma listagem de atributos –, o entrevistador mostrava um cartão com as respostas alternativas, de forma a facilitar a resposta por parte do inquirido.

Contudo, constataram-se algumas dificuldades de resposta quando se tratava de avaliar atributos que não tinham feito parte da experiência de visita, situação essa que não se tinha evidenciado no estudo piloto. Nesses casos, os inquiridos respondiam “Não posso avaliar”, porque não tinham informação para o fazer. Uma vez que essa alternativa de resposta não tinha sido prevista à partida, logo não constava do formulário, os entrevistadores anotaram à margem “Não aplicável”, para distinguir de uma situação de não resposta. Este problema será retomado mais à frente.

Todo o trabalho de recolha de dados foi acompanhado de perto por supervisores, que fizeram o acompanhamento das equipas de entrevistadores no local, bem como o controlo das quotas estipuladas para cada voo. Esta supervisão foi imprescindível para garantir a qualidade do estudo, devido à dispersão geográfica das ilhas (recorde-se que as entrevistas decorreram em simultâneo em três ilhas diferentes), ao volume de entrevistas a realizar num tão curto espaço de tempo e ao elevado número de voos que foi necessário abranger.

A apresentação, análise e interpretação dos resultados obtidos através deste questionário aos turistas é feita no Capítulo 6, utilizando diversas técnicas estatísticas, com o auxílio do SPSS.

4.7 Estudo das percepções dos residentes em relação à sustentabilidade do turismo nos Açores

Nesta secção expõem-se os objectivos e questões da investigação associados ao estudo das percepções dos residentes em relação à sustentabilidade do turismo nos Açores. Fundamenta-se o desenho do questionário através da revisão da literatura, para depois prosseguir com a apresentação do universo do estudo e amostra, da estrutura do questionário final e, por último, do processo de recolha de dados. Os resultados da aplicação deste instrumento serão analisados em capítulo posterior.

4.7.1 Objectivos e questões da investigação

A operacionalização do conceito de sustentabilidade do turismo implica a avaliação do contributo que esta actividade económica pode dar para a melhoria da qualidade de vida

de uma determinada comunidade. Nesta vertente do trabalho empírico pretende-se avaliar as opiniões, expectativas e percepções dos residentes em relação ao papel que o turismo pode desempenhar na respectiva comunidade, para se apurar em que medida pode contribuir para o desenvolvimento sustentável da Região.

Estabeleceram-se como objectivos desta dimensão da investigação empírica os seguintes:

- o Conhecer a opinião e as expectativas dos residentes relativamente ao desenvolvimento do turismo na Região;
- o Avaliar as percepções dos residentes relativamente aos impactes ambientais, económicos e socioculturais do turismo na Região e no seu concelho;
- o Apurar o nível de conhecimentos dos residentes sobre o fenómeno turístico na Região.

As questões que presidiram à investigação foram as seguintes:

- *Questão 1* – Será que a opinião dos residentes em relação ao desenvolvimento do turismo na Região difere consoante as características sociodemográficas e/ou o grau de envolvimento profissional no sector do turismo e/ou a experiência pessoal de viajar?
- *Questão 2* – Será que as expectativas dos residentes em relação à importância que a actividade turística vai ter, nos Açores, nos próximos 10 anos diferem em função das características sociodemográficas e/ou do grau de envolvimento profissional no sector do turismo e/ou da experiência pessoal de viajar?
- *Questão 3* – Será que os residentes partilham de uma visão comum quanto às actividades que apresentam maior potencial de crescimento na Região?
- *Questão 4* – Quais são os impactes mais positivo e mais negativo do turismo na Região mais reconhecidos pelos residentes?
- *Questão 5* – Será que é possível identificar grupos homogéneos de residentes com base nas suas percepções dos impactes ambientais, económicos e socioculturais do turismo na Região?
- *Questão 6* – Se sim, será que existe uma associação entre os grupos homogéneos de residentes e os conhecimentos revelados sobre o fenómeno turístico na Região?

4.7.2 Desenho do questionário

O Questionário à População Residente foi construído com base em duas referências fundamentais:

- o O instrumento homónimo que foi empregue no âmbito do estudo de construção de indicadores de avaliação de qualidade no turismo no Algarve para analisar o grau de satisfação dos residentes com o turismo nos seus concelhos de residência (Silva *et al.*, 2001a).
- o O “Questionário aos Residentes” desenvolvido para estudar a sustentabilidade do turismo nas Ilhas Ugljan-Pasman (WTO, 2001).

Foram, contudo, introduzidos alguns ajustamentos, para atender aos objectivos da presente investigação, como se passa a expor.

Começando pela caracterização dos inquiridos, foram consideradas as seguintes dimensões:

- Variáveis de caracterização sociodemográfica:
 - o Sexo
 - o Idade
 - o Naturalidade
 - o Estado civil
 - o Número de pessoas habitando o agregado familiar em economia comum
 - o Nível de escolaridade
 - o Situação perante o trabalho
 - o Profissão
 - o Número de anos a residir no concelho
 - o Regime de habitação
- Variáveis de caracterização do grau de envolvimento no sector do turismo:
 - o Envolvimento pessoal
 - o Envolvimento de outro membro do agregado familiar
- Variáveis de caracterização da experiência pessoal de viajar:
 - o Viagens efectuadas nos últimos dois anos para fora da ilha onde reside

Para avaliar as reacções da comunidade (residentes e empresários) em relação ao turismo na Região, foi elaborado um conjunto de 26 afirmações sobre os impactes ambientais, económicos e socioculturais, que foi incluído no questionário aos residentes e no questionário aos empresários, tal como se referiu na subsecção 4.5.2. Para além do recurso aos instrumentos fundamentais acima mencionados, as afirmações sobre os impactes do turismo foram derivadas dos estudos realizados na Austrália e relatados por Pearce *et al.* (1996) e do estudo de Payne *et al.* (2001).

Foi igualmente introduzido um conjunto de questões para avaliar as opiniões e expectativas de ambos os grupos de *stakeholders* em relação ao desenvolvimento do turismo na Região e às actividades económicas que nela apresentam maior potencial de crescimento.

Para além do que se afirmou anteriormente, importa sublinhar que as reacções da comunidade em relação ao turismo têm sido alvo de investigação intensa ao longo dos últimos 30 anos. Pearce *et al.* (1996) dão conta da evolução que ocorreu neste domínio, apresentando uma extensa revisão da literatura e as principais conclusões dos trabalhos desenvolvidos neste domínio. Estes autores exploram detalhadamente as abordagens metodológicas e conceptuais que têm sido adoptadas na investigação, apresentando críticas e apontando limitações, para depois apresentarem a teoria das representações sociais e defenderem a sua aplicação ao estudo das reacções da comunidade (ou seja, dos seus vários grupos de *stakeholders*) em relação ao turismo.

Embora esta vertente da investigação empírica não assente exclusivamente na aplicação da metodologia das representações sociais ao turismo, é certo que, ao estabelecer como objectivo a identificação de grupos homogéneos de residentes e de empresários de acordo com as suas percepções dos impactes do turismo na Região, utiliza métodos de recolha e de análise de dados que com ela se coadunam, nomeadamente a análise de clusters. Ao explorar as opiniões comuns e as percepções partilhadas em relação ao turismo, pode-se afirmar que se está a identificar diferentes representações sociais do turismo.

Por conseguinte, à semelhança dos exemplos de aplicação desta metodologia ao turismo apresentados por Pearce *et al.* (1996), foram incluídos neste estudo dois conjuntos de

variáveis que não têm merecido grande atenção por parte de estudos anteriores: o nível de conhecimento do turismo na Região (principal vantagem e principal inconveniente do turismo para a Região) e a indicação de sugestões para melhorar o turismo no concelho.

4.7.3 Universo do estudo e amostra

Considerou-se, como Universo do estudo, a população residente na Região Autónoma dos Açores. De acordo com os Censos 2001 (SREA, 2002a), o número de residentes ascendeu a 241 763 indivíduos. Como se pode observar através do Quadro A.9, do Apêndice A, 83% da população estava concentrada em três ilhas: São Miguel (54%), Terceira (23%) e Faial (6%). A densidade populacional é superior à média da Região em seis dos 19 concelhos, localizados nas ilhas de São Miguel (Lagoa, Ponta Delgada, Ribeira Grande e Vila Franca do Campo) e Terceira (Angra do Heroísmo e Praia da Vitória).

Atendendo à dimensão do Universo inquirido, decidiu-se seleccionar uma amostra de casos representativa, recorrendo ao método de amostragem por quotas. De acordo com as “Regras do polegar” (Hill e Hill, 2002), foi seleccionada uma amostra de 300 casos, correspondente a uma fracção amostral de cerca de um por mil (permilagem) do Universo inquirido.

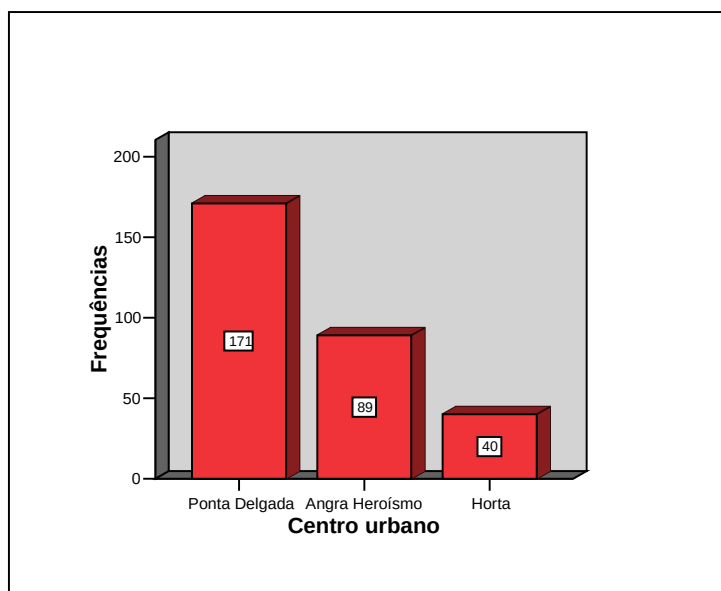
Tendo em conta os objectivos do estudo, as quotas de residentes a inquirir foram distribuídas pelas freguesias que integram os três principais centros urbanos da Região, Ponta Delgada, Angra do Heroísmo e Horta, por duas ordens de razões:

- o Em primeiro lugar, porque concentram uma percentagem significativa da população residente: Ponta Delgada, 27%, Angra do Heroísmo, 15% e Horta, 6% (assinalados a *itálico* no Quadro A.9, do Apêndice A);
- o Em segundo lugar, porque representam os pólos ou núcleos de atracção turística mais importantes da Região, quer funcionando como centros de recepção e distribuição dos visitantes, uma vez que aí se localizam os aeroportos onde há ligações com o exterior (Aeroporto João Paulo II, em S. Miguel; Aerogare Civil das Lajes, na Terceira; e Aeroporto da Horta, no Faial), quer oferecendo a maior parte da capacidade de alojamento turístico dos Açores.

De acordo com o Quadro A.10, do Apêndice A, pode-se constatar que, em 11/03/2002, essas três ilhas ofereciam 80% da capacidade de alojamento turístico existente, em termos do número de camas na hotelaria tradicional e no turismo em espaço rural, localizando-se 61% do total dessa capacidade nos concelhos de Ponta Delgada (36%), Angra do Heroísmo (13%) e Horta (12%) (assinalados a *itálico* no Quadro A.10, do Apêndice A).

A população-alvo do estudo foi constituída pelos indivíduos com 18 ou mais anos, residentes em alojamentos familiares. No Quadro A.11, do Apêndice A, apresenta-se a amostra inicial por quotas e estratificada por sexo, grupos etários e freguesias que integram os centros urbanos seleccionados, de acordo com a distribuição percentual verificada nos Censos 2001. A amostra final aproximou-se bastante da amostra inicial, como se pode ver através da comparação do Quadro A.11 com o Quadro A.12, do Apêndice A, podendo considerar-se representativa da população residente nos referidos centros urbanos. No Gráfico 4.1 apresenta-se a distribuição dos inquiridos por centro urbano: 57% residem nas freguesias do centro urbano de Ponta Delgada, 29,7% de Angra do Heroísmo e 13,3% de Horta.

Gráfico 4.1 – Número de residentes inquiridos por concelho de residência (centro urbano)



4.7.4 Estrutura do questionário final e método de implementação

O Questionário à População Residente foi construído tendo em conta a revisão da literatura sobre as reacções da comunidade em relação ao desenvolvimento do turismo e à sustentabilidade.

O questionário engloba duas partes distintas: uma, relativa à caracterização do indivíduo e outra, relativa à opinião sobre o turismo na Região (ver Anexo F).

Na primeira parte obtiveram-se informações sobre variáveis que permitem efectuar a caracterização sociodemográfica da amostra – sexo, idade, estado civil, naturalidade, tempo de residência no concelho, escolaridade, dimensão do agregado familiar, situação perante o trabalho, profissão, e regime de habitação –, bem como determinar o grau de envolvimento no sector do turismo e a experiência pessoal de viajar.

A segunda parte incluiu um conjunto de questões relativas à opinião sobre o desenvolvimento do turismo na Região, utilizando escalas de avaliação e, ainda, um conjunto de perguntas abertas, destinadas a avaliar o nível de conhecimentos e de informação sobre o fenómeno turístico.

Utilizou-se um vocabulário muito simples, atendendo ao facto do nível médio de habilitações literárias da população ser baixo.

Foi efectuado um estudo piloto para aferir da eficácia do instrumento e da adequação das medidas utilizadas na avaliação. Este estudo abrangeu 45 residentes de diversos concelhos da ilha de São Miguel e decorreu no mês de Setembro de 2003. Os resultados foram muito satisfatórios, não havendo recusas na colaboração, mas tão só algumas dificuldades de resposta, principalmente nas perguntas abertas. No entanto, essas dificuldades foram atribuídas ao fraco nível de conhecimentos e de informação sobre as questões do turismo e não à clareza das perguntas, pelo que não induziram a alterações no questionário. Os dados recolhidos neste estudo preliminar não foram incorporados na análise.

4.7.5 Recolha de dados

O Questionário à População Residente foi aplicado aos residentes dos três centros urbanos seleccionados para o estudo, através de entrevista directa, nos meses de Outubro e Novembro de 2003.

A equipa de entrevistadores recebeu formação e instruções prévias sobre o modo de preenchimento das quotas, condução das entrevistas, de esclarecimento de dúvidas e de preenchimento dos formulários, à semelhança do que acontecera para o Questionário aos Turistas. Foi garantida a confidencialidade e o anonimato das respostas. Nas perguntas em que era necessário utilizar escalas de avaliação (escalas de Likert) mostrava-se um cartão com as várias alternativas, a fim de facilitar a resposta. As respostas foram registadas nos formulários pelos entrevistadores, tendo-se solicitado alguns dados pessoais ao inquirido, a fim de possibilitar o posterior controlo. O trabalho das equipas de entrevistadores foi acompanhado por supervisores, em cada ilha, a fim de garantir a qualidade da aplicação do instrumento.

Os resultados da implementação deste questionário à população residente apresentam-se no Capítulo 7, onde se referem as técnicas estatísticas utilizadas para tratar os dados utilizando o SPSS.

4.8 Conclusão

Neste capítulo foi descrita a metodologia da investigação empírica utilizada no estudo dos três grupos de *stakeholders* do turismo no caso do destino turístico Açores: empresários do subsector do alojamento turístico, turistas e residentes. Partindo-se da apresentação da natureza do problema, objectivos gerais e justificação da abordagem utilizada, foi efectuada uma caracterização sucinta da região em estudo e da evolução recente do turismo, para se prosseguir com a explicação das várias etapas percorridas neste processo de investigação. As últimas secções foram dedicadas à descrição detalhada dos objectivos, questões da investigação, elaboração do questionário e respectiva literatura de suporte, bem como aos procedimentos metodológicos adoptados no estudo de cada um dos grupos em causa. Nos próximos capítulos será feita a apresentação, análise e interpretação dos dados e discutidos os resultados.

Capítulo 5. PERCEPÇÕES DOS EMPRESÁRIOS DO SUBSECTOR DO ALOJAMENTO TURÍSTICO EM RELAÇÃO À SUSTENTABILIDADE DO TURISMO NOS AÇORES

5.1 Introdução

Este capítulo tem por objectivo avaliar as percepções dos empresários do subsector do alojamento turístico em relação à sustentabilidade do turismo nos Açores através da apresentação, análise e interpretação dos dados recolhidos com o auxílio do questionário concebido para o efeito. O capítulo estrutura-se em onze secções. Na primeira secção, é feita uma análise preliminar das respostas, procedendo-se à caracterização dos empreendimentos turísticos e dos indivíduos responsáveis pela respectiva gestão, que constituem o conjunto total dos casos sobre os quais se pretende retirar conclusões. Nas secções seguintes, são analisadas as opiniões, expectativas e percepções dos empresários, de acordo com os objectivos estabelecidos para esta vertente da investigação empírica, apresentando-se os tratamentos estatísticos considerados mais pertinentes. Para dar resposta às questões da investigação apresentadas no capítulo anterior, utilizam-se quadros de distribuição de frequências, representações gráficas, medidas de estatística descritiva, cruzamentos e medidas de associação, bem como testes *t* para médias, análise de variância univariada e multivariada, correlações do tipo Pearson, análise factorial e análise de clusters. O capítulo termina com uma síntese dos resultados obtidos.

5.2 Análise preliminar das respostas e caracterização dos empresários inquiridos

Colaboraram, neste estudo, 57 empresários da hotelaria tradicional, ou seja, 92% do total de unidades deste tipo em actividade e 37 do turismo em espaço rural, ou seja, 90% do total de unidades deste tipo em funcionamento. Deste modo, obtiveram-se 94 respostas num total de 103 casos possíveis, o que perfaz 91% do Universo da investigação.

Nesta secção aborda-se resumidamente os resultados do tratamento preliminar dos dados recolhidos e procede-se à caracterização dos inquiridos.

O tratamento estatístico iniciou-se com a análise univariada das variáveis incluídas no questionário, que atendeu, em primeiro lugar, à análise das não respostas e dos *outliers*, para depois prosseguir com a elaboração dos quadros e gráficos de distribuição de frequências e a utilização de algumas estatísticas adequadas às escalas ou níveis de medida das variáveis.

- **Análise das não respostas e dos *outliers***

Exceptuando o caso da variável “volume de negócios”, que posteriormente não foi utilizada na análise, devido à baixa taxa de respostas, a percentagem de “não respostas” foi muito reduzida, sendo sempre inferior a 20% dos casos. Deste modo, não ocorreram situações que pudessem provocar enviesamento dos resultados (Pestana e Gageiro, 2000).

Para lidar com o problema da falta de dados na aplicação das técnicas estatísticas com o SPSS, foi seleccionada a opção *Exclude cases listwise*, de modo a não perder informação.

Foi verificada a presença de *outliers* nas variáveis avaliadas em escalas de rácio: “ano de entrada em funcionamento do empreendimento turístico”, “número de quartos”, “número de camas”, “número de trabalhadores” e “número de anos de experiência na actividade turística” do responsável pela gestão.

No caso do ano de entrada em funcionamento do empreendimento turístico identificou-se um valor aberrante. Trata-se de uma unidade que iniciou a exploração em 1935, que, como tal, foi classificada como *outlier* severo (Pestana e Gageiro, 2000).

Para o número de quartos, foram detectados 13 valores extremos: 8 casos foram classificados como *outliers* moderados (Pestana e Gageiro, 2000), sendo unidades com capacidade de alojamento compreendida entre 74 e 116 quartos e 5 como *outliers* severos (Pestana e Gageiro, 2000), sendo unidades com mais de 116 quartos.

Em relação ao número de camas, foram encontrados igualmente 13 valores aberrantes: 9 foram classificados como *outliers* moderados (Pestana e Gageiro, 2000), sendo

unidades com capacidade de alojamento compreendida entre 155 e 242 camas e 4 como *outliers* severos (Pestana e Gageiro, 2000), sendo unidades com mais de 242 camas.

Quanto ao número de trabalhadores, 8 observações foram consideradas extremas. Trata-se de 5 *outliers* moderados (Pestana e Gageiro, 2000), correspondentes a unidades com um número de trabalhadores compreendido entre 44 e 69 e de 3 *outliers* severos (Pestana e Gageiro, 2000), que respeitam a unidades que empregam mais de 69 trabalhadores.

Por último, no que toca ao número de anos de experiência na actividade turística, verificou-se a existência de 1 *outlier* moderado (Pestana e Gageiro, 2000). Trata-se de um empresário que já trabalha há 47 anos nesta actividade.

A presença de *outliers* será tida em conta na análise das variáveis em causa, pois pode provocar alterações nos resultados.

- **Caracterização dos inquiridos**

Para caracterizar os empreendimentos turísticos e os indivíduos responsáveis pela respectiva gestão, à luz das variáveis identificadas, apresentam-se algumas medidas de estatística descritiva, cruzamentos entre variáveis e alguns testes estatísticos, nomeadamente testes de Qui-quadrado e análises de variância paramétrica simples (ANOVA), sempre que as condições de aplicabilidade o permitam.

No caso dos testes do Qui-quadrado, pressupõe-se que a dimensão da amostra seja superior a 20, que nenhuma célula da tabela tenha frequência esperada inferior a 1 e que não mais do que 20% das células tenham frequência esperada inferior a 5 unidades (Maroco, 2003).

No caso da ANOVA, os pressupostos de aplicação implicam a existência de, pelo menos, três grupos, a independência das amostras a comparar, a normalidade das observações dentro de cada grupo (embora a normalidade não seja restritiva da aplicação da ANOVA quando o número de elementos de cada grupo é relativamente elevado, para além de que a não normalidade tem consequências mínimas na

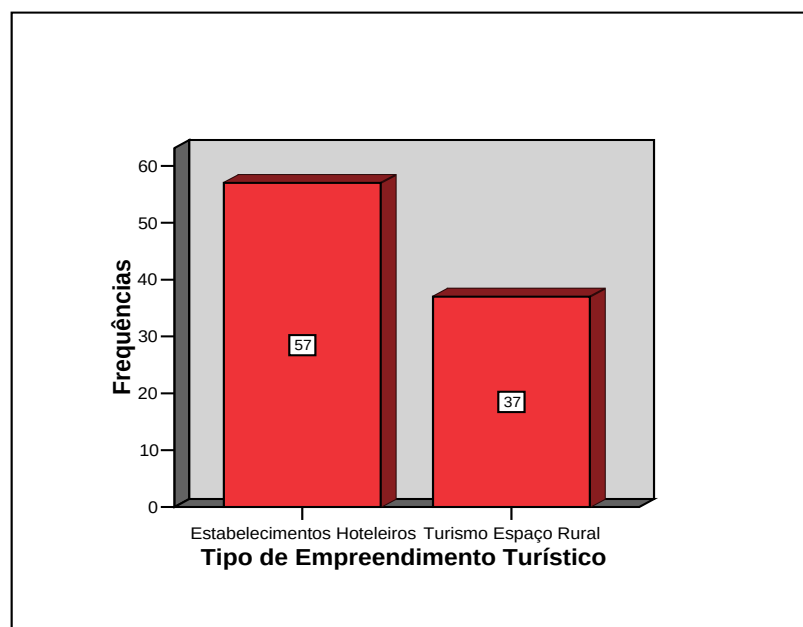
interpretação dos resultados, excepto quando a distribuição é muito enviesada) e a homocedasticidade (Silva *et al.*, 2001a). Foram utilizados testes *post hoc* de comparações múltiplas de médias, tendo-se calculado o teste de Bonferroni quando se verificava o pressuposto da homogeneidade de variâncias e o de Games-Howell, na situação inversa.

Todos os testes foram efectuados tendo em conta um nível de significância de 5%, tendo-se utilizado a correcção de Bonferroni sempre que se aplicou uma família (conjunto) de testes em simultâneo a um conjunto de variáveis, a fim de manter a probabilidade de erro ao nível $p = 0,05$ (Hill e Hill, 2002).

Caracterização dos empreendimentos turísticos

No Gráfico 5.1 apresenta-se a distribuição dos empreendimentos turísticos inquiridos por tipo, tendo-se considerado dois grandes grupos: hotelaria tradicional e turismo em espaço rural. Constata-se que 60,6% das unidades inquiridas são estabelecimentos hoteleiros e 39,4% correspondem a unidades de turismo no espaço rural.

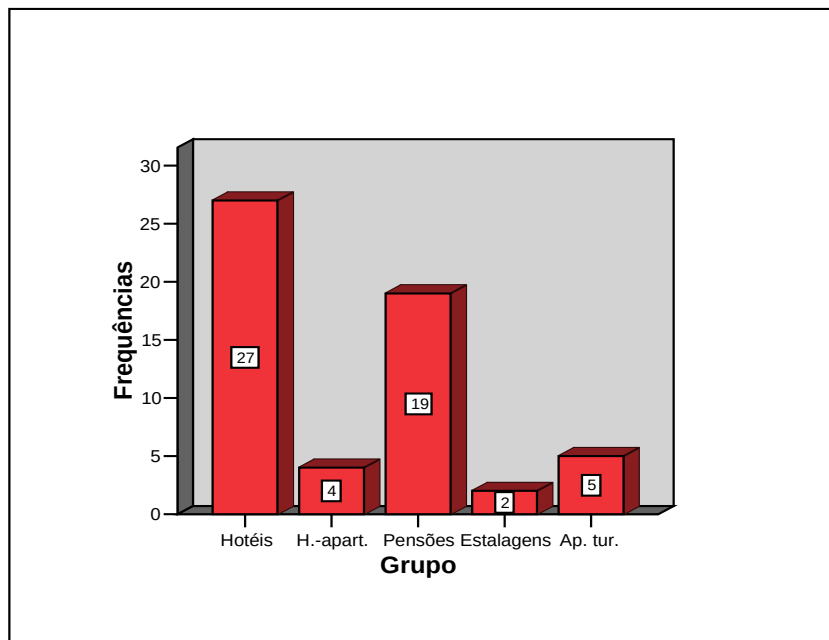
Gráfico 5.1 – Número de empreendimentos turísticos inquiridos por tipo



Relativamente aos estabelecimentos hoteleiros, e de acordo com o Gráfico 5.2, verifica-se que 47,4% se inseriam no grupo dos hotéis, seguindo-se as pensões, com 33,3%. Os

hotéis-apartamentos, estalagens e apartamentos turísticos assumiam pouca expressão em termos de número de estabelecimentos em actividade no arquipélago.

Gráfico 5.2 – Número de estabelecimentos hoteleiros inquiridos por grupo

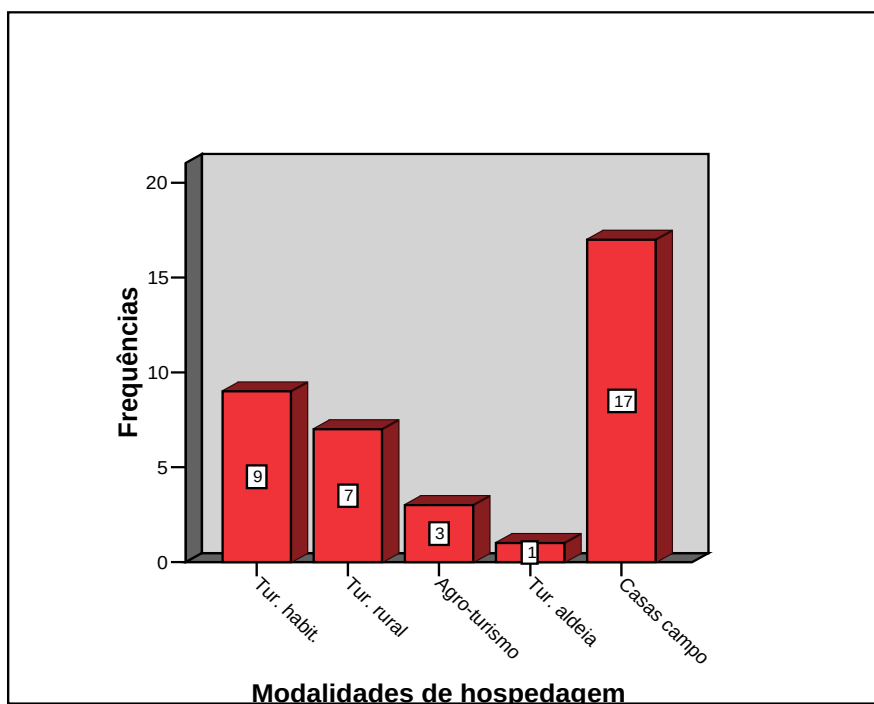


A classificação dos estabelecimentos hoteleiros nas categorias dos respectivos grupos, por ilha e concelho, pode ser consultada nos Quadros B.1 a B.5, do Apêndice B.

No que toca aos hotéis, é evidente o peso da categoria de quatro e três estrelas (40,7% e 51,9% do total dos hotéis, respectivamente). Em relação às pensões, as de 2ª categoria são nitidamente predominantes (68,4% do total das pensões).

Quanto ao turismo em espaço rural, e consultando o Gráfico 5.3, pode-se observar que há um grande peso das casas de campo (46%), seguindo-se as unidades de turismo de habitação (24%) e de turismo rural (19%). Esta situação pode ser explicada, em parte, pela existência de requisitos de instalação relativamente mais exigentes para as casas de turismo de habitação, turismo rural e agro-turismo, o que favorece o aparecimento de casas de campo em detrimento das outras modalidades.

Gráfico 5.3 – Número de unidades de turismo no espaço rural inquiridas por modalidades de hospedagem



Passando à antiguidade dos empreendimentos, e analisando o Quadro 5.1, constata-se que a unidade hoteleira mais antiga, ainda em actividade, iniciou a sua exploração em 1935. A abertura de unidades tem sido efectuada a um ritmo relativamente baixo, sendo de realçar que o turismo em espaço rural se desenvolveu muito recentemente, com a entrada em funcionamento da primeira casa em 1987. Metade dos estabelecimentos em actividade entrou em funcionamento após 1993, ou seja, sensivelmente nos últimos dez anos. É provável que este facto esteja associado à criação de sistemas de incentivos ao investimento privado na área do turismo, ao abrigo do II Quadro Comunitário de Apoio (QCA), que vigorou entre 1994 e 1999. Contudo, é de assinalar o maior ritmo de acréscimo da oferta verificado a partir do ano 2000, coincidindo com a entrada em vigor do QCA 2000-2006. Através do financiamento possibilitado por estes fundos comunitários, foram criados novos sistemas de incentivos de âmbito nacional – nomeadamente o Programa Operacional da Economia (POE), que foi revisto em 2003, passando a dar lugar ao Programa de Incentivos à Modernização da Economia (PRIME), que compreende várias linhas de apoio a projectos na área do turismo – e de âmbito regional – nomeadamente o Sistema de Incentivos ao Desenvolvimento Económico e Social dos Açores (SIDER), que engloba três subsistemas, os quais permitem apoiar investimentos no turismo –, que contemplam o sector turístico de forma mais abrangente do que os seus antecessores. Isto significa que, nos Açores, para

além das medidas que se aplicam a todo o território nacional, criaram-se medidas específicas que, mediante o cumprimento de determinados requisitos, permitem a atribuição de apoios mais favoráveis aos projectos de investimento que visem a construção, remodelação ou ampliação de unidades de alojamento turístico, localizadas na Região. Esta política regional de incentivos ao turismo, a par de outros investimentos públicos considerados estratégicos para o desenvolvimento do sector, contribuiu, em grande parte, para o surto de abertura de novas unidades que se verificou nos últimos anos.

Quadro 5.1 – Número de unidades inquiridas por ano de entrada em funcionamento e tipo

Ano de entrada em funcionamento	Tipo		Total
	Estab. Hoteleiros	Turismo Espaço Rural	
1935	1	0	1
1970	1	0	1
1973	2	0	2
1975	1	0	1
1977	1	0	1
1978	3	0	3
1980	1	0	1
1981	1	0	1
1982	2	0	2
1983	4	0	4
1984	1	0	1
1985	1	0	1
1986	4	0	4
1987	2	1	3
1988	2	0	2
1989	1	1	2
1990	2	0	2
1991	3	1	4
1992	3	2	5
1993	4	1	5
1994	2	0	2
1995	1	0	1
1996	0	4	4
1997	2	0	2
1998	2	2	4
1999	0	10	10
2000	2	3	5
2001	3	8	11
2002	5	4	9
Total	57	37	94

O estudo da variável “ano de entrada em funcionamento” revelou a existência de um *outlier*, tal como se mencionou no ponto dedicado à análise das não respostas e dos *outliers*. Trata-se do caso da unidade que abriu em 1935, que foi classificado como *outlier* severo (Pestana e Gageiro, 2000). Para verificar se este *outlier* afecta muito os

resultados, foram calculadas as três medidas de tendência central (média, mediana e média aparada a 5%) com e sem a presença do *outlier*, comentando-se as diferenças encontradas. Na análise com o *outlier*, a média para o ano de entrada em funcionamento é 1992,16, sendo a mediana 1994 e a média aparada a 5%, 1993,15. O desvio padrão é de 10,17 anos. Excluindo o *outlier* da análise, a média passa a ser 1992,77, sendo a mediana 1994, a média aparada a 5% igual a 1993,34 e o desvio padrão, 8,286 anos. A moda é o ano 2001, não se alterando com a exclusão do *outlier*. Conclui-se, assim, que o *outlier* não afecta muito os resultados, tendo sido mantido na análise subsequente.

No Quadro 5.2 apresenta-se o cruzamento entre a variável “tipo de empreendimento” e a variável “ano de entrada em funcionamento”, mas, desta vez, agregada em quatro grupos: até 1986, ano de adesão de Portugal à Comunidade Económica Europeia; entre 1987 e 1993; entre 1994 e 1999, período em que vigorou o II QCA e entre 2000 e 2002, correspondendo aos primeiros anos de aplicação do III QCA. Esta transformação da variável em classes permite uma melhor visualização da evolução temporal que ocorreu em termos da abertura de unidades.

Quadro 5.2 – Número de unidades inquiridas por tipo/grupo e ano de entrada em funcionamento

Tipo/Grupo	Ano de entrada em funcionamento				Total
	Até 1986	1987-1993	1994-1999	2000-2002	
Hotéis	10	7	2	8	27
Hotéis-apartamentos	2	1	1	0	4
Pensões	11	6	1	1	19
Estalagens	0	0	1	1	2
Apartam. turísticos	0	3	2	0	5
T.E.R. s/C.C.	0	5	12	3	20
Casas Campo	0	1	4	12	17
Total	23	23	23	25	94

Evidencia-se que os hotéis e as pensões iniciaram a sua exploração há mais tempo do que as unidades de turismo em espaço rural. Por sua vez, no que toca a este último tipo de empreendimentos, verifica-se que, no período de 1994-1999, se assistiu à abertura de mais unidades nas modalidades de turismo de habitação, turismo rural, agro-turismo e turismo de aldeia, enquanto, entre 2000 e 2002, entraram em funcionamento mais unidades na modalidade de casas de campo.

No que toca à distribuição geográfica dos estabelecimentos por ilha, concelho e grupo, e observando o Quadro 5.3, constata-se que as unidades de hotelaria tradicional se

encontram distribuídas por 8 das 9 ilhas do arquipélago e por 16 dos 19 concelhos existentes na Região. É notória a concentração de estabelecimentos nos concelhos de Ponta Delgada (40,4%), Angra do Heroísmo (14%) e Praia da Vitória (8,8%), fazendo com que em apenas duas ilhas – São Miguel e Terceira – se encontrem 77,2% dos estabelecimentos hoteleiros em actividade na Região.

Quadro 5.3 – Número de unidades inquiridas da hotelaria tradicional por ilha, concelho e grupo

Ilha			Grupo					Total
			Hotéis	H.-apart.	Pensões	Estalag.	Apart. turíst.	
São Miguel	Concelho	Lagoa	1	1	0	0	1	3
		Nordeste	0	0	0	1	0	1
		Ponta Delgada	10	2	7	1	3	23
		Povoação	2	0	0	0	0	2
		Ribeira Grande	0	0	1	0	0	1
		Vila Franca Campo	1	0	0	0	0	1
	Total		14	3	8	2	4	31
Terceira	Concelho	Angra do Heroísmo	4		4			8
		Praia da Vitória	2		3			5
	Total		6		7			13
Faial	Concelho	Horta	2					2
	Total		2					2
Pico	Concelho	Lajes do Pico	0	1	1			2
		Madalena	2	0	0			2
		São Roque Pico	0	0	1			1
	Total		2	1	2			5
Santa Maria	Concelho	Vila do Porto	1				1	2
	Total		1				1	2
Graciosa	Concelho	Santa Cruz Graciosa			1			1
	Total				1			1
São Jorge	Concelho	Velas	1					1
	Total		1					1
Flores	Concelho	Santa Cruz Flores	1		1			2
	Total		1		1			2

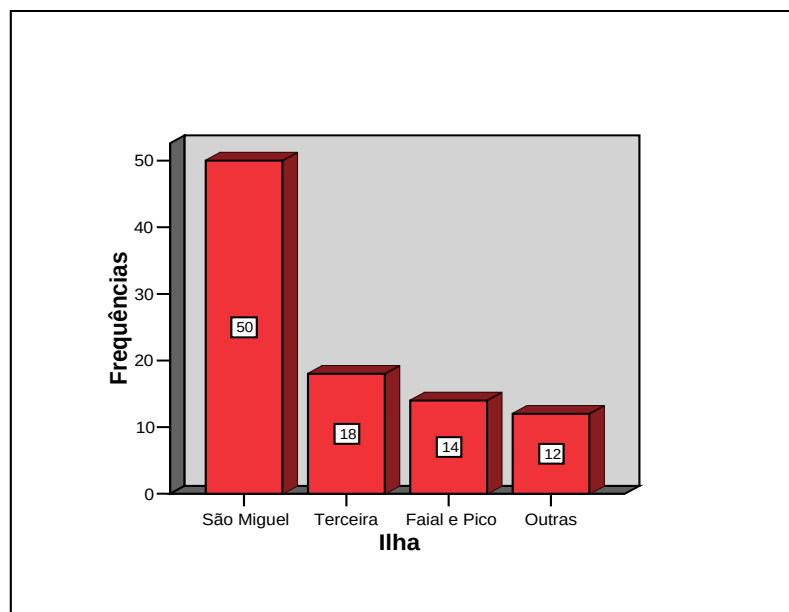
No que se refere ao turismo em espaço rural, e atendendo ao Quadro 5.4, verifica-se que as unidades se distribuem por 13 concelhos da Região. Apesar de existir maior número de casas nos concelhos de Ponta Delgada (24,3%), Horta (13,5%) e Angra do Heroísmo (10,8%), a concentração espacial não é tão elevada como no caso da hotelaria tradicional, pois, de acordo com o quadro legal definido, estas modalidades de serviço de hospedagem são prestadas em zonas rurais, o que proporciona uma maior disseminação pelo território, enquanto os estabelecimentos hoteleiros se localizam tendencialmente em centros urbanos.

Quadro 5.4 – Número de unidades inquiridas do turismo em espaço rural por ilha, concelho e modalidades de serviço de hospedagem

			Modalidades do turismo no espaço rural					Total
			Turismo de habitação	Turismo rural	Agro-turismo	Turismo de aldeia	Casas de campo	
São Miguel	Concelho	Lagoa	0	0	0		2	2
		Nordeste	0	0	0		2	2
		Ponta Delgada	4	1	1		3	9
		Povoação	0	1	0		1	2
		Ribeira Grande	0	1	2		0	3
		Vila Franca do Campo	1	0	0		0	1
	Total		5	3	3		8	19
Terceira	Concelho	Angra do Heroísmo	2	1			1	4
		Praia da Vitória	0	1			0	1
	Total		2	2			1	5
Faial	Concelho	Horta		2			3	5
	Total			2			3	5
Pico	Concelho	São Roque do Pico	1				1	2
	Total		1				1	2
Santa Maria	Concelho	Vila do Porto	1				2	3
	Total		1				2	3
São Jorge	Concelho	Velas					2	2
	Total						2	2
Flores	Concelho	Lajes das Flores				1		1
	Total					1		1

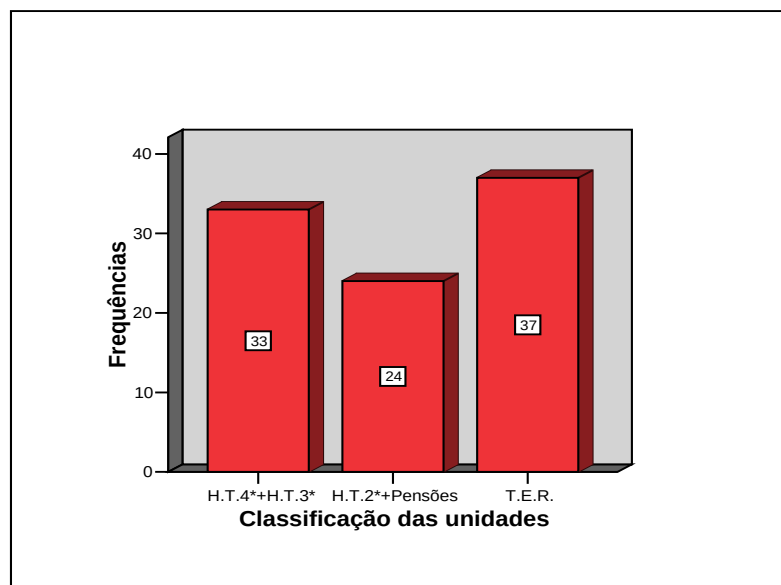
Uma vez que se verifica uma afectação desequilibrada dos empreendimentos turísticos pelas diversas ilhas, a variável “ilha”, para efeitos de análise, considerou as seguintes quatro categorias: São Miguel (53,2%), Terceira (19,1%), Faial e Pico (14,9%) e restantes ilhas (12,8%) (ver Gráfico 5.4).

Gráfico 5.4 – Número de unidades inquiridas por ilha



Atendendo ao elevado número de grupos e categorias, no caso dos estabelecimentos hoteleiros, e de modalidades de hospedagem, no caso do turismo em espaço rural, foi criada a variável “classificação”, que passou a contar com três grupos, como se pode observar no Gráfico 5.5.

Gráfico 5.5 – Número de unidades inquiridas por classificação



Assim temos, no primeiro grupo, a hotelaria tradicional de quatro e três estrelas, que engloba os hotéis, hotéis-apartamentos, estalagens e apartamentos turísticos de quatro e três estrelas; no segundo grupo, a hotelaria tradicional de duas estrelas e pensões, que inclui os hotéis, hotéis-apartamentos e apartamentos turísticos de duas estrelas e as pensões de todas as categorias; e, por último, no terceiro grupo, o turismo em espaço rural, que agrega todas as modalidades de hospedagem deste tipo de alojamento turístico.

Relativamente à dimensão das unidades, foi efectuado um apuramento do número de quartos, número de camas e número de trabalhadores, para permitir uma caracterização mais pormenorizada. No entanto, o estudo destas variáveis apontou para a existência de *outliers*, tal como se referiu anteriormente, pelo que se tornou necessário verificar se a presença desses casos afectava muito os resultados.

Começando pela variável “número de quartos”, foram identificados 13 *outliers*, tendo oito casos sido classificados como *outliers* moderados, com um número de quartos compreendido entre 74 e 116 quartos e cinco como *outliers* severos, com um número de

quartos superior a 116. Calcularam-se as medidas de tendência central com e sem os *outliers*, para efeitos de comparação dos resultados. Na análise com *outliers*, o número médio de quartos é de 29,38, a mediana é 14 e a média aparada a 5% é de 24,59. Nesta situação, o desvio padrão é 37,175. Excluindo os *outliers* da análise, a média passa a ser 16,40 quartos, a mediana diminui para 10, a média aparada a 5% passa para 14,64 e o desvio padrão, 15,639. A moda é igual a 10 quartos em ambas as situações. Verifica-se, então, que os *outliers* produzem efeitos significativos nos resultados.

Quanto à variável “número de camas”, identificaram-se igualmente 13 *outliers*, sendo nove *outliers* moderados, com um número de camas compreendido entre 155 e 242 camas e quatro *outliers* severos, com um número de camas superior a 242. Na análise com *outliers*, o número médio de camas é de 61,14, a mediana é 28 e a média aparada a 5% é de 49,79. O desvio padrão é 83,41. Excluindo os *outliers* da análise, a média passa a ser 33,2 camas, a mediana diminui para 23, a média aparada a 5% passa para 29,61 e o desvio padrão, 32,22. A moda é sempre igual a 6 camas. Verifica-se também que a presença de *outliers* produz alterações significativas nos resultados.

Passando agora à variável “número de trabalhadores”, foram detectados oito *outliers*, sendo cinco moderados, com um número de trabalhadores compreendido entre 44 e 69 trabalhadores e três severos, com um número de trabalhadores superior a 69. Na análise com *outliers*, o número médio de trabalhadores é de 13,7, a mediana é 5 e a média aparada a 5% é de 10,84. O desvio padrão é 19,88. Excluindo os *outliers* da análise, a média passa para 8,76 trabalhadores, a mediana diminui para 4, a média aparada a 5% passa a ser 7,56 e o desvio padrão, 10,665. A moda é sempre igual a 1 trabalhador. Mais uma vez se verifica que a inclusão dos *outliers* na análise produz alterações significativas nos resultados.

Apesar destes *outliers* provocarem grandes alterações nos resultados, a análise subsequente teve em conta todas as observações, porque a retirada destes 13 casos do estudo (13,8% do total), correspondentes às unidades com mais de 73 quartos e 155 camas, iria excluir da análise as unidades de maior dimensão da Região (9 em São Miguel, 2 na Terceira e 2 no Faial), o que não seria desejável em termos dos objectivos da investigação, uma vez que representam uma percentagem significativa da capacidade

de alojamento (51,9% em termos do número de quartos e 53,2% em termos do número de camas) e do emprego (55,5% do número de trabalhadores).

Para efeitos de análise, a variável “número de quartos” foi agrupada em três classes: até 10 quartos, de 11 a 30 quartos e mais de 30 quartos. No Quadro 5.5 apresenta-se o cruzamento entre as variáveis “número de quartos” e “grupo”, para o caso dos estabelecimentos hoteleiros.

Quadro 5.5 – Número de unidades inquiridas da hotelaria tradicional por número de quartos e grupo

Número de quartos	Grupo					Total
	Hotéis	Hotéis-apar- tamentos	Pensões	Estalagens	Apartam. turísticos	
Até 10 quartos	0	0	2	0	3	5
11-30 quartos	4	2	15	2	2	25
Mais de 30 quartos	23	2	2	0	0	27
Total	27	4	19	2	5	57

Verifica-se que os hotéis são os estabelecimentos de maior dimensão, tendo quase todos mais de 30 quartos, enquanto as pensões e as estalagens apresentam uma capacidade de alojamento média, compreendida entre os 11 e os 30 quartos. De acordo com os escalões de dimensão utilizados, os hotéis-apartamentos oscilam entre a média e a grande dimensão, enquanto os apartamentos turísticos variam entre a pequena e a média dimensão.

No caso das unidades do turismo em espaço rural, e tal como se pode observar no Quadro 5.6, a capacidade de alojamento nunca ultrapassa os 10 quartos – tal como estabelecido na respectiva regulamentação, que estipula que o número mínimo e máximo de quartos de dormir destinados aos hóspedes é, respectivamente, de 3 e de 10. A exceção é feita para a modalidade de turismo de aldeia – em que, de acordo com a regulamentação em vigor, o serviço é prestado num empreendimento composto por um conjunto de, no mínimo, cinco casas particulares –, pelo que não é de estranhar que o único empreendimento desta modalidade existente nos Açores se inclua no grupo dos 11 a 30 quartos.

Quadro 5.6 – Número de unidades inquiridas do turismo em espaço rural por número de quartos e modalidades de hospedagem

Número de quartos	Modalidades de hospedagem					Total
	Turismo de habitação	Turismo rural	Agro-turismo	Turismo de aldeia	Casas de campo	
Até 10 quartos	9	7	3	0	17	36
11-30 quartos	0	0	0	1	0	1
Total	9	7	3	1	17	37

A variável “número de camas” dá-nos sensivelmente a mesma informação que o número de quartos sobre a capacidade de alojamento das unidades inquiridas. Nos Quadros B.6 a B.11, do Apêndice B, é possível consultar a distribuição dos estabelecimentos hoteleiros inquiridos por número de camas e classificação por categorias, bem como a distribuição das unidades inquiridas do turismo em espaço rural por número de camas e modalidades de hospedagem. Após a análise destas duas variáveis, é de salientar a preponderância de estabelecimentos de reduzida capacidade de alojamento nos Açores, pois, num total de 94 unidades inquiridas, temos 71,3% que não ultrapassam os 30 quartos e as 60 camas.

Quanto ao número de trabalhadores, e adoptando os limiares estabelecidos pela Recomendação da Comissão, de 3 de Abril de 1996, relativa à definição de pequenas e médias empresas (96/280/CE) [Jornal Oficial L 107 de 30.04.1996], foram utilizados três categorias: micro, pequenas e médias empresas (note-se que, esta abordagem, não se está a verificar o cumprimento dos limiares do balanço total e do volume de negócios, tal como esta disposição sugere, mas tão só a utilizar o critério do número de pessoas empregadas).

Atendendo ao Quadro 5.7, é evidente o predomínio de microempresas (62,8%) e pequenas empresas (29,8%) no subsector do alojamento turístico. Esta situação está de acordo com o peso assumido pelos estabelecimentos de reduzida capacidade de alojamento, tal como acima se constatou.

Quadro 5.7 – Número de unidades inquiridas por número de trabalhadores e tipo

Número de trabalhadores	Tipo		Total
	Hotelaria Tradic.	Turismo Espaço Rural	
0-9 trab. (micro)	22	37	59
10-49 trab. (peq.)	28	0	28
50-249 trab. (méd.)	7	0	7
Total	57	37	94

No Quadro 5.8 pode-se observar a importância relativa das unidades inquiridas em cada classe de dimensão, em termos de número de quartos, número de camas e número de trabalhadores. Constata-se que as unidades de maior dimensão (30% do total) concentram 75% da capacidade de alojamento e do emprego.

Quadro 5.8 – Caracterização das unidades inquiridas em cada classe de dimensão

Características das unidades	Até 10 quartos	%	De 11 a 30 quartos	%	Mais de 30 quartos	%	Total
Nº de unidades inquiridas	41	43,6%	26	27,7%	27	28,7%	94
Nº de quartos	216	7,8%	498	18,0%	2048	74,1%	2762
Nº de camas	451	7,8%	975	17,0%	4321	75,2%	5747
Nº de trabalhadores	77	6,0%	250	19,4%	961	74,6%	1288

Uma vez que existe uma correlação muito elevada entre o número de quartos e o número de camas ($r = 0,972$; $p < 0,001$) e entre o número de quartos e o número de trabalhadores ($r = 0,904$; $p < 0,001$), doravante utiliza-se apenas a variável “número de quartos” para representar a dimensão.

Atente-se, de seguida, no Quadro 5.9, onde se apresenta o cruzamento entre o número de quartos e a classificação das unidades, utilizando as classes acima definidas.

Quadro 5.9 – Número de unidades inquiridas por número de quartos e classificação

Número de quartos	Classificação das unidades			Total
	H.T.4*+H.T.3*	H.T. 2*+Pensões	T.E.R.	
Até 10 quartos	2	3	36	41
11-30 quartos	7	18	1	26
Mais de 30 quartos	24	3	0	27
Total	33	24	37	94

Para testar a existência de associação entre a dimensão das unidades inquiridas em número de quartos e a respectiva classificação foi aplicado o teste do Qui-Quadrado (ver Quadros B.12 e B.13, do Apêndice B). Os resultados do teste apontam para a

existência de uma associação entre estas duas variáveis (valor da estatística do Qui-quadrado = 103,790; $p < 0,001$), sendo esta associação forte (coeficiente V de Cramer = 0,743; $p < 0,001$), ou seja, as unidades de maior dimensão estão associadas a uma classificação superior, nomeadamente à hotelaria tradicional de quatro e três estrelas, as unidades com uma capacidade de alojamento compreendida entre os 11 e os 30 quartos associam-se à hotelaria tradicional de duas estrelas e às pensões e, por fim, as unidades de menor dimensão, ao turismo em espaço rural. As análises anteriores permitem afirmar que, de um modo geral, há uma relação forte entre as variáveis que respeitam à dimensão dos empreendimentos e à respectiva classificação.

No que respeita à personalidade jurídica da entidade exploradora (Quadro 5.10), verifica-se que 46,8% das unidades inquiridas estão constituídas sob a forma de empresários em nome individual, enquanto 29,8% são sociedades por quotas e 18,1% sociedades anónimas. Uma minoria adopta a forma de sociedades familiares (4,3%) ou de associação sem fins lucrativos (1,1%).

Quadro 5.10 – Número de unidades inquiridas por personalidade jurídica da entidade exploradora

Personalidade jurídica	Frequências	Percentagem
Empresário em nome individual	44	46,8
Sociedade familiar	4	4,3
Sociedade por quotas	28	29,8
Sociedade anónima	17	18,1
Associação sem fins lucrativos	1	1,1
Total	94	100,0

Efectuando o cruzamento entre a personalidade jurídica e o tipo de empreendimentos, e começando pelos estabelecimentos hoteleiros (ver Quadro 5.11), verifica-se que as sociedades anónimas são a forma jurídica mais adoptada no caso dos hotéis e estalagens e os empresários em nome individual, no caso das pensões. No entanto, a forma jurídica com maior expressão na hotelaria é a das sociedades por quotas (36,8% do total).

Quadro 5.11 – Número de unidades inquiridas da hotelaria tradicional por personalidade jurídica da entidade exploradora e grupo

Personalidade jurídica	Grupo					Total
	Hotéis	Hotéis-apar tamentos	Pensões	Estalagens	Apartam. turísticos	
Empr. nome individual	4	1	11	0	0	16
Sociedade familiar	2	0	1	0	0	3
Sociedade por quotas	8	3	6	0	4	21
Sociedade anónima	12	0	1	2	1	16
Ass. s/fins lucrativos	1	0	0	0	0	1
Total	27	4	19	2	5	57

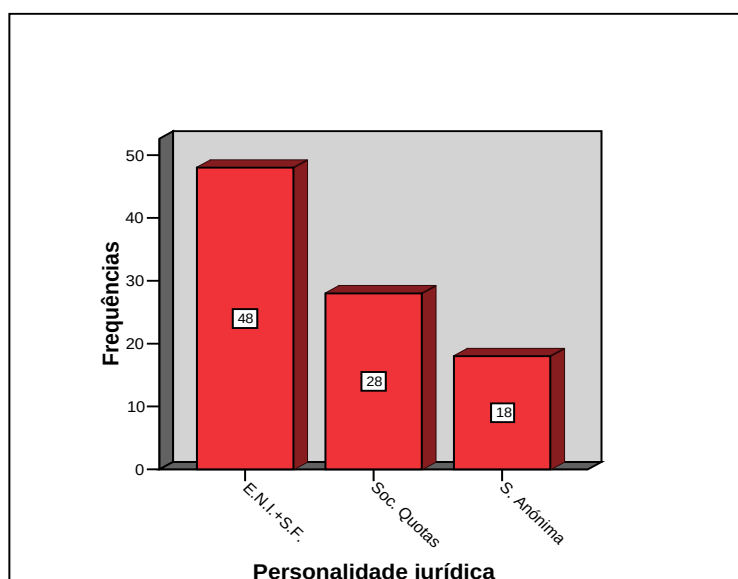
No caso das unidades de turismo em espaço rural (ver Quadro 5.12), os empresários em nome individual assumem um peso significativo (75,7% dos casos), seguindo-se as sociedades por quotas (18,9%), enquanto as sociedades familiares e as sociedades anónimas assumem uma expressão diminuta.

Quadro 5.12 – Número de unidades inquiridas do turismo em espaço rural por personalidade jurídica da entidade exploradora e modalidades de hospedagem

Personalidade jurídica	Modalidades de hospedagem					Total
	Turismo de habitação	Turismo rural	Agro-turismo	Turismo de aldeia	Casas de campo	
Empresário em nome individual	5	5	1	1	16	28
Sociedade familiar	0	1	0	0	0	1
Sociedade por quotas	3	1	2	0	1	7
Sociedade anónima	1	0	0	0	0	1
Total	9	7	3	1	17	37

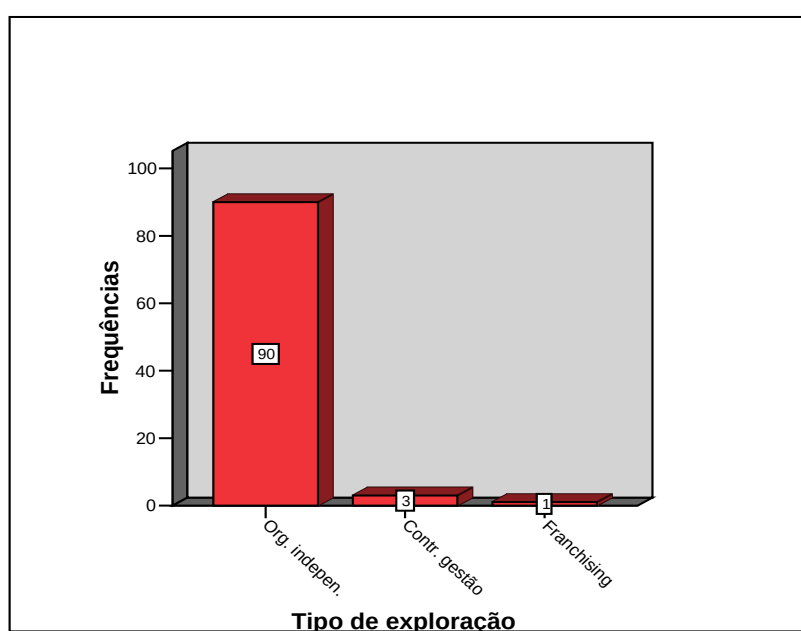
Para efeitos de análise, as unidades foram agrupadas em três categorias quanto à personalidade jurídica, conforme consta do Gráfico 5.6. Na primeira categoria temos os empresários em nome individual e as sociedades familiares (51,1%), na segunda, as sociedades por quotas (29,8%) e, na terceira, as sociedades anónimas e as associações sem fins lucrativos (19,1%).

Gráfico 5.6 – Número de unidades inquiridas por personalidade jurídica da entidade exploradora



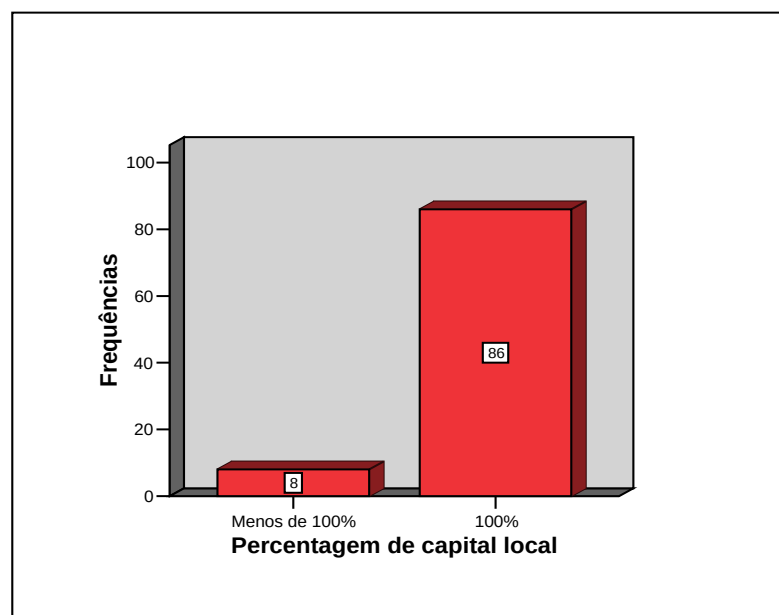
O tipo de exploração foi outra das características analisadas (ver Gráfico 5.7). Admitia-se, como alternativa de resposta, cinco tipos de exploração: organização independente, contrato de gestão, *franchising* de serviços, *joint-venture* e consórcio. No entanto, não se registaram casos cuja exploração se enquadrasse nos últimos dois tipos, havendo uma forte concentração em torno do primeiro (95,7% dos casos). Isto significa que o subsector do alojamento turístico funciona, na Região, de forma autónoma, estando, por conseguinte, pouco dependente de estratégias externas, nomeadamente de cadeias hoteleiras ou grupos internacionais.

Gráfico 5.7 – Número de unidades inquiridas por tipo de exploração



Em relação à estrutura do capital, o Gráfico 5.8 elucida sobre a situação em termos de percentagem do capital que é de origem local: 91,5% das unidades inquiridas possuem capitais exclusivamente da Região, o que é condizente com a preponderância de organizações independentes.

Gráfico 5.8 – Número de unidades inquiridas por percentagem de capital local



Para completar esta caracterização das unidades inquiridas, foram efectuados mais alguns cruzamentos entre variáveis e aplicados testes para verificar se existem diferenças significativas entre ilhas, de acordo com o ano de entrada em funcionamento e o número de quartos das unidades.

Começando pelo Quadro 5.13, pode-se observar que há uma afectação muito homogénea das unidades por ilha e ano de entrada em funcionamento.

Quadro 5.13 – Número de unidades inquiridas por ilha e ano de entrada em funcionamento

Ilha	Ano de entrada em funcionamento				Total
	Até 1986	1987-1993	1994-1999	2000-2002	
São Miguel	10	14	13	13	50
Terceira	7	4	2	5	18
Faial e Pico	3	2	5	4	14
Restantes ilhas	3	3	3	3	12
Total	23	23	23	25	94

Passando ao Quadro 5.14, verifica-se que há uma distribuição relativamente uniforme das unidades por ilha e dimensão em termos do número de quartos.

Quadro 5.14 – Número de unidades inquiridas por ilha e número de quartos

Ilha	Número de quartos			Total
	Até 10 quartos	11-30 quartos	Mais de 30 quartos	
São Miguel	21	14	15	50
Terceira	6	8	4	18
Faial e Pico	8	1	5	14
Restantes ilhas	6	3	3	12
Total	41	26	27	94

Efectuou-se ainda o cruzamento entre a personalidade jurídica e a dimensão das unidades em termos do número de quartos, como se mostra no Quadro 5.15.

Quadro 5.15 – Número de unidades inquiridas por personalidade jurídica e número de quartos

Personalidade jurídica	Número de quartos			Total
	Até 10 quartos	11-30 quartos	Mais de 30 quartos	
E.N.Ind.+Soc. Fam.	29	12	7	48
Sociedade por Quotas	10	10	8	28
Sociedade Anónima	2	4	12	18
Total	41	26	27	94

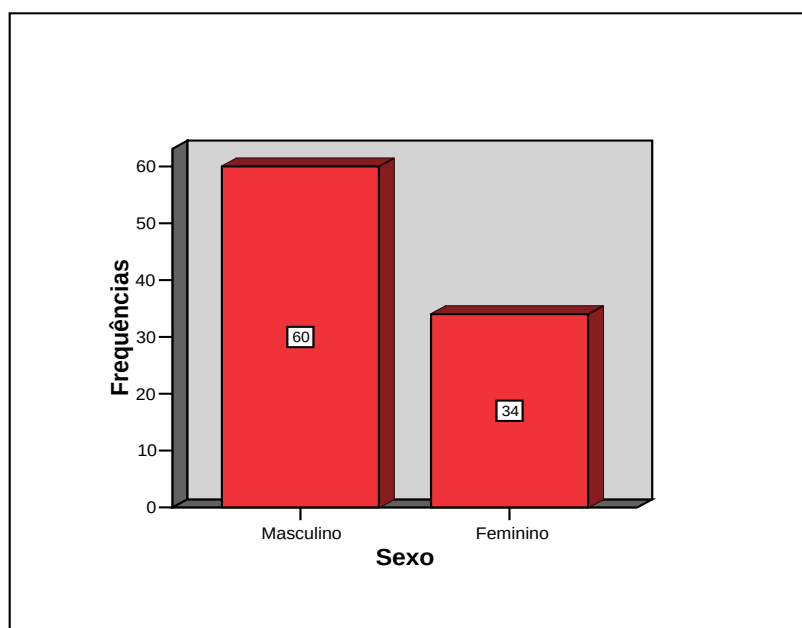
A aplicação da ANOVA permitiu confirmar que há diferenças estatisticamente significativas entre grupos ($p < 0,001$). Os resultados do teste de Games-Howell permitiram constatar que as sociedades anónimas têm, em média, um número de quartos significativamente superior às unidades sob a forma jurídica de empresários em nome individual e sociedades familiares ($p = 0,001$) e às sociedades por quotas ($p = 0,006$).

Terminada a caracterização dos empreendimentos turísticos, prossegue-se com a análise das características dos indivíduos responsáveis pela respectiva gestão, ou seja, os empresários.

Caracterização dos empresários

Tal como se pode visualizar no Gráfico 5.9, 63,8% dos empresários inquiridos são do sexo masculino e 36,2% do sexo feminino.

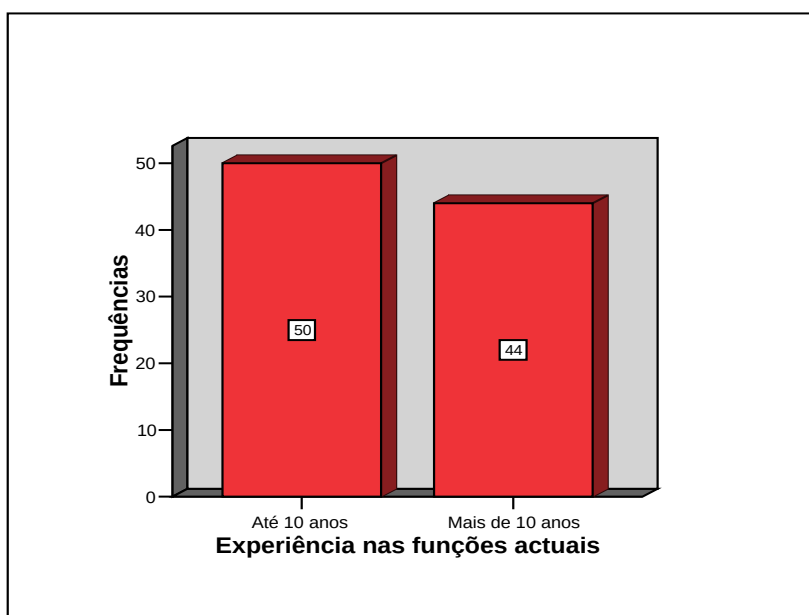
Gráfico 5.9 – Número de proprietários/gestores inquiridos por sexo



A experiência mínima dos proprietários/gestores inquiridos, nas funções actuais, é de 1 ano e a máxima de 47 anos. O estudo da variável “número de anos de experiência na actividade turística” revelou a existência de um *outlier* - tal como mencionado a propósito da análise das não respostas e dos *outliers* -, que foi classificado como *outlier* moderado. Trata-se do caso de um empresário que tem 47 anos de experiência. Para verificar se este caso afecta muito os resultados, calcularam-se as medidas de tendência central com e sem a sua presença, para efeitos de comparação. Na análise com o *outlier*, o número médio de anos de experiência na actividade turística é de 12,79, a mediana é 10 e a média aparada a 5% é de 12,04. O desvio padrão é 10,064. Excluindo o *outlier* da análise, a média é 12,42 anos, a mediana mantém-se em 10, a média aparada a 5% passa para 11,8 anos e o desvio padrão para 9,462. Em ambas as situações, uma das modas é igual a 4 anos, embora haja múltiplas modas. Pode-se concluir, da comparação destes valores, que o *outlier* não produz efeitos significativos nos resultados, pelo que a análise subsequente irá incluir este caso.

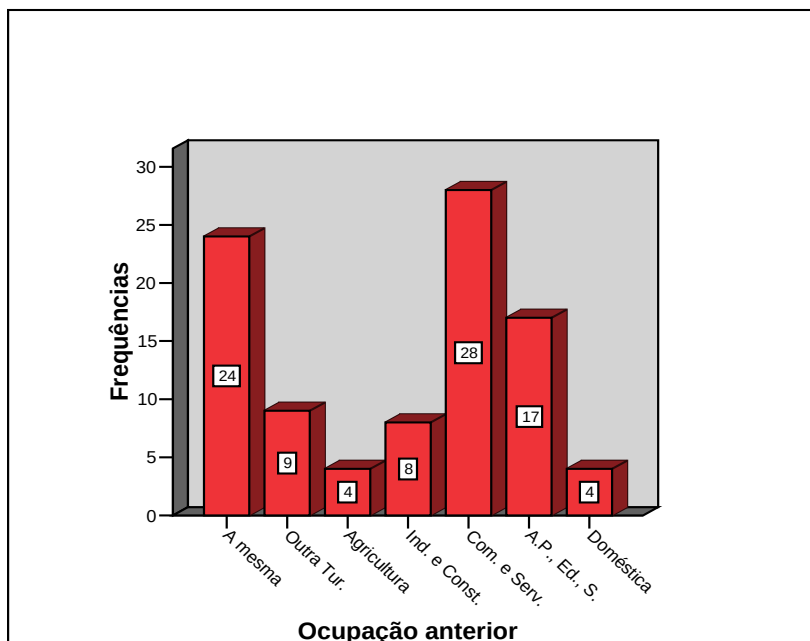
Para efeitos de análise, os dados foram agrupados em duas classes: até 10 anos de experiência (53,2% dos casos) e mais de 10 anos (46,8% dos casos), como se mostra no Gráfico 5.10.

Gráfico 5.10 – Número de proprietários/gestores inquiridos por experiência nas funções actuais



Observe-se, agora, o Gráfico 5.11, onde se apresenta a ocupação anterior do responsável pela gestão (uma vez que nem todos os empresários exerceram sempre esta profissão).

Gráfico 5.11 – Número de proprietários/gestores inquiridos por ocupação anterior



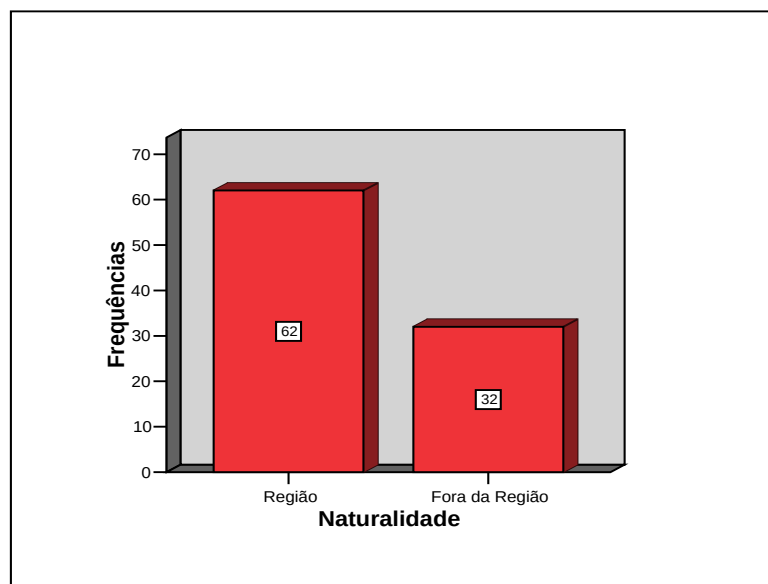
Constata-se que apenas 25,5% dos proprietários/gestores inquiridos exerceram sempre as mesmas funções no subsector do alojamento turístico, sendo que 9,6% já tinham exercido outra profissão no sector do turismo. Quanto àqueles que tiveram uma ocupação anterior noutra actividade, apurou-se que 29,8% trabalhavam no Comércio e Serviços, 18,1% na Administração Pública, Educação e Saúde, 8,5% na Indústria e

Construção, 4,3% na Agricultura. De referir, ainda, que 4,3% eram anteriormente Domésticas.

Para efeitos de análise, os dados foram agrupados em dois grupos: empresários com ocupação anterior no turismo (35,1% dos casos) e empresários com ocupação anterior noutra actividade (64,9% dos casos).

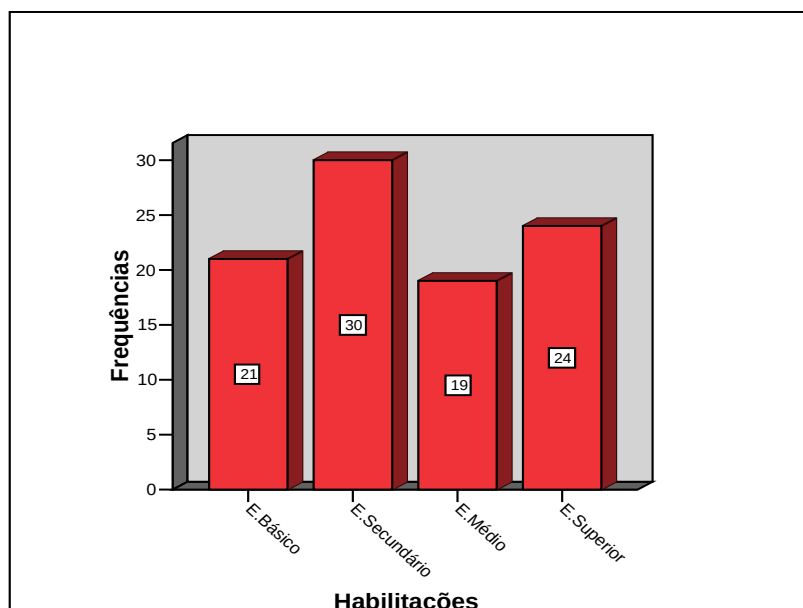
Relativamente à naturalidade, é de realçar que a maioria destes responsáveis pela gestão das unidades é natural dos Açores (66%), sendo os restantes de fora da Região (44%), tal como se ilustra no Gráfico 5.12.

Gráfico 5.12 – Número de proprietários/gestores inquiridos por naturalidade



No que se refere às habilitações literárias, e de acordo com a representação constante do Gráfico 5.13, verifica-se que há uma distribuição muito uniforme pelos quatro grupos considerados: 22,3% têm o Ensino Básico, 31,9% têm o Ensino Secundário, 20,2% têm o Ensino Médio e 25,5% têm o Ensino Superior.

Gráfico 5.13 – Número de proprietários/gestores inquiridos por habilitações literárias



Foi incluída uma pergunta no questionário para permitir apurar se os empresários inquiridos tinham formação específica na área do turismo. Foram 34% os que responderam afirmativamente à questão.

Cruzando esta variável com as habilitações literárias, tal como se apresenta no Quadro 5.16, e conjugando com a informação transmitida por ocasião da entrevista, observa-se que apenas 9 destes empresários têm um bacharelato, licenciatura ou mestrado na área do turismo e/ou hotelaria, enquanto os restantes 23 frequentaram cursos ou acções de formação, de curta duração, ministrados em escolas de formação profissional (cursos de guia/intérprete, guia/transferista, decoração, recepcionista, mesa e bar, etc.). É de realçar, ainda, que a maior parte dos empresários que têm formação específica na área do turismo possuem um nível de habilitações correspondente ao Ensino Secundário (53,1%).

Quadro 5.16 – Número de proprietários/gestores inquiridos por formação específica na área do turismo e habilitações literárias

Formação específica na área do turismo	Habilitações literárias				Total
	Ensino Básico	Ensino Secundário	Ensino Médio	Ensino Superior	
Sim	6	17	4	5	32
Não	15	13	15	19	62
Total	21	30	19	24	94

Foi igualmente efectuado o cruzamento entre a formação específica na área do turismo e os três grupos de classificação dos empreendimentos turísticos, acima estabelecidos (ver Quadro 5.17).

Quadro 5.17 – Número de proprietários/gestores inquiridos por formação específica na área do turismo e classificação das unidades

Formação específica na área do turismo	Classificação das unidades			Total
	H.T.4*+H.T.3*	H.T. 2*+Pensões	T.E.R.	
Sim	19	5	8	32
Não	14	19	29	62
Total	33	24	37	94

Conclui-se que a maioria dos empresários que têm formação específica na área do turismo estão a gerir unidades da hotelaria tradicional de quatro e três estrelas (59,4%). Contudo, existe uma grande percentagem de proprietários/gestores que não têm qualificação profissional no turismo: 42,4%, no caso da hotelaria tradicional de quatro e três estrelas, 79,2% no caso da hotelaria tradicional de duas estrelas e pensões e 78,4% no caso do turismo em espaço rural.

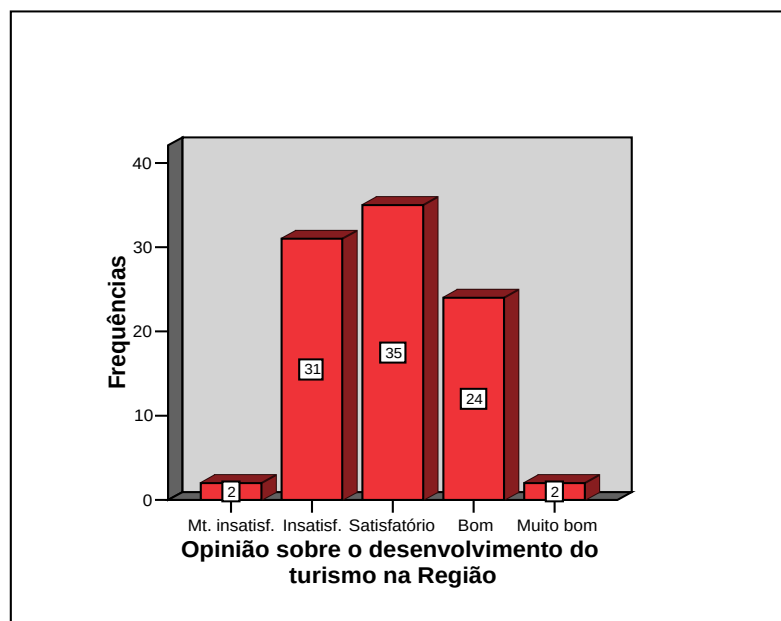
5.3 Opinião dos empresários sobre o turismo na Região

Esta secção é dedicada à análise da opinião e expectativas dos empresários em relação ao desenvolvimento do turismo na Região. Para dar resposta às questões da investigação, são apresentadas algumas medidas de estatística descritiva, bem como testes estatísticos, nomeadamente o teste *t* para duas amostras independentes e a análise de variância paramétrica simples (ANOVA), tendo-se verificado antecipadamente as respectivas condições de aplicabilidade, tal como se indicou no início da secção anterior.

- **Desenvolvimento do turismo na Região**

Perguntou-se a opinião dos empresários em relação ao desenvolvimento do turismo na Região na actualidade. Foi fornecida uma grelha de resposta, utilizando uma escala de Likert de cinco pontos, que variava entre 1, “Muito insatisfatório” e 5, “Muito bom”, sendo o ponto médio, 3, correspondente a “Satisfatório” (ver Gráfico 5.14).

Gráfico 5.14 – Número de empresários inquiridos por opinião sobre o desenvolvimento do turismo na Região



A média global das respostas foi de 2,93, situando-se entre o “Insatisfatório” e o “Satisfatório” e o desvio padrão de 0,871, ou seja, não houve grande dispersão nas respostas.

Foram aplicados o teste *t* para duas amostras independentes e a ANOVA, no sentido de verificar a existência de diferenças significativas na opinião dos empresários em estudo, tendo em conta as características do empreendimento turístico (tipo de empreendimento, classificação, ano de entrada em funcionamento, personalidade jurídica, localização por ilha e dimensão em termos de número de quartos) e/ou do empresário (sexo, experiência profissional, ocupação anterior, naturalidade, habilitações e formação específica na área do turismo). Os resultados permitiram concluir que, ao nível de 5%, não existem diferenças significativas de opinião entre os empresários em função destas variáveis, o que permite responder negativamente à Questão 1.

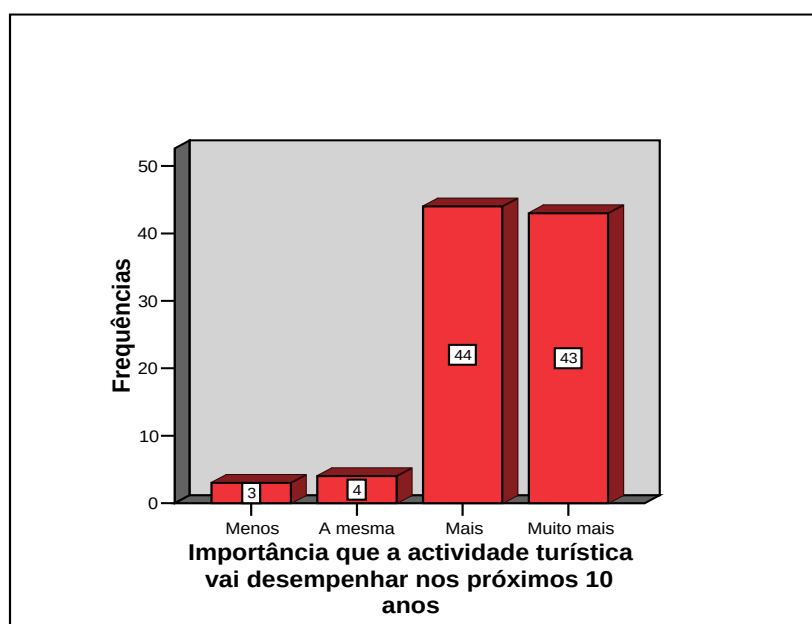
- **Importância que a actividade turística vai desempenhar nos Açores nos próximos 10 anos**

Foi colocada uma questão para avaliar a importância que a actividade turística vai desempenhar nos Açores nos próximos 10 anos. O grau de importância foi medido

através de uma escala de Likert de cinco pontos, que variava entre 1, “Muito menos” e 5, “Muito mais”, sendo o ponto médio, 3, correspondente a “A mesma”.

Tal como se pode observar no Gráfico 5.15, não houve respostas para “Muito menos”, registando-se uma forte concentração em “Mais” (46,8%) e “Muito mais” (45,7%).

Gráfico 5.15 – Número de empresários inquiridos por importância que a actividade turística vai desempenhar nos Açores nos próximos 10 anos



A média global das respostas foi de 4,35, situando-se entre o “Mais” e o “Muito mais” e o desvio padrão de 0,714, ou seja, não se registando grande variabilidade nas respostas.

Os resultados do teste *t* e da ANOVA permitem afirmar que, ao nível de 5%, não há diferenças estatisticamente significativas na importância média atribuída pelos inquiridos por tipo de empreendimento (hotelaria tradicional e turismo em espaço rural), sexo, experiência profissional, ocupação anterior, naturalidade, habilitações e formação específica na área do turismo. No entanto, os resultados destes testes apontam para a existência de diferenças significativas entre grupos por ano de entrada em funcionamento do empreendimento turístico e por personalidade jurídica da entidade exploradora.

No primeiro caso (ver Quadro 5.18), de acordo com o teste *t*, há diferenças de opinião entre os empresários das unidades que entraram em funcionamento depois de 1993 e

aqueles cuja exploração se iniciou até 1993. Os empresários das unidades relativamente mais recentes acham que o turismo vai ter uma importância significativamente maior nos próximos 10 anos.

Quadro 5.18 – Média da importância que a actividade turística vai desempenhar nos Açores, nos próximos 10 anos, por ano de entrada em funcionamento da unidade

Ano de entrada em funcionamento	Valor médio	Probabilidade
Até 1993	4,20	$p = 0,038$
Depois de 1993	4,50	

No segundo caso (ver Quadro 5.19), de acordo com a ANOVA, é possível afirmar que a importância atribuída ao desenvolvimento do turismo, nos próximos 10 anos, pelos empresários da classe das sociedades anónimas é significativamente superior à da classe que inclui os empresários em nome individual e as sociedades familiares ($p=0,022$).

Quadro 5.19 – Média da importância que a actividade turística vai desempenhar nos Açores, nos próximos 10 anos, por personalidade jurídica da entidade exploradora

Personalidade jurídica	Valor médio	Probabilidade
E.N.I. + Sociedades familiares	4,15	$p = 0,011$
Sociedades por quotas	4,50	
Sociedades anónimas	4,67	

Os resultados obtidos permitem responder afirmativamente à Questão 2, pois constata-se que as expectativas dos empresários quanto à importância que a actividade turística vai ter, na Região, nos próximos 10 anos, diferem significativamente em função do ano de entrada em funcionamento do empreendimento turístico e da personalidade jurídica da entidade exploradora.

- **Actividades com maior potencial de crescimento na Região**

Pediu-se aos empresários para hierarquizarem as três actividades económicas que, na sua opinião, apresentassem maior potencial de crescimento na Região, a fim de se aferir se há uma visão partilhada ou divergente em relação ao futuro. Para o 1º lugar, obtiveram-se 95,7% de respostas, para o 2º lugar, 89,4% e para o 3º lugar, 81,9%, o que denota dificuldade por parte de alguns empresários em enumerar mais do que uma actividade económica com potencialidades para crescimento nos Açores.

As respostas foram agrupadas em categorias, fazendo uma aproximação à CAE – Rev. 2, aprovada pelo Decreto-Lei nº 182/93, de 14 de Maio. Por essa razão, as respostas, nalguns casos, foram enquadradas na mesma actividade, pois houve, por exemplo, quem mencionasse sempre actividades relacionadas com o turismo ou com a agricultura e produção animal. Relativamente às actividades que foram citadas em primeiro lugar (ver Quadro 5.20), evidenciou-se o Alojamento e Restauração (85,6%) seguindo-se, a grande distância, a Agricultura e Produção Animal (7,8%), a Pesca (3,3%), a Indústria Transformadora, principalmente os lacticínios (2,2%) e a Construção (1,1%).

Quadro 5.20 – Actividades económicas com maior potencial de crescimento na Região mencionadas em 1º lugar

Actividades Económicas 1º lugar	Frequências	Percentagem
Alojam./Restauração	77	85,6%
Agric./Prod.Animal	7	7,8%
Pesca	3	3,3%
Ind. Transformadora	2	2,2%
Construção	1	1,1%
Total	90	100,0%

Em segundo lugar (ver Quadro 5.21), foi a Agricultura e Produção Animal que mereceu o maior destaque (28,6%), mas seguida de muito perto pelo Alojamento e Restauração (23,8%). Depois temos a Pesca (13,1%), a Construção (10,7%), as Actividades Imobiliárias e Serviços Prestados às Empresas (8,3%), as Outras Actividades de Serviços (7,1%), a Indústria Transformadora (3,6%), o Comércio (2,4%) e os Transportes (2,4%).

Quadro 5.21 – Actividades económicas com maior potencial de crescimento na Região mencionadas em 2º lugar

Actividades Económicas 2º lugar	Frequências	Percentagem
Agric./Prod.Animal	24	28,6%
Alojam./Restauração	20	23,8%
Pesca	11	13,1%
Construção	9	10,7%
Serviços às Empresas	7	8,3%
Outras Act. Serviços	6	7,1%
Ind. Transformadora	3	3,6%
Comércio	2	2,4%
Transportes	2	2,4%
Total	84	100,0%

Em terceiro lugar (ver Quadro 5.22), foi a Pesca que obteve a maior percentagem de respostas (24,7%), seguindo-se a Agricultura e Produção Animal (19,5%), as Actividades Imobiliárias e Serviços Prestados às Empresas (14,3%), as Outras Actividades de Serviços (11,7%) e a Indústria Transformadora (9,1%). Com menor expressão temos o Alojamento e Restauração (7,8%), a Construção (5,2%), o Comércio (3,9%), os Transportes (2,6%) e a Educação (1,3%).

Quadro 5.22 – Actividades económicas com maior potencial de crescimento na Região mencionadas em 3º lugar

Actividades Económicas 3º lugar	Frequências	Percentagem
Pesca	19	24,7%
Agric./Prod.Animal	15	19,5%
Serviços às Empresas	11	14,3%
Outras Act. Serviços	9	11,7%
Ind. Transformadora	7	9,1%
Alojam./Restauração	6	7,8%
Construção	4	5,2%
Comércio	3	3,9%
Transportes	2	2,6%
Educação	1	1,3%
Total	77	100,0%

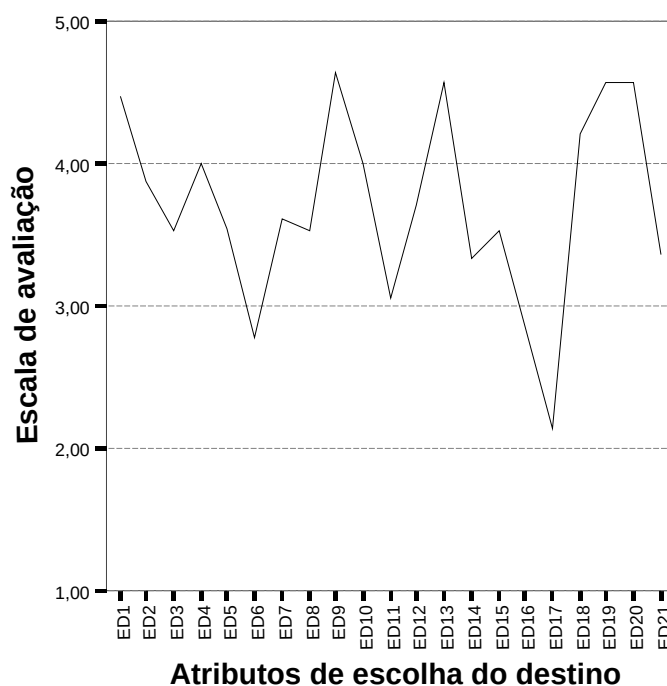
Verificou-se um forte consenso nas opiniões transmitidas pelos empresários relativamente às actividades com maior potencial de crescimento nos Açores, como demonstram os resultados deste apuramento: as actividades ligadas ao turismo, a agricultura e produção animal, a pesca, os serviços, as agro-indústrias, o comércio e a construção. Estes resultados permitem responder afirmativamente à Questão 3.

5.4 Importância atribuída pelos turistas a um conjunto de atributos na escolha do destino turístico Açores, de acordo com as percepções dos empresários

Foi introduzida uma pergunta no questionário para avaliar as percepções dos empresários quanto à importância atribuída pelos turistas que pernoitam nas suas unidades em relação a um conjunto de 21 atributos na escolha do destino turístico Açores. O grau de importância foi aferido através de uma escala de Likert de cinco pontos, que variava entre 1, “Muito pouco importante” e 5, “Muito importante”, sendo 3, o ponto médio, correspondente a “Medianamente importante”.

No Gráfico 5.16 apresenta-se a média para os 21 atributos (ver significado das siglas ED1 a ED21 no Quadro 5.23).

Gráfico 5.16 – Média da importância atribuída a um conjunto de atributos na escolha do destino, na opinião dos empresários



Tomando como referência a média global para os 21 atributos, que é igual a 3,70, constata-se que 10 foram considerados relativamente mais importantes na escolha dos Açores como destino turístico, sendo de destacar seis, para os quais a média foi superior a 4: paisagem (ED9), tranquilidade (ED19), natureza (ED13), segurança (ED20), singularidade do destino (ED1) e hospitalidade dos residentes (ED18).

Num conjunto de 11 atributos considerados relativamente menos importantes – ou seja, com uma média inferior a 3,70 –, realçam-se três, que obtiveram uma média inferior a 3: manifestações e eventos religiosos (ED16), convívio com amigos ou familiares (ED6) e oportunidades para fazer compras (ED17).

No Quadro 5.23 pode-se observar a média e o desvio padrão para os 21 atributos, por ordem decrescente das médias.

Quadro 5.23 – Medidas de estatística descritiva para a importância atribuída a um conjunto de atributos na escolha do destino, na opinião dos empresários, por ordem decrescente das médias

Atributos	N	Média	Desvio Padrão
ED9 - Paisagem	94	4,63	,548
ED19 - Tranquilidade, ritmo de vida	94	4,57	,613
ED13 - Natureza, fauna e flora, vulcanismo	94	4,56	,578
ED20 - Segurança	94	4,56	,540
ED1 - Singularidade do destino	93	4,47	,669
ED18 - Hospitalidade dos residentes	94	4,21	,760
ED10 - Gastronomia	94	3,99	,849
ED4 - Disponibilidade/qualidade do alojamento	94	3,99	,874
ED2 - Acessibilidade à região	93	3,87	1,163
ED12 - Património histórico e arquitectónico	94	3,71	,935
ED7 - Nível de preços	94	3,60	1,051
ED5 - Disponibilidade/qualidade dos transportes locais	94	3,54	1,094
ED3 - Packages disponíveis, circuito pelas ilhas	94	3,53	1,002
ED15 - Praias e zonas balneares	94	3,53	1,002
ED8 - Prática de desportos e actividades de lazer	94	3,52	,889
ED21 - Actividades para toda a família	94	3,35	1,044
ED16 - Manifestações e eventos culturais	94	3,33	,860
ED11 - Actividades de animação, entretenimento	94	3,05	1,158
ED16 - Manifestações e eventos religiosos	94	2,86	,863
ED6 - Convívio com amigos ou familiares	94	2,78	,985
ED17 - Oportunidades para fazer compras	94	2,13	,907
Média global		3,70	

Comparando os valores do desvio padrão, verifica-se que a segurança (ED20) e a paisagem (ED9) apresentam os valores mais baixos, pelo que a dispersão das respostas quanto à sua importância é menor relativamente aos outros atributos, com especial destaque para a acessibilidade à Região (ED2) e as actividades de animação/entretenimento/vida nocturna (ED11), que apresentam os valores mais elevados e, portanto, um menor consenso nas respostas.

Respondendo à Questão 4, tem-se que, na opinião dos empresários, os atributos que os turistas consideram mais importantes na escolha do destino turístico Açores são a paisagem, a tranquilidade, a natureza, a segurança, a singularidade do destino e a hospitalidade dos residentes.

5.5 Determinação dos factores subjacentes à escolha do destino turístico, de acordo com as percepções dos empresários

Foi aplicada a análise factorial ao conjunto dos 21 atributos com o propósito de determinar os factores subjacentes à escolha do destino turístico, de acordo com as percepções dos empresários.

O teste de esfericidade de Bartlett, com um valor para a estatística do Qui-quadrado de 658,448 e um nível de significância associado inferior a 0,001, aponta para a existência de correlações entre as variáveis, permitindo prosseguir com a análise factorial (Hill e Hill, 2002). A medida de associação de Keiser-Meyer-Olkin (KMO), que varia entre zero e um, compara, por seu turno, as correlações simples com as parciais, observadas entre as variáveis (Pestana e Gageiro, 2000). Neste caso, KMO é 0,725, valor que considera a análise factorial média (Pestana e Gageiro, 2000). Quando a amostra é grande, como é o caso, aconselha-se a utilizar o valor de KMO em vez do teste de Bartlett, porque este último é sensível ao tamanho da amostra, apresentando quase sempre um valor de Qui-quadrado significativo (Hill e Hill, 2002).

Entre os vários métodos disponíveis para extrair os factores, foi seleccionado o método dos eixos principais, pois é considerado o mais útil quando se pretende maximizar a variância explicada pelos factores (Hill e Hill, 2002). Aplicando este método de extracção aos 21 atributos de escolha do destino, foram obtidos, pelo critério de Kaiser, seis factores, correspondentes ao número de valores próprios maiores do que um, que explicam 50,58% da variância comum (após a extracção). Aplicou-se uma rotação oblíqua aos factores, utilizando o método de rotação *Direct Oblimin* (com Delta = 0), uma vez que se pressupõe a existência de correlação entre os factores (Pestana e Gageiro, 2000). Este procedimento visa facilitar a respectiva interpretação.

A análise de fiabilidade da escala, que é definida como a proporção da variabilidade nas respostas que resulta de diferenças nos inquiridos (Pestana e Gageiro, 2000), foi efectuada recorrendo ao alfa de Cronbach como medida de consistência interna, dado que estamos perante escalas de avaliação. O resultado proporcionou um coeficiente de alfa de Cronbach de 0,828 para o conjunto dos 21 atributos, o que se pode considerar bom (Hill e Hill, 2002). O valor dos coeficientes alfa para os seis factores varia entre

0,525 e 0,741, o que se considera aceitável. Os resultados destas análises podem observar-se no Quadro 5.24.

Quadro 5.24 – Resultados da aplicação da análise factorial com o método dos eixos principais e a rotação oblíqua Direct Oblimin aos atributos de escolha do destino, de acordo com as percepções dos empresários

Atributos	Pesos nos Factores						Comunalidades
	F1	F2	F3	F4	F4	F6	
Factor 1: Património cultural e convívio	F1						
Manifestações e eventos culturais	0,795						0,733
Património histórico e arquitectónico	0,776						0,641
Manifestações e eventos religiosos	0,753						0,399
Hospitalidade dos residentes	0,681						0,524
Convívio com amigos ou familiares	0,661						0,229
Factor 2: Tranquilidade e segurança		F2					
Tranquilidade, ritmo de vida		0,670					0,542
Segurança		0,632					0,473
Actividades para toda a família		0,465					0,284
Factor 3: Paisagem e natureza			F3				
Paisagem			0,843				0,738
Singularidade do destino			0,527				0,338
Natureza, fauna e flora, vulcanismo			0,512				0,433
Factor 4: Actividades desportivas e de lazer				F4			
Praias e zonas balneares				0,783			0,642
Fazer compras				0,553			0,534
Prática de desportos e actividades de lazer				0,294			0,290
Factor 5: Entretenimento e nível de preços					F5		
Actividades de animação, entretenimento					0,680		0,625
Nível de preços					0,494		0,367
Packages disponíveis, circuito pelas ilhas					0,471		0,446
Gastronomia					0,428		0,497
Factor 6: Transportes e alojamento						F6	
Acessibilidade à Região						0,821	0,787
Disponibilidade/qualidade do alojamento						0,482	0,557
Disponibilidade/qualidade dos transportes locais						0,464	0,542
Fiabilidade total da escala	0,828						
Valor próprio*	2,904	1,982	1,947	2,165	2,252	2,442	
Alfa de Cronbach	0,741	0,525	0,630	0,596	0,717	0,726	
Número de Atributos (Total = 21)	5	3	3	3	4	3	

* Após a extracção e rotação

Nota: quando os factores estão correlacionados, a soma dos quadrados dos pesos dos factores para cada variável não pode ser adicionada para se obter a variância total.

O Factor 1 foi apelidado de **“Património cultural e convívio”** porque nele têm maior peso os atributos respeitantes a manifestações e eventos culturais, património histórico e arquitectónico, hospitalidade dos residentes, manifestações e eventos religiosos e convívio com amigos ou familiares. O Factor 2 foi denominado de **“Tranquilidade e segurança”** porque nele assumem maior peso os atributos que têm a ver com tranquilidade/ritmo de vida, segurança e actividades para toda a família. O Factor 3 foi rotulado de **“Paisagem e natureza”**, pois nele têm maior peso os atributos que dizem respeito à paisagem, singularidade do destino (condições naturais e identidade cultural) e natureza/fauna e flora/vulcanismo. Quanto ao Factor 4, foi escolhida a denominação de **“Actividades desportivas e de lazer”**, porque os atributos relativos a praias e zonas balneares, oportunidades para fazer compras e prática de desportos e actividades de lazer foram os que mais contribuíram para a formação do factor. O Factor 5 foi chamado de **“Entretenimento e nível de preços”**, por nele terem maior contributo os atributos relativos a actividades de animação/entretenimento, nível de preços, *packages* disponíveis/circuito pelas ilhas e gastronomia. Relativamente ao Factor 6, onde assumem maior peso os atributos de acessibilidade à Região, disponibilidade/qualidade do alojamento e disponibilidade/qualidade dos transportes locais, adoptou-se o nome de **“Transportes e alojamento”**.

Para averiguar a existência de diferenças significativas no grau de importância atribuído pelos empresários aos seis factores subjacentes à escolha do destino turístico, atendendo às características do empreendimento turístico (tipo de empreendimento, classificação, ano de entrada em funcionamento, personalidade jurídica, localização por ilha e dimensão em termos de número de quartos) e do empresário (sexo, experiência profissional, ocupação anterior, naturalidade, habilitações e formação específica na área do turismo), aplicaram-se testes *t* para duas amostras independentes e a ANOVA.

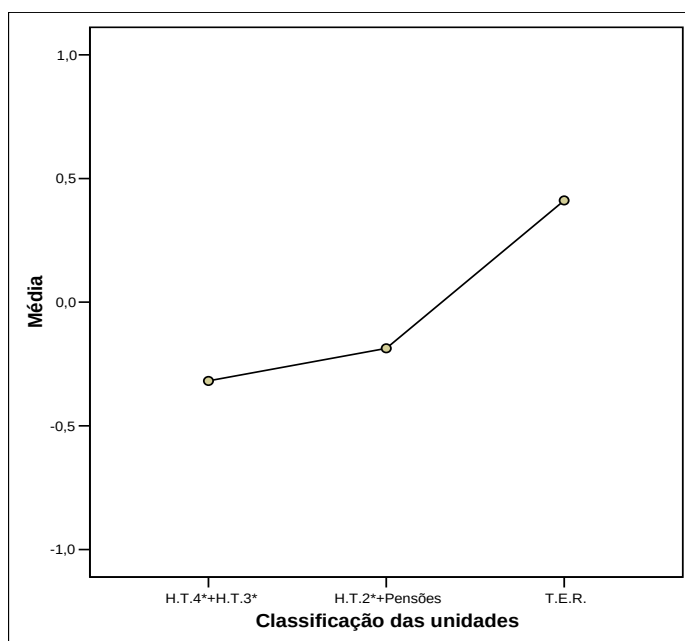
Consideraram-se, como variáveis dependentes, os seis factores resultantes da análise factorial acima efectuada e, como variáveis independentes, as relativas às características das unidades de alojamento turístico e dos responsáveis pela respectiva gestão.

Relativamente ao tipo de empreendimento, os resultados do teste *t* permitiram identificar que os empresários das unidades de hotelaria tradicional atribuem uma importância significativamente menor do que os do turismo em espaço rural ao Factor

2, “Tranquilidade e segurança” ($p<0,001$) e ao Factor 3, “Paisagem e natureza” ($p=0,001$).

Quanto à classificação das unidades (classes), os resultados da ANOVA permitiram constatar diferenças entre grupos apenas para o caso do Factor 2, “Tranquilidade e segurança” ($p=0,001$). Apresenta-se, de seguida, o gráfico das respectivas médias.

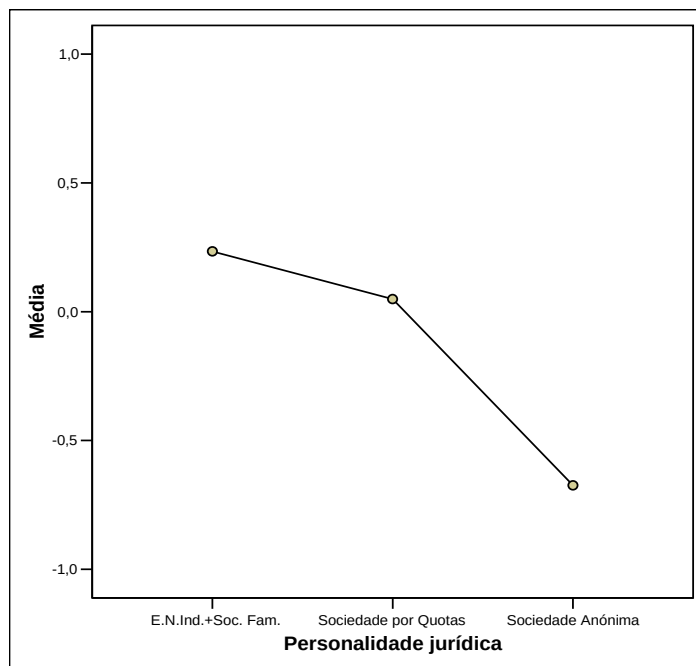
Gráfico 5.17 – Média da importância atribuída ao Factor 2, “Tranquilidade e segurança”, por classificação das unidades



De acordo com os resultados do teste de Games-Howell, verifica-se que as unidades de hotelaria tradicional de quatro e três estrelas atribuem uma importância significativamente menor ao Factor 2, “Tranquilidade e segurança”, do que as unidades do turismo em espaço rural ($p=0,001$).

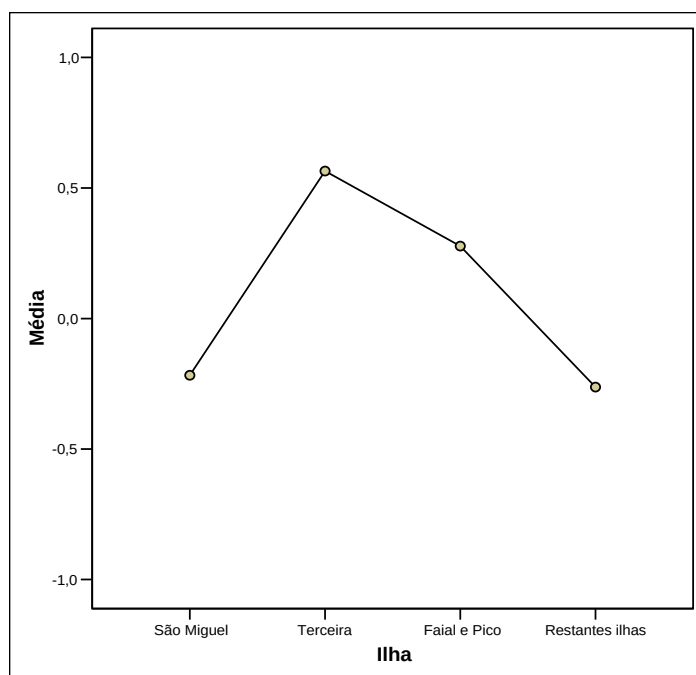
Relativamente à personalidade jurídica da entidade exploradora, onde se tiveram em conta três classes, os resultados da aplicação da ANOVA permitiram constatar a existência de diferenças significativas entre grupos para o caso do Factor 3, “Paisagem e natureza” ($p=0,001$). O Gráfico 5.18 apresenta as médias da importância atribuída a este factor por personalidade jurídica (classes). Os resultados do teste *post hoc* de Bonferroni indicaram que o grau de importância atribuído pelos empresários em nome individual e sociedades familiares à “Paisagem e natureza” é significativamente superior ao atribuído pelos empresários das sociedades anónimas ($p=0,001$).

Gráfico 5.18 – Média da importância atribuída ao Factor 3, “Paisagem e natureza”, por personalidade jurídica da entidade exploradora



No que respeita à variável “ilha”, onde se consideraram quatro grupos – São Miguel, Terceira, Faial e Pico e Restantes ilhas – os resultados da ANOVA apontaram para a existência de diferenças estatisticamente significativas entre grupos relativamente ao Factor 1, “Património cultural e convívio” ($p=0,007$). As médias encontram-se representadas no Gráfico 5.19.

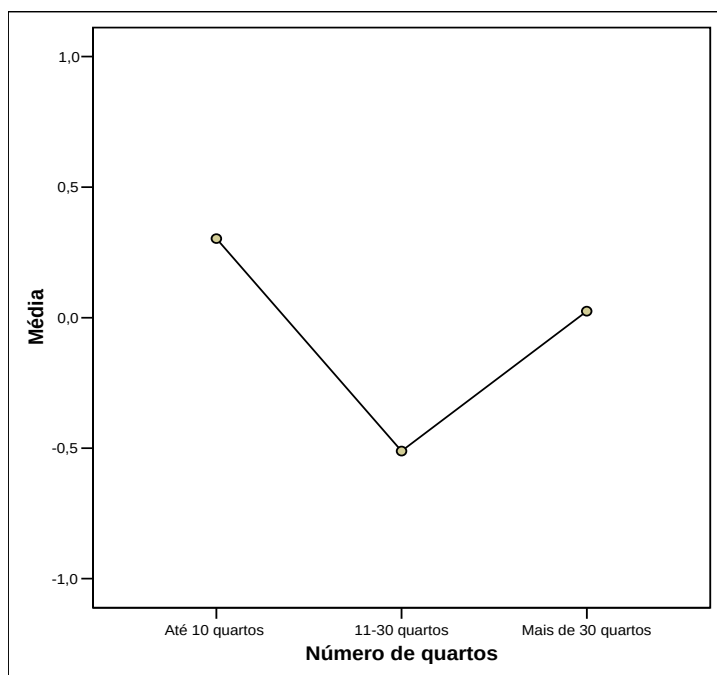
Gráfico 5.19 – Média da importância atribuída ao Factor 1, “Património cultural e convívio”, por ilha



Os empresários da Terceira são os que atribuem maior importância ao “Património cultural e convívio” como factor subjacente à escolha do destino, sendo a média deste grupo significativamente superior à dos empresários de São Miguel ($p<0,001$), de acordo com os resultados do teste de Games-Howell. É provável que a elevada importância atribuída a este factor esteja relacionada com o facto de Angra do Heroísmo estar classificada pela UNESCO como Cidade Património Mundial.

Tendo em conta a dimensão das unidades inquiridas, em termos do número de quartos, onde se consideraram três escalões, os resultados da ANOVA indicaram a existência de diferenças estatisticamente significativas entre grupos em relação ao Factor 2, “Tranquilidade e segurança” ($p=0,001$). Segue-se a representação gráfica das médias para o Factor 2, comentando-se os resultados do teste *post hoc* de Bonferroni.

Gráfico 5.20 – Média da importância atribuída ao Factor 2, “Tranquilidade e segurança”, por número de quartos



Os empresários das unidades de menor dimensão (até 10 quartos) são os que atribuem uma importância mais elevada à “Tranquilidade e segurança”, embora a diferença de médias só seja estatisticamente significativa em relação ao escalão de 11 a 30 quartos ($p<0,001$).

Por último, verificou-se não haver diferenças estatisticamente significativas entre grupos, ao nível de 5%, em função das variáveis “ano de entrada em funcionamento do

empreendimento” e “sexo”, “experiência profissional”, “ocupação anterior”, “naturalidade”, “habilitações” e “formação específica na área do turismo”, relativas ao empresário.

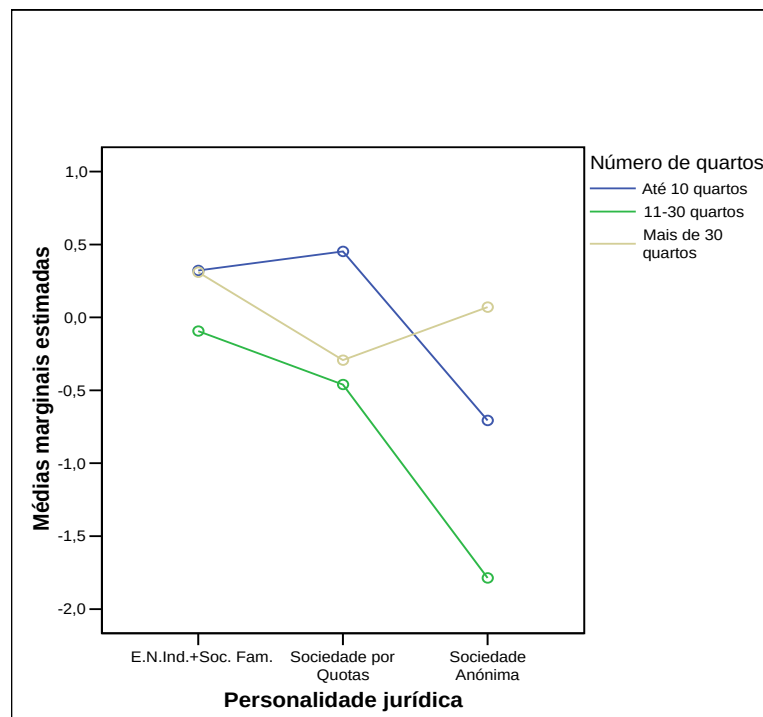
Para dar resposta à Questão 5, os resultados obtidos permitem afirmar que a importância atribuída pelos empresários aos factores subjacentes à escolha do destino turístico difere consoante as características dos empreendimentos que estão sob a sua gestão (tipo de empreendimento, classificação, personalidade jurídica, localização por ilha e dimensão).

De seguida, foi testada a existência de diferenças estatisticamente significativas no grau de importância atribuído aos seis factores de escolha do destino com base no efeito conjunto das seguintes variáveis, recorrendo à análise de variância multivariada (MANOVA): “número de quartos” e “personalidade jurídica”; “número de quartos” e “ilha”; “número de quartos” e “classificação”; “personalidade jurídica” e “ilha”; “personalidade jurídica” e “classificação”; “classificação” e “ilha”. Comentam-se, subsequentemente, os resultados obtidos para o primeiro caso, que foi o único onde se constatarem diferenças.

Tanto os efeitos isolados do número de quartos (λ de Wilks = 0,669, $F = 2,895$, $p = 0,001$), da personalidade jurídica (λ de Wilks = 0,673, $F = 2,850$, $p = 0,001$) e de interacção destas duas variáveis (λ de Wilks = 0,618, $F = 1,683$, $p = 0,026$) são significativos. O efeito de interacção é significativo para os casos do Factor 2, “Tranquilidade e segurança” ($p = 0,010$), e do Factor 4, “Actividades desportivas e de lazer” ($p = 0,037$). Seguem-se as representações gráficas das médias da importância, por número de quartos e personalidade jurídica, para estes dois factores.

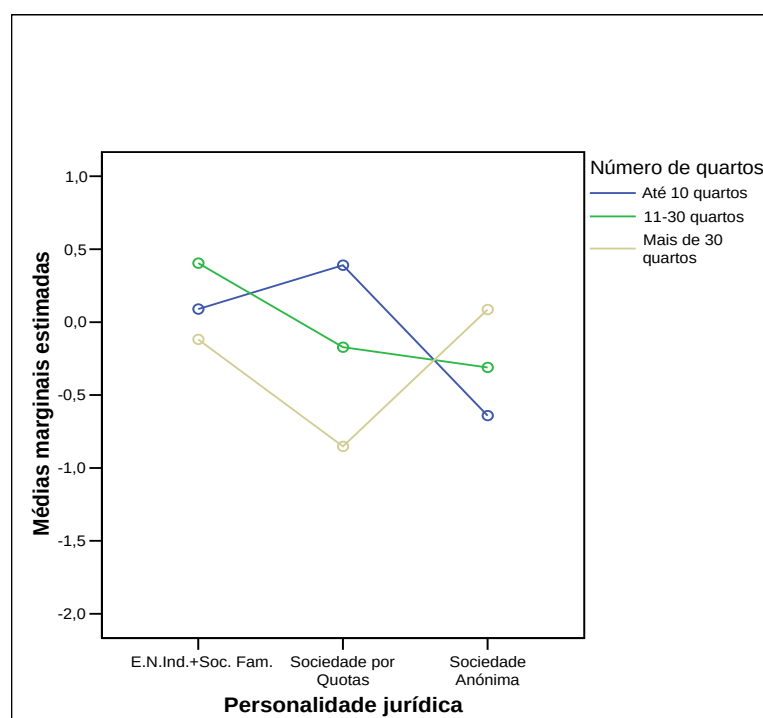
Observando o Gráfico 5.21, verifica-se que os empresários das unidades que têm entre 11 e 30 quartos atribuem uma importância significativamente menor do que os outros dois grupos a este factor, enquanto o grupo dos empresários em nome individual e sociedades familiares atribui uma importância significativamente superior a este factor em relação às sociedades anónimas. Neste caso, há efeito de interacção das variáveis “número de quartos” e “personalidade jurídica”.

Gráfico 5.21 – Média da importância atribuída à “Tranquilidade e segurança”, por número de quartos e personalidade jurídica



No que toca ao Factor 4, “Actividades desportivas e de lazer”, apesar de não haver diferenças significativas entre grupos, há efeito de interacção das variáveis “número de quartos” e “personalidade jurídica” (ver Gráfico 5.22).

Gráfico 5.22 – Média da importância atribuída às “Actividades desportivas e de lazer”, por número de quartos e personalidade jurídica



A importância atribuída às “Actividades desportivas e de lazer”, segundo a personalidade jurídica, não se distribui de modo idêntico consoante o número de quartos: enquanto nas sociedades anónimas são os estabelecimentos com mais de 30 quartos que atribuem maior importância, no caso das sociedades por quotas, são as unidades até 10 quartos e no caso dos empresários em nome individual e sociedades familiares, são as unidades que têm entre 11 e 30 quartos.

Em conclusão, verifica-se que o efeito de interacção das variáveis “número de quartos” e “personalidade jurídica”, em simultâneo, é significativo para o caso do Factor 2, “Tranquilidade e segurança”, e do Factor 4, “Actividades desportivas e de lazer”.

5.6 Avaliação da acessibilidade à Região, ligações inter-ilhas e respectivas infra-estruturas de apoio

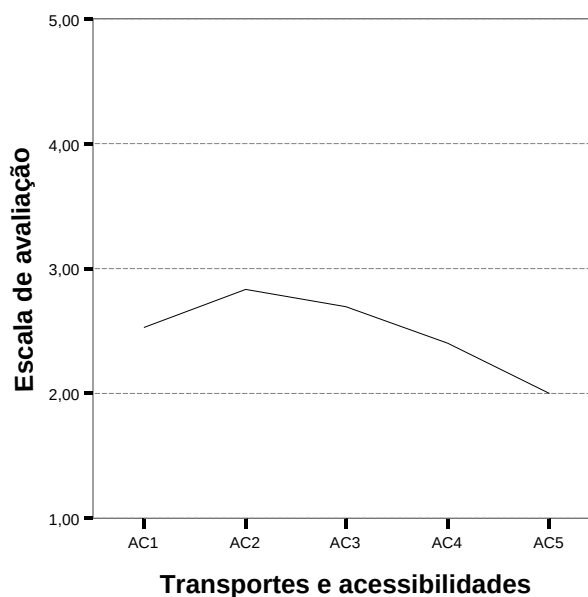
Pediu-se aos empresários para avaliarem a acessibilidade à Região em termos de transportes aéreos, as ligações aéreas e marítimas inter-ilhas e as respectivas infra-estruturas de apoio ao transporte, tendo em conta a importância dos transportes e acessibilidades para o desenvolvimento do turismo ao nível do destino.

Foi fornecida uma grelha de resposta, utilizando uma escala de Likert de cinco pontos, que variava entre 1, “Muito insatisfatório” e 5, “Muito bom”, sendo o ponto médio, 3, correspondente a “Satisfatório”.

A representação gráfica da média da avaliação atribuída aos cinco aspectos relativos aos transportes e acessibilidades encontra-se no Gráfico 5.23 (ver significado das siglas AC1 a AC5 no Quadro 5.25).

A média global das respostas foi de 2,50, situando-se entre o “Insatisfatório” e o “Satisfatório” e o desvio padrão de 0,787, não havendo grande variabilidade nas respostas. De uma forma geral, os empresários revelaram insatisfação em relação a estes aspectos, pois a média não atinge o valor 3, correspondente a “Satisfatório”, em qualquer dos elementos em avaliação.

Gráfico 5.23 – Média da avaliação atribuída aos transportes e acessibilidades na Região



Considerando que os valores acima de 2,50 denotam um nível de satisfação relativamente mais elevado, neste contexto, verifica-se que os inquiridos classificam comparativamente melhor as infra-estruturas aeroportuárias/aeroportos/aeródromos (AC2), as ligações aéreas inter-ilhas (AC3) e a acessibilidade à Região através de transporte aéreo (AC1), do que as ligações marítimas inter-ilhas (AC4) e as infra-estruturas portuárias/gares de apoio a passageiros (AC5).

No Quadro 5.25 apresentam-se as médias da avaliação atribuída a estes cinco aspectos, por ilha.

Quadro 5.25 – Média da avaliação atribuída aos transportes e acessibilidades na Região, por ilha

Transportes e acessibilidades	Ilha				
	São Miguel	Terceira	Faial e Pico	Restantes ilhas	Total
AC1 - Acessibilidade à Região através de transporte aéreo	2,67	2,11	2,43	2,67	2,53
AC2 - Infraestruturas aeroportuárias/aeroportos/aeródromos	3,08	2,11	2,86	2,92	2,84
AC3 - Ligações aéreas inter-ilhas	2,83	2,35	2,64	2,75	2,70
AC4 - Ligações marítimas inter-ilhas	2,38	2,44	2,29	2,58	2,41
AC5 - Infraestruturas portuárias/gares de apoio a passageiros	2,18	1,56	2,07	1,92	2,00

O aspecto que mereceu a melhor classificação por parte dos empresários de São Miguel, Faial e Pico e Restantes ilhas foi o que se prende com as infra-estruturas aeroportuárias, aeroportos e aeródromos (AC2). No caso da Terceira, foram as ligações marítimas inter-ilhas (AC4) que obtiveram a média mais elevada. Por outro lado, os empresários de

todas as ilhas atribuíram a pior classificação às infra-estruturas portuárias e gares de apoio a passageiros (AC5).

Para averiguar a existência de diferenças estatisticamente significativas por ilha foi utilizada a análise de variância simples paramétrica. Os resultados permitiram detectar diferenças significativas em dois aspectos: infra-estruturas aeroportuárias/aeroportos/aeródromos ($p<0,001$) e infra-estruturas portuárias/gares de apoio a passageiros ($p=0,004$). Atendendo aos resultados dos testes *post hoc* adequados a cada caso, constatou-se o seguinte:

- o Os empresários da Terceira atribuem uma avaliação significativamente inferior às infra-estruturas aeroportuárias, aeroportos e aeródromos do que os de São Miguel ($p<0,001$).
- o Os empresários da Terceira atribuem uma avaliação significativamente inferior às infra-estruturas portuárias e gares de apoio a passageiros do que os de São Miguel ($p=0,001$) e os do Faial e Pico ($p=0,002$).

Estes resultados permitem responder afirmativamente à Questão 6, pois verificou-se que a avaliação atribuída pelos empresários aos transportes e acessibilidades na Região difere por ilha.

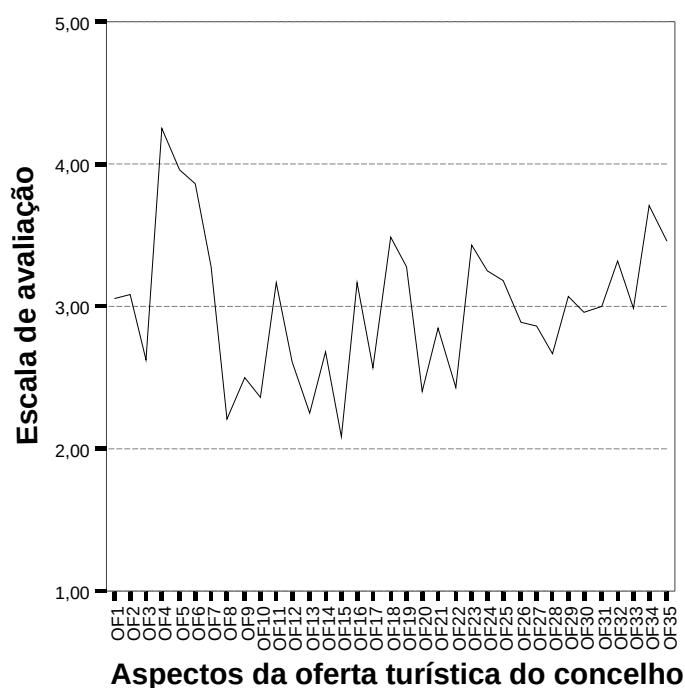
5.7 Avaliação da oferta turística do concelho

Para conhecer a opinião dos empresários em relação ao estado actual da oferta turística dos respectivos concelhos foi solicitada a avaliação de um conjunto de 35 aspectos, relacionados com as atracções e recursos naturais e patrimoniais, a qualidade do ambiente, a disponibilidade e qualificação dos recursos humanos no turismo, os equipamentos e serviços turísticos e, por último, as infra-estruturas e serviços básicos. Trata-se de elementos que podem afectar a atractividade do local e a competitividade das empresas do sector, para além de exercerem influência sobre a qualidade da experiência turística dos visitantes.

A avaliação do estado actual da oferta turística foi efectuada utilizando uma escala de Likert de cinco pontos, variando entre 1, “Muito insatisfatório” e 5, “Muito bom”, sendo o ponto médio, 3, correspondente a “Satisfatório”.

A representação gráfica da média para os 35 aspectos da oferta turística do concelho pode ser observada no Gráfico 5.24 (ver significado das siglas OF1 a OF35 no Quadro 5.26).

Gráfico 5.24 – Média da avaliação atribuída a um conjunto de aspectos da oferta turística do concelho



A média global das respostas para os 35 aspectos foi de 2,99, o que equivale a “Satisfatório”. Isto significa que os empresários consideram, de um modo geral, que a oferta turística dos seus concelhos é satisfatória, mas precisa de ser melhorada.

No Quadro 5.26 apresenta-se a média e o desvio padrão para os 35 aspectos analisados, por ordem decrescente das médias. Utilizando como referência a média global das respostas, constata-se que 18 aspectos foram considerados relativamente mais satisfatórios, enquanto 17 obtiveram uma classificação inferior à média. No entanto, os empresários mostraram indecisão relativamente a 24 aspectos (68,6% do total).

Quadro 5.26 – Medidas de estatística descritiva para a avaliação atribuída a um conjunto de aspectos da oferta turística do concelho, por ordem decrescente da média

Aspectos da oferta turística do concelho	N	Média	Desvio Padrão
OF4 - Qualidade do ar	93	4,25	,732
OF5 - Qualidade da água	93	3,95	,785
OF6 - Qualidade do solo	92	3,85	,769
OF34 - Bancos e serviços de câmbios	93	3,70	,791
OF18 - Aluguer de viaturas	93	3,48	,816
OF35 - Comunicações	93	3,45	,773
OF23 - Abastecimento de água	93	3,42	,925
OF32 - Serviços de protecção civil	89	3,31	,732
OF7 - Ruído	93	3,28	1,183
OF19 - Estabelecimentos comerciais	94	3,28	,709
OF24 - Distribuição de energia elétrica	93	3,25	,985
OF25 - Iluminação pública	93	3,18	,920
OF11 - Oferta de alojamento turístico	93	3,16	,784
OF16 - Agências de viagens e turismo	94	3,16	,919
OF2 - Recursos históricos, arquitectónicos e culturais	93	3,08	,875
OF29 - Limpeza viária	93	3,06	,965
OF1 - Recursos naturais	93	3,05	1,067
OF31 - Segurança e policiamento	94	3,00	1,005
OF33 - Serviços de saúde	92	2,98	,877
OF30 - Gestão, limpeza e manut. praias e atrações turísticas	93	2,92	,981
OF26 - Saneamento básico	92	2,88	1,025
OF27 - Recolha e tratamento de resíduos sólidos	92	2,85	,994
OF21 - Parques e jardins	94	2,84	,965
OF14 - Oferta cultural	94	2,68	,832
OF28 - Drenagem e tratamento de águas residuais	86	2,66	1,113
OF3 - Atracções especiais	93	2,62	,955
OF12 - Oferta de restaurantes	94	2,61	,953
OF17 - Guias turísticos	91	2,57	,884
OF9 - Escolas e cursos de formação na área do turismo	92	2,49	,908
OF22 - Parques de campismo	87	2,43	,984
OF20 - Postos de informação turística	93	2,40	,957
OF10 - Disponibilidade futura de rec. humanos qualificados	91	2,35	,923
OF13 - Oferta recreativa geral	92	2,25	,689
OF8 - Qualificação do emprego no turismo	92	2,21	,859
OF15 - Oferta nocturna	91	2,08	,792
Média global		2,99	

Respondendo à Questão 7, verifica-se que os itens relacionados com a qualidade do ambiente tiveram um lugar de destaque nesta avaliação, nomeadamente a qualidade do ar (OF4) – único item que obteve uma média superior a 4 –, a qualidade da água (OF5) e a qualidade do solo (OF6). Os bancos e serviços de câmbios (OF34) obtiveram uma avaliação igualmente positiva, com uma média superior a 3,50. Estes são os aspectos considerados mais satisfatórios na oferta turística actual do concelho.

Quanto aos itens considerados menos satisfatórios, a oferta nocturna (OF15) foi o que teve a pior classificação. No entanto, é de referir que a oferta recreativa geral (OF13), os postos de informação turística (OF20) e os parques de campismo (OF22) foram considerados igualmente insatisfatórios, assim como todos os aspectos relacionados com a qualificação profissional no turismo (OF8, OF10 e OF9), apresentando médias inferiores a 2,50.

O desvio padrão apresentou valores mais baixos no caso da qualidade do ar (OF4) e dos serviços de protecção civil (OF32), denotando maior consenso nas respostas e foi mais acentuado no caso do ruído (OF7) e drenagem e tratamento de águas residuais (OF28), indicando maior variabilidade na avaliação atribuída a estes aspectos.

No Quadro 5.27 apresenta-se a avaliação atribuída aos 35 aspectos da oferta turística do concelho, por ilha. Utilizou-se este tipo de análise porque as 94 unidades abrangidas pelo estudo encontram-se distribuídas de uma forma muito desigual por 16 dos 19 concelhos existentes na Região (consultar Quadro 5.3), não fazendo sentido comparar as respostas por concelho, atendendo ao reduzido número de observações em alguns deles.

A qualidade do ar (OF4) foi o aspecto que obteve a melhor classificação em todos os grupos. Quanto às médias mais baixas, por ilha, temos: para São Miguel e Faial e Pico, a oferta nocturna (OF15); para a Terceira, a qualificação do emprego no turismo (OF8); e, por último, para as Restantes ilhas, a oferta nocturna (OF15), a par da drenagem e tratamento de águas residuais (OF28).

Para averiguar se existem diferenças estatisticamente significativas na opinião dos empresários, por ilha, foi aplicada a análise de variância simples paramétrica. Os resultados apontaram para a existência de diferenças entre grupos apenas no caso da distribuição de energia eléctrica ($p=0,001$), que se encontra assinalada a negrito no Quadro 5.27. Atendendo aos resultados dos testes *post hoc* de Bonferroni, verifica-se que os empresários de São Miguel atribuem uma avaliação significativamente mais favorável a este aspecto do que os da Terceira ($p=0,001$).

Quadro 5.27 – Média da avaliação atribuída a um conjunto de aspectos da oferta turística do concelho, por ilha

Aspectos da oferta turística do concelho	Ilha			
	São Miguel	Terceira	Faial e Pico	Restantes ilhas
OF1 - Recursos naturais	3,24	2,71	3,09	3,17
OF2 - Recursos históricos, arquitectónicos e culturais	3,21	3,29	2,64	2,58
OF3 - Atracções especiais	2,71	2,43	2,73	1,83
OF4 - Qualidade do ar	4,24	4,21	4,27	4,75
OF5 - Qualidade da água	3,94	3,93	3,91	3,83
OF6 - Qualidade do solo	3,88	3,93	4,00	3,75
OF7 - Ruído	3,26	3,14	3,55	3,58
OF8 - Qualificação do emprego no turismo	2,29	1,79	2,27	2,17
OF9 - Escolas e cursos de formação na área do turismo	2,59	2,14	2,18	2,17
OF10 - Disponibilidade futura de rec. humanos qualificados	2,56	2,14	2,09	2,08
OF11 - Oferta de alojamento turístico	3,18	3,36	2,91	3,08
OF12 - Oferta de restaurantes	2,68	3,00	2,45	2,50
OF13 - Oferta recreativa geral	2,21	2,29	2,18	2,17
OF14 - Oferta cultural	2,65	2,86	2,27	2,50
OF15 - Oferta nocturna	2,18	2,00	1,82	1,75
OF16 - Agências de viagens e turismo	3,18	3,29	3,18	2,50
OF17 - Guias turísticos	2,71	2,50	2,45	2,00
OF18 - Aluguer de viaturas	3,41	3,64	3,64	3,25
OF19 - Estabelecimentos comerciais	3,26	3,64	2,91	3,17
OF20 - Postos de informação turística	2,47	2,71	2,00	2,25
OF21 - Parques e jardins	2,85	2,93	2,45	2,42
OF22 - Parques de campismo	2,32	2,43	2,82	2,25
OF23 - Abastecimento de água	3,44	3,43	3,82	3,42
OF24 - Distribuição de energia eléctrica	3,50	2,43	3,64	3,58
OF25 - Iluminação pública	3,15	2,93	3,73	3,42
OF26 - Saneamento básico	2,74	3,07	3,00	2,75
OF27 - Recolha e tratamento de resíduos sólidos	2,76	3,29	3,00	2,25
OF28 - Drenagem e tratamento de águas residuais	2,56	3,29	3,00	1,75
OF29 - Limpeza viária	2,91	3,36	3,09	3,33
OF30 - Gestão, limpeza e manut. praias e atracções turísticas	2,88	3,14	3,18	3,00
OF31 - Segurança e policiamento	2,59	3,07	3,36	3,50
OF32 - Serviços de protecção civil	3,26	3,14	3,55	3,33
OF33 - Serviços de saúde	3,06	3,29	3,18	2,67
OF34 - Bancos e serviços de câmbios	3,62	3,64	4,00	3,67
OF35 - Comunicações	3,56	3,14	3,55	3,42

Foram igualmente aplicados testes *t* para duas amostras independentes e ANOVAs para verificar a existência de diferenças significativas na avaliação atribuída pelos empresários aos 35 aspectos da oferta turística do concelho, atendendo às restantes variáveis (tipo de empreendimento, classificação, ano de entrada em funcionamento, personalidade jurídica e dimensão em termos de número de quartos, bem como sexo, experiência profissional, ocupação anterior, naturalidade, habilitações e formação específica na área do turismo do empresário). Contudo, de acordo com os resultados obtidos, concluiu-se pela não existência de diferenças significativas na avaliação dos aspectos em causa em função destas variáveis, ao nível de 5%.

Em resposta à Questão 8, pode-se afirmar que há um forte consenso na avaliação efectuada pelos empresários a estes aspectos da oferta turística do seu concelho, dado que só se verificaram diferenças estatisticamente significativas em função da variável “ilha” e apenas para o caso de um em 35 aspectos da oferta turística do concelho – a distribuição de energia eléctrica.

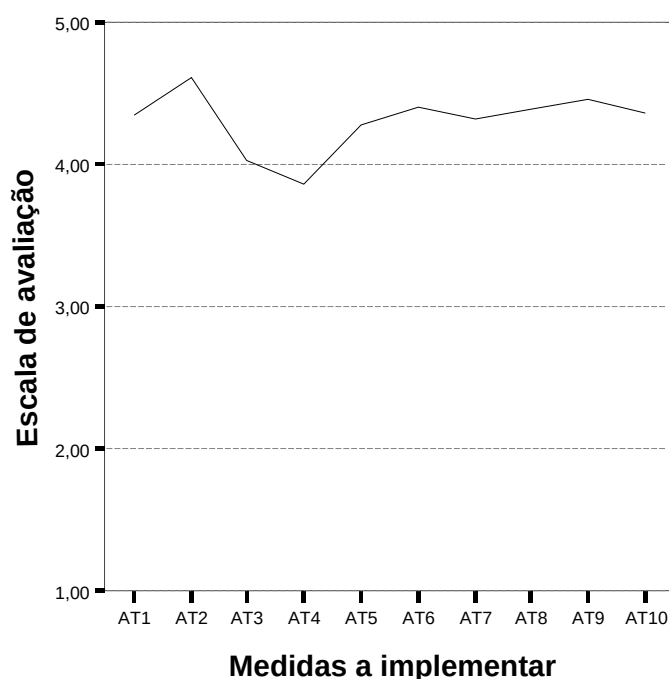
5.8 Importância atribuída a um conjunto de medidas para estimular a atractividade e aumentar a competitividade do destino turístico Açores

Perguntou-se aos empresários qual era a importância que atribuíam a um conjunto de 10 medidas para estimular a atractividade e aumentar a competitividade do destino turístico Açores. Para avaliar o grau de importância atribuído a estas medidas foi utilizada uma escala de Likert de cinco pontos, variando entre 1, “Muito pouco importante” e 5, “Muito importante”, sendo o ponto médio 3, correspondente a “Medianamente importante”.

No Gráfico 5.25 apresenta-se a média para as 10 medidas em causa (ver significado das siglas AT1 a AT10 no Quadro 5.28).

Como sobressai da observação do gráfico, foi atribuída uma importância muito elevada a todas as medidas, fazendo com que a média global das respostas fosse igual a 4,31, situando-se entre o “Importante” e o “Muito importante”.

Gráfico 5.25 – Média da importância atribuída a um conjunto de medidas para estimular a atractividade e aumentar a competitividade do destino turístico Açores



O Quadro 5.28 apresenta a média e o desvio padrão para as 10 medidas, por ordem decrescente das médias.

Quadro 5.28 – Medidas de estatística descritiva para a importância atribuída a um conjunto de medidas para estimular a atractividade e aumentar a competitividade do destino turístico Açores, por ordem decrescente da média

Medidas para estimular a atractividade e aumentar a competitividade do destino turístico Açores	N	Média	Desvio Padrão
AT2 - Melhorar os transportes e acessibilidades à Região	93	4,62	,751
AT9 - Aumentar as medidas de protecção dos recursos turísticos	93	4,47	,788
AT6 - Aumentar a promoção turística de produtos temáticos	93	4,41	,811
AT8 - Melhorar a relação qualidade/preço	93	4,39	,708
AT10 - Melhorar a gestão ambiental ao nível do destino	93	4,37	,844
AT1 - Aumentar a oferta de atracções/produtos turísticos temáticos	91	4,35	,794
AT7 - Melhorar a informação turística e os sistemas de reservas on-line	93	4,33	,757
AT5 - Melhorar a qualidade dos equipamentos e serviços turísticos	93	4,29	,685
AT3 - Aumentar a oferta de equipamentos e serviços turísticos	93	4,04	1,042
AT4 - Aumentar a oferta de packages, circuitos e visitas organizadas	92	3,87	1,008
Média global		4,31	

Adoptando como referência a média global das respostas, constata-se que sete medidas foram consideradas relativamente mais importantes e três, relativamente menos importantes.

Para dar resposta à Questão 9, constata-se que os empresários atribuem relativamente maior importância à melhoria dos transportes e acessibilidade à Região (AT2). Pelo contrário, a medida considerada menos importante é aumentar a oferta de *packages*, circuitos e visitas organizadas (AT4).

No entanto, o desvio padrão para esta última medida foi maior, denotando menor consenso entre os inquiridos, assim como para o aumento da oferta de equipamentos e serviços turísticos (AT3). Comparativamente, a medida que registou menor variabilidade nas respostas foi a relativa à melhoria da qualidade dos equipamentos e serviços turísticos (AT5).

No Quadro 5.29 pode-se observar a importância média atribuída a estas 10 medidas, por ilha. Para os empresários de São Miguel, Terceira e Restantes ilhas, é mais importante melhorar os transportes e acessibilidades à Região (AT2); no que respeita aos do Faial e Pico, é aumentar as medidas de protecção dos recursos turísticos (AT9). Por outro lado, a medida que obteve a média mais baixa em São Miguel, Faial e Pico foi aumentar a oferta de *packages*, circuitos e visitas organizadas (AT4); na Terceira, foi aumentar a oferta de equipamentos e serviços turísticos (AT3); e, nas Restantes ilhas, foi aumentar as medidas de protecção dos recursos turísticos (AT9).

Quadro 5.29 – Média da importância atribuída a um conjunto de medidas para estimular a atractividade e aumentar a competitividade do destino turístico Açores, por ilha

Medidas para estimular a atractividade e aumentar a competitividade do destino turístico Açores	Ilha			
	São Miguel	Terceira	Faial e Pico	Rest. ilhas
AT1 - Aumentar a oferta de atracções/prod. tur. temáticos	4,47	4,11	4,54	4,00
AT2 - Melhorar os transportes e acessibilidades à Região	4,73	4,33	4,64	4,58
AT3 - Aumentar a oferta de equip. e serviços turísticos	4,10	3,56	4,21	4,33
AT4 - Aumentar a oferta de packages/circuitos/visitas org.	3,92	3,72	3,57	4,25
AT5 - Melhorar a qualidade dos equip. e serviços turísticos	4,39	4,17	4,29	4,08
AT6 - Aumentar a promoção turística de prod. temáticos	4,45	4,28	4,57	4,25
AT7 - Melhorar a informação turística/sist. reservas on-line	4,43	4,17	4,36	4,17
AT8 - Melhorar a relação qualidade/preço	4,47	4,11	4,50	4,33
AT9 - Aumentar as medidas de protecção rec. turísticos	4,67	3,94	4,93	3,92
AT10 - Melhorar a gestão ambiental ao nível do destino	4,49	4,06	4,64	4,00

Utilizando a análise de variância simples paramétrica para testar a existência de diferenças significativas no grau de importância atribuído a estas medidas por ilha, constatou-se haver diferenças significativas apenas no caso de “Aumentar as medidas de protecção dos recursos turísticos” (AT9), que se assinalou a negrito no Quadro 5.29

($p < 0,001$). Reportando-nos aos resultados do teste de Games-Howell, verifica-se que os empresários do Faial e Pico atribuem uma importância significativamente maior a esta medida do que os empresários das Restantes ilhas, ou seja, das Flores, Graciosa, Santa Maria e São Jorge ($p = 0,003$).

Estes resultados permitem responder afirmativamente à Questão 10, uma vez que o grau de importância atribuído a estas medidas para estimular a atratividade e a competitividade do destino turístico Açores difere por ilha; contudo, à semelhança do que aconteceu com a avaliação da oferta turística do concelho, evidencia-se uma opinião consensual entre os empresários pois, num conjunto de 10 medidas, só se encontraram diferenças estatisticamente significativas por ilha para uma delas.

5.9 Adopção de práticas de sustentabilidade do turismo no subsector do alojamento turístico

Pretendeu-se aferir o grau de conhecimento de práticas de sustentabilidade do turismo e de consciencialização dos empresários em relação aos impactes ambientais e sociais do turismo, bem como conhecer as percepções dos empresários acerca das principais motivações e obstáculos à adopção dessas práticas no subsector do alojamento turístico e das entidades da sociedade civil que podem contribuir para o desenvolvimento sustentável da actividade turística.

- **Nível de conhecimento e implementação de práticas de sustentabilidade**

Colocaram-se 28 perguntas aos empresários em causa, para determinar se conheciam a *Agenda 21 para o Sector das Viagens e do turismo* (WTTC/WTO/EC, 1995) e que práticas de sustentabilidade do turismo implementavam nas unidades sob a sua gestão. Foram admitidas duas alternativas de resposta – “Sim” e “Não” –, mas tornou-se necessário incluir mais duas – “Não se aplica” e “Em curso” –, atendendo às opiniões e informações transmitidas no processo de recolha de dados.

Passa-se a comentar as frequências obtidas, constantes do Quadro 5.30, a fim de caracterizar o universo dos empresários em estudo.

Quadro 5.30 – Adopção de práticas de sustentabilidade do turismo nas unidades inquiridas

Adopção de práticas de sustentabilidade do turismo	Sim	Não	N/Aplic.	Em curso	N
Já ouviu falar na Agenda 21 para o Sector das Viagens e do Turismo?	19,4%	80,6%	,0%	,0%	93
Tem acesso a esse documento (em suporte electrónico ou em papel)?	8,6%	91,4%	,0%	,0%	93
Já leu as definições de desenvolvimento sustentável e de sustentabilidade do turismo nele contidas?	7,5%	92,5%	,0%	,0%	93
Já leu os objectivos e áreas prioritárias de acção definidas para as empresas do sector do turismo?	7,5%	92,5%	,0%	,0%	93
Já fez uma avaliação do impacte da sua actividade no ambiente e no desenvolvimento local?	38,7%	54,8%	6,5%	,0%	93
Possui uma política de ambiente e um programa ambiental com objectivos definidos?	32,3%	63,4%	3,2%	1,1%	93
Faz separação de resíduos para reciclagem?	35,2%	61,5%	3,3%	,0%	91
Reutiliza produtos e embalagens quando possível?	58,1%	38,7%	3,2%	,0%	93
Dispõe de forma responsável os resíduos inevitáveis?	61,3%	33,3%	5,4%	,0%	93
Implementa medidas para reduzir o consumo de energia?	79,3%	17,4%	3,3%	,0%	92
Emprega tecnologias de poupança energética?	50,0%	45,7%	4,3%	,0%	92
Utiliza energias alternativas/renováveis (solar, fotovoltaica, ou outra)?	17,2%	80,6%	2,2%	,0%	93
Utiliza reguladores para reduzir o consumo de água (nar torneiras, nos autoclismos)?	26,9%	71,0%	2,2%	,0%	93
Utiliza água não potável - por exemplo, na rega, lavandaria, etc. - para poupar água potável?	20,4%	77,4%	2,2%	,0%	93
Assegura o destino final apropriado das águas residuais (saneamento público, fossa séptica)?	83,9%	15,1%	1,1%	,0%	93
Adquire detergentes biodegradáveis, fertilizantes biológicos e produtos "amigos do ozono"?	66,7%	32,3%	1,1%	,0%	93
Adquire produtos reciclados, quando compatíveis com os padrões de funcionamento da unidade?	69,9%	28,0%	2,2%	,0%	93
Minimiza a utilização de substâncias perigosas ou substitui-as por produtos menos perigosos?	85,7%	8,8%	5,5%	,0%	91
Controla o ruído produzido para o exterior?	58,7%	25,0%	16,3%	,0%	92
Controla as emissões para a atmosfera (CO2, aerossóis, odores, calor, etc.)?	34,4%	48,4%	17,2%	,0%	93
Adquire produtos locais sempre que se encontrem disponíveis?	95,7%	4,3%	,0%	,0%	93
Dá formação e motiva os funcionários para a implementação destas práticas?	76,1%	14,1%	9,8%	,0%	92
Utiliza mão-de-obra e materiais locais nas obras de remodelação ou expansão de equipamentos?	86,0%	14,0%	,0%	,0%	93
Oferece zonas e quartos para não fumadores?	23,7%	69,9%	6,5%	,0%	93
Sensibiliza os clientes para a poupança de água e de energia (através de panfletos, etc.)?	38,7%	60,2%	1,1%	,0%	93
Fornece informação aos clientes que os auxilie a utilizar os transportes públicos?	78,5%	17,2%	4,3%	,0%	93
Disponibiliza informação aos clientes sobre as atracções turísticas e serviços locais?	97,8%	2,2%	,0%	,0%	92
Já implementou um sistema de gestão da qualidade na sua organização?	2,2%	76,3%	16,1%	5,4%	93

Iniciando a análise pelo nível de conhecimento da *Agenda 21 para o Sector das Viagens e do Turismo* (WTTC/WTO/EC, 1995) – um documento que se considera pioneiro na orientação do sector privado quanto à implementação de práticas de sustentabilidade do

turismo –, e para dar resposta à Questão 11, verifica-se que apenas cerca de 20% dos empresários inquiridos já ouviu falar dessas orientações, enquanto uma minoria teve acesso ao documento (8,6%) e já o leu (7,5%). Trata-se de um nível de conhecimento muito baixo.

Fazendo o cruzamento destes dados com a caracterização das unidades e dos empresários, constata-se que 72,2% dos empresários que já ouviram falar do documento são da hotelaria tradicional e possuem um nível de habilitações elevado (33,3% possuem Ensino Superior), assim como formação específica na área do turismo (61,1%), sendo das ilhas de São Miguel, Terceira, Faial e Pico. Quanto aos que já leram o documento – que são apenas 7,5% do total – são todos da hotelaria tradicional, de unidades com mais de 30 quartos, sendo que 86% são de sociedades anónimas e o restante de sociedades por quotas; 86% destes empresários têm mais de 10 anos de experiência profissional no sector e 71,4% possuem formação específica na área do turismo. Isto significa que, apesar do nível de conhecimento ser baixo, é nas unidades da hotelaria tradicional, de maior dimensão, que se encontram os empresários mais bem informados sobre estas orientações, tendo estes indivíduos maior experiência e nível de qualificação profissional.

Prosseguindo a análise, merecem particular atenção os resultados obtidos para a avaliação do impacto da actividade no ambiente e no desenvolvimento local (38,7%) e a existência de uma política ambiental formalmente explícita (32,3%). Isto significa que estas empresas fizeram um diagnóstico do impacto da sua actividade e que introduziram uma política ambiental na sequência dessa análise. Estes resultados traduzem o grau de consciencialização da ocorrência de problemas ambientais e a responsabilização dos empresários em definir e implementar políticas e práticas de gestão ambiental, que ainda não são muito significativos na Região.

Da observação do Quadro 5.30, e em resposta à Questão 12, são de destacar as seguintes práticas, para as quais a adesão dos empresários é mais elevada: a disponibilização de informação aos clientes sobre as atracções turísticas e serviços locais (97,8%), a aquisição de produtos locais sempre que se encontrem disponíveis (95,7%), a utilização de mão-de-obra e materiais locais nas obras de remodelação ou expansão de equipamentos (86%), a minimização da utilização de substâncias perigosas ou a sua

substituição por produtos menos perigosos (85,7%), o assegurar o destino final apropriado das águas residuais através de recurso a saneamento público ou fossa séptica (83,9%) e a implementação de medidas para reduzir o consumo de energia (79,3%).

Pelo contrário, a implementação de sistemas de gestão da qualidade é a prática menos adoptada: apenas duas unidades da hotelaria tradicional, de 4 estrelas, de maior dimensão, localizadas em São Miguel, é que responderam afirmativamente (2,2%), enquanto outras cinco unidades hoteleiras, das categorias de 4 e 3 estrelas, localizadas em São Miguel, Terceira e Faial, responderam que estavam a preparar a respectiva introdução (5,4%).

No que respeita a outras práticas menos adoptadas, salienta-se a utilização de energias alternativas/renováveis (17,2%), a utilização de água não potável em determinadas funções (20,4%) e a oferta de zonas e quartos para não fumadores (23,7%). Quanto às duas primeiras, os empresários justificaram as suas respostas afirmando que é mais barato utilizar os sistemas públicos de distribuição de energia eléctrica e abastecimento de água do que implementar sistemas próprios; em relação à última, acharam pouco pertinente.

- **Participação das empresas em iniciativas voluntárias para a sustentabilidade do turismo (IVST)**

Foi introduzida uma questão para avaliar a participação das unidades em iniciativas voluntárias para a sustentabilidade do turismo.

Comentando as frequências obtidas para as respostas, e que constam do Quadro 5.31, verifica-se que cerca de 22% das unidades criaram códigos de conduta, que as auxiliam a fazer face a problemas ambientais que decorrem da actividade, e 25% estabeleceram guias de boas práticas, ou seja, linhas de actuação que visam reduzir os impactes ambientais através de uma gestão eficiente (por exemplo, acções para poupança de energia e de água, gestão de resíduos, etc.). A participação é muito reduzida no que toca a ecoetiquetas, selos ou prémios de qualidade ambiental (4,3%) – que são distintivos ou prémios, atribuídos por determinados organismos, de acordo com o desempenho ambiental das instalações ou serviços das unidades – e a sistemas de gestão ambiental

(6,5%), como por exemplo, a norma ISO 14001 “Sistemas de Gestão Ambiental” ou o Regulamento Europeu EMAS “Sistema de Eco-Gestão e Auditoria”.

Quadro 5.31 – Participação das empresas em iniciativas voluntárias para a sustentabilidade do turismo (IVST)

Iniciativas Voluntárias para a Sustentabilidade do Turismo	Sim	Não	N
Códigos de conduta	21,7%	78,3%	92
Guias de boas práticas	25,0%	75,0%	92
Ecoetiquetas, selos ou prémios de qualidade ambiental	4,3%	95,7%	92
Sistemas de gestão ambiental	6,5%	93,5%	92

Respondendo à Questão 13, estes resultados permitem constatar que as empresas açorianas têm dado alguns passos no sentido da adopção de códigos de conduta e de guias de boas práticas, como iniciativas de carácter essencialmente interno, mas no que toca a outras iniciativas, que implicam a conformidade com procedimentos e/ou regras menos flexíveis, já a sua participação tem sido muito baixa.

Para efeitos de caracterização das unidades que responderam afirmativamente, é de referir que, no caso dos códigos de conduta e guias de boas práticas, tanto se encontram estabelecimentos hoteleiros como unidades de turismo em espaço rural a participar; no que toca aos dois últimos tipos de iniciativas, trata-se exclusivamente de unidades hoteleiras de 4 e 3 estrelas, de maior dimensão (com mais de 30 quartos), que estão em actividade há mais tempo, constituídas sob a forma de sociedades por quotas e sociedades anónimas e cujos responsáveis pela gestão têm, maioritariamente, mais de 10 anos de experiência e formação específica na área do turismo.

- **Importância atribuída à implementação destas iniciativas (IVST)**

Foi também incluída uma questão para avaliar a importância atribuída à implementação de iniciativas voluntárias no subsector do alojamento turístico.

O grau de importância foi medido através de uma escala de Likert de cinco pontos, variando entre “Muito pouco importante” e “Muito importante”, sendo o ponto médio “Medianamente importante”.

No quadro seguinte apresenta-se a média e o desvio padrão para os quatro tipos de iniciativas consideradas, por ordem decrescente da média.

Quadro 5.32 – Medidas de estatística descritiva para a importância atribuída à implementação de iniciativas voluntárias para a sustentabilidade do turismo no subsector do alojamento turístico, por ordem decrescente da média

Iniciativas Voluntárias para a Sustentabilidade do Turismo	N	Média	Desvio Padrão
Guias de boas práticas	87	4,30	,593
Sistemas de gestão ambiental	88	4,20	,550
Códigos de conduta	87	4,17	,614
Ecoetiquetas, selos ou prémios de qualidade ambiental	87	4,03	,637
Média global		4,18	

Como se pode observar, as médias são sempre superiores a 4, indicando que os empresários atribuem uma importância muito elevada à implementação destas práticas, destacando-se os guias de boas práticas.

Para detectar a existência de diferenças estatisticamente significativas na opinião, atendendo às características das unidades e dos empresários, foi aplicado o teste *t* para duas amostras independentes e utilizada a análise de variância paramétrica simples, cujos resultados permitiram concluir pela não existência de diferenças significativas (ao nível de significância $p < 0,013$).

Desta forma, respondendo à Questão 14, conclui-se que a importância atribuída à implementação de iniciativas voluntárias para a sustentabilidade do turismo no subsector do alojamento turístico é muito elevada, verificando-se um forte consenso na opinião manifestada pelos empresários.

- **Motivações e obstáculos à adopção de práticas de sustentabilidade do turismo e entidades que podem contribuir para a sua difusão**

Perguntou-se dos responsáveis pela gestão das unidades quais eram as principais motivações e obstáculos à adopção de práticas de sustentabilidade do turismo, bem como que entidades poderiam contribuir, através da sua acção, para o desenvolvimento sustentável da actividade turística.

Para cada uma destas questões, pediu-se que manifestassem a sua opinião perante um conjunto de afirmações, utilizando uma escala de Likert de cinco pontos, variando entre 1, “Discordo totalmente” e 5, “Concordo totalmente”, sendo 3, o ponto intermédio, correspondente a “Indeciso”.

Começando pelas principais motivações, cujas médias se encontram no Quadro 5.33, constatou-se que os empresários valorizam mais o aumento da satisfação dos empregados (orgulho na empresa, compromisso com a qualidade, redução dos riscos de saúde e de segurança), seguindo-se a melhoria das relações públicas da empresa (credibilidade, imagem, notoriedade). Estes resultados permitem responder à Questão 15.

Pelo contrário, atribuem menor relevo ao aumento da rentabilidade do negócio, através da redução de custos.

No entanto, uma vez que médias são sempre superiores a 3,50, pode-se afirmar que os empresários concordam na globalidade com todas as afirmações apresentadas.

Quadro 5.33 – Medidas de estatística descritiva para a opinião sobre as principais motivações para adoptar práticas de sustentabilidade do turismo, por ordem decrescente da média

Principais motivações para adoptar práticas de sustentabilidade	N	Média	Desvio Padrão
Aumentar a satisfação dos empregados	89	4,26	,762
Melhorar as relações públicas da empresa	92	4,25	,586
Aumentar a satisfação dos clientes e atrair "turistas verdes"	89	4,19	,619
Obter uma vantagem de marketing em relação à concorrência	88	4,10	,831
Beneficiar a comunidade local e, em última instância, o destino turístico	90	4,02	,807
Aumentar a rentabilidade do negócio, através da redução de custos	88	3,76	1,083
Média global		4,10	

De acordo com os resultados do estudo de Kirk (1998), a principal motivação dos gestores hoteleiros de Edimburgo para a adopção de práticas ambientais é a melhoria das relações públicas da empresa, seguindo-se a melhoria do relacionamento com a comunidade local, enquanto a obtenção de uma vantagem de marketing em relação à concorrência é o aspecto menos valorizado. No caso do estudo desenvolvido na Dinamarca por Bramwell e Alletorp (2001), embora a grelha de respostas não fosse exactamente a mesma, a maioria das respostas do sector do alojamento foi para a redução de custos.

Procedendo à aplicação dos testes *t* para duas amostras independentes e ANOVAs para identificar diferenças estatisticamente significativas quanto à opinião transmitida, de acordo com as variáveis que caracterizam as unidades e os empresários, concluiu-se pela não existência de diferenças significativas em função daquelas variáveis (ao nível de significância $p < 0,008$).

Observe-se, no quadro seguinte, a média e o desvio padrão obtido para cada uma das afirmações respeitantes aos principais obstáculos.

Quadro 5.34 – Medidas de estatística descritiva para a opinião sobre os principais obstáculos à adopção de práticas de sustentabilidade do turismo, por ordem decrescente da média

Principais obstáculos à adopção de práticas de sustentabilidade	N	Média	Desvio Padrão
Os elevados custos de investimento associados	87	3,93	,804
A insuficiência de incentivos governamentais e/ou benefícios fiscais	87	3,85	,959
As dificuldades de implementação prática (aumento das tarefas da gestão)	85	3,79	,888
A falta de informação e desinteresse por parte dos empresários do sector	84	3,68	,933
A falta de assistência técnica	86	3,65	,878
A reduzida importância atribuída pelos clientes (turistas)	84	2,61	1,030
Média global		3,59	

Dando resposta à Questão 16, os principais obstáculos percebidos pelos empresários prendem-se com os elevados custos de investimento associados à implementação destas práticas e com a insuficiência de incentivos governamentais e/ou benefícios fiscais para os atenuar.

A opinião média para todas as afirmações é sempre superior a 3,50, indicando que os empresários reconhecem na globalidade as dificuldades listadas, com excepção da reduzida importância atribuída pelos clientes, cuja média está compreendida entre 2,50 e 3,50, revelando indecisão.

Para determinar a existência de diferenças estatisticamente significativas na opinião dos empresários relativamente aos principais obstáculos, de acordo com as características das unidades e dos empresários, aplicaram-se o teste *t* para duas amostras independentes e ANOVAs, tendo-se obtido os seguintes resultados:

- o A opinião média dos empresários cuja naturalidade é de fora da Região é significativamente superior à dos naturais da Região, em relação à falta de informação e desinteresse por parte dos empresários do sector ($p=0,001$),

indicando que os empresários que não são naturais dos Açores atribuem maior relevo a este aspecto como obstáculo à adopção de práticas de sustentabilidade.

- o Há diferenças significativas entre grupos de acordo com o ano de entrada em funcionamento do empreendimento turístico ($p=0,001$): de acordo com o teste de Bonferroni, as empresas que entraram em funcionamento entre 1994 e 1999 apresentam uma média significativamente superior à das que iniciaram a sua actividade entre 1987 e 1993, no que respeita à falta de informação e desinteresse por parte dos empresários do sector ($p=0,003$). Isto significa que os empresários destas unidades estão mais convictos do que os outros de que a falta de informação e o desinteresse por parte dos empresários do sector é um dos principais obstáculos à implementação de práticas nas unidades de alojamento turístico da Região.

Estes resultados permitem responder à Questão 17 afirmando que apenas se encontram diferenças significativas de opinião relativamente aos principais obstáculos à adopção destas práticas e que essas diferenças se verificam em função da naturalidade do empresário e do ano de entrada em funcionamento do empreendimento turístico.

Observe-se, agora, o Quadro 5.35, onde se apresentam as médias da opinião sobre as entidades que podem contribuir, através da sua acção, para o desenvolvimento turístico sustentável.

Quadro 5.35 – Medidas de estatística descritiva para a opinião sobre as entidades que podem contribuir para o desenvolvimento sustentável da actividade turística, por ordem decrescente da média

Entidades que podem contribuir para o desenvolvimento sustentável da actividade turística	N	Média	Desvio Padrão
O Governo Regional	92	4,62	,488
As autarquias	91	4,51	,545
A comunicação social	92	4,41	,614
As escolas	92	4,35	,762
As associações de empresários	91	4,25	,724
As empresas	92	4,23	,613
Os cidadãos	90	4,17	,753
As associações ambientalistas e grupos de cidadãos	91	4,09	,755
Os cientistas	87	3,76	,876
Média global		4,27	

Constata-se que os empresários concordam, de uma forma global, que todas as entidades elencadas podem contribuir para esse desiderato, pois os valores das médias são sempre superiores a 3,50: o Governo Regional e as autarquias aparecem à cabeça da lista, enquanto os cientistas vêm em último lugar. Refira-se, a título de curiosidade, que no estudo desenvolvido para a Dinamarca por Bramwell e Alletorp (2001) também se constatou que os empresários do sector do alojamento atribuem maior responsabilidade ao governo na introdução de práticas de sustentabilidade do turismo.

A aplicação dos testes para apuramento de diferenças significativas na opinião, de acordo com as características das unidades e dos empresários, permitiu concluir o seguinte:

- o Os empresários que não são naturais da Região apresentam uma opinião média significativamente superior à dos naturais da Região quanto ao papel das escolas ($p=0,001$).
- o Os responsáveis das unidades de turismo em espaço rural apresentam uma opinião média significativamente superior à hotelaria tradicional em relação às associações de ambientalistas e grupos de cidadãos ($p<0,001$).
- o Quanto à variável “número de quartos” (classes), há diferenças significativas de opinião entre grupos ($p=0,005$) relativamente ao contributo das escolas: de acordo com o teste de Games-Howell, as unidades que possuem até 10 quartos apresentam uma opinião média mais favorável do que as unidades que têm entre 11 e 30 quartos relativamente à acção que as escolas podem desempenhar neste processo ($p=0,005$).
- o No caso da variável “classificação” (classes), encontraram-se diferenças significativas entre grupos no que respeita às associações ambientalistas e grupos de cidadãos ($p=0,002$): os estabelecimentos hoteleiros de 2 estrelas e as pensões atribuem significativamente menor importância ao papel destas associações e grupos do que as unidades de turismo em espaço rural ($p=0,002$).

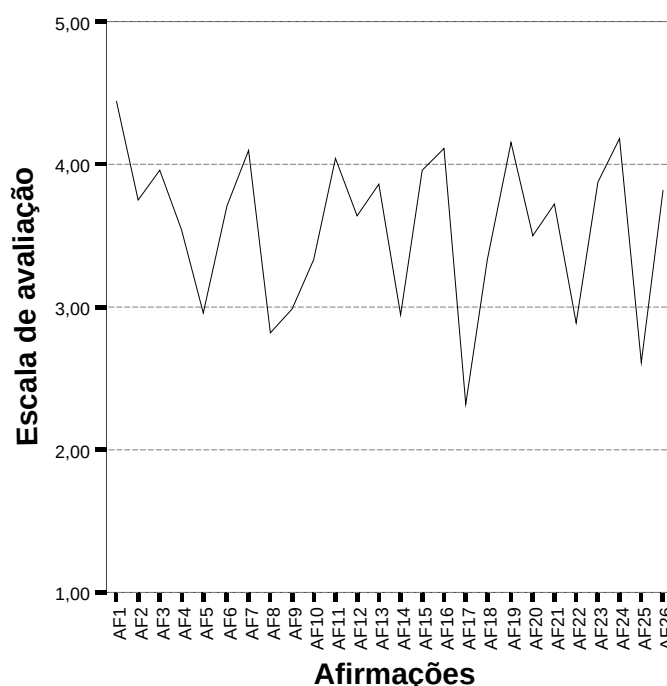
Estes resultados permitem responder afirmativamente à Questão 18, pois encontraram-se diferenças significativas na opinião dos empresários em função da naturalidade, tipo de empreendimento turístico, dimensão em termos do número de quartos e classificação.

5.10 Percepções dos empresários em relação aos impactes do turismo na Região

Perguntou-se a opinião dos empresários relativamente a um conjunto de 26 afirmações sobre o turismo, de modo a avaliar as suas percepções quanto aos impactes do turismo na Região e, em particular, no seu concelho, bem como quanto à participação no processo de tomada de decisão relativo ao desenvolvimento do turismo e à importância atribuída ao planeamento turístico.

A opinião foi medida através de uma escala de Likert de cinco pontos, variando entre 1, “Discordo totalmente” e 5, “Concordo totalmente”, sendo o ponto médio 3, correspondente a “Indeciso”. A representação gráfica para a média das 26 afirmações é a seguinte (ver significado das siglas AF1 a AF26 no Quadro 5.36):

Gráfico 5.26 – Média da opinião manifestada pelos empresários em relação a um conjunto de afirmações sobre o turismo



Observando o Quadro 5.36, onde se apresentam a média e o desvio padrão para as 26 afirmações, por ordem decrescente da média, e tomando como referência a média global das respostas, que é igual a 3,56, constata-se que os empresários manifestaram uma

opinião superior à média em relação às primeiras 15 afirmações e inferior à média em relação às últimas 11.

Para efeitos de interpretação, considera-se que a opinião é favorável quando a média global da amostra é superior a 3,5 e desfavorável quando é inferior a 2,5. Quando a média está compreendida entre estes dois valores, há indecisão (a negrito no Quadro 5.36).

A criação de emprego (AF1) foi o impacto do turismo que mereceu maior concordância por parte dos empresários. De realçar ainda que foi atribuída elevada importância ao planeamento do turismo a longo prazo pelas autoridades (AF24). Pela negativa, os empresários concordaram que o turismo provoca a subida dos preços dos bens e das propriedades (AF17), ou seja, a inflação e a especulação imobiliária.

Quadro 5.36 – Medidas de estatística descritiva para a opinião dos empresários manifestada em relação a um conjunto de afirmações sobre o turismo, por ordem decrescente da média

Afirmações	N	Média	Desvio Padrão
AF1 - Permite criar emprego para os residentes do meu concelho	93	4,44	,634
AF24 - O planeamento do turismo a longo prazo pode ser importante	94	4,18	,855
AF19 - Não prejudica o acesso dos residentes às atracções no Verão	94	4,15	,733
AF16 - Ajuda a preservar a cultura e estimula o artesanato local	94	4,11	,595
AF7 - Não tem provocado a deterioração de locais de interesse cultural	93	4,09	,905
AF11 - Não perturba o comportamento dos residentes	94	4,04	,775
AF3 - Há mais oportunidades de negócio no meu concelho devido ao turismo	93	3,96	,820
AF15 - Não tem agravado os problemas sociais de droga, alcoolismo e prostituição	94	3,95	,739
AF23 - O turismo não aumenta a insegurança e a criminalidade	94	3,87	,833
AF13 - Não provoca o aumento do lixo no meu concelho	93	3,86	,996
AF26 - A propriedade e a gestão das empresas turísticas é de origem local	93	3,82	,943
AF2 - Não tem contribuído para o aumento da poluição do ambiente	93	3,74	1,010
AF21 - Não tem agravado as desigualdades sociais	93	3,72	,785
AF6 - Tem contribuído para melhorar a qualidade de vida da população	93	3,71	,854
AF12 - Tem contribuído para a qualificação e a introdução de novas tecnologias	93	3,63	,942
AF4 - Não tem sido responsável por alterações na paisagem e na biodiversidade	93	3,53	1,221
AF20 - Tem contribuído para melhorar a qualidade do ambiente e o ordenamento	93	3,49	,904
AF10 - Tenho mais dinheiro para gastar devido ao turismo	93	3,33	1,107
AF18 - O comércio melhorou no meu concelho por causa do turismo	94	3,33	,897
AF9 - A construção de hotéis não está a afectar a qualidade estética do ambiente	94	2,98	1,218
AF5 - Não provoca problemas de trânsito e de estacionamento no Verão	93	2,95	1,201
AF14 - Tenho acesso a melhores equipamentos desportivos, culturais e de lazer	94	2,94	1,014
AF22 - Participo na tomada de decisão quanto ao desenvolvimento do turismo	92	2,88	1,185
AF8 - A qualidade das infra-estruturas e dos serviços públicos tem melhorado	94	2,81	,987
AF25 - Não tem contribuído para o aumento das importações	94	2,61	,986
AF17 - Não provoca a subida dos preços dos bens e das propriedades	94	2,31	,868
Média global		3,56	

A preservação da cultura e artesanato local (AF16) foi o aspecto que registou o desvio padrão mais baixo, correspondendo a uma menor variabilidade nas respostas; pelo contrário, houve maior dispersão nas opiniões quanto à afirmação “O turismo não tem sido responsável por alterações na paisagem e na biodiversidade” (AF4).

De acordo com estes resultados, pode-se responder à Questão 19 afirmando que os impactes mais positivo e mais negativo do turismo na Região mais reconhecidos pelos empresários são, respectivamente, a criação de emprego e a subida dos preços dos bens e das propriedades.

5.11 Classificação dos empresários em grupos homogéneos com base na percepção de impactes do turismo na Região

Para detectar grupos homogéneos de empresários com base na percepção de impactes do turismo na Região, foi aplicada a análise de clusters hierárquica aos 94 casos.

Utilizaram-se como variáveis de agrupamento dos casos as 26 afirmações sobre o desenvolvimento do turismo. Por se tratarem de variáveis avaliadas na mesma escala de medida, não se procedeu a qualquer transformação prévia dos dados, nomeadamente a estandardização. Recorreu-se ao método de aglomeração de Ward, tendo a selecção dos indivíduos a serem agrupados sido feita com base no procedimento *Exclude cases listwise*.

Retiveram-se três clusters, com 38, 40 e 10 indivíduos, respectivamente. Cada cluster corresponde a um grupo homogéneo de empresários com base na opinião manifestada perante 26 afirmações sobre o desenvolvimento do turismo nos Açores.

Para testar a existência de diferenças significativas nas médias da opinião dos três clusters de empresários em relação às 26 afirmações, foi aplicada a análise de variância multivariada.

Os resultados da MANOVA permitiram identificar diferenças estatisticamente significativas, ao nível de 5%, em 17 afirmações, que se encontram assinaladas a negrito no Quadro 5.37.

Quadro 5.37 – Médias da opinião dos empresários relativamente a um conjunto de afirmações, por clusters

Afirmações	Médias		
	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3
AF1 - Permite criar emprego para os residentes do meu concelho	4,37	4,53	4,80
AF2 - Não tem contribuído para o aumento da poluição do ambiente	4,05	3,80	2,20
AF3 - Há mais oportunidades de negócio no meu concelho devido ao turismo	4,16	3,85	4,00
AF4 - Não tem sido responsável por alterações na paisagem/biodiversidade	3,61	3,90	1,90
AF5 - Não provoca problemas de trânsito e de estacionamento no Verão	3,79	2,38	2,10
AF6 - Tem contribuído para melhorar a qualidade de vida da população	3,92	3,67	3,50
AF7 - Não tem provocado a deterioração de locais de interesse cultural	4,34	4,02	3,10
AF8 - A qualidade das infra-estruturas e dos serviços públicos tem melhorado	3,08	2,52	2,90
AF9 - A constr. de hotéis não está a afectar a qualidade estética ambiente	3,47	2,93	1,60
AF10 - Tenho mais dinheiro para gastar devido ao turismo	3,79	3,10	3,20
AF11 - Não perturba o comportamento dos residentes	4,45	3,97	2,80
AF12 - Tem contribuído para a qualificação e a introdução de novas tecnologias	3,74	3,50	4,10
AF13 - Não provoca o aumento do lixo no meu concelho	4,21	3,90	2,50
AF14 - Tenho acesso a melhores equipamentos desportivos, culturais e de lazer	3,08	3,00	2,60
AF15 - Não tem agravado os prob. sociais de droga, alcoolismo e prostituição	4,29	3,72	3,50
AF16 - Ajuda a preservar a cultura e estimula o artesanato local	4,34	4,13	3,60
AF17 - Não provoca a subida dos preços dos bens e das propriedades	2,50	2,35	1,90
AF18 - O comércio melhorou no meu concelho por causa do turismo	3,53	3,10	3,50
AF19 - Não prejudica o acesso dos residentes às atracções no Verão	4,34	4,10	4,20
AF20 - Tem contribuído para melhorar a qualidade do amb. e o ordenamento	3,87	3,30	3,00
AF21 - Não tem agravado as desigualdades sociais	3,84	3,73	3,50
AF22 - Participo na tomada de decisão quanto ao desenv. do turismo	3,68	2,33	2,40
AF23 - O turismo não aumenta a insegurança e a criminalidade	4,18	3,93	2,90
AF24 - O planeamento do turismo a longo prazo é importante	4,24	4,10	4,30
AF25 - Não tem contribuído para o aumento das importações	2,63	2,58	2,90
AF26 - A propriedade e a gestão das empresas turísticas é de origem local	4,13	3,47	4,10

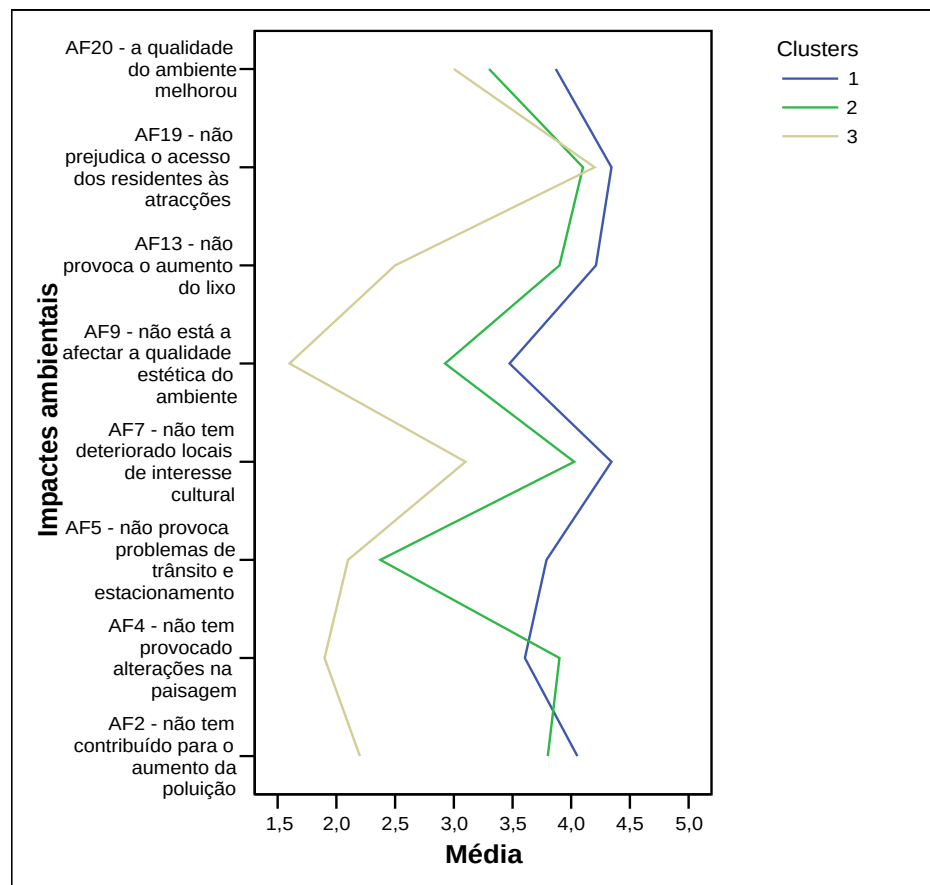
Estes resultados permitem responder afirmativamente à Questão 20, pois é possível identificar grupos homogéneos de empresários com base nas suas percepções dos impactes ambientais, económicos e socioculturais do turismo na Região.

Tendo em atenção que as 26 afirmações em análise podem ser agrupadas por tipos de impactes da actividade turística – ambientais, económicos e socioculturais –, vamos explorar as diferenças de médias das opiniões nos clusters separadamente. Este procedimento tem por objectivo ilustrar com maior detalhe as percepções de cada cluster de empresários, em nada alterando a interpretação conjunta dos dados.

Começando pelas afirmações correspondentes aos impactes ambientais, cujas médias estão representadas no Gráfico 5.27, a análise de variância multivariada permitiu detectar diferenças significativas entre grupos em 7 das 8 afirmações. A excepção verificou-se para o caso da AF19, para a qual todos os grupos concordaram que, no

Verão, o acesso dos residentes às principais atracções turísticas não é prejudicado pelos turistas.

Gráfico 5.27 – Médias para os impactes ambientais nos três clusters



Os empresários do Grupo 1 não reconhecem impactes ambientais negativos do turismo, pois as médias são sempre superiores a 3,50, à excepção da construção de hotéis estar a afectar a qualidade estética do ambiente (AF9), perante a qual revelam indecisão. Quanto ao Grupo 2, a opinião média também é favorável, mas já se colocam dúvidas quanto aos aspectos ligados ao ordenamento do território (AF9, AF20 e AF5), para os quais a média está compreendida entre 2,5 e 3,5. O Grupo 3 é o que identifica mais impactes ambientais negativos do turismo (AF2, AF4, AF5, AF9), mostrando ainda incerteza em relação a diversas afirmações (AF7, AF13 e AF20).

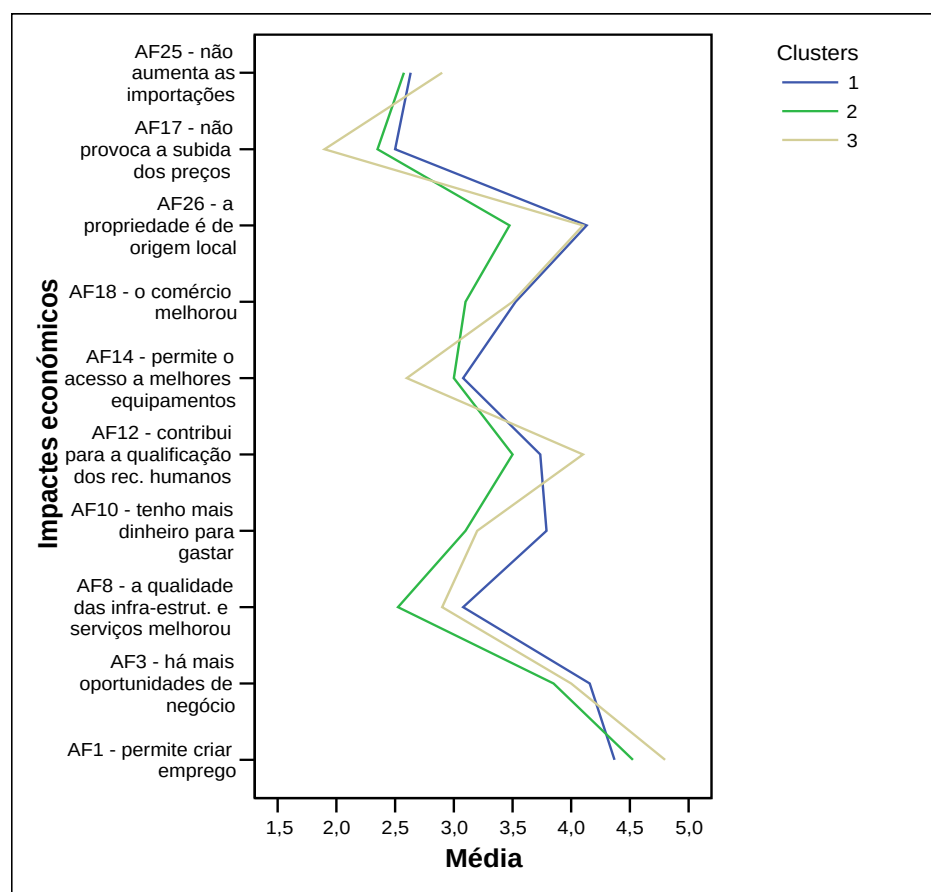
Os resultados dos testes de comparações múltiplas adequados a cada caso permitiram detectar as seguintes diferenças significativas entre grupos:

- o O Grupo 3 tem uma opinião significativamente mais desfavorável do que os outros dois grupos em relação às afirmações 2, 4, 7, 9 e 13.

- o No caso dos problemas de trânsito e de estacionamento no Verão (AF5), o Grupo 1 apresenta uma opinião significativamente mais favorável do que os outros dois.
- o Quanto à melhoria da qualidade do ambiente e do ordenamento do território (AF20), o Grupo 1 tem uma opinião média significativamente mais favorável do que o Grupo 2.

Quanto aos impactes económicos, cujas médias estão representadas no Gráfico 5.28, verifica-se que todos os grupos evidenciam uma tendência semelhante nas respostas, embora o Grupo 1 apresente, de um modo geral, as médias mais elevadas.

Gráfico 5.28 – Médias para os impactes económicos nos três clusters

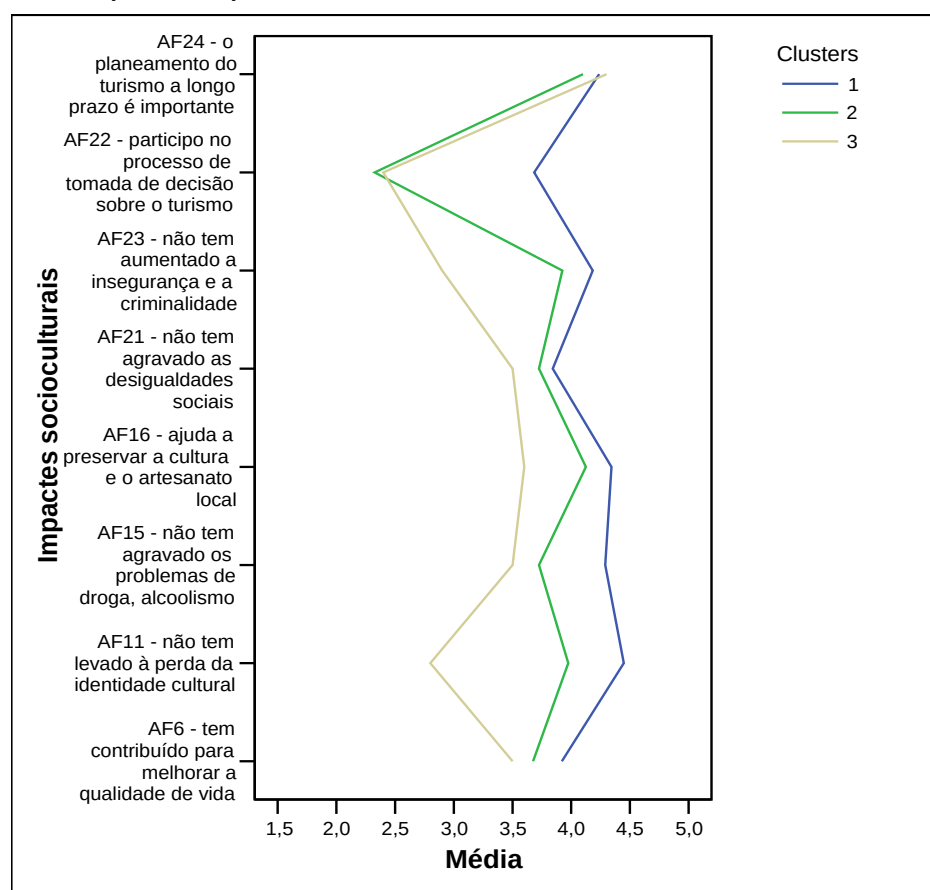


A análise de variância multivariada permitiu detectar diferenças significativas entre grupos em 5 das 10 afirmações, ao nível de 5%. Os resultados dos testes de comparações múltiplas adequados a cada caso permitiram detectar as seguintes diferenças significativas entre grupos:

- o O Grupo 3 apresenta uma opinião significativamente mais favorável do que o Grupo 1 em relação à criação de emprego (AF1) e mais favorável do que o Grupo 2 em relação ao aumento da qualificação de recursos humanos e introdução de novas tecnologias (AF12).
- o O Grupo 1 apresenta uma concordância significativamente superior ao Grupo 2 em relação ao aumento da qualidade das infra-estruturas e serviços públicos (AF8), ao aumento do rendimento pessoal devido ao turismo (AF10) e à propriedade e gestão das empresas turísticas ser de origem local (AF26).

Observe-se agora o Gráfico 5.29, que representa as médias para os impactes socioculturais.

Gráfico 5.29 – Médias para os impactes socioculturais nos três clusters



Foram incluídas neste conjunto as afirmações 22, “Eu sinto que participo no processo de tomada de decisão quanto ao desenvolvimento do turismo no meu concelho” e 24, “O planeamento do turismo a longo prazo pelas autoridades regionais e locais pode contribuir para maximizar os benefícios e para minimizar os impactes negativos do

turismo”, pois, apesar de não se tratarem propriamente de impactes socioculturais da actividade turística, são dois aspectos para os quais se pretende avaliar a opinião dos empresários, por respeitarem à participação pública e à importância atribuída ao processo de planeamento turístico a longo prazo.

Constata-se que a opinião da globalidade dos empresários é muito positiva em relação a estas afirmações, pois a média é sempre superior a 3,50, tal como já se havia referido na secção anterior, à excepção da afirmação respeitante à participação no processo de tomada de decisão (AF22), cuja média global é igual a 2,88. Contudo, a observação mais pormenorizada das médias para cada grupo permite distinguir o Grupo 3 dos outros dois grupos, uma vez que apresenta maior indecisão relativamente a estes impactes. Também se evidencia que os empresários dos três clusters são unânimes em reconhecer que o planeamento do turismo a longo prazo pelas autoridades regionais e locais pode contribuir para maximizar os benefícios e para minimizar os impactes negativos do turismo (AF24).

A análise de variância multivariada permitiu encontrar diferenças significativas entre grupos em 5 das 8 afirmações. De acordo com os resultados dos testes *post hoc* adequados a cada caso, verificaram-se as seguintes diferenças significativas entre grupos:

- o Os empresários do Grupo 2 e do Grupo 3 têm uma opinião significativamente mais desfavorável do que os do Grupo 1 em relação ao agravamento de problemas sociais de droga, alcoolismo e prostituição (AF15) e em relação à participação no processo de tomada de decisão relativo ao desenvolvimento do turismo no concelho (AF22).
- o Os Grupos 2 e 3 têm uma opinião significativamente mais desfavorável do que o Grupo 1 em relação à perda da identidade cultural da população (AF11), sendo, ainda, a opinião do Grupo 3 significativamente mais desfavorável do que a do Grupo 2.
- o Quanto à preservação da cultura e artesanato local (AF16), os Grupos 1 e 2 apresentam uma opinião média significativamente superior à do Grupo 3.
- o O Grupo 3 tem uma opinião significativamente mais desfavorável do que o Grupo 1 em relação ao aumento da insegurança e criminalidade (AF23).

Procedeu-se, ainda, ao cruzamento destes três grupos com as variáveis sociodemográficas para completar a caracterização destes clusters (ver Quadro B.14, do Apêndice B). Os resultados das análises atrás apresentadas, conjugados com estes cruzamentos, permitiram caracterizar os grupos como a seguir se expõe.

- **Cluster 1 – “Optimistas”**

Este grupo de empresários, que inclui 43,2% dos casos, foi denominado de “Optimistas”, por apresentar uma opinião global muito favorável em relação aos impactes ambientais, económicos e socioculturais do turismo na Região.

No entanto, este optimismo pode ser sinónimo de ingenuidade ou pouca experiência, uma vez que parecem partilhar de uma visão do turismo como uma panaceia, não identificando impactes ambientais negativos decorrentes da actividade turística, mostrando, apenas, indecisão perante a construção de hotéis estar a afectar a qualidade estética do ambiente (AF9).

As percepções deste grupo de empresários podem estar a ser influenciadas pelo facto do turismo ser uma actividade de desenvolvimento recente em certas ilhas e concelhos, com uma escala reduzida (poucas unidades, de reduzida dimensão, atraindo poucos turistas), não evidenciando, por isso, quaisquer efeitos nefastos. A opinião dos “Optimistas” em relação à afirmação 5 – “No Verão, não há problemas de trânsito e de estacionamento e excesso de ruído nas atracções turísticas” –, com uma média igual a 3,79, é significativamente superior à dos outros dois grupos, tal como acima se afirmou, o que implica que este grupo de empresários não tem a percepção do turismo provocar o congestionamento das atracções turísticas na época alta nos seus concelhos. Do mesmo modo, a opinião média deste grupo é significativamente mais elevada do que a do Grupo 2 em relação à afirmação 20, reconhecendo que tem havido melhorias na qualidade do ambiente e no ordenamento do território por causa do turismo.

Estes resultados estão de acordo com o perfil das unidades pertencentes a este grupo: 65,8% são micro-empresas; 63,2% localizam-se nas ilhas Terceira, Faial, Pico, Graciosa, São Jorge e Flores, onde a actividade turística está comparativamente menos desenvolvida, ao contrário dos outros clusters onde a maioria das unidades é da ilha de

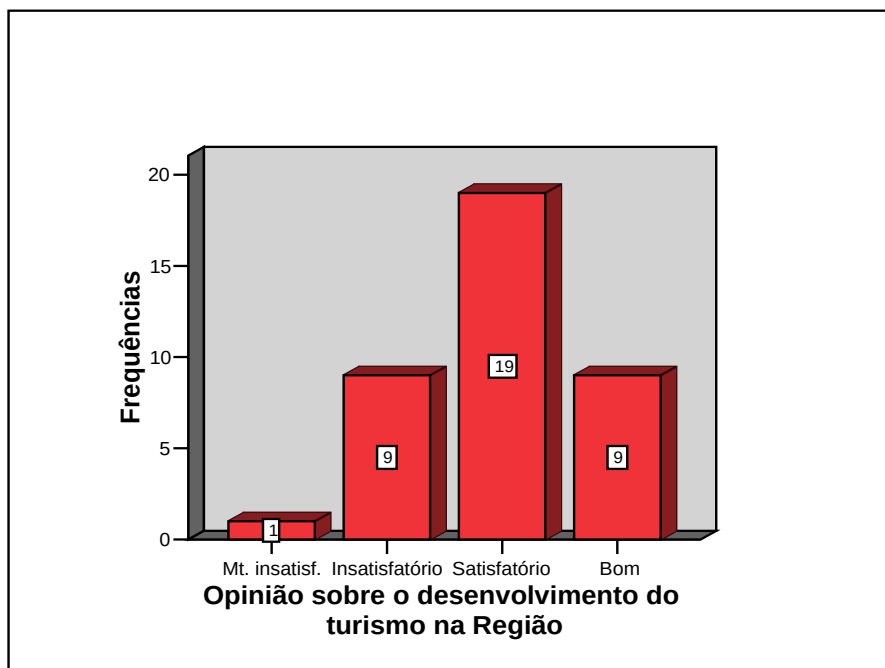
São Miguel; 57,9% entraram em funcionamento depois de 1993, logo são unidades mais recentes e 65,8% dos empresários responsáveis pela sua gestão estão no cargo há 10 anos ou menos, logo possuem menor experiência na actividade.

Quanto aos impactes económicos, o grupo dos “Optimistas” é o único que concorda que o turismo veio aumentar o seu rendimento pessoal (AF10), enquanto os outros dois grupos têm dúvidas, embora a média só seja significativamente superior em relação ao Grupo 2. A opinião dos “Optimistas” é também significativamente mais favorável do que a do Grupo 2 em relação à maior parte das empresas turísticas pertencer e ser gerida por habitantes locais (AF26) e a ter havido melhorias na qualidade das infra-estruturas e dos serviços públicos devido ao aumento do turismo (AF8).

Os “Optimistas” apenas reconhecem impactes socioculturais positivos do turismo. Tal como os outros dois grupos, atribuem elevada importância ao planeamento estratégico do turismo (AF24). No entanto, este grupo é o que mais reconhece que o turismo tem contribuído para a melhoria da qualidade de vida da população do seu concelho, apesar da diferença de médias não ser estatisticamente significativa. Porém, o que o distingue nitidamente dos outros dois é terem a percepção de participar no processo de tomada de decisão em relação ao desenvolvimento do turismo no seu concelho (AF22), cuja opinião média é significativamente superior à dos outros dois grupos, que discordam desta afirmação. Na sua opinião, o turismo não tem provocado a perda da identidade cultural da população (AF11), nem levado ao agravamento de problemas sociais de droga, alcoolismo e prostituição (AF15), sendo as médias para estas afirmações também significativamente superiores às dos outros dois grupos. Igualmente, apresentam uma opinião média significativamente superior à do Grupo 3 em relação ao não aumento da insegurança e da criminalidade (AF23).

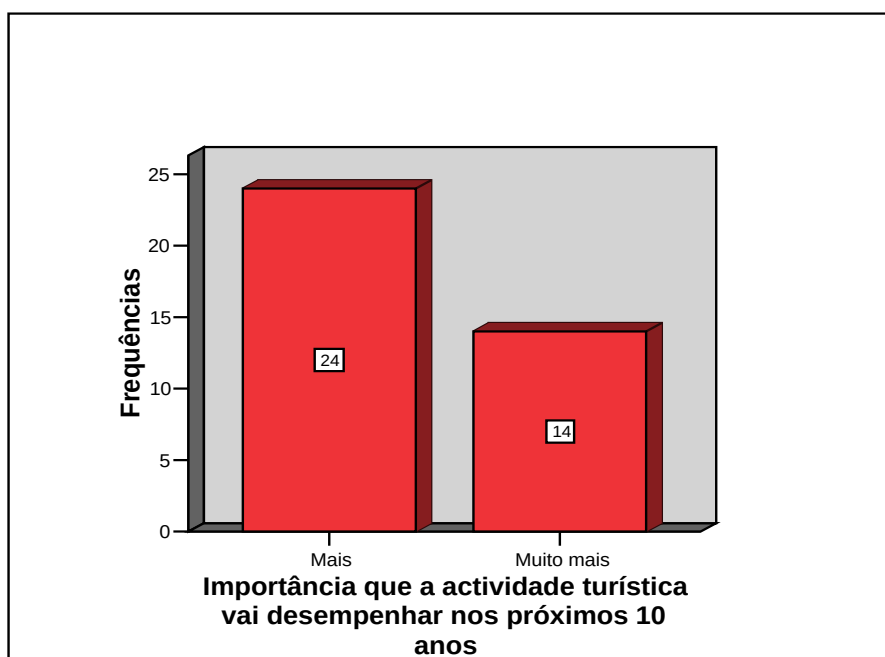
Quanto à opinião que manifestam em relação ao desenvolvimento do turismo na Região, na actualidade, a maior percentagem de respostas foi para “Satisfatório”.

Gráfico 5.30 – Número de empresários “Optimistas” por opinião sobre o desenvolvimento do turismo na Região



Relativamente à importância que a actividade turística vai desempenhar nos Açores nos próximos 10 anos, o maior número de frequências foi para “Mais”, como se pode observar através do Gráfico 5.31.

Gráfico 5.31 – Número de empresários “Optimistas” por importância que a actividade turística vai desempenhar nos Açores nos próximos 10 anos



Para além do que acima se referiu a propósito das características das unidades deste cluster, resta acrescentar que, apesar dos hotéis estarem em maior número, a maioria das casas de campo pertence a este grupo, bem como uma parte significativa das pensões. Uma boa percentagem das unidades deste grupo tem até 10 quartos (42,1%) e insere-se na classe das micro-empresas (65,8%), embora a maior parte das médias empresas (entre 50 e 249 trabalhadores) tenha ficado incluída neste grupo. Quanto à personalidade jurídica da entidade exploradora, 65,8% destas unidades englobam-se no grupo dos empresários em nome individual e das sociedades familiares, o que está de acordo com a respectiva dimensão.

Os empresários deste grupo são os que apresentam menor experiência na actividade turística, tal como se disse, sendo que a maioria se ocupava anteriormente noutra actividade que não o turismo (73,7%). Este grupo também se distingue dos restantes pelo facto de cerca de 80% dos empresários serem naturais da Região. Quanto às habilitações literárias, 60,5% possuem um grau de ensino igual ou inferior ao Ensino Secundário e 28,9% têm formação específica na área do turismo, sendo, por este motivo, o grupo com menor qualificação profissional no turismo, em termos comparativos.

- **Cluster 2 – “Cépticos”**

Este grupo de empresários é o mais expressivo, englobando 45,5% dos casos. Foi identificado como sendo o grupo dos “Cépticos”, essencialmente numa perspectiva economicista (por sobrevalorizarem os aspectos económicos no seu cepticismo), por se ter constatado que revelam indecisão perante quase todas as afirmações respeitantes aos impactes económicos do turismo (7 em 10 afirmações) e também em relação a alguns impactes ambientais (2 em 8 afirmações). No entanto, consideram-se uns cépticos moderados, pois, num total de 26 afirmações, apenas 9 têm médias com valores compreendidos entre 2,5 e 3,5, ou seja, cerca de 35%, enquanto 3 têm valores inferiores a 2,5 (correspondentes a discordância).

Em relação aos impactes ambientais da actividade turística, as incertezas manifestam-se em relação aos aspectos ligados ao ordenamento do território (AF5, AF9 e AF20), não

tendo, porém, dúvidas quanto à existência de problemas de congestionamento, no Verão, nas atracções turísticas (AF5) – afirmação que apresenta uma média de 2,38.

Quanto aos impactes económicos, e tal como acima se mencionou, este grupo reconhece os impactes positivos trazidos pelo turismo de criação de emprego (AF1) e aumento das oportunidades de negócio (AF3), mas apresenta dúvidas quanto à melhoria da qualidade das infra-estruturas e dos serviços públicos (AF8), à qualificação dos recursos humanos e introdução de novas tecnologias (AF12), à melhoria de equipamentos desportivos, culturais e de lazer (AF14), à melhoria do comércio (AF18), ao aumento das importações (AF25) e à propriedade e gestão das empresas do concelho ser de origem local (AF26).

Os “Cépticos” estão incertos quanto ao aumento do seu rendimento pessoal devido ao turismo (AF10), sendo o grupo que apresenta a média mais baixa para esta afirmação, embora a diferença de médias seja significativa apenas em relação ao Grupo 1. Contudo, os “Cépticos” não hesitam em reconhecer que o turismo provoca a inflação e a especulação imobiliária (AF17) – afirmação que apresenta uma média de 2,35.

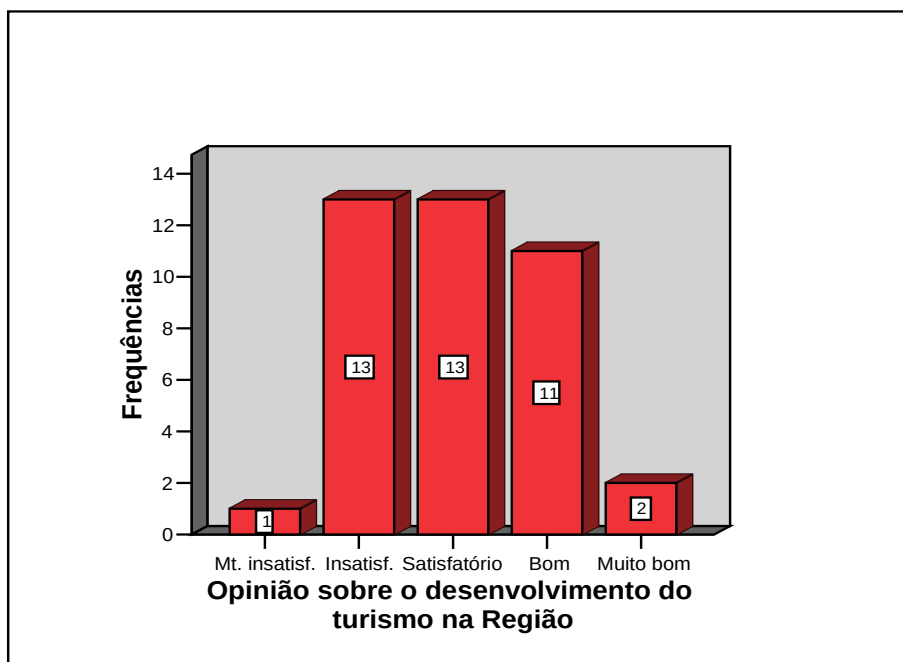
Este grupo de empresários sente que tem uma fraca participação no processo de tomada de decisão sobre o turismo (AF22), apresentando a média mais baixa dos três grupos, que é significativamente inferior à do Grupo 1, tal como já se afirmou.

Salvo esta excepção, para todos os aspectos incluídos nos impactes socioculturais, este grupo apresentou uma opinião muito favorável, com médias sempre superiores a 3,50, pelo que se consideram, a este respeito, tão optimistas quanto os empresários do Grupo 1, apenas distinguindo-se daqueles no caso da perda da identidade cultural (AF11) e agravamento de problemas sociais (AF15), cujas médias são significativamente inferiores.

No que respeita à opinião manifestada em relação ao desenvolvimento do turismo na Região, na actualidade, a maior percentagem de respostas foi, em simultâneo, para as categorias de “Insatisfatório” e “Satisfatório”.

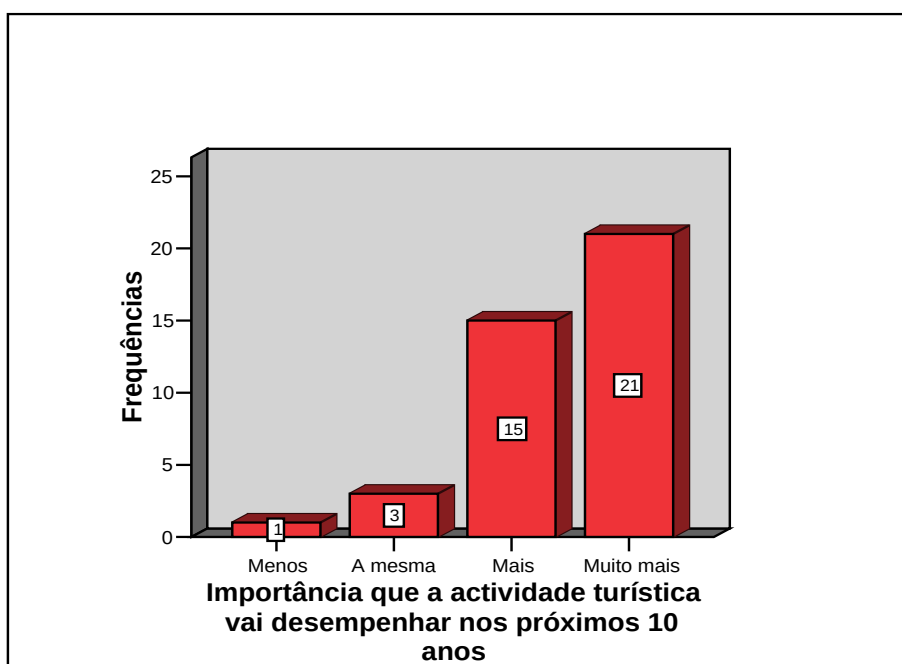
O Gráfico 5.32 ilustra esta situação.

Gráfico 5.32 – Número de empresários “Cépticos” por opinião sobre o desenvolvimento do turismo na Região



Quanto à importância que a actividade turística vai desempenhar nos Açores nos próximos 10 anos, o maior número de frequências foi para “Muito mais”, como se pode observar através do Gráfico 5.33.

Gráfico 5.33 – Número de empresários “Cépticos” por importância que a actividade turística vai desempenhar nos Açores nos próximos 10 anos



Este grupo, ao contrário dos “Optimistas”, corresponde preponderantemente a empresários responsáveis pela gestão de empreendimentos turísticos com maior antiguidade, pois a maior parte entrou em funcionamento antes de 1993. Estas unidades localizam-se maioritariamente em S. Miguel (62,5%), encontrando-se incluídas neste grupo todas as unidades de Santa Maria. Apesar dos hotéis assumirem maior peso no total, é de salientar que a maioria das unidades de turismo em espaço rural (exceptuando casas de campo) se enquadra neste grupo, bem como uma parte significativa das pensões. Em termos de dimensão das unidades, avaliada em número de quartos e número de trabalhadores, os “Cépticos” aproximam-se muito das características dos “Optimistas”. Contudo, a diferença mais marcante tem a ver com a personalidade jurídica da entidade exploradora: no grupo dos “Cépticos” encontram-se 60% das sociedades por quotas e 47% das sociedades anónimas analisadas neste estudo.

Por oposição aos “Optimistas”, este grupo de empresários é o que apresenta maior experiência na actividade turística (60% tem mais de 10 anos de experiência), embora a maioria também se ocupasse anteriormente em actividades que não o turismo (62,5%). Mais uma vez estes resultados condizem com o número de anos de exploração dos empreendimentos a que respeitam, que é mais relativamente mais elevado.

Os “Cépticos” são, na sua maioria, naturais da Região (62,5%). No que toca às habilitações literárias, não se distinguem muito do Grupo 1, embora a maior parte dos empresários que possuem formação específica na área do turismo se enquadrem neste grupo (48% do total).

- **Cluster 3 – “Críticos”**

O grupo mais pequeno, com 11,4% dos casos, foi considerado como sendo o grupo dos “Críticos”, uma vez que apresenta o maior número de médias com valores inferiores a 2,5 (um total de 6 em 26 afirmações) e um conjunto considerável de indecisões (um total de 13 afirmações têm médias compreendidas entre 2,5 e 3,5, ou seja, 50%). As críticas são exacerbadas no caso dos impactes ambientais, pelo que este grupo assume uma visão ambientalista, embora temperada com muita relutância em relação aos impactes socioculturais, sendo o que revela maior preocupação relativamente a estes aspectos.

Tal como anteriormente se afirmou, o Grupo 3 destaca-se significativamente dos outros dois em relação à opinião transmitida quanto ao aumento da poluição (AF2), às alterações na paisagem e na biodiversidade (AF4), à deterioração de locais de interesse histórico, arquitectónico e cultural (AF7), à alteração da qualidade estética do ambiente devida à construção de hotéis (AF9) e ao aumento do lixo provocado pelo turismo (AF13), que é muito mais desfavorável.

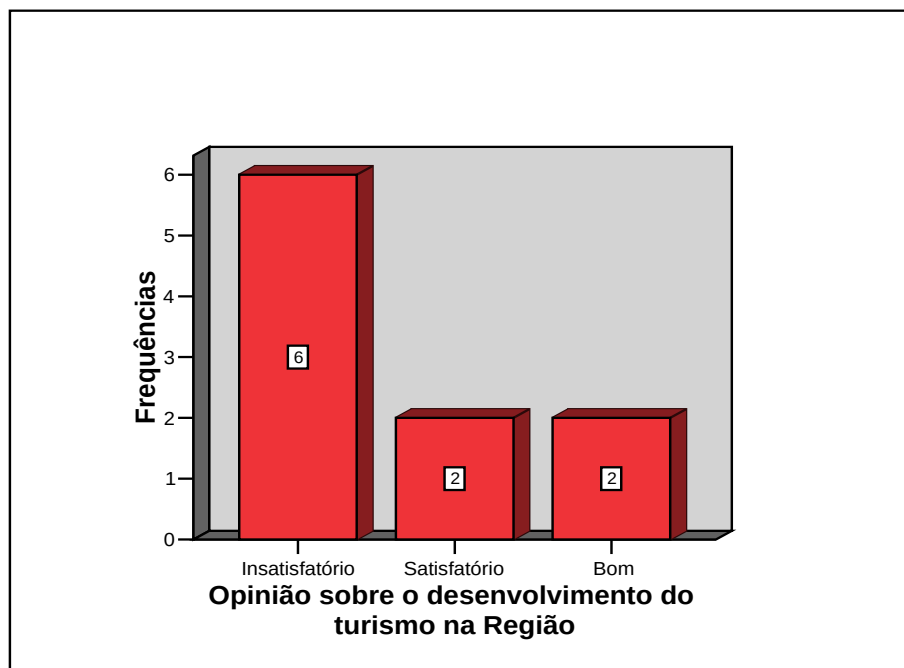
No que respeita aos impactes económicos, os “Críticos” encontram-se numa situação muito semelhante à do Grupo 1, registando-se apenas duas diferenças: por um lado, apresentam uma opinião significativamente mais favorável em relação à criação de emprego (AF1) e, por outro, revelam incerteza quando ao aumento do rendimento pessoal devido ao turismo (AF10), embora, neste caso, as diferenças de médias não sejam estatisticamente significativas. É de assinalar, a propósito desta última afirmação, que as médias obtidas para os “Críticos” e para os “Cépticos” são de difícil explicação, uma vez que, tratando-se de indivíduos que estão envolvidos em termos profissionais no sector do turismo, revelam indecisão.

Os “Críticos” são os que atribuem maior importância ao planeamento turístico (AF24), embora a média não seja significativamente superior à dos outros grupos. Por outro lado, a opinião média é menos favorável em relação ao facto do turismo não levar à perda da identidade cultural da população (AF11) e ajudar à preservação da cultura e artesanato local (AF16). Assumem uma postura reticente em relação à melhoria da qualidade de vida da população (AF6) e ao aumento das desigualdades sociais (AF21), pois as médias revelam indecisão e são mais baixas do que as dos outros grupos, embora as diferenças não sejam estatisticamente significativas.

Os empresários deste cluster sentem que não participam no processo de tomada de decisão (AF22), manifestando uma opinião semelhante à dos “Cépticos”, sendo as médias de ambos significativamente inferiores à do Grupo 1, tal como acima se fez referência.

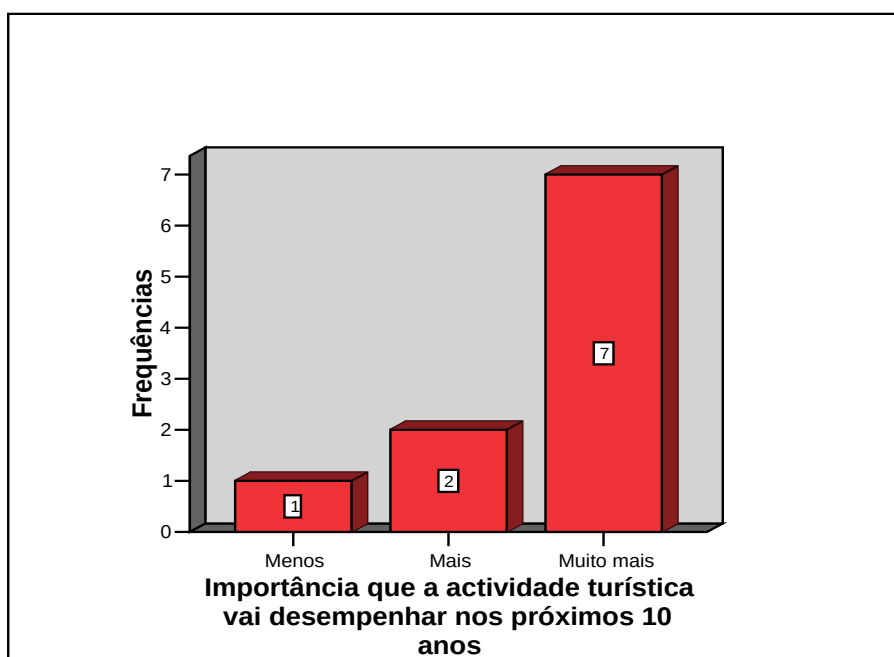
Em relação à opinião que manifestam em relação ao desenvolvimento do turismo na Região, na actualidade, a maior percentagem de respostas foi para “Insatisfatório”. O Gráfico 5.34 ilustra esta situação.

Gráfico 5.34 – Número de empresários “Críticos” por opinião sobre o desenvolvimento do turismo na Região



Quanto à importância que a actividade turística vai desempenhar nos Açores nos próximos 10 anos, o maior número de frequências foi para “Muito mais”, como se pode observar através do Gráfico 5.35.

Gráfico 5.35 – Número de empresários “Críticos” por importância que a actividade turística vai desempenhar nos Açores nos próximos 10 anos



Os “Críticos” são predominantemente empresários da hotelaria tradicional (80%), da ilha de São Miguel (80%). Note-se que 50% destes estabelecimentos se encontram classificados como unidades de 4 e 3 estrelas e assumem a personalidade jurídica de sociedades por quotas.

Este grupo distingue-se dos restantes quanto à naturalidade dos empresários, que é maioritariamente de fora da Região (70%) e ao nível de qualificação, que é consideravelmente superior, pois 60% possuem o Ensino Superior e 50% têm formação específica na área do turismo.

5.12 Síntese dos resultados obtidos

As características do empreendimento turístico e do responsável pela sua gestão não são discriminantes da opinião que os empresários manifestam em relação ao desenvolvimento do turismo na Região.

As expectativas dos empresários quanto à importância que a actividade turística vai ter, na Região, nos próximos 10 anos, diferem em função do ano de entrada em funcionamento do empreendimento turístico e da personalidade jurídica da entidade exploradora.

Os empresários partilham de uma visão comum quanto às actividades que apresentam maior potencial de crescimento na Região: as actividades ligadas ao turismo, a agricultura e produção animal, a pesca, os serviços, as agro-indústrias, o comércio e a construção.

Na opinião dos empresários, os atributos que os turistas consideram mais importantes na escolha do destino turístico Açores são a paisagem, a tranquilidade, a natureza, a segurança, a singularidade do destino e a hospitalidade dos residentes.

A importância atribuída pelos empresários aos factores subjacentes à escolha do destino turístico difere consoante as características dos empreendimentos que estão sob a sua gestão (tipo de empreendimento, classificação, personalidade jurídica, localização por ilha e dimensão).

A avaliação que os empresários fazem da acessibilidade à Região e das ligações inter-ilhas e respectivas infra-estruturas de apoio apresenta diferenças significativas por ilha.

Os aspectos que se revelam mais satisfatórios na oferta turística actual do concelho são os que se relacionam com a qualidade do ambiente (qualidade do ar, qualidade da água e qualidade do solo), bem como os bancos e serviços de câmbios, enquanto os itens considerados menos satisfatórios são a oferta nocturna, a oferta recreativa geral, os postos de informação turística e os parques de campismo, assim como todos os aspectos relacionados com a qualificação profissional no turismo.

Há consenso entre os empresários na avaliação que efectua aos aspectos da oferta turística dos seus concelhos, com excepção da distribuição de energia eléctrica, em que se verificam diferenças significativas por ilha.

A medida que os empresários consideram mais importante para estimular a atractividade e a competitividade do destino turístico Açores é melhorar os transportes e a acessibilidade à Região, enquanto a menos importante é aumentar a oferta de *packages*, circuitos e visitas organizadas.

O grau de importância atribuído a um conjunto de medidas para estimular a atractividade e a competitividade do destino turístico Açores difere por ilha; contudo, à semelhança do que aconteceu com a avaliação da oferta turística do concelho, evidencia-se uma tendência para o consenso entre os empresários pois, perante um conjunto de 10 medidas, só num caso é que houve diferenças significativas por ilha.

O nível de conhecimento da *Agenda 21 para o Sector das Viagens e do Turismo* por parte dos empresários do subsector do alojamento turístico da Região é muito reduzido, pois apenas cerca de 20% já ouviu falar dessas orientações, enquanto uma minoria teve acesso ao documento (8,6%) e já o leu (7,5%).

As práticas de sustentabilidade do turismo mais adoptadas no subsector do alojamento turístico na Região são a disponibilização de informação aos clientes sobre as atracções turísticas e serviços locais e a aquisição de produtos locais sempre que se encontrem

disponíveis; pelo contrário, as práticas menos adoptadas são a implementação de sistemas de gestão da qualidade e a utilização de energias alternativas e/ou renováveis.

As empresas açorianas do subsector do alojamento turístico têm participado pouco em iniciativas voluntárias para a sustentabilidade do turismo.

O grau de importância que os empresários atribuem à implementação dessas iniciativas no subsector do alojamento turístico é elevado.

As principais motivações para a adopção dessas práticas de sustentabilidade do turismo são o aumento da satisfação dos empregados (orgulho na empresa, compromisso com a qualidade, redução dos riscos de saúde e de segurança) e a melhoria das relações públicas da empresa (credibilidade, imagem, notoriedade).

Os principais obstáculos à adopção de práticas de sustentabilidade do turismo são os elevados custos de investimento associados à implementação destas práticas e a insuficiência de incentivos governamentais e/ou benefícios fiscais para os atenuar.

A opinião dos empresários relativamente às principais motivações não difere em função das características do empreendimento turístico e/ou do responsável pela sua gestão; no que toca aos principais obstáculos, há diferenças significativas de opinião em função da naturalidade do empresário e do ano de entrada em funcionamento do empreendimento turístico.

Há diferenças significativas na opinião dos empresários relativamente às entidades que podem contribuir, através da sua acção, para o desenvolvimento sustentável da actividade turística, atendendo à naturalidade do empresário e ao tipo de empreendimento turístico, dimensão em termos do número de quartos e classificação.

Os impactes mais positivo e mais negativo do turismo na Região mais reconhecidos pelos empresários são, respectivamente, a criação de emprego e a subida dos preços dos bens e das propriedades.

É possível identificar grupos homogêneos de empresários com base nas suas percepções dos impactes ambientais, económicos e socioculturais do turismo na Região.

Os resultados apontam para a existência de três representações sociais do turismo no grupo dos empresários do subsector do alojamento turístico da Região: optimistas (43,2%), cépticos (45,5%) e críticos (11,4%).

5.13 Conclusão

Este capítulo foi dedicado ao estudo das percepções dos empresários do subsector do alojamento turístico em relação à sustentabilidade do turismo nos Açores. Partindo dos objectivos estabelecidos em capítulo anterior, neste capítulo foram apresentados, analisados e interpretados os dados recolhidos através de um questionário elaborado para o efeito, de modo a dar resposta às questões da investigação. Dando cumprimento à sequência das etapas metodológicas da investigação empírica, a discussão dos resultados desta vertente do estudo será retomada em capítulo posterior, após a apresentação dos resultados dos estudos desenvolvidos junto dos outros dois grupos de *stakeholders* do sector: turistas e residentes.

Capítulo 6. EXPECTATIVAS E PERCEPÇÕES DOS TURISTAS EM RELAÇÃO À VISITA AOS AÇORES: A AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DA EXPERIÊNCIA TURÍSTICA

6.1 Introdução

Neste capítulo procede-se à avaliação da qualidade da experiência turística nos Açores, apresentando-se os resultados do questionário que foi implementado junto dos turistas, à saída da Região, com o propósito de determinar o nível de satisfação com a visita. O capítulo está estruturado em dez secções, começando pela análise preliminar das respostas e caracterização sociodemográfica dos turistas inquiridos e prosseguindo com a caracterização da visita e da estadia. Nas secções seguintes, atenta-se no cumprimento das expectativas gerais em relação à oferta turística, na importância atribuída à introdução de práticas de sustentabilidade do turismo nas atracções e instalações turísticas e na avaliação do desempenho do destino turístico, de acordo com os objectivos estabelecidos para este domínio da investigação empírica. Para apresentar os resultados e dar resposta às questões da investigação, recorre-se a quadros e gráficos de distribuição de frequências, medidas de estatística descritiva, cruzamentos e medidas de associação e ainda ao cálculo de testes *t* para médias, análise de variância univariada e multivariada, correlações do tipo Pearson, análise factorial e análise de clusters. O capítulo termina com uma síntese dos resultados obtidos.

6.2 Análise preliminar das respostas e caracterização sociodemográfica dos turistas inquiridos

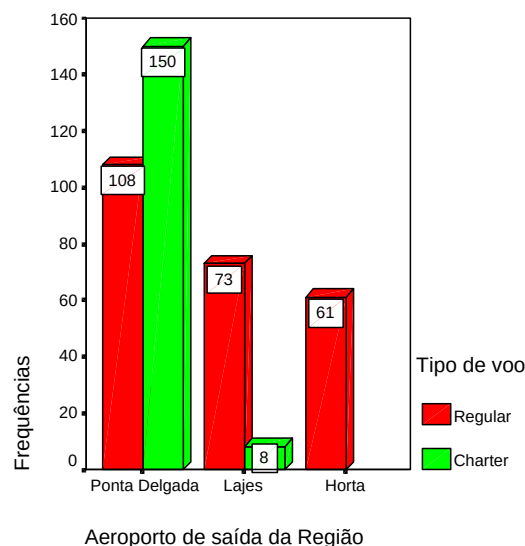
Esta secção pretende expor, de forma sucinta, os resultados do tratamento preliminar dos dados recolhidos e proceder à caracterização dos turistas inquiridos.

- **A amostra final do estudo**

Cerca de 60% dos 400 turistas inquiridos viajou em voo regular e 40% em voo não regular. Esta situação deve-se ao facto do questionário ter decorrido no mês de Agosto, período em que se efectua um elevado número de voos não regulares, devido ao aumento sazonal da procura. Os voos não regulares realizaram-se quase exclusivamente

através do Aeroporto João Paulo II, em Ponta Delgada, pois aí se concentrava a maior parte das operações (ver Gráfico 6.1).

Gráfico 6.1 – Distribuição dos inquiridos por aeroporto de saída da Região e tipo de voo



Quanto ao destino do voo, e para simplificar a análise, os casos foram agrupados por país de destino (ver Quadro 6.1), uma vez que o estudo abrangeu 90 voos, correspondentes a 15 rotas diferentes (não confundir com o país de residência do indivíduo).

Quadro 6.1 – Distribuição dos inquiridos por aeroporto de saída da Região e destino do voo

Aeroporto de saída		Destino do voo						Total
		Portugal	Suécia	Noruega	E.U.A.	Canadá	Alemanha	
Ponta Delgada	N	96	98	39	18	4	3	258
	% do Total	24,0%	24,5%	9,8%	4,5%	1,0%	,8%	64,5%
Lajes	N	73	0	0	5	3	0	81
	% do Total	18,3%	,0%	,0%	1,3%	,8%	,0%	20,3%
Horta	N	61	0	0	0	0	0	61
	% do Total	15,3%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	15,3%
Total	N	230	98	39	23	7	3	400
	% do Total	57,5%	24,5%	9,8%	5,8%	1,8%	,8%	100%

Refira-se que somente através do aeroporto de Ponta Delgada se estabeleceram, no período em referência, ligações com a Suécia, Noruega e Alemanha; nas Lajes, houve voos para os EUA e Canadá, para além das ligações com o Continente; quanto ao aeroporto da Horta, não se efectuaram voos para o estrangeiro. Por conseguinte, os voos territoriais assumiram um peso elevado na amostra (57,5% do total).

Da observação do quadro seguinte, constata-se que os turistas residentes em Portugal utilizaram voos directos para chegar ao seu destino, assim como a maior parte dos nórdicos (95,2%) e dos residentes nos Estados Unidos da América e Canadá (65,1%). Contudo, a maioria dos turistas da Alemanha (85,7%) e de Outros Países (95,2%) recorreu a voos de ligação através de outros aeroportos portugueses, ou seja, não utilizou, à saída dos Açores, voos directos para o seu país. Por esta razão, decidiu-se agrupar os casos da Alemanha com os dos Outros Países, passando esta classe a englobar 63 indivíduos, correspondentes a 15,8% da amostra.

A variável “país de residência” assumirá doravante quatro classes: Portugal, Países Nórdicos, EUA e Canadá e Outros Países.

Quadro 6.2 – Distribuição dos inquiridos por país de residência e destino do voo

País de residência		Destino do voo						Total
		Portugal	Suécia	Noruega	E.U.A.	Canadá	Alemanha	
Portugal	N	150	0	0	0	0	0	150
	% do País de residência	100,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100%
Países Nórdicos	N	7	98	39	0	0	0	144
	% do País de residência	4,9%	68,1%	27,1%	,0%	,0%	,0%	100%
Alemanha	N	18	0	0	0	0	3	21
	% do País de residência	85,7%	,0%	,0%	,0%	,0%	14,3%	100%
E.U.A. e Canadá	N	15	0	0	21	7	0	43
	% do País de residência	34,9%	,0%	,0%	48,8%	16,3%	,0%	100%
Outros Países	N	40	0	0	2	0	0	42
	% do País de residência	95,2%	,0%	,0%	4,8%	,0%	,0%	100%
Total	N	230	98	39	23	7	3	400
	% do País de residência	57,5%	24,5%	9,8%	5,8%	1,8%	,8%	100%

- **A análise das não respostas e dos outliers**

A percentagem de “não respostas” foi, de um modo geral, muito reduzida, sendo sempre inferior a 20% dos casos, não denotando problemas que pudessem provocar enviesamento dos resultados (Pestana e Gageiro, 2000). Para lidar com o problema da falta de dados na aplicação das técnicas estatísticas com o SPSS, foi seleccionada a opção *Exclude cases listwise*, por forma a não perder informação.

Foi efectuado o estudo dos *outliers* para a idade e a duração total da estadia, por se tratarem de variáveis quantitativas, medidas numa escala de rácio.

No caso da idade, não foram constatadas observações aberrantes, mas o mesmo já não se verificou em relação à duração total da estadia, onde foram identificados 23 *outliers*. De acordo com Pestana e Gageiro (2000), os *outliers* classificam-se como severos ou moderados, consoante o seu afastamento em relação às outras observações seja mais ou menos pronunciado. Destes 23 casos, 12 foram classificados como *outliers* moderados, com uma estadia na Região compreendida entre 25 e 34 dias, enquanto 11 casos foram classificados como severos, com uma permanência nos Açores igual ou superior a 35 dias.

A presença de *outliers* será tida em conta na análise da duração total da estadia na Região, pois pode provocar alterações nos resultados.

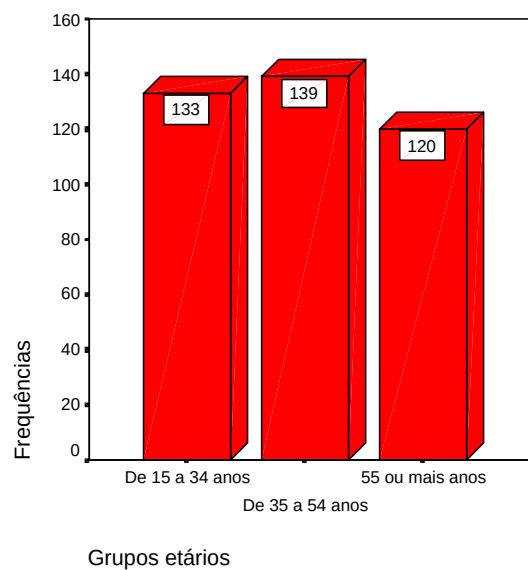
- **Caracterização sociodemográfica dos turistas inquiridos**

A amostra distribui-se de forma homogénea entre os dois sexos, tendo sido inquiridos 197 indivíduos do sexo feminino (49,3%) e 203 do sexo masculino (50,8%).

A idade média dos turistas inquiridos é 45 anos, tendo o mais novo 15 anos e o mais velho 82 anos. Calculando a média da idade por países de residência, verifica-se que a idade média dos turistas portugueses é 35 anos, ou seja, bastante inferior à idade média da amostra, enquanto que a idade média dos turistas nórdicos é 54 anos, ou seja, bastante superior à média da amostra. Para os turistas dos EUA e Canadá a idade média é 46 anos e para os turistas dos Outros Países, 43 anos.

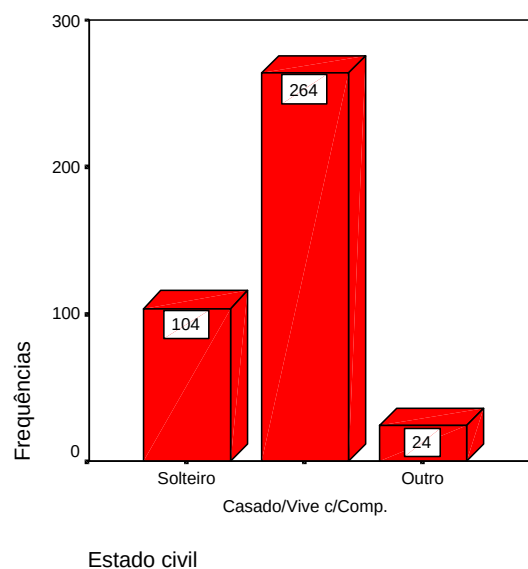
Para efeitos de análise, os dados foram agrupados em três grupos etários, como se mostra no Gráfico 6.2. No grupo etário de 15 a 34 anos temos 133 casos (34%), no grupo etário de 35 a 54 anos, 139 casos (35%) e no grupo etário de 55 ou mais anos, 120 casos (31%). Este último grupo corresponde aos turistas seniores, definidos como os que têm 55 ou mais anos de idade (Shank e Nahhas, 1994; Gustin e Weaver, 1993; Mintel, 1991; citadas por Callan e Bowman, 2000; Lanquar, 1993).

Gráfico 6.2 – Número de turistas inquiridos por grupos etários



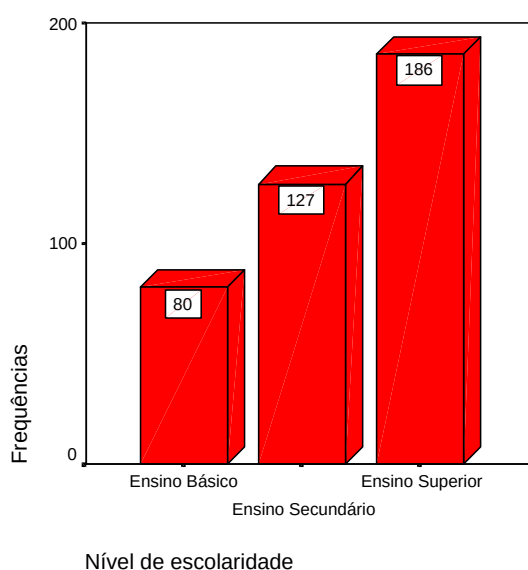
Quanto ao estado civil, o Gráfico 6.3 mostra que a maior parte dos turistas se insere na categoria de casado/vive com companheiro (66%), seguindo-se os solteiros (26%) e, por último, os que se encontram noutra situação, ou seja, separados, divorciados ou viúvos (6%).

Gráfico 6.3 – Número de turistas inquiridos por estado civil



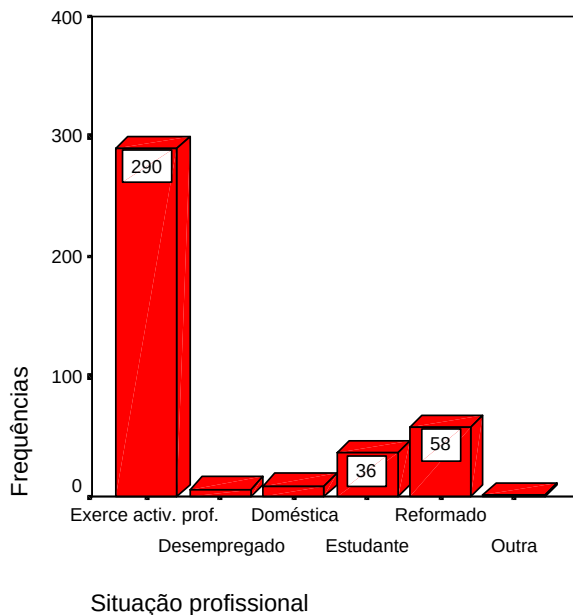
A escolarização dos turistas abrangidos pelo questionário é relativamente elevada, como se pode observar através do Gráfico 6.4, pois 46,5% dos inquiridos tem o Ensino Superior e 31,8% tem o Ensino Secundário.

Gráfico 6.4 – Número de turistas inquiridos por nível de escolaridade



Relativamente à situação profissional (ver Gráfico 6.5), 72,5% exercem uma actividade profissional, 14,5% estão reformados e 9% são estudantes. As outras situações são pouco expressivas: 2,3% são domésticas e 1,5% desempregados.

Gráfico 6.5 – Número de turistas inquiridos por situação profissional



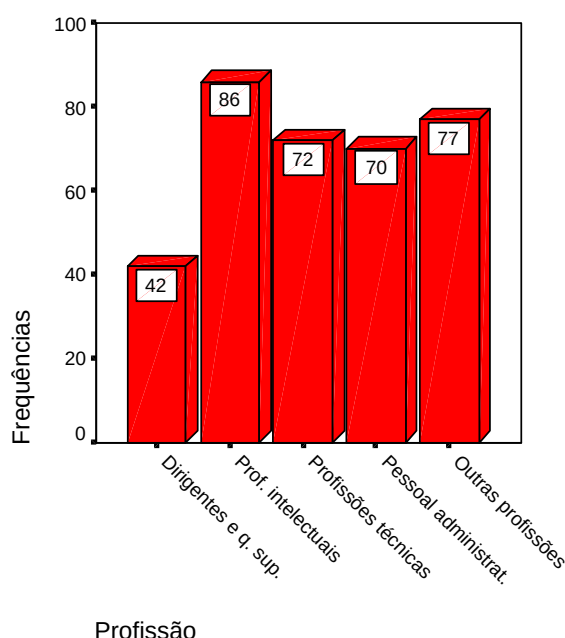
No Quadro 6.3 pode-se observar o cruzamento efectuado entre a situação profissional e o país de residência. Constatase que a maioria dos turistas inquiridos exerce uma actividade profissional, independentemente do país de residência; 72,2% dos estudantes da amostra vêm de Portugal e 62,1% dos reformados são oriundos dos Países Nórdicos.

Quadro 6.3 – Número de turistas inquiridos por situação profissional e país de residência

Situação profissional	País de residência				Total
	Portugal	Países Nórdicos	E.U.A. e Canadá	Outros Países	
Exerce actividade profissional	115	102	29	44	290
Desempregado	2	2	0	2	6
Doméstica	0	0	4	5	9
Estudante	26	3	3	4	36
Reformado	7	36	7	8	58
Outra	0	1	0	0	1
Total	150	144	43	63	400

Quanto à profissão exercida, actual ou anterior (no caso de estarem desempregados ou reformados), podemos observar no Gráfico 6.6 a respectiva afectação.

Gráfico 6.6 – Número de turistas inquiridos por profissão



Adoptando a terminologia da Classificação Nacional de Profissões (INE, 1994), verifica-se que cerca de 80% dos turistas que mencionaram a profissão exercida se enquadram em quatro categorias: Quadros Superiores da Administração Pública, Dirigentes e Quadros Superiores de Empresa (12,1%), Especialistas das Profissões Intelectuais e Científicas (24,8%), Técnicos e Profissionais de Nível Intermédio (20,7%) e Pessoal Administrativo e Similares (20,2%).

Por último, quanto à ascendência açoriana, constata-se que apenas 70 turistas têm ascendência açoriana (17,5% da amostra), pelo que a maior parte dos inquiridos (82,5%) não tem ascendência açoriana.

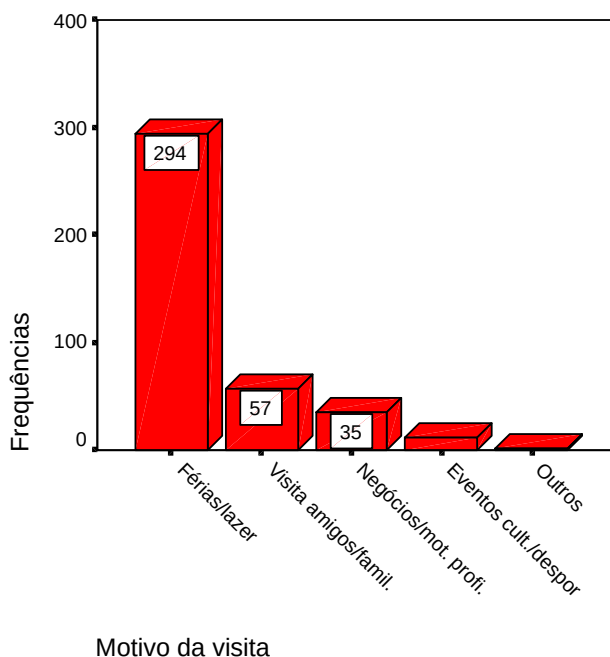
6.3 Motivo da visita e caracterização da estadia

Para caracterizar a visita e a estadia na Região, à luz das variáveis identificadas, apresentam-se algumas medidas de estatística descritiva, cruzamentos entre variáveis e alguns testes estatísticos, nomeadamente o teste do Qui-quadrado. Para aplicar este teste pressupõe-se que a dimensão da amostra seja superior a 20, que nenhuma célula da tabela tenha frequência esperada inferior a 1 e que não mais do que 20% das células tenham frequência esperada inferior a 5 unidades (Maroco, 2003).

- **Motivo principal da visita e acompanhantes na viagem**

A maioria dos turistas abrangidos pelo estudo veio aos Açores tendo como motivo principal as férias ou o lazer (73,5%), como se pode observar no Gráfico 6.7, seguindo-se a visita a amigos ou familiares (14,3%). Estes dois grupos representam 87,8% do total de inquiridos. Por conseguinte, os negócios ou motivos profissionais não assumem grande expressão na amostra (8,8%), bem como os eventos culturais ou desportivos (2,8%) ou outros motivos (0,5%).

Gráfico 6.7 – Motivo principal da visita aos Açores



Agregando as três últimas categorias da variável numa só classe, que se intitulou “Outros motivos” (46 casos), constata-se que os turistas que visitaram os Açores por

motivos de férias ou lazer não têm, na generalidade, ascendência açoriana (91,5%), passando-se o mesmo com aqueles que vieram por outros motivos (93,5%). A situação inverte-se apenas no caso do motivo principal ser a visita a amigos ou familiares, em que 73,7% dos inquiridos tem ascendência açoriana (ver Quadro 6.4).

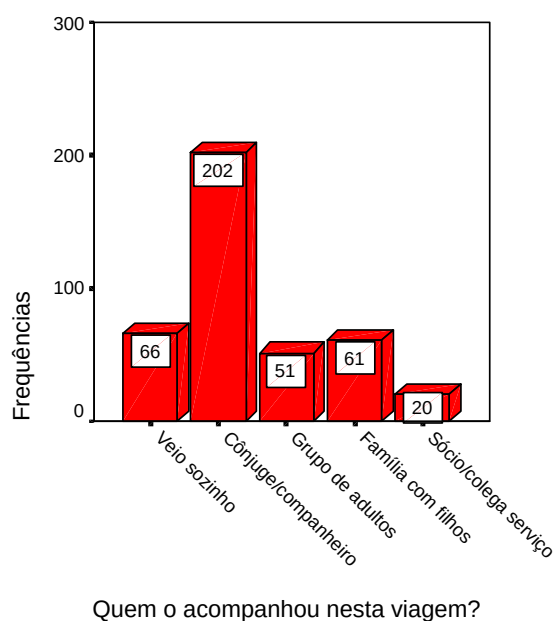
Quadro 6.4 – Número de turistas inquiridos por motivo da visita e ascendência açoriana

Motivo da visita	Ascendência açoreana		Total
	Sim	Não	
Férias/lazer	25	268	293
Visita amigos/familiares	42	15	57
Outros motivos	3	43	46
Total	70	326	396

De acordo com os resultados do teste do Qui-quadrado, verifica-se que há uma relação entre o motivo da visita e a ascendência (valor da estatística do Qui-quadrado = 143,638; $p < 0,001$) e que esta relação é forte (coeficiente V de Cramer = 0,602; $p < 0,001$).

Em relação aos acompanhantes na viagem, e de acordo com o Gráfico 6.8, verifica-se que cerca de metade dos turistas da amostra veio aos Açores com o cônjuge/companheiro. Quanto aos restantes, 16,5% vieram sozinhos, 15,3% trouxeram a família com filhos, 12,8% vieram com um grupo de adultos e 5% vieram acompanhados por um sócio/colega de serviço.

Gráfico 6.8 – Acompanhantes na viagem



De salientar que 60,2% daqueles que visitaram os Açores por motivos de férias ou lazer vieram acompanhados pelo cônjuge/companheiro e 14,6% vieram acompanhados pela família com filhos. Dos que procuraram os Açores para visitar amigos ou familiares, 33,3% vieram sozinhos, 33,3% com o cônjuge/companheiro e 26,3% com família com filhos (ver Quadro 6.5).

Quadro 6.5 – Número de turistas inquiridos por motivo da visita e acompanhantes na viagem

Motivo da visita	Quem o acompanhou nesta viagem?					Total
	Veio sozinho	Cônjuge/companheiro	Grupo de adultos	Família com filhos	Sócio/colega de serviço	
Férias/lazer	30	177	37	43	7	294
Visita amigos/familiares	19	19	4	15	0	57
Outros motivos	16	5	10	2	13	46
Total	65	201	51	60	20	397

De acordo com os resultados do teste do Qui-quadrado, constata-se que há uma relação entre o motivo da visita e o acompanhante na viagem (valor da estatística do Qui-quadrado = 118,321; $p < 0,001$), embora esta relação não seja muito forte (coeficiente V de Cramer = 0,386; $p < 0,001$).

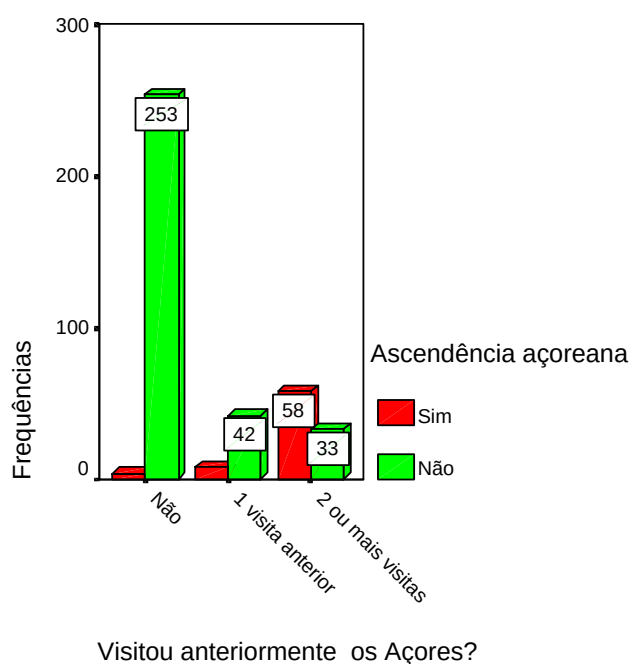
- **Experiência de visita**

Quanto a visitas anteriores, 258 inquiridos afirmaram tratar-se da sua primeira visita aos Açores (64,5%), enquanto 50 já tinham efectuado uma visita anterior (12,5%) e 91, duas ou mais visitas anteriores (22,8%).

Observe-se agora o Gráfico 6.9, onde se tem em conta a ascendência açoriana.

Verifica-se que os turistas que visitaram os Açores pela primeira vez não têm ascendência açoriana (98,4%), bem como a maior parte daqueles que efectuaram uma visita anterior (84%), invertendo-se a situação no caso de duas ou mais visitas anteriores, onde a maioria tem ascendência açoriana (63,7%). A repetição da visita está associada à ascendência açoriana, o que se confirma através dos resultados do teste do Qui-quadrado (valor da estatística do Qui-quadrado = 179,362; $p < 0,001$), sendo esta relação forte (coeficiente V de Cramer = 0,671; $p < 0,001$).

Gráfico 6.9 – Experiência de visita tendo em conta a ascendência açoriana



- **Destinos alternativos considerados**

Em relação a destinos alternativos, refira-se que 80,8% dos turistas não considerou destinos alternativos no processo de escolha do destino turístico, sendo esta uma percentagem muito elevada.

Quanto àqueles que consideraram, e tendo em conta a diversidade de destinos mencionados, as respostas foram agrupadas por país de residência dos inquiridos. Comentam-se os resultados:

- Dos destinos alternativos identificados pelos turistas residentes em Portugal, a Espanha aparece à cabeça das referências (4 citações), seguindo-se a Madeira (3), o Algarve (2) e Palma de Maiorca, nas Ilhas Baleares (2). Também são mencionados outros destinos insulares, tais como Cabo Verde, Ibiza (Ilhas Baleares) e Lanzarote (Canárias), com uma citação cada (ver Quadro C.1, do Apêndice C).
- Os turistas dos Países Nórdicos, por sua vez, apresentaram um maior leque de alternativas do que os portugueses. Os destinos mais citados foram a Madeira (3 citações) e a Grécia (3 citações, incluindo ilhas gregas), seguindo-se outros destinos no Mediterrâneo (nomeadamente Malta, com

duas citações e Creta e Maiorca, com uma citação cada). De salientar o elevado número de referências a destinos insulares (13, num total de 22 destinos citados) (ver Quadro C.2, do Apêndice C).

- Os turistas provenientes dos EUA e Canadá, que referiram destinos alternativos, mencionaram destinos muito diversos, desde países europeus (Espanha, Grécia, Itália, Portugal, com uma citação cada), até destinos nas Caraíbas (Cuba e México, com uma citação cada) e Pacífico (Havaí, com uma citação) (ver Quadro C.3, do Apêndice C).
- A Madeira foi o destino alternativo mais citado pelos turistas de Outros Países (5 citações), seguindo-se as Canárias (4). Houve um grande número de referências a países europeus (7) (ver Quadro C.4, do Apêndice C).

De um modo geral, pode-se afirmar que os destinos insulares considerados concorrentes dos Açores são a Madeira, as Canárias e as Ilhas Baleares, seguindo-se Malta e as ilhas gregas.

Quanto a destinos não insulares, temos Portugal, ou seja, outras regiões de turismo do país, e vários países europeus, sendo os mais citados a Espanha, a França, a Grécia e o Reino Unido (Inglaterra, Escócia).

- **Ilhas visitadas e caracterização da estadia**

De acordo com as respostas dos inquiridos, verifica-se que a ilha mais visitada foi, sem dúvida, a de S. Miguel (74,3% dos inquiridos), seguindo-se a Terceira (26,8%), o Faial (23,5%) e o Pico (17,3%). Quanto às restantes ilhas do arquipélago, 5,5% dos turistas visitou a ilha de S. Jorge, 2,3% as Flores, 1,3% Santa Maria, 1,3% Graciosa e 1% o Corvo. Estes valores corroboram as estatísticas oficiais relativas a hóspedes e dormidas nos estabelecimentos hoteleiros da Região (SREA, 2003), que apresentam uma distribuição semelhante dos fluxos turísticos pelas ilhas.

Fazendo uma análise por país de residência (ver Quadros C.5 a C.13, do Apêndice C), constata-se que não há grandes diferenças em termos das ilhas visitadas, a não ser no caso dos turistas nórdicos, que visitam quase exclusivamente a ilha de S. Miguel, devido ao facto das ligações aéreas directas se efectuarem apenas com essa ilha.

O estudo da variável “duração total da estadia na Região” revelou a existência de 23 *outliers*, tal como se referiu na primeira secção deste capítulo. Trata-se de turistas cuja estadia nos Açores foi igual ou superior a 25 dias, tendo 12 casos sido classificados como *outliers* moderados, com uma estadia compreendida entre 25 e 34 dias e 11 casos como *outliers* severos, com uma permanência nos Açores igual ou superior a 35 dias.

Para verificar se os *outliers* afectam muito os resultados, foram calculadas as três medidas de tendência central (média, mediana e média aparada a 5%) com e sem os *outliers*, comentando-se as diferenças encontradas. Na análise com *outliers*, a duração média da estadia na Região é de 12 dias, sendo a mediana 9 dias e a média aparada a 5% igual a 10 dias. O desvio padrão, neste caso, é de 12 dias. Excluindo os *outliers* da análise, a duração média da estadia na Região passa a ser de 10 dias, sendo a mediana 8 dias, a média aparada a 5 % igual a 10 dias e o desvio padrão 5 dias. A moda é 7 dias, não se alterando com a exclusão dos *outliers*. Verifica-se que os *outliers* produzem alterações significativas nos resultados, aumentando a estadia média em 2 dias e o desvio padrão em 7 dias, entre outros efeitos.

O mesmo acontece quando se calcula a estadia média por país de residência. Com a presença de *outliers*, a estadia média para os turistas residentes em Portugal é de 11 dias, para os Países Nórdicos é de 9 dias, para os turistas dos EUA e Canadá é de 18 dias e para os turistas dos Outros Países é de 15 dias. Sem *outliers*, os valores da estadia média passam a ser de 9 dias para os portugueses (menos 2 dias), 9 dias para os nórdicos (neste caso, os *outliers* não produzem qualquer efeito), 13 dias para os turistas dos EUA e Canadá (menos 5 dias) e 10 dias para os turistas dos Outros Países (menos 5 dias). Conclui-se que a presença de *outliers* afecta significativamente a estadia média dos turistas dos EUA e Canadá e dos turistas dos Outros Países.

Os turistas dos EUA e Canadá são os que permanecem, em média, mais tempo na Região. Esta situação deve-se ao facto da maioria dos indivíduos deste grupo se deslocar aos Açores para visitar a família, ficando alojado em casa própria ou de familiares.

Quanto à estadia por ilha, verifica-se que, para certas ilhas, há poucas observações, o que, associado à presença de *outliers*, não permite validar o cálculo da duração média da

estadia por ilha. Considerando apenas as ilhas mais visitadas, a duração média da estadia em S. Miguel é de 10 dias, na Terceira, 7 dias, no Faial, 7 dias e no Pico, 5 dias.

Em relação ao tipo de alojamento escolhido pelos turistas em cada ilha, refira-se que este é muito condicionado pela oferta existente, não permitindo estabelecer comparações entre ilhas ou determinar as preferências dos turistas em matéria de alojamento turístico.

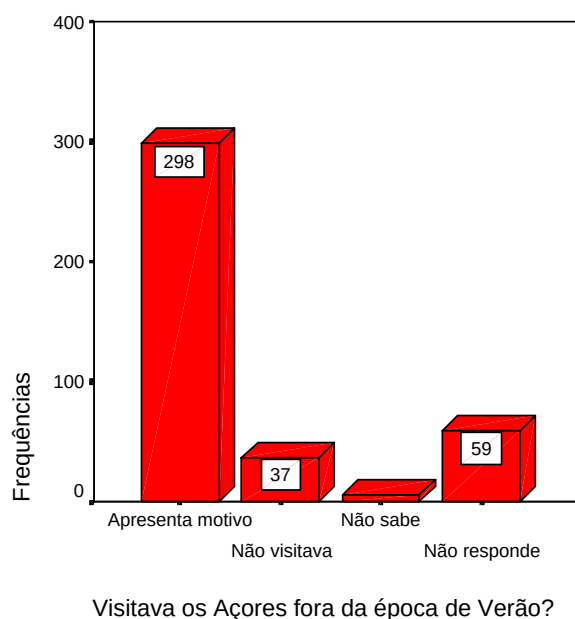
Contudo, analisando o tipo de alojamento utilizado em cada ilha por país de residência dos turistas (ver Quadros C.14 a C.22, do Apêndice C), nota-se que, em S. Miguel, os hotéis são mais procurados pelos turistas dos Países Nórdicos; de uma forma geral, os hotéis são mais utilizados pelos portugueses e pelos turistas de Outros Países. As pensões residenciais são mais utilizadas, em geral, pelos portugueses. No caso do turismo em espaço rural, foram apenas 11 os inquiridos a pernoitar nesta modalidade, tendo estes casos ocorrido nas ilhas de S. Miguel (1 turista português), Terceira (2 turistas de Outros Países), Pico (2 turistas dos EUA e Canadá e 2 de Outros Países), Faial (3 turistas portugueses) e Flores (1 turista de Outros Países). A casa de amigos ou familiares é especialmente importante para os portugueses (cerca de 30% dos casos) e para os visitantes dos EUA e Canadá (cerca de 52% dos casos). Tal como se afirmou, a maior parte dos turistas que vem visitar a família recorre a este tipo de alojamento.

- **Motivo da visita fora da época de Verão**

Num total de 400 entrevistados, 341 responderam a esta questão (85% da amostra): seis disseram que não sabiam (1,5% da amostra), 37 responderam que não viriam aos Açores fora da época de Verão (9,3% da amostra) e 298 apresentaram motivos para o fazer (74% da amostra). Esta situação encontra-se ilustrada no Gráfico 6.10.

As razões mais apontadas para não visitar os Açores fora da época de Verão foram o clima (20% dos que não viriam afirmaram que o clima não é convidativo) e as férias (20% dos que não viriam referem que não têm férias ou o resto da família não tem, pelo que não podem vir).

Gráfico 6.10 – O que poderia levá-lo a visitar os Açores fora da época de Verão?



Quanto aos motivos apontados para vir aos Açores noutra altura do ano, e tratando-se de uma pergunta aberta, alguns indivíduos apresentaram mais do que um, pelo que os 362 motivos apresentados por 298 inquiridos foram agrupados como se pode observar no quadro seguinte.

Quadro 6.6 – Motivos da visita fora da época de Verão

Motivos da visita fora da época do Verão	Número de Referências	Percentagem
Paisagem, natureza, ambiente, ar puro, água limpa, fenómenos vulcânicos	113	31,2%
Visitar a família, visitar amigos	66	18,2%
Tranquilidade, calma, sossego, o facto de haver poucos turistas	39	10,8%
Clima, temperatura do ar, bom tempo	35	9,7%
Voos directos, passagens mais baratas, circuito pelas ilhas a preços aceitáveis	21	5,8%
Negócios, motivos profissionais	18	5%
Tudo, voltaria em qualquer época do ano	13	3,5%
Hospitalidade dos residentes	12	3,3%
Eventos culturais, eventos especiais, festas	10	2,8%
Passeios a pé pela natureza, observação de mamíferos marinhos	9	2,5%
Praticar golfe, praticar desportos náuticos	9	2,5%
Passar férias no Inverno	9	2,5%
Interesse em conhecer outras ilhas	8	2,2%
TOTAL	362	100%

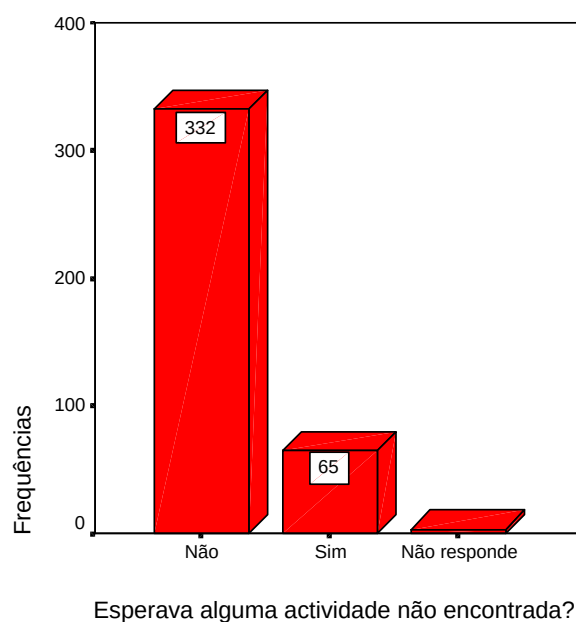
Da análise dos resultados, evidenciam-se dois grandes blocos de motivações, correspondentes a metade das respostas: a paisagem e natureza, por um lado, e a visita a amigos e familiares, por outro. A tranquilidade, a calma, o sossego e o facto de haver poucos turistas, assumem a terceira posição. Segue-se o clima. Importa realçar que, em

relação ao clima, há duas percepções distintas: clima como factor de atracção (ponto forte) e clima como factor de exclusão (ponto fraco), pois, ora é referido, por uns, como um atributo importante na escolha do destino turístico Açores, ora é apontado, por outros, como motivo para não visitar os Açores fora da época do Verão. A existência de voos directos a partir de certos mercados, passagens mais baratas, *packages* mais atractivos e a possibilidade de efectuar o circuito das ilhas a preços aceitáveis, podem constituir, também, factores de motivação da visita fora da época alta. Seguem-se os negócios e motivos profissionais, com 5% das referências. Os outros motivos apontados constituem, igualmente, pontos fortes do destino, em torno dos quais os produtos turísticos se podem alicerçar: os valores locais, a paisagem humana e natural.

6.4 Cumprimento das expectativas gerais em relação à oferta turística

Perguntou-se aos turistas se esperavam encontrar alguma actividade nos Açores que não tivessem encontrado. Pretendeu-se avaliar, com esta questão, o desempenho do destino em relação às expectativas dos visitantes, de modo a detectar eventuais desfasamentos em termos de marketing ou de informação turística ou, ainda, no que toca à oferta de equipamentos e serviços turísticos. As frequências obtidas para as respostas podem observar-se no Gráfico 6.11.

Gráfico 6.11 – Esperava encontrar alguma actividade nos Açores que não encontrou?



Constata-se que 83% dos inquiridos respondeu que não, o que parece evidenciar satisfação com as actividades encontradas na Região, sendo esta uma elevada taxa de cumprimento das expectativas gerais em relação à oferta turística. Estes resultados permitem responder afirmativamente à Questão 1.

Quanto aos que responderam que sim (65 casos), pediu-se para indicarem qual ou quais os aspectos que não corresponderam às expectativas. Tratando-se de uma pergunta aberta, as respostas foram muito variadas, mencionando os vários elementos que compõem o produto turístico global oferecido pelo destino.

Para classificar as respostas em categorias, recorreu-se à definição das componentes do produto turístico global sugerida por Middleton e Hawkins (1998: 71-73): atracções do destino, instalações do destino, acessibilidade ao destino, imagem do destino e preço. Contudo, não houve qualquer referência directa a aspectos relacionados com a imagem do destino ou com a promoção turística, pelo que essa categoria não aparece no quadro abaixo. Por outro lado, foi acrescentada a categoria “trabalho”, pois surgiu uma resposta nesse sentido, que não se enquadrava na classificação utilizada.

No Quadro 6.7 apresentam-se as frequências obtidas quanto às expectativas defraudadas (classes), atendendo ao país de residência, por se terem revelado algumas tendências nas respostas em função do mercado de origem dos turistas, que importa explorar.

Quadro 6.7 – Expectativas defraudadas por país de residência

Expectativas defraudadas	País de residência				Total
	Portugal	Países Nórdicos	E.U.A. e Canadá	Outros Países	
Atracções	15	7	5	5	32
Instalações	6	15	3	6	30
Acessibilidade	0	1	0	0	1
Preço	0	0	0	1	1
Trabalho	0	0	0	1	1
Total	21	23	8	13	65

As respostas relacionadas com as “atracções turísticas” mereceram maior número de referências por parte dos inquiridos (49,2%). De acordo com Middleton e Hawkins (1998: 72), incluem-se nesta categoria os elementos do ambiente do destino que, tanto individualmente, como combinados, servem de principal motivação da visita (atracções

naturais, atracções construídas, atracções e manifestações culturais e atracções sociais). Deste modo, foram aqui agrupadas as respostas relativas a actividades desportivas (37,5% desta categoria), animação cultural (9,4%) e animação nocturna (25%), bem como a outras actividades de animação turística (28,1% desta categoria).

Em segundo lugar, nesta hierarquia, surgiram as referências no âmbito das “instalações” (46,2%). De acordo com a definição proposta por estes autores, estas dizem respeito a elementos do destino que permitem a estadia, o usufruto e a participação nas atracções que ele oferece. Assim, foram incluídas nesta categoria as expectativas defraudadas em relação à oferta de estabelecimentos comerciais e de artesanato (6,7% desta categoria), aos transportes públicos (20%), à informação turística (10%) e a outros equipamentos e serviços turísticos (23,3%), nomeadamente piscinas, ginásios, equipamentos adequados para crianças e aluguer de equipamentos. Também se englobaram aqui as críticas às estradas e respectiva sinalização e à limpeza das praias (6,7%). Quanto à qualidade da prestação dos serviços – que, de acordo com Middleton e Hawkins (1998), deve ser tida em conta neste conjunto de elementos –, houve críticas ao atendimento nos serviços (16,7%), nomeadamente no que respeita a horários e acolhimento, e à variedade e qualidade da restauração (16,7%).

Por último, e com uma resposta apenas (para além do trabalho, que já foi acima mencionado), temos as categorias respeitantes a “acessibilidade” e “preço”. Quanto à acessibilidade, tratou-se de um indivíduo que afirmou que estava à espera de encontrar *packages* que possibilitassem a visita a outras ilhas a preços convidativos. Quanto ao preço, tratou-se de uma referência aos preços praticados, que eram mais elevados do que esperado.

Passando, agora, a analisar as respostas por país de residência, constata-se que, na opinião dos turistas portugueses, as expectativas defraudadas estiveram mais associadas à insuficiência de actividades desportivas, de animação cultural (teatro) e de entretenimento nocturno (nomeadamente nos hotéis), aspectos que se encontram englobados na categoria das “atracções”. No que toca às “instalações”, embora muito menos expressivas no conjunto, as respostas foram mais díspares, fazendo referência ao comércio, à informação turística e a equipamentos para apoio a actividades de animação.

Os turistas dos Países Nórdicos, por sua vez, foram mais veementes a apontar lacunas ao nível da restauração: esperavam encontrar comida melhor, mais variada (nomeadamente mais saladas, comida vegetariana), uma melhor relação qualidade/preço e ementas traduzidas em várias línguas, para melhor fazerem as suas escolhas e evitarem decepções. As críticas deste grupo estiveram igualmente mais associadas à necessidade de melhorar os transportes públicos (falta de informação sobre horários e pouca frequência nas ligações) e a sinalização nas estradas, de disponibilizar o aluguer de bicicletas e de cadeiras e guarda-sóis nas praias e de oferecer mais apoio a crianças. Estas respostas dizem respeito a aspectos considerados na categoria das “instalações”. Quanto à categoria das “atracções”, são de destacar as referências a actividades de animação turística ligadas à natureza (passeios a pé, escalada, parapente) e ao mar (passeios de barco, pesca desportiva, desportos náuticos).

De acordo com as respostas dadas pelos residentes nos Estados Unidos da América e Canadá, as expectativas não cumpridas associaram-se mais à impossibilidade de praticar certos desportos (tais como o *bowling* e o golfe), considerados na categoria das “atracções”, embora também houvesse algumas críticas ao atendimento ao público nos serviços, englobado nas “instalações”.

As críticas provenientes dos turistas de Outros Países estiveram mais associadas ao atendimento ao público nos serviços e à informação turística, ou seja, às “instalações”, embora também houvesse alguns que estavam à espera de encontrar mais desportos, animação nocturna e actividades ligadas à natureza e ao mar (passeios a pé, observação de espécies marinhas), incluídos nas “atracções”.

Apesar desta análise só fazer sentido quando se sabe a que ilhas é que respeitam estas expectativas defraudadas – uma vez que há uma grande disparidade na oferta turística proporcionada por cada uma das nove ilhas do arquipélago –, é de realçar que S. Miguel foi a ilha mais visitada (74,3% dos inquiridos), seguindo-se a Terceira (26,8%), o Faial (23,5%) e o Pico (17,3%).

Em suma, estas respostas deixam transparecer preocupações diferentes por país de residência.

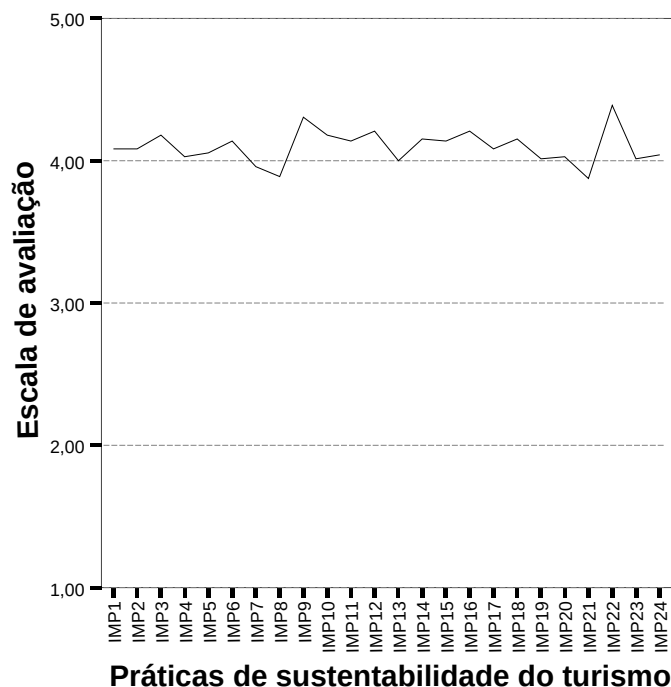
6.5 Importância atribuída à introdução de práticas de sustentabilidade do turismo nas atracções e instalações turísticas

Foi introduzida uma questão para avaliar a importância atribuída à introdução de práticas de sustentabilidade do turismo nas atracções e instalações turísticas com o objectivo de melhorar a qualidade da experiência turística.

O grau de importância foi medido através de uma escala de Likert de cinco pontos, variando entre 1, “Muito pouco importante” e 5, “Muito importante”, sendo o ponto médio, 3, correspondente a “Medianamente importante”.

A representação gráfica da média para as 24 práticas é a seguinte (ver significado das siglas IMP1 a IMP24 no Quadro 6.8):

Gráfico 6.12 – Média da importância atribuída à introdução de práticas de sustentabilidade do turismo nas atracções e instalações turísticas



De realçar que a importância atribuída a estas práticas é relativamente elevada, pois a média é sempre igual ou superior a 4, excepto em três casos, evidenciando uma forte

preocupação com a protecção do ambiente e a sustentabilidade dos recursos naturais, para além do interesse mais imediato da melhoria da qualidade da experiência turística.

No Quadro 6.8 apresenta-se a média e o desvio padrão para as 24 práticas, por ordem decrescente da média.

Quadro 6.8 – Medidas de estatística descritiva para a importância atribuída à introdução de práticas de sustentabilidade do turismo, por ordem decrescente da média

Práticas de sustentabilidade do turismo	N	Média	Desvio Padrão
IMP22 - Divulgação das atracções locais aos turistas	387	4,38	,688
IMP9 - Tratamento e destino final adequado das águas residuais	391	4,30	,847
IMP16 - Formação profissional p/implementação destas práticas	387	4,21	,819
IMP12 - Substituição de substâncias perigosas por outras menos nocivas	388	4,20	,884
IMP3 - Tratamento e destino final adequado dos resíduos sólidos	392	4,18	,904
IMP10 - Utilização de produtos "amigos do ambiente"	388	4,17	,827
IMP14 - Redução/controlo das emissões para a atmosfera	386	4,15	,843
IMP18 - Criação de zonas e quartos para não fumadores	390	4,15	1,031
IMP6 - Utilização de energias alternativas/renováveis	390	4,14	,931
IMP15 - Utilização de produtos locais sempre que disponíveis	391	4,14	,832
IMP11 - Utilização de produtos reciclados, quando possível	387	4,13	,884
IMP2 - Reutilização de produtos e embalagens	390	4,08	,978
IMP1 - Separação de resíduos para reciclagem	391	4,08	,990
IMP17 - Utilização de mão-de-obra e de materiais de construção locais	386	4,08	,882
IMP5 - Utilização de tecnologias de poupança energética	389	4,05	,962
IMP24 - Adesão a rótulos ecológicos/certificação ambiental	386	4,04	,924
IMP20 - Difusão de códigos de boa conduta ambiental para turistas	383	4,02	,880
IMP4 - Redução do consumo de energia e de combustíveis	386	4,02	,961
IMP23 - Implementação de sistemas de gestão da qualidade	388	4,01	,911
IMP19 - Sensibilização dos turistas para a poupança de água e de energia	383	4,01	,956
IMP13 - Redução/controlo do ruído	392	4,00	,919
IMP7 - Redução do consumo de água	390	3,96	1,003
IMP8 - Utilização de água não potável, quando possível	386	3,88	1,031
IMP21 - Motivação dos turistas para a utilização de transportes públicos	389	3,87	,962
Média global		4,09	

Respondendo à Questão 2, tem-se que a divulgação das atracções naturais e culturais locais aos turistas (IMP22) foi a prática que obteve a média mais elevada, indicando que a informação turística é o aspecto considerado mais importante para melhorar a qualidade da experiência turística nos Açores. O desvio padrão registou, neste caso, o valor mais baixo, confirmando que não houve grande variabilidade nas respostas.

Assumindo como referência a média global da amostra para as 24 práticas, que é de 4,09, constata-se que os inquiridos atribuem uma importância relativamente mais

elevada a 11 destas práticas, merecendo realce as práticas que visam a redução da poluição e a protecção do ambiente. Por outro lado, entre as práticas consideradas relativamente menos importantes, encontram-se as relacionadas com a poupança de água (IMP7 e IMP8), para as quais o desvio padrão foi igualmente mais acentuado, bem como a motivação dos turistas para a utilização dos transportes públicos (IMP21). Estas respostas podem atribuir-se, no primeiro caso, ao facto dos inquiridos não se aperceberem da existência de problemas graves de escassez de água nos Açores e, no segundo, às carências ou insuficiências detectadas nos transportes públicos, a que se fez referência na secção dedicada às expectativas gerais em relação à oferta turística. A criação de zonas e quartos para não fumadores (IMP18) foi outro aspecto que mereceu pouco consenso, atendendo ao valor obtido para o desvio padrão.

6.6 Determinação dos factores subjacentes às práticas de sustentabilidade do turismo

Foi aplicada a análise factorial com o método dos eixos principais ao conjunto das 24 práticas de sustentabilidade do turismo, com o objectivo de determinar os factores subjacentes a essas práticas.

O valor da medida de adequação de Kaiser-Meyer-Olkin (ou estatística de KMO) é de 0,952, valor que considera a análise factorial muito boa (Pestana e Gageiro, 2000). O teste de esfericidade de Bartlett apresenta um valor para a estatística do Qui-quadrado de 7291,718 e tem associado um nível de significância inferior a 0,05, o que leva à rejeição da hipótese da matriz das correlações na população ser a identidade, demonstrando que existe correlação entre as variáveis (Pestana e Gageiro, 2000).

Obtiveram-se, pelo critério de Kaiser, três factores, correspondentes ao número de valores próprios maiores do que a unidade. Estes três factores explicam 61,93% da variância comum. Foi aplicada uma rotação ortogonal aos factores, utilizando o método de rotação Varimax. Retiveram-se os pesos factoriais mais elevados, de forma a que cada variável se associasse apenas a um factor.

O resultado da análise de fiabilidade da escala proporcionou um coeficiente alfa de Cronbach de 0,961 para o conjunto das 24 variáveis, valor que se considera excelente

(Hill e Hill, 2002). O valor dos coeficientes alfa para os três factores varia entre 0,845 e 0,953, o que é bastante aceitável. Os resultados destas análises encontram-se no Quadro 6.9.

Quadro 6.9 – Resultados da aplicação da análise factorial com o método dos eixos principais e a rotação Varimax às práticas de sustentabilidade do turismo

Atributos	Pesos nos factores			Comunalidades
	F1	F2	F3	
Factor 1: Tratamento dos resíduos e conservação da energia	F1			
Tratamento e destino final adequado dos resíduos sólidos (lixo)	0,836			0,801
Reutilização de produtos e embalagens	0,835			0,840
Separação de resíduos para reciclagem	0,823			0,749
Utilização de tecnologias de poupança energética	0,750			0,800
Redução do consumo de energia e de combustíveis	0,731			0,760
Utilização de energias alternativas/renováveis	0,700			0,726
Utilização de produtos reciclados	0,631			0,713
Formação profissional para a implementação destas práticas	0,561			0,622
Utilização de detergentes biodegradáveis, fertilizantes biológicos	0,537			0,649
Utilização de produtos locais	0,501			0,440
Tratamento e destino final adequado das águas residuais (esgotos)	0,479			0,454
Factor 2: Qualidade da gestão ambiental		F2		
Redução/controlo do ruído		0,595		0,407
Adesão a rótulos ecológicos/certificação ambiental das instalações		0,592		0,615
Criação de zonas e quartos para não fumadores		0,583		0,344
Implementação de sistemas de gestão da qualidade		0,583		0,698
Redução/controlo das emissões para a atmosfera		0,556		0,532
Difusão de códigos de boa conduta ambiental para turistas		0,537		0,614
Substituição de substâncias perigosas por outras menos nocivas		0,535		0,691
Divulgação das atracções naturais e culturais locais aos turistas		0,504		0,295
Utilização de mão-de-obra e de materiais de construção locais		0,503		0,475
Factor 3: Conservação da água e sensibilização dos turistas			F3	
Redução do consumo de água			0,755	0,803
Utilização de água não potável (por ex. na rega, lavandaria, piscinas)			0,738	0,701
Sensibilização dos turistas para a poupança de água e de energia			0,599	0,607
Motivação dos turistas para a utilização de transportes públicos			0,467	0,527
Fiabilidade total da escala	0,961			
Valor próprio*	6,863	4,350	3,650	
Variância (%)*	28,60	18,12	15,21	
Variância cumulativa (%)*	28,60	46,72	61,93	
Alfa de Cronbach	0,953	0,884	0,845	
Número de Atributos (Total = 25)	11	9	4	

* Após a extracção e rotação

O Factor 1 foi denominado **“Tratamento dos resíduos e conservação da energia”**, por nele assumirem maior peso as práticas associadas à redução, reutilização e reciclagem do lixo e ao tratamento de águas residuais, bem como à poupança energética e utilização de energias alternativas/renováveis. O Factor 2 intitulou-se **“Qualidade da gestão ambiental”**, porque as práticas ligadas à promoção da qualidade do ambiente e à certificação ambiental e gestão da qualidade nos equipamentos turísticos foram as que mais contribuíram para a formação do factor. O Factor 3 chamou-se **“Conservação da água e sensibilização dos turistas”**, uma vez que os itens relativos à poupança de água e ao apelo à colaboração dos turistas na poupança de água e de energia e na utilização de transportes públicos foram os tiveram maior contributo no factor.

Para testar a existência de diferenças significativas no grau de importância atribuído aos três factores em função das características sociodemográficas dos turistas e da experiência de visita, foram utilizados o teste *t* para duas amostras independentes e a análise de variância simples paramétrica, tendo-se verificado antecipadamente os respectivos pressupostos de aplicação.

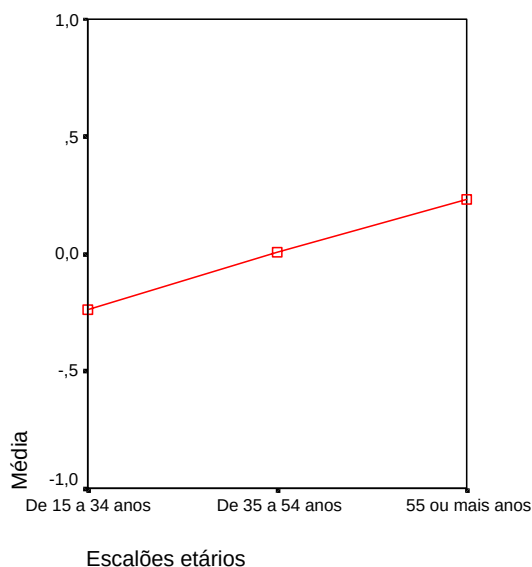
Para efeitos de análise, consideraram-se, como variáveis dependentes, os três factores resultantes da análise factorial acima efectuada e, como variáveis independentes, o sexo, a idade (escalão etário), o país de residência, a ascendência açoriana e a experiência de visita. Comentam-se os resultados obtidos.

De acordo com os resultados do teste *t*, não foram identificadas diferenças estatisticamente significativas no grau de importância atribuído aos três factores em função da variável “sexo” (ao nível $p < 0,017$).

Em relação à idade (escalões etários), a ANOVA permitiu constatar a existência de diferenças significativas entre grupos apenas no que respeita ao Factor 2 ($p = 0,001$). Os resultados do teste de Bonferroni indicaram que os turistas do escalão etário de 15 a 34 anos atribuem uma importância significativamente menor à “Qualidade da gestão ambiental” do que os turistas de 55 ou mais anos ($p < 0,001$).

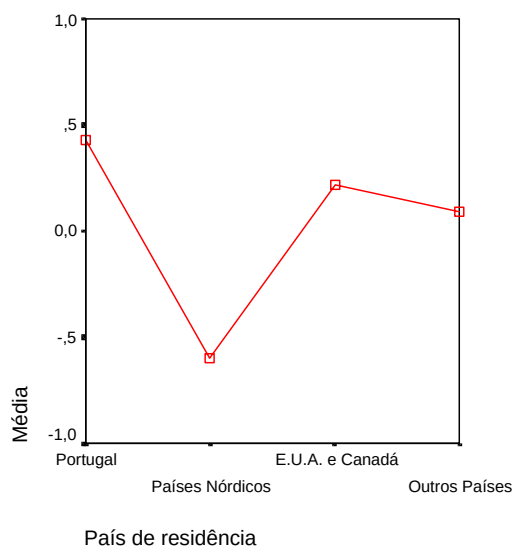
A representação gráfica das médias para o Factor 2, por escalão etário, consta do gráfico que se segue.

Gráfico 6.13 – Média da importância atribuída ao Factor 2, “Qualidade da gestão ambiental”, por escalão etário



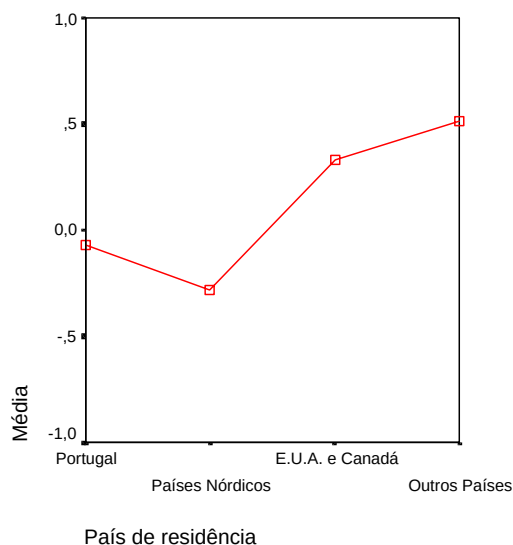
Quanto à variável “país de residência”, os resultados da ANOVA apontaram para a existência de diferenças significativas entre grupos para o Factor 1 ($p<0,001$) e para o Factor 3 ($p<0,001$). Comentam-se os resultados do teste *post hoc* de Games-Howell, perante a representação gráfica das médias.

Gráfico 6.14 – Média da importância atribuída ao Factor 1, “Tratamento dos resíduos e conservação da energia”, por país de residência



Os turistas dos Países Nórdicos atribuem uma importância significativamente inferior aos outros três grupos em relação ao “Tratamento dos resíduos e conservação da energia” ($p<0,001$), assim como os turistas dos Outros Países comparativamente aos de Portugal ($p<0,005$).

Gráfico 6.15 – Média da importância atribuída ao Factor 3, “Conservação da água e sensibilização dos turistas”, por país de residência

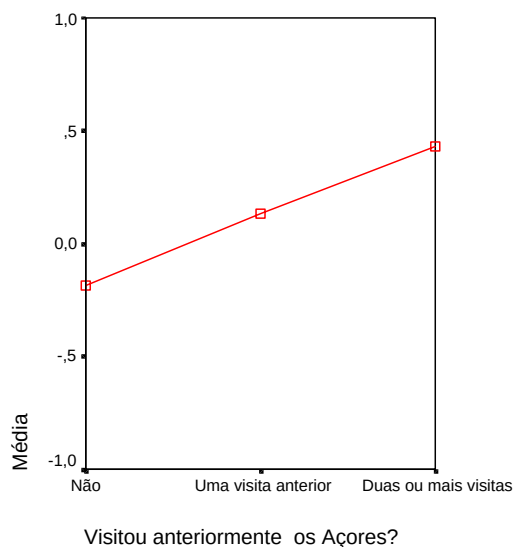


Os turistas de Portugal atribuem uma importância significativamente inferior aos dos EUA e Canadá ($p=0,012$) e dos Outros Países ($p<0,001$) à “Conservação da água e sensibilização dos turistas”, assim como os turistas dos Países Nórdicos atribuem uma importância significativamente inferior aos dos EUA e Canadá ($p<0,001$) e dos Outros Países ($p<0,001$).

Em relação à ascendência açoriana, os resultados do teste t apontaram para a existência de diferenças significativas apenas no caso do Factor 1 ($p<0,001$): os turistas que têm ascendência açoriana atribuem uma importância significativamente superior ao “Tratamento dos resíduos e conservação da energia” relativamente aos que não têm raízes nos Açores.

Quanto à experiência de visita, há diferenças estatisticamente significativas entre grupos para o caso do Factor 1 ($p<0,001$). Recorrendo ao teste de Games-Howell, constata-se que os turistas que visitam a Região pela primeira vez atribuem uma importância significativamente menor ao “Tratamento dos resíduos e conservação da energia” do que aqueles que já realizaram duas ou mais visitas ($p<0,001$). O Gráfico 6.16 apresenta as médias para o Factor 1, por experiência de visita.

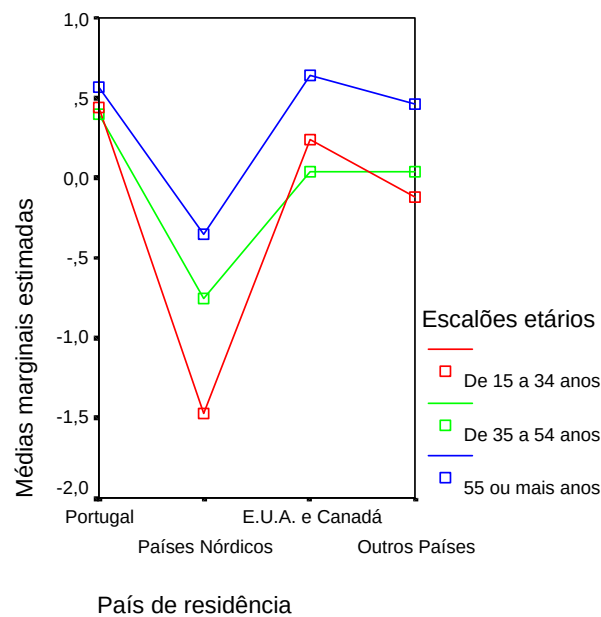
Gráfico 6.16 – Média da importância atribuída ao Factor 1, “Tratamento dos resíduos e conservação da energia”, por experiência de visita



Os resultados obtidos permitem responder afirmativamente à Questão 3, uma vez que a importância atribuída pelos turistas aos factores subjacentes às práticas de sustentabilidade do turismo difere consoante a idade, o país de residência, a ascendência e a experiência de visita.

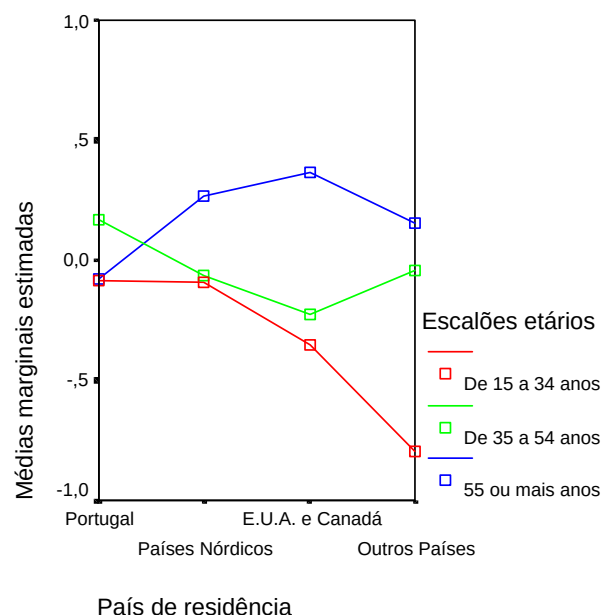
Finalmente, para testar a existência de diferenças estatisticamente significativas no grau de importância atribuído aos três factores com base no efeito conjunto das variáveis “idade” e “país de residência”, foi aplicada a análise de variância multivariada (MANOVA). De acordo com os resultados dos testes multivariados, constata-se que o efeito isolado da variável “idade” é significativo (lambda de Wilks = 0,929, $F = 4,175$, $p < 0,001$), bem como da variável “país de residência” (lambda de Wilks = 0,637, $F = 18,496$, $p < 0,001$) e que o efeito de interacção destas duas variáveis também é significativo (lambda de Wilks = 0,905, $F = 1,905$, $p = 0,013$). Neste caso, o efeito de interacção das variáveis “idade” e “país de residência”, em simultâneo, só é significativo para o caso do Factor 3, “Conservação da água e sensibilização dos turistas”. Como se pode observar pelo Gráfico 6.17, os turistas dos Países Nórdicos atribuem uma importância significativamente menor do que os outros três grupos ao “Tratamento dos resíduos e conservação da energia”, enquanto os turistas dos Outros Países atribuem uma importância significativamente menor do que os portugueses.

Gráfico 6.17 – Média da importância atribuída ao “Tratamento dos resíduos e conservação da energia”, por escalão etário e país de residência



Em relação à “Qualidade da gestão ambiental”, cujas médias se apresentam no Gráfico 6.18, são os turistas mais idosos (de 55 anos ou mais) que atribuem uma importância significativamente maior do que os mais jovens (de 15 a 34 anos).

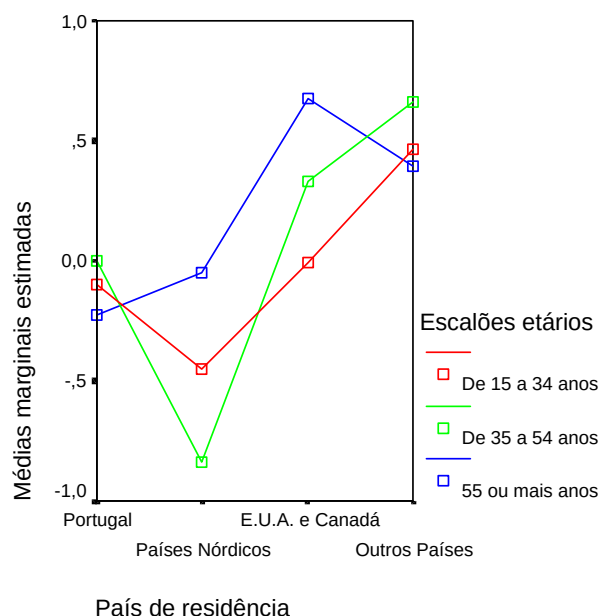
Gráfico 6.18 – Média da importância atribuída à “Qualidade da gestão ambiental”, por escalão etário e país de residência



Quanto à “Conservação da água e sensibilização dos turistas” são os turistas dos EUA e Canadá e dos Outros Países que atribuem uma importância significativamente maior do

que os turistas de Portugal e dos Países Nórdicos. Neste caso, há efeito de interacção das variáveis “idade” e “país de residência”.

Gráfico 6.19 – Média da importância atribuída à “Conservação da água e sensibilização dos turistas”, por escalão etário e país de residência



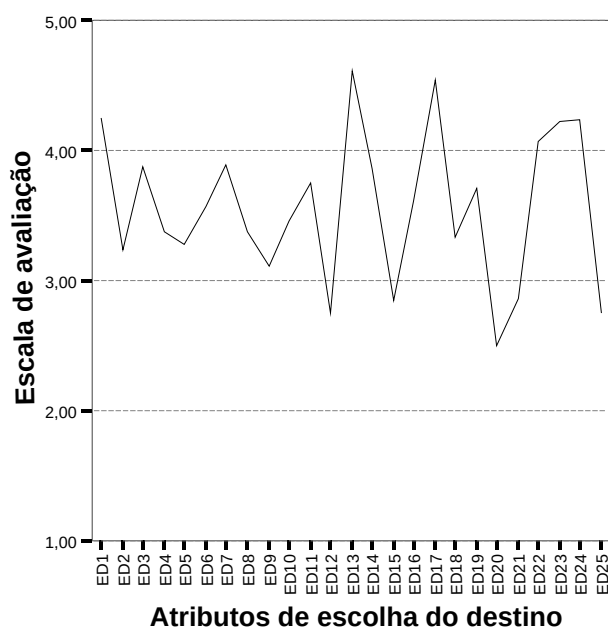
6.7 Importância atribuída pelos turistas a um conjunto de atributos na escolha do destino turístico Açores

Foi introduzida uma questão no questionário para avaliar a importância atribuída pelos turistas a um conjunto de 25 atributos na escolha do destino turístico Açores.

O grau de importância foi medido através de uma escala de Likert de cinco pontos, variando entre 1, “Muito pouco importante” e 5, “Muito importante”, sendo o ponto médio, 3, correspondente a “Medianamente importante”.

A representação gráfica da importância média para os 25 atributos considerados é a seguinte (ver significado das siglas ED1 a ED25 no Quadro 6.10):

Gráfico 6.20 – Média da importância atribuída pelos turistas a um conjunto de atributos na escolha do destino



No Quadro 6.10 apresenta-se a média e o desvio padrão para os 25 atributos, por ordem decrescente das médias.

Tomando como referência a média global da amostra para os 25 atributos, que é igual a 3,56, constata-se que 13 atributos foram considerados relativamente mais importantes na escolha do destino. As médias foram superiores a 4 no caso da paisagem (ED13), natureza, fauna e flora, vulcanismo (ED17), singularidade do destino (ED1), segurança (ED24), tranquilidade, ritmo de vida (ED23) e hospitalidade dos residentes (ED22). O desvio padrão para estes atributos variou entre 0,64 e 0,95, sugerindo que não houve grande variabilidade nas respostas. Pelo contrário, o atributo considerado relativamente menos importante foi o relativo às manifestações e eventos religiosos (ED20), que obteve a média mais baixa neste conjunto.

A opinião dos inquiridos variou mais no caso do convívio com amigos ou familiares (ED9), actividades para toda a família (ED25), prática de desportos e actividades de lazer (ED12) e actividades de animação, entretenimento, vida nocturna (ED15), uma vez que o desvio padrão para estes atributos foi relativamente maior.

Quadro 6.10 – Medidas de estatística descritiva para a importância atribuída pelos turistas a um conjunto de atributos na escolha do destino, por ordem decrescente da média

Atributos do destino	N	Média	Desvio Padrão
ED13 - Paisagem	391	4,60	,644
ED17 - Natureza, fauna e flora, vulcanismo	390	4,53	,708
ED1 - Singularidade do destino	386	4,24	,831
ED24 - Segurança	388	4,23	,833
ED23 - Tranquilidade, ritmo de vida	391	4,21	,910
ED22 - Hospitalidade dos residentes	390	4,07	,946
ED7 - Disponibilidade/qualidade do alojamento	384	3,89	,925
ED3 - Clima	389	3,87	,908
ED14 - Gastronomia	390	3,85	1,040
ED11 - Qualidade dos serviços	386	3,74	,988
ED19 - Praias e zonas balneares	383	3,70	1,145
ED16 - Património histórico, arquitectónico, monumentos	386	3,60	1,127
ED6 - Informação disponível	386	3,56	1,015
ED10 - Nível de preços	392	3,45	1,079
ED4 - Acessibilidade à Região	386	3,37	1,032
ED8 - Disponibilidade/qualidade dos transportes locais	373	3,37	1,160
ED18 - Manifestações e eventos culturais	381	3,33	1,227
ED5 - Packages disponíveis, circuito pelas ilhas	370	3,27	1,191
ED2 - Isolamento/afastamento das ilhas	381	3,23	1,160
ED9 - Convívio com amigos ou familiares	364	3,10	1,673
ED21 - Oportunidades para fazer compras	389	2,86	1,210
ED15 - Actividades de animação, entretenimento, vida nocturna	379	2,84	1,400
ED12 - Oportunidades para a prática de desportos/activid. lazer	374	2,75	1,420
ED25 - Actividades para toda a família	356	2,75	1,597
ED20 - Manifestações e eventos religiosos	370	2,49	1,322
Média global		3,56	

A comparação deste quadro com o Quadro 5.23, que apresenta a média da importância atribuída pelos empresários aos atributos que consideram mais importantes na escolha do destino turístico Açores, permite afirmar que os atributos que os turistas consideram mais importantes coincidem com as percepções dos empresários. Os seis atributos considerados mais importantes na escolha do destino turístico Açores pelos turistas e pelos empresários – e, em ambos os casos, com médias superiores a 4 –, foram exactamente os mesmos, embora salvaguardando algumas diferenças na ordem das médias. Estes resultados levam a responder afirmativamente à Questão 4.

6.8 Satisfação atribuída a um conjunto de atributos no âmbito da visita

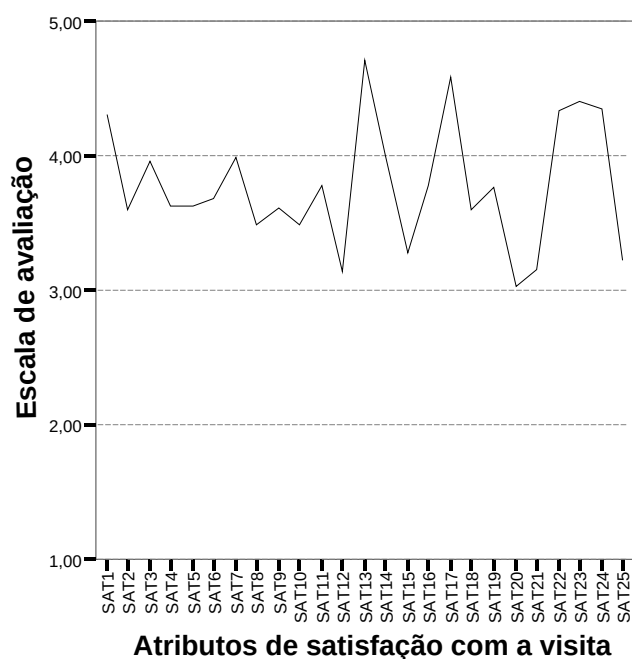
Pretendeu-se avaliar o nível de satisfação dos turistas com a experiência obtida nos Açores com o objectivo de, por um lado, identificar os atributos mais relevantes para o

desempenho do destino e, por outro, averiguar a existência de eventuais desfasamentos entre as percepções decorrentes da visita e as expectativas iniciais em relação ao destino.

Pediu-se aos inquiridos para avaliarem os mesmos 25 atributos, incluídos na pergunta anterior do questionário. O grau de satisfação foi medido através de uma escala de Likert de cinco pontos, variando entre 1, “Muito insatisfatório” e 5, “Muito bom”, sendo o ponto médio, 3, correspondente a “Satisfatório”.

A representação gráfica da média para os 25 atributos é a seguinte (ver significado das siglas SAT1 a SAT25 no Quadro 6.11):

Gráfico 6.21 – Média da satisfação atribuída pelos turistas a um conjunto de atributos no âmbito da visita



No Quadro 6.11 apresenta-se a média e o desvio padrão para os 25 atributos, por ordem decrescente da média. Tomando como referência a média global da amostra para os 25 atributos, que foi de 3,78, constata-se que há 10 atributos para os quais a satisfação com a visita foi relativamente mais elevada, sendo de realçar que os seis atributos para os quais a satisfação atribuída foi maior também foram os seis atributos considerados mais importantes na escolha do destino turístico Açores (embora salvaguardando algumas

diferenças na ordem das médias, que não é exactamente a mesma). O desvio padrão nestes casos variou entre 0,54 e 0,77, denotando grande consenso entre os inquiridos relativamente à satisfação obtida perante estes atributos.

Quadro 6.11 – Medidas de estatística descritiva para a satisfação atribuída pelos turistas a um conjunto de atributos no âmbito da visita, por ordem decrescente da média

Atributos do destino	N	Média	Desvio Padrão
SAT13 - Paisagem	396	4,71	,539
SAT17 - Natureza, fauna e flora, vulcanismo	395	4,58	,683
SAT23 - Tranquilidade, ritmo de vida	392	4,40	,730
SAT24 - Segurança	395	4,34	,724
SAT22 - Hospitalidade dos residentes	392	4,33	,762
SAT1 - Singularidade do destino	389	4,31	,766
SAT14 - Gastronomia	391	4,00	,935
SAT7 - Disponibilidade/qualidade do alojamento	390	3,99	,845
SAT3 - Clima	396	3,95	,871
SAT16 - Património histórico e arquitectónico	384	3,78	1,017
SAT11 - Qualidade dos serviços	389	3,77	,910
SAT19 - Praias e zonas balneares	377	3,76	1,025
SAT6 - Informação disponível	390	3,68	,906
SAT4 - Acessibilidade à Região	393	3,62	,932
SAT5 - Packages disponíveis, circuito pelas ilhas	361	3,62	1,045
SAT9 - Convívio com amigos ou familiares	338	3,61	1,506
SAT18 - Manifestações e eventos culturais	371	3,60	1,087
SAT2 - Isolamento/afastamento das ilhas	381	3,60	,984
SAT8 - Disponibilidade/qualidade dos transportes locais	369	3,49	1,022
SAT10 - Nível de preços	393	3,48	1,062
SAT15 - Actividades de animação, entretenimento, vida nocturna	361	3,27	1,221
SAT25 - Actividades para toda a família	317	3,22	1,386
SAT21 - Oportunidades para fazer compras	386	3,15	1,042
SAT12 - Prática de desportos e actividades de lazer	333	3,14	1,276
SAT20 - Manifestações e eventos religiosos	325	3,03	1,272
Média global		3,77	

Para avaliar o desempenho do destino foi apurado o desfasamento entre as percepções e as expectativas dos turistas, calculando-se a diferença entre as médias obtidas para a satisfação e para a importância relativamente a cada um dos 25 atributos considerados. Tal como se pode observar no Quadro 6.12, a diferença foi sempre positiva (ver coluna “Média”), indicando que a satisfação foi sempre superior à importância. Para detectar a existência de diferenças estatisticamente significativas foram efectuados testes *t* sobre a igualdade de médias para duas amostras emparelhadas (utilizou-se a opção *Exclude cases listwise*). Verificou-se previamente que as correlações entre todos os pares de variáveis eram significativas ao nível de 5%, o que permitiu prosseguir com o teste.

Quadro 6.12 – Teste *t* para amostras emparelhadas

		Diferenças Emparelhadas					t	gl	Sig.
		Média	Desvio Padrão	Erro Padrão da Média	Intervalo de Confiança da Diferença a 95%				
					Inferior	Superior			
Par 1	SAT1 - ED1	,12	,650	,044	,03	,20	2,628	213	,009
Par 2	SAT2 - ED2	,36	,853	,058	,24	,47	6,090	213	,000
Par 3	SAT3 - ED3	,07	,839	,057	-,04	,18	1,222	213	,223
Par 4	SAT4 - ED4	,24	,958	,065	,11	,37	3,712	213	,000
Par 5	SAT5 - ED5	,30	,967	,066	,17	,43	4,594	213	,000
Par 6	SAT6 - ED6	,06	,904	,062	-,06	,18	,983	213	,327
Par 7	SAT7 - ED7	,13	,876	,060	,01	,24	2,106	213	,036
Par 8	SAT8 - ED8	,04	1,104	,075	-,11	,19	,495	213	,621
Par 9	SAT9 - ED9	,22	,917	,063	,10	,35	3,577	213	,000
Par 10	SAT10 - ED10	,02	1,235	,084	-,14	,19	,277	213	,782
Par 11	SAT11 - ED11	,02	1,046	,071	-,12	,16	,327	213	,744
Par 12	SAT12 - ED12	,26	1,042	,071	,12	,40	3,673	213	,000
Par 13	SAT13 - ED13	,12	,636	,043	,03	,20	2,688	213	,008
Par 14	SAT14 - ED14	,13	,798	,055	,02	,23	2,313	213	,022
Par 15	SAT15 - ED15	,25	1,058	,072	,11	,39	3,489	213	,001
Par 16	SAT16 - ED16	,17	,771	,053	,07	,28	3,281	213	,001
Par 17	SAT17 - ED17	,04	,555	,038	-,04	,11	,985	213	,326
Par 18	SAT18 - ED18	,14	,900	,062	,02	,27	2,355	213	,019
Par 19	SAT19 - ED19	,01	,757	,052	-,09	,11	,181	213	,857
Par 20	SAT20 - ED20	,35	,900	,062	,23	,47	5,693	213	,000
Par 21	SAT21 - ED21	,21	,920	,063	,09	,34	3,420	213	,001
Par 22	SAT22 - ED22	,31	,793	,054	,21	,42	5,774	213	,000
Par 23	SAT23 - ED23	,15	,787	,054	,05	,26	2,867	213	,005
Par 24	SAT24 - ED24	,08	,792	,054	-,03	,19	1,467	213	,144
Par 25	SAT25 - ED25	,24	,947	,065	,11	,37	3,683	213	,000

Há diferenças estatisticamente significativas em 11 pares de variáveis ($p < 0,002$), assinalados a negrito no Quadro 6.12: Par 2 - Isolamento/ afastamento das ilhas; Par 4 - Acessibilidade à Região; Par 5 - *Packages* disponíveis, circuito pelas ilhas; Par 9 - Convívio com amigos ou familiares; Par 12 – Prática de desportos e actividades de lazer; Par 15 – Actividades de animação, entretenimento, vida nocturna; Par 16 – Património histórico e arquitectónico, monumentos, museus; Par 20 – Manifestações e eventos religiosos; Par 21 – Oportunidades para fazer compras; Par 22 - Hospitalidade dos residentes; Par 25 – Actividades para toda a família. Isto significa que as percepções dos turistas quanto à qualidade da experiência turística excederam, em média, as suas expectativas relativamente a estes atributos. Estes resultados permitem dar resposta à Questão 5.

6.9 Determinação dos factores subjacentes à escolha do destino turístico pelos turistas

Foi efectuada uma análise factorial ao conjunto dos atributos com o objectivo de determinar os factores subjacentes à escolha dos Açores pelos turistas que visitam a Região.

O teste de esfericidade de Bartlett, que apresenta um valor para a estatística do Qui-quadrado de 3436,612 e tem associado um nível de significância inferior a 0,001, indica a existência de correlações entre as variáveis, permitindo prosseguir com a análise factorial (Hill e Hill, 2002). A medida de adequação de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO), que varia entre zero e um, compara, por sua vez, as correlações simples com as parciais, observadas entre as variáveis (Pestana e Gageiro, 2000). Neste caso, KMO é 0,893, valor que considera a análise factorial boa (Pestana e Gageiro, 2000). Geralmente é preferível usar o valor de KMO em vez do teste de Bartlett, porque o teste de Bartlett é sensível ao tamanho da amostra e, quando esta é grande, como é o caso, o teste apresenta quase sempre um valor de Qui-quadrado significativo (Hill e Hill, 2002).

Utilizou-se, como método de extracção, o método dos eixos principais, por ser o mais útil quando se pretende maximizar a percentagem de variância explicada pelos factores (Hill e Hill, 2002). Obtiveram-se, pelo critério de Kaiser, seis factores, que explicam 55,76% da variância comum. Foi aplicada uma rotação oblíqua aos factores, utilizando o método de rotação *Direct Oblimin* (com Delta = 0), a fim de facilitar a respectiva interpretação, devido à existência de correlação entre os mesmos (Pestana e Gageiro, 2000). Os resultados obtidos encontram-se no Quadro 6.13.

A análise de fiabilidade da escala, que se define como a proporção da variabilidade nas respostas que resulta de diferenças nos inquiridos (Pestana e Gageiro, 2000), foi efectuada utilizando o alfa de Cronbach como medida de consistência interna, uma vez que estamos perante escalas de avaliação. O resultado proporcionou um coeficiente alfa de Cronbach de 0,912 para o conjunto dos 25 atributos de escolha do destino, o que se pode considerar excelente (Hill e Hill, 2002). O valor dos coeficientes alfa para os seis factores varia entre 0,511 e 0,904, o que se considera bastante aceitável.

Quadro 6.13 – Resultados da aplicação da análise factorial com o método dos eixos principais e a rotação oblíqua *Direct Oblimin* aos atributos de escolha do destino

Atributos	Pesos nos Factores						Comunalidades
	F1	F2	F3	F4	F5	F6	
Factor 1: Património cultural, convívio e lazer	F1						
Actividades de animação, entretenimento	0,795						0,636
Convívio com amigos ou familiares	0,776						0,592
Prática de desportos e actividades de lazer	0,753						0,572
Actividades para toda a família	0,681						0,658
Manifestações e eventos culturais	0,661						0,596
Manifestações e eventos religiosos	0,633						0,577
Praias e zonas balneares	0,614						0,509
Património histórico e arquitectónico	0,506						0,611
Gastronomia	0,464						0,584
Fazer compras	0,352						0,526
Factor 2: Património natural e paisagem		F2					
Natureza, fauna e flora, vulcanismo		0,824					0,695
Paisagem		0,801					0,636
Singularidade do destino		0,491					0,345
Factor 3: Pacotes e acessibilidade à Região			F3				
Packages disponíveis, circuito pelas ilhas			-0,866				0,664
Acessibilidade à Região			-0,581				0,460
Informação disponível			-0,525				0,497
Disponibilidade/qualidade dos transportes locais			-0,380				0,600
Factor 4: Segurança e hospitalidade				F4			
Tranquilidade, ritmo de vida				-0,680			0,659
Segurança				-0,661			0,550
Hospitalidade dos residentes				-0,502			0,500
Factor 5: Qualidade e preço					F5		
Qualidade dos serviços					0,566		0,625
Disponibilidade/qualidade do alojamento					0,544		0,603
Nível de preços					0,390		0,298
Factor 6: Clima e ultraperiferia						F6	
Clima						0,598	0,516
Isolamento/afastamento das ilhas						0,492	0,432
Fiabilidade total da escala	0,912						
Valor próprio*	5,971	2,864	3,759	4,029	3,302	2,392	
Alfa de Cronbach	0,904	0,719	0,758	0,766	0,654	0,511	
Número de Atributos (Total = 25)	10	3	4	3	3	2	

* Após a extracção e rotação

Nota: Quando os factores estão correlacionados, a soma dos quadrados dos pesos dos factores para cada variável não pode ser adicionada para se obter a variância total.

O Factor 1 foi denominado **“Património cultural, convívio e lazer”**, por nele assumirem maior peso os atributos relativos a actividades de animação, prática de desportos e actividades de lazer, convívio com amigos e familiares, eventos culturais e religiosos, património histórico e arquitectónico e gastronomia. O Factor 2 tomou o nome de **“Património natural e paisagem”**, pois os atributos da natureza, fauna e flora, vulcanismo, paisagem e singularidade do destino são os que mais contribuem para a formação do factor. No Factor 3 são os atributos respeitantes a *packages* disponíveis, circuito pelas ilhas, acessibilidade à Região, informação disponível e disponibilidade/qualidade dos transportes locais que têm maior importância. Uma vez que estão relacionados com os aspectos logísticos de organização da viagem, o factor chamou-se **“Pacotes disponíveis e acessibilidade à Região”**. O Factor 4 apelidou-se **“Segurança e hospitalidade”** por nele terem maior peso os atributos relativos à tranquilidade, segurança e hospitalidade dos residentes. O Factor 5 foi rotulado por **“Qualidade e preço”**, por nele assumirem maior relevo a qualidade dos serviços, o nível de preços e a disponibilidade/qualidade do alojamento. Os atributos relativos ao clima e isolamento/afastamento das ilhas foram os que mais contribuíram para a formação do Factor 6, pelo que este foi chamado **“Clima e ultraperiferia”**.

De referir que os coeficientes do Factor 3 e do Factor 4 são todos negativos, indicando que a correlação entre os itens e o factor é negativa. Por conseguinte, a interpretação dos respectivos resultados terá de ser invertida.

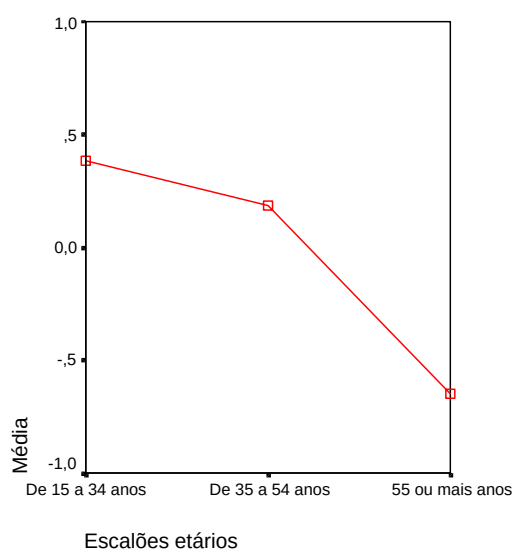
Para testar a existência de diferenças significativas no grau de importância atribuído aos seis factores subjacentes à escolha do destino turístico, atendendo às características sociodemográficas dos turistas e à experiência de visita, foram utilizados o teste *t* para duas amostras independentes e a análise de variância simples paramétrica, tendo-se verificado anteriormente os respectivos pressupostos de aplicação.

Consideraram-se, como variáveis dependentes, os seis factores resultantes da análise factorial acima efectuada e, como variáveis independentes, o sexo, a idade (escalões etários), o país de residência, a ascendência açoriana e a experiência de visita. Comentam-se, de seguida, os resultados obtidos.

Em primeiro lugar, verificou-se não haver diferenças estatisticamente significativas entre grupos em função da variável “sexo” (ao nível $p < 0,008$).

Em relação à idade (escalões etários), os resultados da ANOVA permitiram constatar diferenças entre grupos apenas para o caso do Factor 1, “Património cultural, convívio e lazer” ($p < 0,001$). O Gráfico 6.22 apresenta as médias da importância atribuída a este factor por escalões etários.

Gráfico 6.22 – Média da importância atribuída ao Factor 1, “Património cultural, convívio e lazer”, por escalões etários

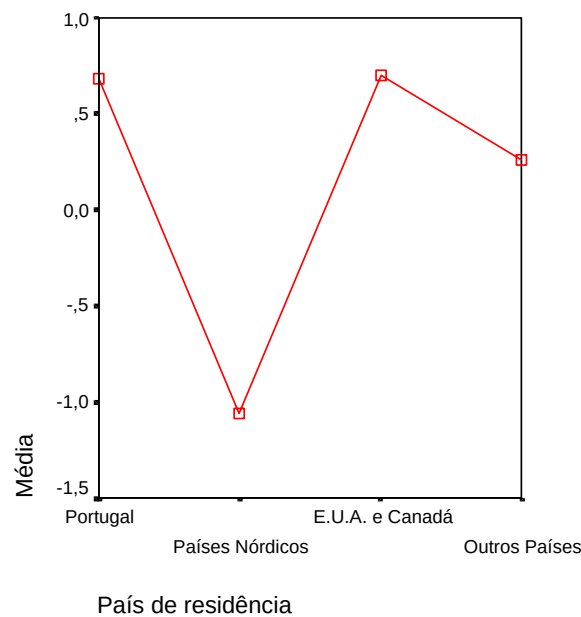


De acordo com os resultados do teste de Bonferroni, verifica-se que os turistas mais idosos (com 55 ou mais anos) atribuem uma importância significativamente menor ao Factor 1, “Património cultural, convívio e lazer”, do que os outros dois grupos, ou seja, do que os turistas do escalão etário de 15 a 34 anos ($p < 0,001$) e de 35 a 54 anos ($p < 0,001$).

No que toca ao país de residência, os resultados da análise de variância simples paramétrica permitiram detectar diferenças significativas entre grupos para o caso do Factor 1 ($p < 0,001$), do Factor 4 ($p < 0,001$) e do Factor 6 ($p < 0,001$).

Passa-se a apresentar os gráficos das médias para esses factores, comentando os resultados dos testes *post hoc* de comparações múltiplas que se mostraram significativos (ao nível $p < 0,008$).

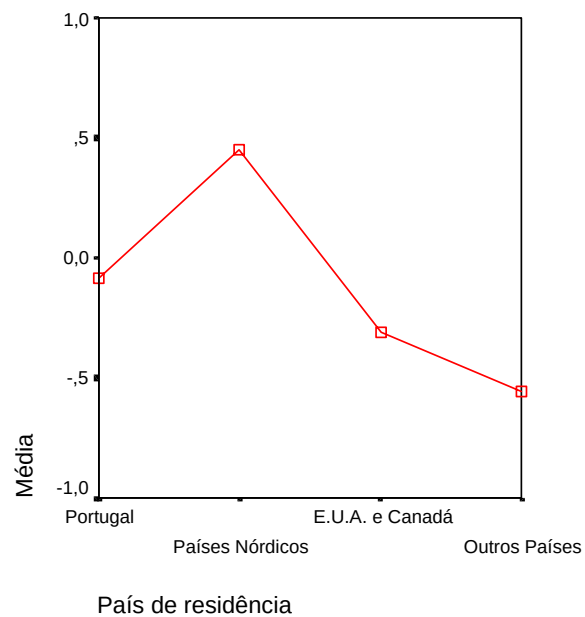
Gráfico 6.23 – Média da importância atribuída ao Factor 1, “Património cultural, convívio e lazer”, por país de residência



Os turistas dos Países Nórdicos atribuem uma importância significativamente inferior a todos os outros grupos em relação ao Factor 1, “Património cultural, convívio e lazer”, sendo também a importância atribuída pelos turistas dos Outros Países significativamente inferior aos de Portugal e dos EUA e Canadá.

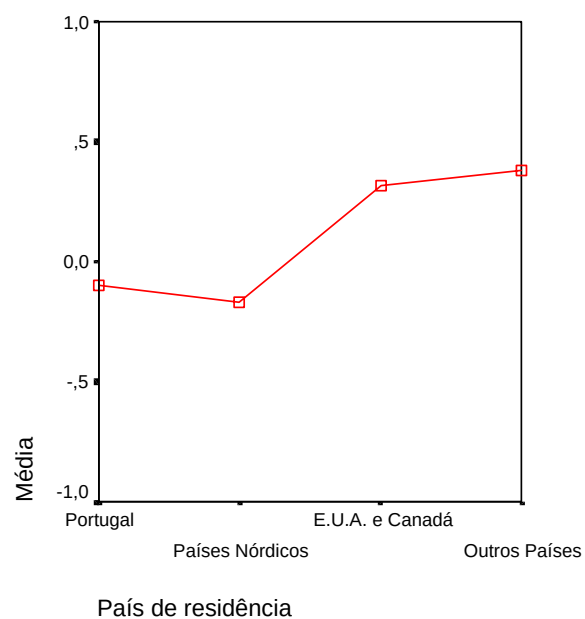
Quanto ao Factor 4, “Segurança e hospitalidade”, temos de “inverter” os resultados sugeridos pelo Gráfico 6.24 para proceder à sua interpretação: os turistas dos Outros Países atribuem uma importância significativamente maior a este factor do que os portugueses e os nórdicos, sendo também a importância atribuída pelos turistas portugueses e dos EUA e Canadá significativamente superior à dos nórdicos.

Gráfico 6.24 – Média da importância atribuída ao Factor 4, “Segurança e hospitalidade”, por país de residência



Quanto ao Factor 6, “Clima e ultraperiferia”, os turistas dos Outros Países atribuem-lhe uma importância significativamente maior do que os portugueses e os nórdicos, sendo também a importância atribuída pelos turistas dos EUA e Canadá significativamente superior à dos nórdicos, tal como se pode observar no Gráfico 6.25.

Gráfico 6.25 – Média da importância atribuída ao Factor 6, “Clima e ultraperiferia”, por país de residência



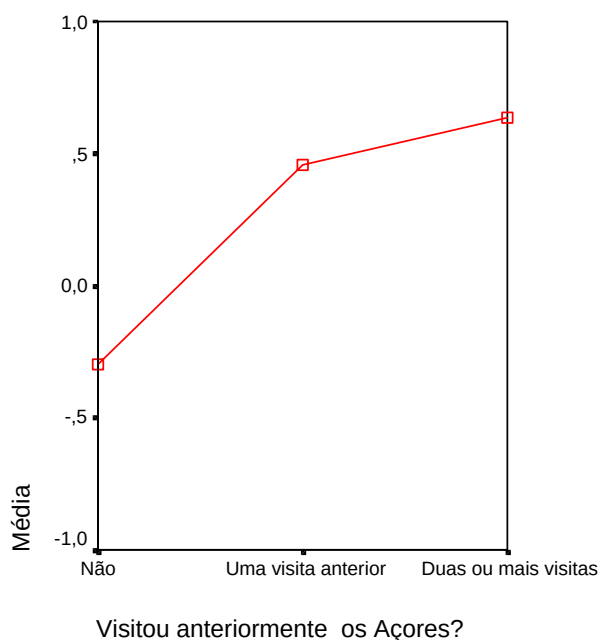
Prosseguindo a análise com a variável “ascendência açoriana”, os resultados do teste *t* apontam para a existência de diferenças significativas entre grupos apenas no que toca

ao Factor 1, “Património cultural, convívio e lazer” ($p<0,001$): os turistas que têm ascendência açoriana atribuem uma importância significativamente maior a este factor do que os que não têm raízes nos Açores.

Analisando a experiência de visita (classes), os resultados de aplicação da ANOVA permitiram constatar diferenças entre grupos para o Factor 1, “Património cultural, convívio e lazer” ($p<0,001$) e para o Factor 4, “Segurança e hospitalidade” ($p<0,004$).

Passa-se a apresentar os gráficos das médias para esses factores, comentando os resultados dos testes de comparações múltiplas.

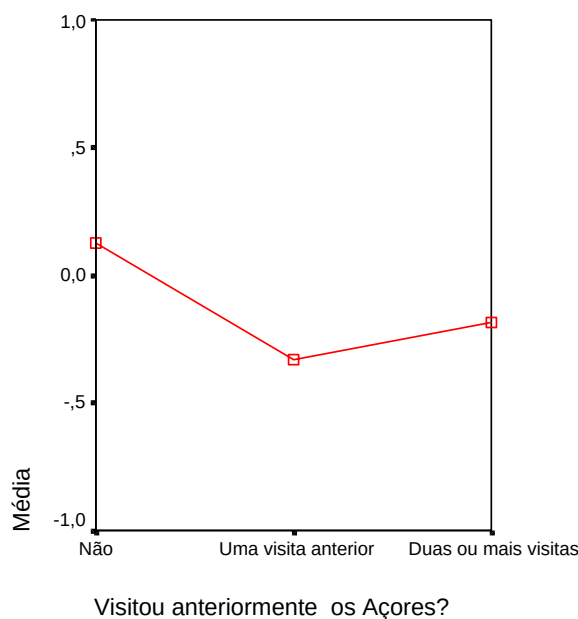
Gráfico 6.26 – Média da importância atribuída ao Factor 1, “Património cultural, convívio e lazer”, por experiência de visita



Verifica-se que os turistas que visitam os Açores pela primeira vez atribuem uma importância significativamente menor ao Factor 1, “Património cultural, convívio e lazer”, do que aqueles que já realizaram uma visita anterior ($p<0,001$) ou duas ou mais visitas à Região ($p<0,001$). Estes resultados devem-se ao facto da repetição da visita estar fortemente associada à ascendência açoriana, tal como se afirmou anteriormente.

Observe-se, agora, o Gráfico 6.27, que apresenta as médias para o Factor 4.

Gráfico 6.27 – Média da importância atribuída ao Factor 4, “Segurança e hospitalidade”, por experiência de visita



Neste caso, temos de “inverter” os resultados sugeridos pelo gráfico para proceder à sua interpretação: os turistas que visitam os Açores pela primeira vez atribuem uma importância inferior à “Segurança e hospitalidade” do que aqueles que já realizaram uma visita anterior ou duas ou mais visitas à Região. No entanto, de acordo com a aplicação do teste *post hoc* de Bonferroni, as diferenças encontradas não são estatisticamente significativas (ao nível $p < 0,008$).

Os resultados obtidos permitem responder afirmativamente à Questão 6, porque a importância atribuída pelos turistas aos factores subjacentes à escolha do destino turístico difere consoante a idade, o país de residência, a ascendência e a experiência de visita.

De seguida, foi testada a existência de diferenças estatisticamente significativas no grau de importância atribuído aos seis factores subjacentes à escolha do destino, com base no efeito conjunto das variáveis “idade” e “país de residência”, recorrendo à análise de variância multivariada (MANOVA). Constatou-se que o efeito isolado da variável “idade” é significativo (lambda de Wilks = 0,826, $F = 4,338$, $p < 0,001$), bem como da variável “país de residência” (lambda de Wilks = 0,330, $F = 19,542$, $p < 0,001$), mas que não há efeito de interacção (lambda de Wilks = 0,848, $F = 1,208$, $p = 0,187$).

Deste modo, concluiu-se que não há efeito combinado das variáveis “idade” e “país de residência” sobre o grau de importância atribuído aos factores subjacentes à escolha do destino turístico.

6.10 Classificação dos turistas em grupos homogêneos com base na satisfação obtida na visita

Para responder à Questão 7, que pergunta se é possível identificar grupos homogêneos de turistas com base na satisfação obtida na visita perante um conjunto de factores, foram percorridas três etapas de análise. Passa-se a descrever cada uma delas, comentando os resultados obtidos.

Na primeira etapa, para determinar os factores subjacentes à satisfação com a visita aos Açores foi aplicada a análise factorial ao conjunto dos 25 atributos do destino.

O teste de esfericidade de Bartlett, com um valor de 2818,157 e um nível de significância inferior a 0,001, indica a existência de correlações entre as variáveis, permitindo prosseguir com a análise factorial (Hill e Hill, 2002). A medida de adequação de KMO é 0,895, valor que considera a análise factorial boa (Pestana e Gageiro, 2000).

Utilizando o método dos eixos principais, foram retidos cinco factores, que explicam 52,71% da variância comum. Foi aplicada uma rotação oblíqua aos factores, utilizando o método de rotação *Direct Oblimin* (com Delta = 0), a fim de facilitar a respectiva interpretação, devido à existência de correlação entre os factores (Pestana e Gageiro, 2000).

O resultado da análise de fiabilidade da escala proporcionou um coeficiente alfa de Cronbach de 0,905 para o conjunto das 25 variáveis, valor que se considera excelente (Hill e Hill, 2002). O valor dos coeficientes alfa para os cinco factores varia entre 0,674 e 0,877, o que se considera bastante aceitável.

Os resultados destas análises apresentam-se no Quadro 6.14.

Quadro 6.14 – Resultados da aplicação da análise factorial com o método dos eixos principais e a rotação oblíqua *Direct Oblimin* aos atributos de satisfação com a visita

Atributos	Pesos nos Factores					Comunalidades
	F1	F2	F3	F4	F5	
Factor 1: Qualidade e preço, clima e ultraperiferia	F1					
Nível de preços	0,550					0,530
Clima	0,458					0,462
Qualidade dos serviços	0,410					0,358
Isolamento/afastamento das ilhas	0,372					0,413
Factor 2: Património cultural, convívio e lazer		F2				
Prática de desportos e actividades de lazer		-0,742				0,507
Actividades de animação, entretenimento		-0,716				0,536
Actividades para toda a família		-0,715				0,723
Manifestações e eventos culturais		-0,673				0,538
Manifestações e eventos religiosos		-0,655				0,524
Praias e zonas balneares		-0,651				0,508
Convívio com amigos ou familiares		-0,639				0,582
Património histórico e arquitectónico		-0,498				0,532
Factor 3: Segurança e hospitalidade			F3			
Tranquilidade, ritmo de vida			0,707			0,561
Hospitalidade dos residentes			0,650			0,539
Segurança			0,588			0,545
Gastronomia			0,417			0,360
Factor 4: Pacotes e acessibilidade à Região				F4		
Informação disponível				-0,722		0,646
<i>Packages</i> disponíveis, circuito pelas ilhas				-0,698		0,493
Acessibilidade à Região				-0,688		0,606
Disponibilidade/qualidade transportes locais				-0,454		0,517
Oportunidades para fazer compras				-0,393		0,503
Disponibilidade/qualidade do alojamento				-0,324		0,330
Factor 5: Património natural e paisagem					F5	
Natureza, fauna e flora, vulcanismo					0,778	0,675
Paisagem					0,731	0,628
Singularidade do destino					0,424	0,562
Fiabilidade total da escala	0,905					
Valor próprio*	3,227	5,231	4,162	4,584	3,397	
Alfa de Cronbach	0,684	0,877	0,674	0,799	0,730	
Número de Atributos (Total = 25)	4	8	4	6	3	

* Após a extracção e rotação

Nota: Quando os factores estão correlacionados, a soma dos quadrados dos pesos dos factores para cada variável não pode ser adicionada para se obter a variância total.

O Factor 1 foi apelidado de **“Qualidade e preço, clima e ultraperiferia”**, por nele assumirem maior peso os atributos relativos ao nível de preços, qualidade dos serviços, clima e isolamento/afastamento das ilhas. O Factor 2 foi denominado **“Património cultural, convívio e lazer”**, uma vez que os atributos relativos a estes aspectos são os que mais contribuem para a formação do factor. No Factor 3 tiveram maior peso os atributos de tranquilidade, segurança, hospitalidade dos residentes e gastronomia, pelo que foi chamado de **“Segurança e hospitalidade”**. No Factor 4 tiveram maior importância os atributos respeitantes a *packages* disponíveis/circuito pelas ilhas, acessibilidade à Região, informação disponível, disponibilidade/qualidade dos transportes locais e do alojamento e oportunidades para fazer compras, pelo que adoptou o nome de **“Pacotes disponíveis e acessibilidade à Região”**. O Factor 5 foi rotulado como **“Património natural e paisagem”**, uma vez que os atributos correspondentes à natureza e paisagem foram os que mais contribuíram para a formação do factor.

De referir que os coeficientes do Factor 2 e do Factor 4 são todos negativos, pelo que estes factores representam medidas inversas do “Património cultural, convívio e lazer” e dos “Pacotes disponíveis e acessibilidade à Região”. É necessário atender a esta situação na interpretação dos factores.

Na segunda etapa, para verificar a existência de relação entre os factores subjacentes à satisfação com a visita e os factores subjacentes à escolha do destino, anteriormente determinados, calcularam-se as correlações de Pearson entre os vários pares de factores, utilizando a opção *Exclude cases listwise*.

Dos 30 coeficientes de correlação de Pearson, que se podem observar no Quadro 6.15, constata-se que 25 são significativos ao nível de 1% e três são significativos ao nível de 5% (a negrito no quadro).

Há apenas duas correlações que não são significativas, indicando que não há associação linear entre esses factores.

Quadro 6.15 – Correlações de Pearson entre os factores subjacentes à satisfação com a visita e os factores subjacentes à escolha do destino

		Factores subjacentes à escolha do destino					
Factores subjacentes à satisfação com a visita		Património cultural, convívio e lazer	Património natural e paisagem	Pacotes e acessibilidade à Região	Segurança e hospitalidade	Qualidade e preço	Clima e ultraperiferia
Qualidade e preço, clima e ultraperiferia	Correlação de Pearson	-0,071	0,430(**)	-0,313(**)	-0,195(**)	0,304(**)	0,556(**)
	Sig.	0,300	0,000	0,000	0,004	0,000	0,000
Património cultural, convívio e lazer	Correlação de Pearson	-0,859(**)	-0,151(*)	0,255(**)	0,372(**)	-0,198(**)	-0,345(**)
	Sig.	0,000	0,027	0,000	0,000	0,004	0,000
Segurança e hospitalidade	Correlação de Pearson	0,374(**)	0,485(**)	-0,221(**)	-0,700(**)	0,228(**)	0,351(**)
	Sig.	0,000	0,000	0,001	0,000	0,001	0,000
Pacotes e acessibilidade à Região	Correlação de Pearson	-0,258(**)	-0,286(**)	0,622(**)	0,256(**)	-0,321(**)	-0,286(**)
	Sig.	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Património natural e paisagem	Correlação de Pearson	-0,021	0,734(**)	-0,141(*)	-0,404(**)	0,169(*)	0,236(**)
	Sig.	0,757	0,000	0,039	0,000	0,013	0,001

** Correlação significativa ao nível de 0,01.

* Correlação significativa ao nível de 0,05.

Os resultados obtidos permitem a seguinte interpretação:

- o Existe uma **forte associação linear positiva** entre os factores da satisfação “Património cultural, convívio e lazer”, “Património natural e paisagem” e “Segurança e hospitalidade” e os correspondentes factores homónimos subjacentes à escolha do destino.
- o No caso da satisfação com os “Pacotes disponíveis e acessibilidade à Região”, existe uma **associação linear positiva moderada** com o factor homónimo na escolha do destino.
- o No que toca à satisfação com a “Qualidade e preço, clima e ultraperiferia”, existe uma **associação linear positiva moderada** com o factor “Clima e ultraperiferia” e uma **associação linear positiva baixa** com o factor “Qualidade e preço”, ambos factores subjacentes à escolha do destino.
- o Existe uma **correlação positiva moderada** entre os seguintes pares de factores (satisfação *versus* importância): “Segurança e hospitalidade” com

“Património natural e paisagem”, “Património natural e paisagem” com “Segurança e hospitalidade” e “Qualidade e preço, clima e ultraperiferia” com “Património natural e paisagem”.

- o Todas as outras correlações significativas são **baixas** ($r < 0,4$) ou **muito baixas** ($r < 0,2$), **mas sempre positivas** (atendendo à correcção efectuada no sentido da relação, quando estamos perante factores com coeficientes negativos).

As duas excepções, onde **não há associação linear** entre os factores (pois o valor absoluto do coeficiente de correlação de Pearson está muito próximo de zero), são as seguintes:

- o Entre a satisfação atribuída ao factor “Qualidade e preço, clima e ultraperiferia” e a importância atribuída ao factor “Património cultural, convívio e lazer” ($r = -0,071$);
- o Entre a satisfação atribuída ao factor “Património natural e paisagem” e a importância atribuída ao “Património cultural, convívio e lazer” ($r = -0,021$).

Estes resultados vêm comprovar que, de um modo geral, e exceptuando estes dois casos referidos por último, há uma relação entre os factores subjacentes à satisfação com a experiência turística e os factores subjacentes à escolha do destino, ou seja, há uma relação entre as percepções e as expectativas dos turistas relativamente à experiência turística e, de acordo com os valores dos coeficientes, essa relação é mais forte no caso do “Património cultural, convívio e lazer”, “Património natural e paisagem” e “Segurança e hospitalidade”.

Na terceira etapa, foi aplicada a análise de clusters hierárquica ao conjunto da amostra, a fim de isolar grupos homogéneos de turistas com base no grau de satisfação obtido na experiência turística. Consideraram-se como variáveis de agrupamento dos casos os cinco factores subjacentes à satisfação com a visita, obtidos na primeira etapa de análise.

Por se tratarem de variáveis quantitativas, avaliadas numa mesma escala de medida, não foi necessário proceder a qualquer transformação prévia, nomeadamente a estandardização. Utilizou-se o método de aglomeração de Ward, tendo a selecção dos

indivíduos a serem agrupados sido feita com base no procedimento *Exclude cases listwise*.

Foram retidos três clusters, com 37,5%, 47,7% e 14,8% dos casos da amostra, respectivamente. Cada cluster corresponde a um grupo homogêneo de turistas com base no grau de satisfação obtido na experiência turística. No Quadro 6.16 apresentam-se as médias para os cinco factores subjacentes à satisfação com a visita, por grupos homogêneos de turistas (clusters).

Quadro 6.16 – Médias dos factores subjacentes à satisfação com a visita, por clusters

Factores de satisfação com a visita	Cluster 1 (37,5%)	Cluster 2 (47,7%)	Cluster 3 (14,8%)
Qualidade e preço, clima e ultraperiferia	0,280	0,142	-1,169
Património cultural, convívio e lazer	-0,786	0,597	0,072
Segurança e hospitalidade	0,771	-0,286	-1,036
Pacotes e acessibilidade à Região	-0,453	0,067	0,935
Património natural e paisagem	0,545	0,025	-1,468

Recorde-se que os factores “Património cultural, convívio e lazer” e “Pacotes disponíveis e acessibilidade à Região” apresentavam coeficientes negativos em todos os atributos, pelo que é necessário “inverter” o sentido, para efeitos de interpretação. Tendo presente esta correcção, observa-se que, no caso do Grupo 1, as médias são positivas para todos os factores, o que evidencia satisfação perante a generalidade das dimensões da experiência turística; para o Grupo 2, os valores médios não são todos positivos, logo há aspectos mais satisfatórios e outros menos satisfatórios na visita; por último, o Grupo 3 apresenta médias negativas para todos os factores, o que indica uma menor satisfação obtida em relação aos aspectos em causa.

Para testar a existência de diferenças significativas nas médias dos três clusters de turistas, em relação aos cinco factores de satisfação com a visita, foi aplicada a análise de variância multivariada. Os resultados da MANOVA permitiram identificar diferenças estatisticamente significativas entre clusters para todos os factores, ao nível de 5%. De acordo com os resultados dos testes *post hoc*, constatou-se o seguinte:

- o Em relação à “Qualidade e preço, clima e ultraperiferia”, o Cluster 3 apresenta um nível de satisfação significativamente inferior ao Cluster 1 ($p < 0,001$) e ao Cluster 2 ($p < 0,001$);

- o No que toca ao “Património cultural, convívio e lazer”, o Cluster 1 denota um nível de satisfação significativamente superior ao Cluster 2 ($p<0,001$) e ao Cluster 3 ($p<0,001$) e, ainda, o Cluster 3 revela um nível de satisfação significativamente superior ao Cluster 2 ($p<0,001$);
- o Quanto aos factores “Segurança e hospitalidade”, “Pacotes disponíveis e acessibilidade à Região” e “Património natural e paisagem”, o Cluster 1 apresenta um nível de satisfação significativamente superior ao Cluster 2 ($p<0,001$) e ao Cluster 3 ($p<0,001$), bem como o Cluster 2 em relação ao Cluster 3 ($p<0,001$).

Estes resultados permitem responder afirmativamente à Questão 7.

Procedeu-se, ainda, ao cruzamento dos três grupos com as variáveis sociodemográficas, as características da viagem e estada na Região, a experiência de visita, as expectativas gerais em relação ao destino, a intenção de regresso e de recomendação do destino e a satisfação global com a visita, a fim de completar a caracterização dos clusters de turistas. Os resultados constam dos Quadros C.23 e C.24, do Apêndice C.

Com base nos resultados do teste do Qui-quadrado e na análise dos resíduos ajustados estandardizados, que, em módulo, apresentaram um valor superior a 2 (ao nível de 5%), foram encontradas determinadas associações, que ajudam a distinguir os clusters (assinaladas com um asterisco (*)) nos referidos quadros). Foi, ainda, aplicada a ANOVA para testar a existência de diferenças significativas entre grupos no que toca à satisfação global com a visita, tendo-se identificado diferenças significativas entre grupos ($p<0,001$).

Os resultados da MANOVA, atrás apresentados, conjugados com estes cruzamentos e testes, permitiram caracterizar os três grupos como a seguir se expõe.

- **Cluster 1 – “Encantados”**

Os 89 turistas do Grupo 1 (37,5% dos casos) correspondem aos mais satisfeitos com a visita. O nível de satisfação atribuído aos factores “Património cultural, convívio e lazer”, “Segurança e hospitalidade”, “Pacotes disponíveis e acessibilidade à Região” e

“Património natural e paisagem” foi significativamente superior ao dos outros dois grupos ($p<0,001$), pelo que foram denominados de “Encantados”.

Relativamente às características sociodemográficas, encontram-se neste grupo quase todos os turistas provenientes dos EUA e Canadá (65% dos turistas destes países) e uma parte significativa dos turistas dos Outros Países (cerca de 43% destes países), embora os portugueses constituam a maioria (58%). Em relação à idade, 50% pertencem ao escalão etário de 35 a 54 anos. Embora 39% destes turistas possuam formação superior, 50% dos que têm menos habilitações ficaram incluídos neste grupo. Quanto ao motivo principal da visita, 67% vieram em férias ou por motivos de lazer e 25% para visitar amigos ou familiares; metade destes turistas estavam a visitar os Açores pela primeira vez, enquanto os restantes repetiam a visita. Os turistas deste grupo tendem a viajar em voos regulares e a ter uma estada mais prolongada na Região.

Os “Encantados” revelam uma elevada intenção de regresso (96,6%) e demonstram obter um nível de satisfação global com a visita significativamente superior ao do Grupo 2 ($p<0,001$) e ao do Grupo 3 ($p<0,001$).

- **Cluster 2 – “Descobridores”**

Os 113 turistas do Grupo 2, que representam cerca de metade da amostra (47,7% dos casos), correspondem ao grupo dos moderadamente satisfeitos com a visita, uma vez que o nível de satisfação atribuído aos factores “Qualidade e preço, clima e ultraperiferia”, “Património natural e paisagem”, “Pacotes disponíveis e acessibilidade à Região” e “Segurança e hospitalidade” foi significativamente superior ao do Cluster 3 e significativamente inferior ao do Cluster 1 ($p<0,001$), encontrando-se num meio termo entre estes dois grupos. Pelo contrário, este grupo é o que demonstra a menor satisfação em relação ao “Património cultural, convívio e lazer” ($p<0,001$), provavelmente por se tratarem de turistas estrangeiros que não têm raízes familiares nos Açores e que atribuem pouca importância a estes atributos do destino: a avaliação da qualidade da experiência turística não está, por conseguinte, centrada nestes aspectos.

De facto, 90% dos turistas dos Países Nórdicos e 52,5% dos turistas dos Outros Países pertencem a este grupo; 94% não têm ascendência açoriana. Uma vez que 83% vieram

em férias ou por motivos de lazer e 80% estavam a visitar os Açores pela primeira vez, o grupo adoptou o nome de “Descobridores”. O escalão etário dos 55 ou mais anos assume maior peso, pois cerca de 68% dos turistas mais idosos pertencem a este grupo. Isto deve-se ao facto de aqui se agrupar a maioria dos turistas dos Países Nórdicos, que são os mais idosos da amostra. Predomina o nível de habilitações mais elevado. Estes turistas deslocam-se em voos charter e apresentam a menor duração da estada na Região.

Este grupo distingue-se dos outros no que toca à intenção de regresso, que é mais baixa. Foi revelada uma satisfação moderada com a experiência turística; o nível de satisfação global com a visita dos “Descobridores” foi significativamente inferior ao dos “Encantados” ($p<0,001$).

- **Cluster 3 – “Sociáveis”**

Este grupo contém 35 turistas, sendo também o menos expressivo no conjunto da amostra (14,8% dos casos). Estes turistas manifestaram obter um nível de satisfação significativamente inferior em relação a todos os factores ($p<0,001$), excepto no caso do “Património cultural, convívio e lazer”, que foi significativamente superior ao dos “Descobridores” ($p<0,001$).

Os turistas deste grupo são mais jovens e essencialmente portugueses (77% do total), apresentando uma escolaridade menos elevada. Viajaram sobretudo utilizando voos regulares; 57% estavam a repetir a visita e 43% têm ascendência açoriana. Atendendo à valorização atribuída ao Factor 2, “Património cultural, convívio e lazer”, e uma vez que neste grupo se encontra a proporção mais significativa de turistas que vieram aos Açores para visitar amigos ou familiares (37,1%) ou por outros motivos que não férias ou lazer (14,3% vieram à Região em negócios/motivos profissionais ou por causa de eventos culturais/desportivos), foram apelidados de “Sociáveis”, pois vieram para conviver e para se relacionarem com outras pessoas, por diversos motivos.

O nível de satisfação global com a visita dos “Sociáveis” foi significativamente inferior ao dos “Encantados” ($p<0,001$).

Intenção de regresso e de recomendação do destino

A Questão 8, que pergunta se os turistas dos vários clusters revelam diferentes intenções de regresso e de recomendação do destino, não pode ser testada na globalidade, porque 98,7% dos turistas que foram integrados nestes grupos responderam que tencionam recomendar o destino.

Há, contudo, uma associação significativa entre os clusters e a intenção de regresso (valor da estatística do Qui-quadrado = 22,060; $p < 0,001$), embora a relação não seja forte (coeficiente V de Cramer = 0,305; $p < 0,001$): os “Encantados” e os “Sociáveis” referiram que tencionam repetir a visita, enquanto 27,4% dos “Descobridores” afirmaram não tencionar regressar aos Açores.

6.11 Síntese dos resultados obtidos

As expectativas gerais dos turistas em relação à oferta turística da Região foram cumpridas.

A divulgação das atracções locais aos turistas (informação turística) é a prática de sustentabilidade do turismo que se afigura de maior importância para introduzir nas atracções e instalações turísticas, com o objectivo de melhorar a qualidade da experiência turística nos Açores.

A importância atribuída pelos turistas a um conjunto de práticas de sustentabilidade do turismo (factores) nas atracções e instalações turísticas difere consoante a idade, o país de residência, a ascendência e a experiência de visita.

Os atributos que os turistas consideram mais importantes na escolha do destino turístico Açores coincidem com as percepções dos empresários do subsector do alojamento turístico da Região: paisagem, natureza, singularidade do destino, segurança, tranquilidade e hospitalidade dos residentes.

A satisfação média atribuída a um conjunto de atributos do destino no âmbito da visita é superior à importância média atribuída a esses mesmos atributos no processo de selecção do destino.

A importância atribuída pelos turistas aos factores subjacentes à escolha do destino turístico difere em função da idade, do país de residência, da ascendência e da experiência de visita.

É possível identificar grupos homogéneos de turistas com base na satisfação obtida na visita perante um conjunto de factores: encantados (37,5%), descobridores (47,7%) e sociáveis (14,8%).

Os turistas dos vários grupos homogéneos revelam diferentes intenções de regresso.

6.12 Conclusão

Este capítulo destinou-se à apresentação dos resultados da segunda parte da investigação empírica: o estudo das expectativas e das percepções dos turistas em relação à visita aos Açores. Partindo dos dados recolhidos através da implementação de um questionário aos turistas à saída da Região, foram avaliados o cumprimento das expectativas gerais em relação à oferta turística, a importância atribuída à introdução de práticas de sustentabilidade do turismo nas atracções e instalações turísticas e o grau de satisfação com a visita face às expectativas iniciais, através da aplicação de diversas técnicas estatísticas, a fim de se responder às questões da investigação. A discussão dos resultados será retomada em capítulo posterior, prosseguindo-se, agora, com a análise dos resultados do estudo das percepções dos residentes em relação à sustentabilidade do turismo na Região.

Capítulo 7. PERCEPÇÕES DOS RESIDENTES EM RELAÇÃO À SUSTENTABILIDADE DO TURISMO NOS AÇORES

7.1 Introdução

A operacionalização do conceito de sustentabilidade do turismo implica a avaliação do contributo que esta actividade económica pode dar para a melhoria da qualidade de vida da população de uma determinada comunidade. Neste capítulo, pretende-se avaliar as opiniões, expectativas e percepções dos residentes dos Açores em relação ao papel que o turismo pode desempenhar na respectiva comunidade, tendo em vista o desenvolvimento sustentável da actividade turística na Região. Partindo dos dados recolhidos através de um questionário efectuado aos residentes dos principais centros urbanos da Região, começa-se por apresentar a análise preliminar das respostas e a caracterização sociodemográfica dos residentes inquiridos, para depois prosseguir com uma reflexão crítica sobre os resultados dos tratamentos estatísticos desenvolvidos à luz dos objectivos previamente delineados para esta dimensão da investigação empírica. Para dar resposta às questões da investigação, utilizam-se quadros e gráficos de distribuição de frequências, medidas de estatística descritiva, cruzamentos e medidas de associação, bem como testes *t* para médias, análise de variância univariada e multivariada e análise de clusters. O capítulo termina com uma síntese dos resultados obtidos.

7.2 Análise preliminar das respostas e caracterização sociodemográfica dos residentes inquiridos

O tratamento estatístico iniciou-se com a análise univariada das variáveis incluídas no questionário.

Foi efectuada a análise das não respostas e dos *outliers*, tendo-se prosseguido com a elaboração de quadros e de gráficos de distribuição de frequências para caracterizar os inquiridos, calculando-se paralelamente algumas estatísticas adequadas às escalas ou níveis de medida das variáveis em causa.

- **Análise das não respostas e dos *outliers***

A percentagem de “não respostas” foi muito reduzida, sendo sempre inferior a 20% dos casos, não ocorrendo situações que pudessem provocar enviesamento dos resultados. Para lidar com o problema da falta de dados na aplicação das técnicas estatísticas com o SPSS, foi seleccionada a opção *Exclude cases listwise*, de modo a não perder informação.

Foi verificada a presença de *outliers* nas variáveis avaliadas em escalas de rácio: idade, dimensão do agregado familiar e número de anos de residência no concelho. Identificaram-se valores aberrantes apenas no caso da dimensão do agregado familiar. Trata-se de nove observações, para as quais a dimensão do agregado familiar foi igual ou superior a 7 pessoas, que foram classificadas como *outliers* moderados (Pestana e Gageiro, 2000). A presença de *outliers* será tida em conta na análise da variável em causa, pois pode provocar alterações nos resultados.

- **Caracterização sociodemográfica dos residentes inquiridos**

Para caracterizar os residentes inquiridos foram calculadas algumas medidas de estatística descritiva e efectuados cruzamentos entre variáveis.

Foi utilizada a análise de variância paramétrica simples (ANOVA), verificando-se antecipadamente os respectivos pressupostos de aplicação: existência de pelo menos três grupos, independência das amostras a comparar, normalidade das observações dentro de cada grupo (embora a normalidade não seja restritiva da aplicação da ANOVA quando o número de elementos de cada grupo é relativamente elevado, para além de que a não normalidade tem consequências mínimas na interpretação dos resultados, excepto quando a distribuição é muito enviesada) e homocedasticidade (Silva *et al.*, 2001a). Recorreu-se à utilização de testes *post hoc* de comparações múltiplas de médias, tendo-se calculado o teste de Bonferroni quando se verificava o pressuposto da homogeneidade de variâncias e o de Games-Howell, na situação inversa.

Todos os testes foram efectuados tendo em conta um nível de significância de 5%, tendo-se utilizado a correcção de Bonferroni sempre que se aplicou uma família

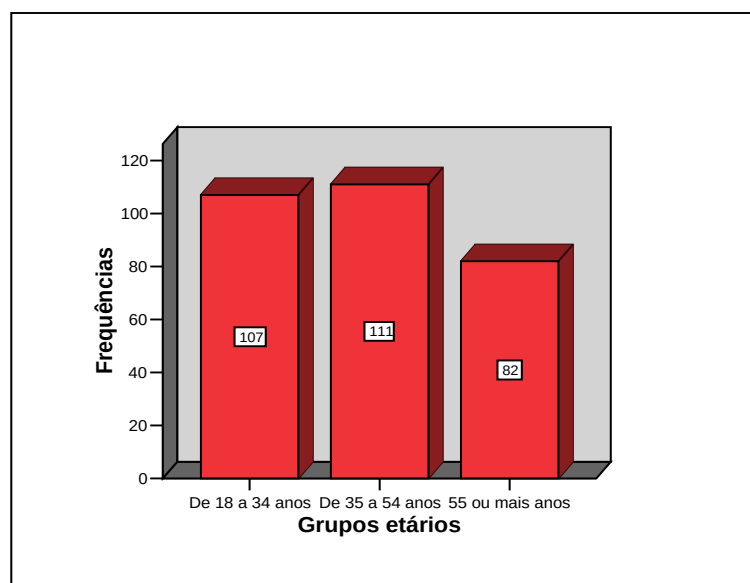
(conjunto) de testes em simultâneo a um conjunto de variáveis, a fim de manter a probabilidade de erro ao nível $p = 0,05$ (Hill e Hill, 2002).

Foram inquiridos 159 indivíduos do sexo feminino (53%) e 141 do sexo masculino (47%), de forma a efectuar uma aproximação da amostra final à distribuição da população residente por sexo, de acordo com os Censos 2001, tal como se explicou no capítulo anterior.

A idade média dos residentes inquiridos é de 43 anos, sendo 18 anos a idade mínima e 87 anos, a máxima. Calculando a média da idade para cada um dos três centros urbanos em estudo, temos 42 anos para os residentes de Ponta Delgada, 44 anos para os de Angra do Heroísmo e 46 anos para os da Horta, ou seja, os indivíduos que foram inquiridos em Ponta Delgada são em média mais novos do que os dos outros dois centros urbanos e os de Angra do Heroísmo em média mais novos do que os da Horta. No entanto, esta diferença de idades entre os centros urbanos não é estatisticamente significativa ($p=0,497$).

Para efeitos de análise, os dados foram agrupados em três grupos etários, como se apresenta no Gráfico 7.1, à semelhança do tratamento efectuado no estudo dos turistas.

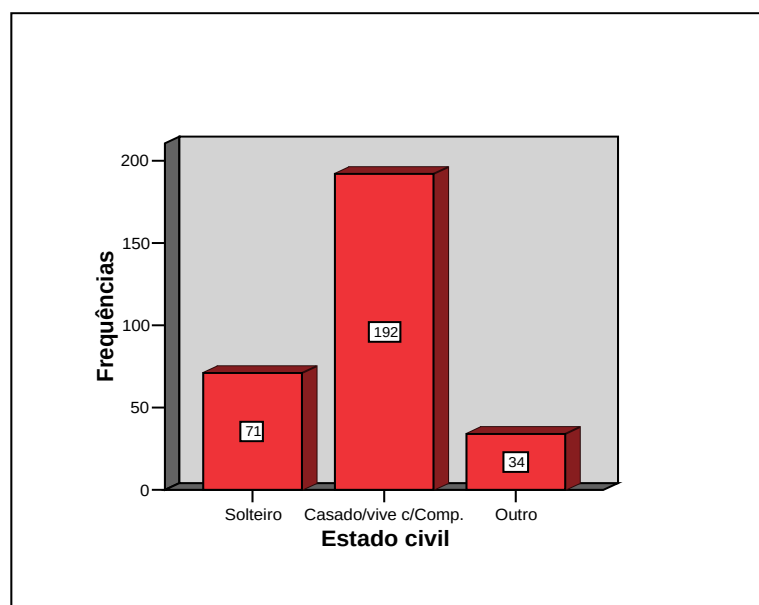
Gráfico 7.1 – Número de residentes inquiridos por grupos etários



No grupo etário de 18 a 34 anos, temos 107 observações (35,7%), no grupo etário de 35 a 54 anos, 111 observações (37%) e no grupo etário de 55 ou mais anos, 82 observações (27,3%). Este último grupo corresponde aos seniores.

Quanto ao estado civil, verifica-se que a maioria dos residentes se enquadra na categoria de “casado/vive com companheiro” (64%), seguindo-se os “solteiros” (23,7%) e os que se inserem noutra situação (11,3%), ou seja, separados, divorciados ou viúvos.

Gráfico 7.2 – Número de residentes inquiridos por estado civil



Em relação à naturalidade, 91% dos inquiridos nasceram na Região Autónoma dos Açores, 6,3% em Portugal, fora da Região e apenas 2,7% no estrangeiro.

Quanto ao tempo de residência no concelho actual, 70,3% residiram sempre no mesmo concelho (ver Quadro 7.1). No caso da Horta, constata-se que apenas 7,5% não residiram sempre no mesmo concelho, enquanto essa percentagem ascende a 36,3% no caso de Ponta Delgada e 27% no caso de Angra do Heroísmo.

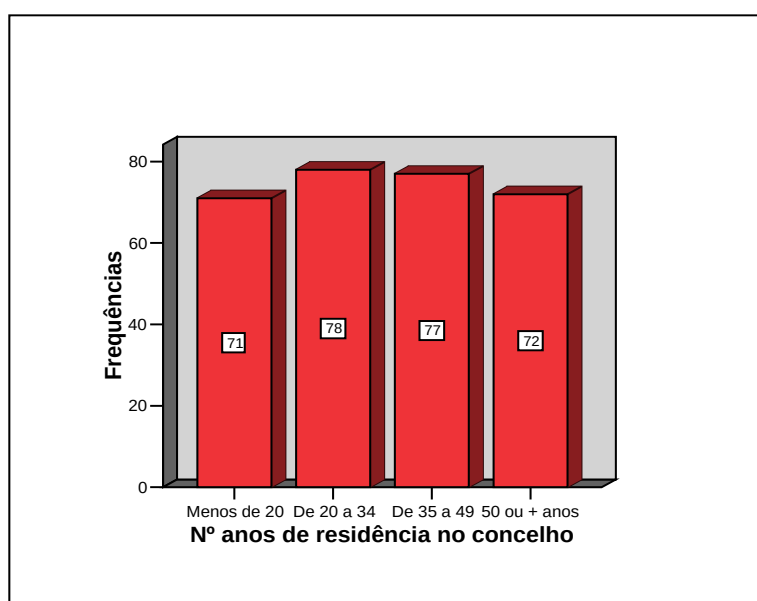
Quadro 7.1 – Número de residentes inquiridos por tempo de residência no concelho

Residiu sempre neste concelho?	Concelho de residência			Total
	Ponta Delgada	Angra do Heroísmo	Horta	
Sim	109	65	37	211
Não	62	24	3	89
Total	171	89	40	300

O número médio de anos de residência no concelho é de 35 anos para a globalidade da amostra, o que se considera um valor relativamente elevado, sendo de 32 anos para os residentes em Ponta Delgada, 37 anos para os residentes em Angra do Heroísmo e 44 anos para os residentes na Horta. A aplicação dum teste de diferença de médias revela que apenas se registam diferenças significativas entre Horta e Ponta Delgada ($p=0,003$).

No Gráfico 7.3 apresenta-se a distribuição dos residentes inquiridos por quatro grupos, atendendo ao número de anos de residência no concelho.

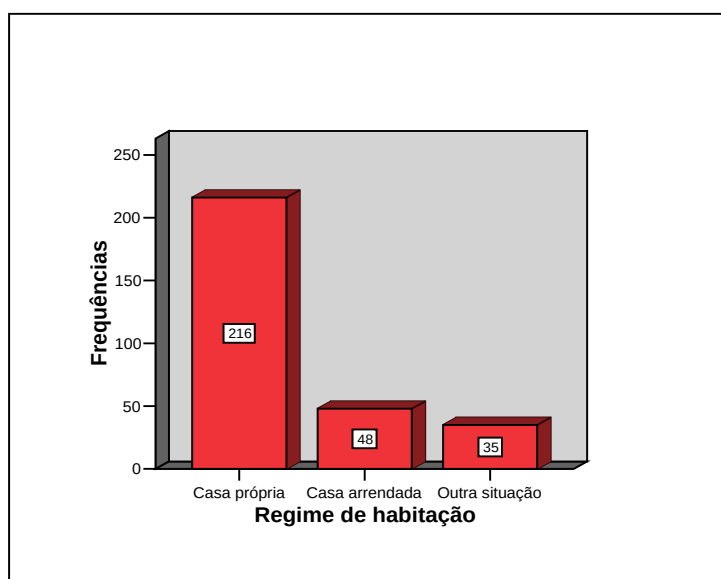
Gráfico 7.3 – Número de residentes inquiridos por número de anos de residência no concelho



Pode-se observar que 23,8% dos inquiridos reside no concelho há menos de 20 anos, 26,2% entre 20 e 34 anos, 25,8% entre 35 e 49 anos e 24,2% há mais de 49 anos.

No que toca ao regime de habitação (ver Gráfico 7.4), é de realçar a elevada percentagem de inquiridos que habitam em casa própria (72,2%), estando os restantes na situação de casa arrendada (16,1%) ou noutra situação (11,7%), tal como a coabitar com familiares ou outros casos.

Gráfico 7.4 – Número de residentes inquiridos por regime de habitação



Relativamente à dimensão do agregado familiar dos inquiridos, esta varia entre 1 e 10 pessoas.

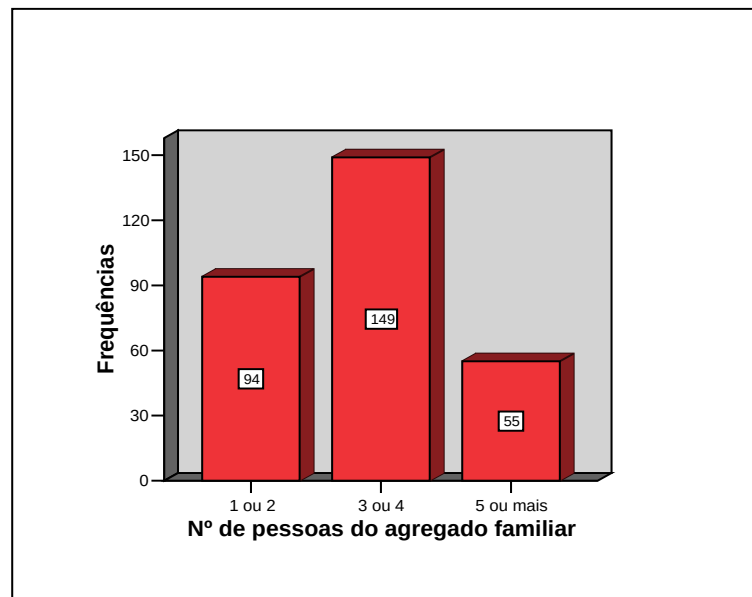
Tal como se afirmou no início desta secção, foram identificados nove *outliers* moderados, para as quais a dimensão do agregado familiar foi igual ou superior a 7 pessoas. Para verificar se os *outliers* afectam muito os resultados, foram calculadas as três medidas de tendência central (média, mediana e média aparada a 5%) com e sem os *outliers*, comentando-se as diferenças encontradas.

Na análise com *outliers*, a dimensão média do agregado familiar é 3,3 pessoas, sendo a mediana 3 e a média aparada a 5% igual a 3,22. O desvio padrão, neste caso, é de 1,518. Excluindo os *outliers* da análise, a dimensão média do agregado familiar dos inquiridos passa a ser de 3,16 pessoas, sendo a mediana 3, a média aparada a 5 % igual a 3,13 e o desvio padrão 1,305. A moda é 3 pessoas, não se alterando com a exclusão dos *outliers*.

Verifica-se que os *outliers* não produzem alterações significativas nos resultados, não aumentando significativamente a média, nem o desvio padrão, pelo que todas as observações foram incluídas na análise.

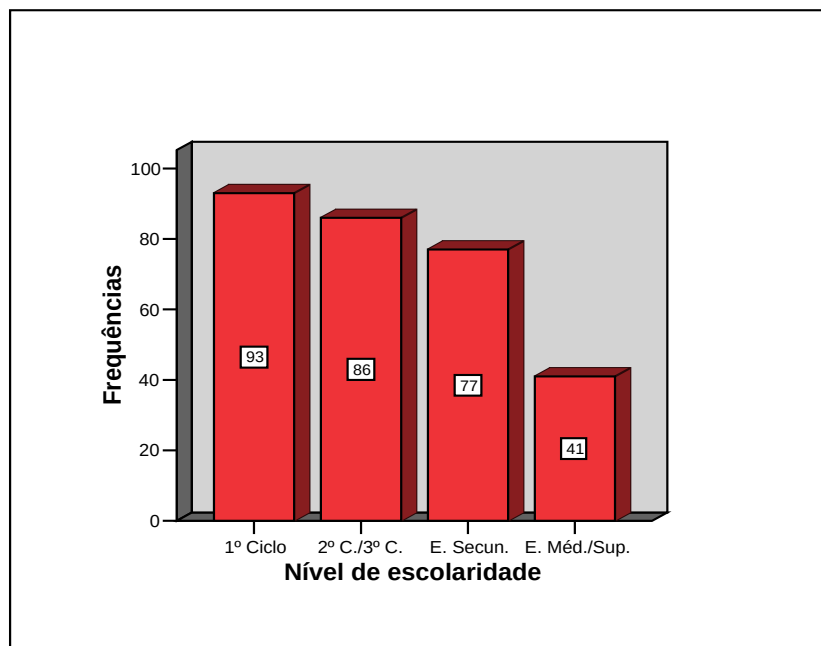
Foram criados três escalões, como se pode observar no Gráfico 7.5. Os agregados familiares com maior expressão têm 3 ou 4 pessoas (50%), seguindo-se os que têm 1 ou 2 (31,5%) e, por último, os que têm 5 ou mais pessoas (18,5%).

Gráfico 7.5 – Número de residentes inquiridos por dimensão do agregado familiar



O nível de escolaridade foi agrupado em quatro categorias: até ao 1º ciclo (31%), 2º ciclo e 3º ciclo (29%), Ensino Secundário (26%) e Ensino Médio e Superior (14%).

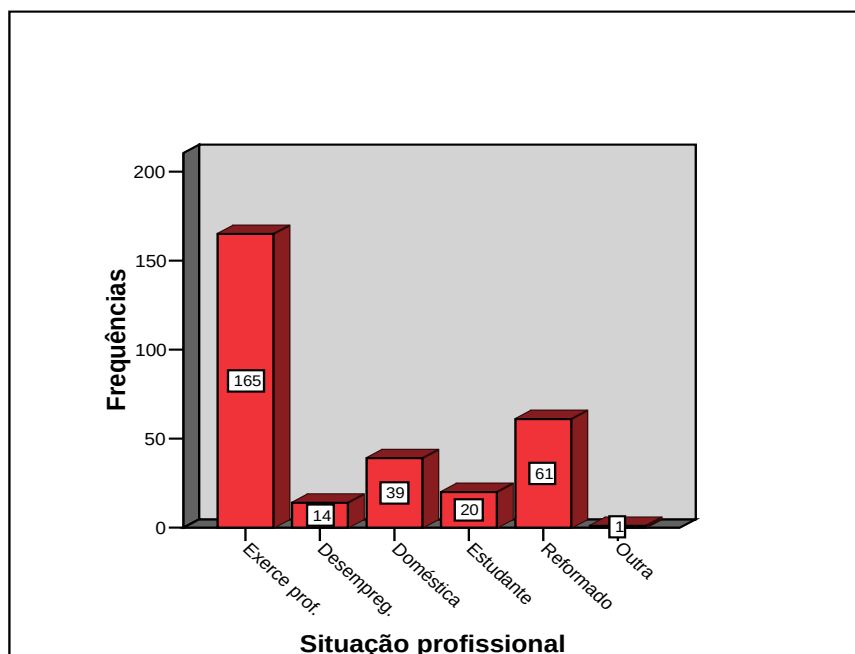
Gráfico 7.6 – Número de residentes inquiridos por nível de escolaridade



Observa-se, através do Gráfico 7.6, que o nível de escolaridade dos residentes inquiridos é relativamente baixo, uma vez que os dois primeiros escalões, correspondentes ao Ensino Básico, representam 60% dos inquiridos.

Quanto à situação profissional (ver Gráfico 7.7), 55% exercem uma actividade profissional, 20,3% estão reformados, 13% são domésticas, 6,7% são estudantes, 4,7% estão desempregados e apenas 0,3% se encontram noutra situação.

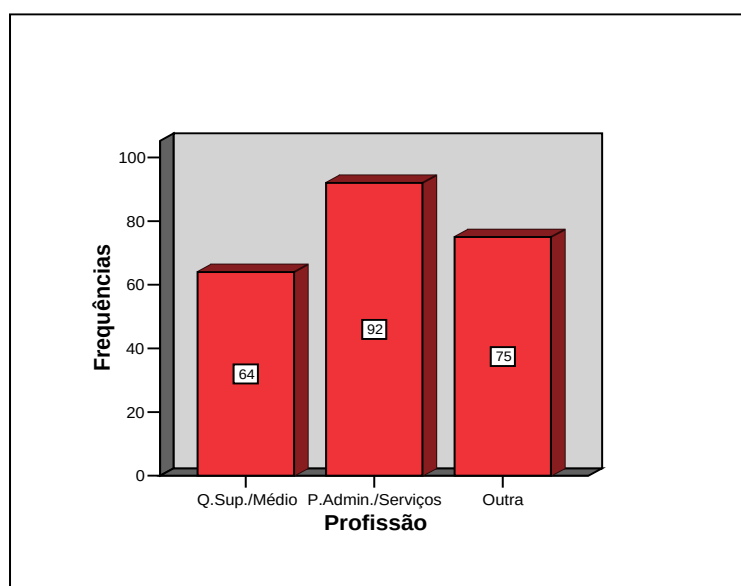
Gráfico 7.7 – Número de residentes inquiridos por situação profissional



Em relação à profissão exercida, actual ou anterior (no caso de estarem desempregados ou reformados), e tendo por base a Classificação Nacional de Profissões (INE, 2004), verifica-se que a categoria que assume maior peso é a do Pessoal dos Serviços e Vendedores (24,7%), seguindo-se o Pessoal Administrativo e Similares (15,2%), os Trabalhadores não Qualificados (12,1%), os Técnicos e Profissionais de Nível Intermédio (11,7%), os Operários, Artífices e Trabalhadores Similares (10,8%) e os Especialistas das Profissões Intelectuais e Científicas (10,4%). Com pouca expressão surgem os Quadros Superiores da Administração Pública, Dirigentes e Quadros Superiores de Empresas (5,6%), os Agricultores e Trabalhadores Qualificados da Agricultura e Pescas (5,2%), os Operadores de Instalações e Máquinas e Trabalhadores da Montagem (3%) e os Membros das Forças Armadas (1,3%).

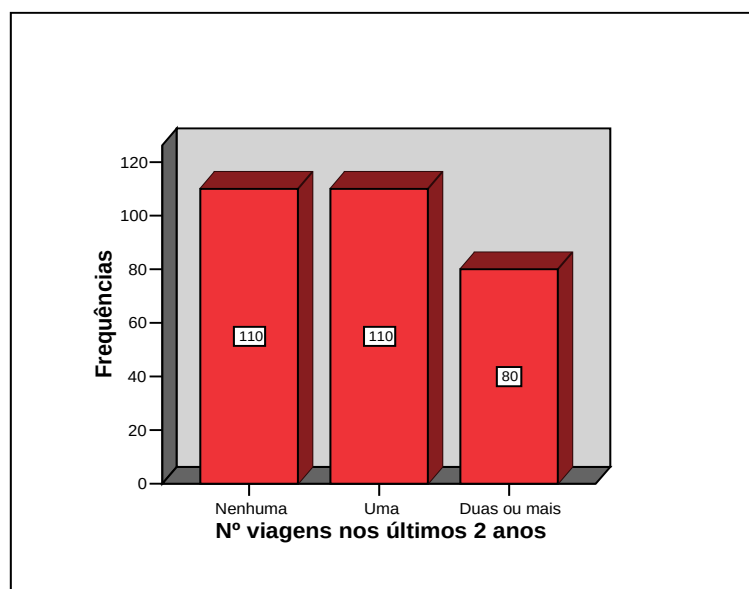
Foram criados três grupos, conforme se apresenta no Gráfico 7.8: Dirigentes, Quadros Superiores, Profissões Intelectuais e Técnicos (27,7%), Pessoal Administrativo e dos Serviços (39,8%) e Outra Profissão (32,5%).

Gráfico 7.8 – Número de residentes inquiridos por profissão



Para aferir a experiência pessoal de viajar, perguntou-se aos residentes quantas viagens efectuaram nos últimos dois anos: 36,7% dos inquiridos respondeu que não viajou para fora da ilha onde reside, 36,7% efectuou uma viagem e 26,6% fez duas ou mais viagens nesse período de tempo. As frequências podem ser observadas no Gráfico 7.9.

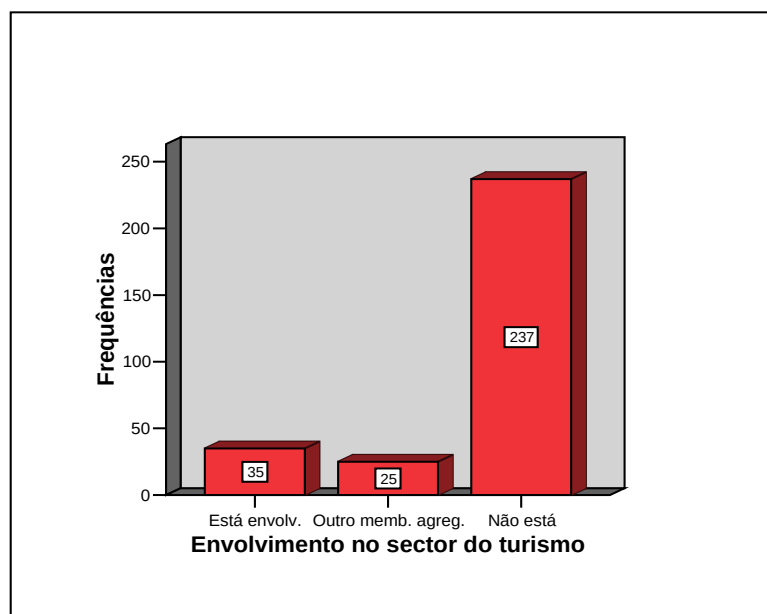
Gráfico 7.9 – Número de residentes inquiridos por número de viagens efectuadas nos últimos dois anos



No que se refere ao grau de envolvimento no sector do turismo, constatou-se que 11,8% dos inquiridos que responderam estavam envolvidos directa ou indirectamente no sector do turismo (tinham um negócio ou um emprego no sector do turismo ou trabalhavam noutra actividade, mas tinham contacto directo com turistas), enquanto 8,4% tinham um

membro do seu agregado familiar nessa situação. Os restantes cerca de 80% não tinham qualquer tipo de envolvimento no sector, nem o seu agregado familiar. Esta situação está ilustrada no Gráfico 7.10.

Gráfico 7.10 – Número de residentes inquiridos por envolvimento no sector do turismo



Conclui-se que os residentes da amostra estão pouco envolvidos no sector do turismo.

7.3 Opinião dos residentes sobre o turismo na Região

Esta secção é dedicada à análise da opinião e expectativas dos residentes em relação ao desenvolvimento do turismo na Região. Para dar resposta às questões da investigação, são apresentadas algumas medidas de estatística descritiva, bem como testes estatísticos, nomeadamente o teste *t* para duas amostras independentes e a análise de variância paramétrica simples (ANOVA), tendo-se verificado antecipadamente as respectivas condições de aplicabilidade, tal como se indicou no início da secção anterior.

- **Desenvolvimento do turismo na Região**

Perguntou-se a opinião dos residentes em relação ao desenvolvimento do turismo na Região, na actualidade, utilizando uma escala de Likert de cinco pontos, variando entre

1, “Muito bom” e 5, “Muito insatisfatório”, sendo o ponto médio, 3, correspondente a “Satisfatório”.

A média global da amostra foi de 3,60, situando-se entre o “Satisfatório” e o “Bom”, e o desvio padrão de 0,764, ou seja, não houve grande dispersão nas respostas.

Para testar se a opinião média dos residentes difere em função das características sociodemográficas (sexo, grupo etário, estado civil, dimensão do agregado familiar, nível de escolaridade, situação profissional, profissão, concelho de residência, tempo de residência no concelho e regime de habitação), do grau de envolvimento profissional no sector do turismo e/ou da experiência pessoal de viajar, foram utilizados o teste *t* para duas amostras independentes e a análise de variância simples paramétrica.

Registaram-se diferenças estatisticamente significativas em função do nível de escolaridade, profissão e experiência pessoal de viajar, que se passam a comentar.

No que toca ao nível de escolaridade, onde se consideraram quatro situações, os resultados da ANOVA apontaram para a existência de diferenças estatisticamente significativas entre grupos ($p=0,009$).

Quadro 7.2 – Média da opinião sobre o desenvolvimento do turismo na Região por nível de escolaridade

Nível de escolaridade	Valor médio	Probabilidade
1º Ciclo	3,72	$p = 0,009$
2º ou 3º Ciclo	3,69	
Ensino Secundário	3,36	
Ensino Médio ou Superior	3,51	

De acordo com os resultados do teste *post hoc* de Games-Howell, constata-se que os indivíduos com o 1º Ciclo têm uma opinião média mais favorável em relação ao desenvolvimento do turismo na Região do que aqueles que possuem o Ensino Secundário (ao nível $p<0,0125$).

Relativamente à profissão, em que foram tidos em conta três grupos – Dirigentes, Quadros Superiores, Profissões Intelectuais e Técnicos, Pessoal Administrativo e dos

Serviços e Outra Profissão – a análise de variância simples paramétrica permitiu, igualmente, detectar diferenças significativas na opinião entre grupos ($p=0,012$).

Quadro 7.3 – Média da opinião sobre o desenvolvimento do turismo na Região por profissão

Profissão	Valor médio	Probabilidade
Dirig.+ Intelec.+Técnic.	3,34	$p = 0,012$
Pessoal Ad.+Serviços	3,55	
Outra Profissão	3,72	

Os resultados do teste *post hoc* de Bonferroni indicaram que os indivíduos que se enquadram no grupo dos Dirigentes, Quadros Superiores, Profissões Intelectuais e Técnicos têm uma opinião média significativamente menos favorável em relação ao desenvolvimento do turismo na Região do que aqueles que exercem Outra Profissão (ao nível $p<0,017$).

Em relação ao grau de envolvimento profissional no sector do turismo (classes), os resultados da ANOVA permitiram constatar que não há diferenças de opinião estatisticamente significativas entre grupos ($p=0,544$).

Por sua vez, os resultados da ANOVA indicaram haver diferenças significativas de opinião entre grupos em função da experiência pessoal de viajar ($p=0,003$). Neste caso, foi tido em conta o número de viagens efectuadas nos últimos dois anos: nenhuma, uma ou duas ou mais viagens.

Quadro 7.4 – Média da opinião sobre o desenvolvimento do turismo na Região por experiência pessoal de viajar

Nº de viagens nos últimos 2 anos	Valor médio	Probabilidade
Nenhuma	3,77	$p = 0,003$
Uma	3,58	
Duas ou mais	3,39	

De acordo com os resultados do teste *post hoc* de Bonferroni, verifica-se que a opinião média dos residentes que não efectuaram qualquer viagem nos últimos dois anos é

significativamente superior à daqueles que efectuaram duas ou mais viagens nesse período de tempo (ao nível $p<0,017$).

Estes resultados permitem responder afirmativamente à Questão 1, uma vez que a opinião dos residentes em relação ao desenvolvimento do turismo na Região difere em função do nível de escolaridade, profissão e experiência pessoal de viajar.

- **Importância da actividade turística nos próximos 10 anos**

Relativamente à importância que a actividade turística vai desempenhar, nos Açores, nos próximos 10 anos, solicitou-se aos inquiridos que respondessem utilizando uma escala de Likert de cinco pontos, variando entre 1, “Muito mais” e 5, “Muito menos”, sendo 3, o ponto médio, correspondente a “A mesma”.

A média global da amostra foi de 4,10 e o desvio padrão de 0,637. Neste caso, a média ficou entre “Mais” e “Muito mais”, enquanto a dispersão nas respostas foi baixa.

A análise de diferenças de opinião dos residentes por características sociodemográficas apontou para a existência de diferenças estatisticamente significativas apenas por concelho de residência ($p=0,006$). Apresenta-se de seguida o quadro das médias para os três concelhos de residência (centro urbano).

Quadro 7.5 – Média da importância que a actividade turística vai desempenhar, nos Açores, nos próximos 10 anos, por concelho de residência

Concelho de residência	Valor médio	Probabilidade
Ponta Delgada	4,19	$p = 0,006$
Angra do Heroísmo	4,06	
Horta	3,85	

Atendendo aos resultados do teste *post hoc* de comparações múltiplas de Bonferroni, constata-se que os residentes do centro urbano de Ponta Delgada têm a expectativa de que o turismo vai ter uma importância significativamente maior nos Açores, nos próximos 10 anos, do que os residentes do centro urbano da Horta (ao nível $p<0,017$).

As expectativas dos residentes de Angra do Heroísmo não diferem significativamente das dos residentes de Ponta Delgada ou Horta.

No que toca ao grau de envolvimento profissional no sector do turismo (classes), os resultados da ANOVA permitiram detectar a existência de diferenças estatisticamente significativas entre grupos ($p=0,018$).

Quadro 7.6 – Média da importância que a actividade turística vai desempenhar, nos Açores, nos próximos 10 anos, por grau de envolvimento profissional no sector do turismo

Envolvimento profissional no turismo	Valor médio	Probabilidade
Está envolvido	4,34	$p = 0,018$
Outro membro do agregado familiar está envolvido	3,88	
Nenhum envolvimento	4,10	

Os resultados da aplicação do teste *post hoc* de comparações múltiplas de Bonferroni permitem afirmar que os residentes envolvidos profissionalmente na actividade turística são de opinião que o turismo assumirá uma importância significativamente maior na Região, nos próximos 10 anos, do que o grupo daqueles que têm outro membro do agregado familiar envolvido no sector (ao nível $p<0,017$).

Por último, não foram encontradas diferenças de opinião significativas entre grupos atendendo à experiência pessoal de viajar, tendo em conta os resultados da ANOVA ($p=0,280$).

Os resultados obtidos possibilitam responder afirmativamente à Questão 2, porque as expectativas dos residentes em relação à importância que a actividade turística vai ter, nos Açores, nos próximos 10 anos diferem em função do concelho de residência (centro urbano) e do grau de envolvimento profissional no sector do turismo.

- **Actividades económicas com maior potencial de crescimento na Região**

De seguida, pediu-se aos inquiridos para hierarquizarem as três actividades económicas que, na sua opinião, apresentassem maior potencial de crescimento na Região, para determinar se há uma visão partilhada ou divergente em relação ao futuro. Para o 1º

lugar, obtiveram-se 94,7% de respostas, para o 2º lugar, 88,3% e para o 3º lugar, 73%, o que revela alguma dificuldade em enumerar mais do que um sector de actividade com potencialidades para crescimento nos Açores.

As respostas foram agrupadas em categorias, fazendo uma aproximação à Classificação Portuguesa de Actividades Económicas (CAE – Rev. 2, aprovada pelo Decreto-Lei nº 182/93, de 14 de Maio). Relativamente às actividades que foram citadas em 1º lugar, que se apresentam no Quadro 7.7, foi dado um grande destaque ao Alojamento e Restauração (67,6%) e à Agricultura e Produção Animal (11,6%), seguindo-se o Comércio (6,3%), a Pesca (3,9%), a Construção (3,9%), as Indústrias Alimentares, principalmente lacticínios e conservas (2,5%), as Actividades Imobiliárias e Serviços Prestados às Empresas (2,1%) e Outras Actividades de Serviços (2,1%).

Quadro 7.7 – Actividades económicas com maior potencial de crescimento na Região mencionadas em 1º lugar

Actividades Económicas 1º lugar	Frequências	Percentagem
Alojam./Restauração	192	67,6%
Agric./Prod. Animal	33	11,6%
Comércio	18	6,3%
Pesca	11	3,9%
Construção	11	3,9%
Ind. Transformadora	7	2,5%
Serviços às Empresas	6	2,1%
Outras Act. Serviços	6	2,1%
Total	284	100,0%

No que toca às actividades citadas em 2º lugar, temos, por ordem decrescente, o Alojamento e Restauração (28,3%), a Agricultura e Produção Animal (20,8%), o Comércio (15,1%) e a Pesca (14,7%), seguindo-se as Actividades Imobiliárias e Serviços Prestados às Empresas (8,7%), a Construção (6,4%), as Indústrias Alimentares (3%), Outras Actividades de Serviços (2,3%), os Transportes (0,4%) e a Educação (0,4%).

No quadro seguinte pode-se observar a distribuição das respostas dos inquiridos.

Quadro 7.8 – Actividades económicas com maior potencial de crescimento na Região mencionadas em 2º lugar

Actividades Económicas 2º lugar	Frequências	Percentagem
Alojam./Restauração	75	28,3%
Agric./Prod. Animal	55	20,8%
Comércio	40	15,1%
Pesca	39	14,7%
Serviços às Empresas	23	8,7%
Construção	17	6,4%
Ind. Transformadora	8	3,0%
Outras Act. Serviços	6	2,3%
Transportes	1	,4%
Educação	1	,4%
Total	265	100,0%

Por último, temos as actividades apontadas em 3º lugar, que constam do Quadro 7.9: Agricultura e Produção Animal (24,7%), Alojamento e Restauração (22,8%), Pesca (19,6%), Comércio (11%), Actividades Imobiliárias e Serviços Prestados às Empresas (6,4%), Indústrias Alimentares (5%), Construção (4,6%), Outras Actividades de Serviços (4,6%) e Transportes (1,4%).

Quadro 7.9 – Actividades económicas com maior potencial de crescimento na Região mencionadas em 3º lugar

Actividades Económicas 3º lugar	Frequências	Percentagem
Agric./Prod. Animal	54	24,7%
Alojam./Restauração	50	22,8%
Pesca	43	19,6%
Comércio	24	11,0%
Serviços às Empresas	14	6,4%
Ind. Transformadora	11	5,0%
Construção	10	4,6%
Outras Act. Serviços	10	4,6%
Transportes	3	1,4%
Total	219	100,0%

É de realçar que surgem à cabeça da lista sempre as mesmas quatro categorias – as actividades ligadas ao turismo, a agricultura e produção animal, a pesca e o comércio –, embora nem sempre pela mesma ordem. Isto denota um forte consenso na opinião dos residentes relativamente às actividades com maior potencial de crescimento nos Açores, o que permite responder afirmativamente à Questão 3.

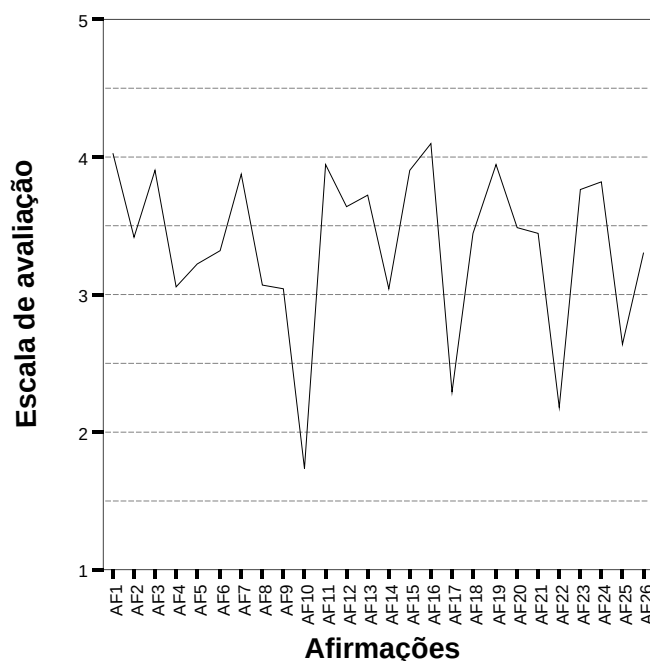
7.4 Percepções dos residentes em relação aos impactes do turismo na Região

Para avaliar as percepções dos residentes em relação aos impactes do turismo na Região e, em particular, no seu concelho, bem como a sua opinião quanto à participação no processo de tomada de decisão relativo ao desenvolvimento do turismo e à importância atribuída ao planeamento turístico, pediu-se aos inquiridos para se manifestarem perante um conjunto de 26 afirmações sobre o turismo.

A opinião foi medida através de uma escala de Likert de cinco pontos, variando entre 1, “Discordo totalmente” e 5, “Concordo totalmente”, sendo o ponto médio 3, correspondente a “Indeciso”.

A representação gráfica para a média das 26 afirmações é a seguinte (ver significado das siglas AF1 a AF26 no Quadro 7.10):

Gráfico 7.11 – Média da opinião manifestada pelos residentes em relação a um conjunto de afirmações sobre o turismo



Observe-se o Quadro 7.10, onde se encontram as medidas de estatística descritiva para a opinião manifestada perante as 26 afirmações, por ordem decrescente da média.

Quadro 7.10 – Medidas de estatística descritiva para a opinião manifestada em relação a um conjunto de afirmações sobre o turismo, por ordem decrescente da média

Afirmações	N	Média	Desvio Padrão
AF16 - Ajuda a preservar a cultura e estimula o artesanato local	298	4,10	,652
AF1 - Permite criar emprego para os residentes do meu concelho	298	4,02	,659
AF11 - Não perturba o comportamento dos residentes	294	3,95	,773
AF19 - Não prejudica o acesso dos residentes às atracções no Verão	297	3,94	,817
AF15 - Não tem agravado os problemas sociais de droga, alcoolismo e prostituição	296	3,90	,879
AF3 - Há mais oportunidades de negócio no meu concelho devido ao turismo	300	3,90	,692
AF7 - Não tem provocado a deterioração de locais de interesse cultural	299	3,87	,921
AF24 - O planeamento do turismo a longo prazo pode ser importante	291	3,82	,778
AF23 - O turismo não aumenta a insegurança e a criminalidade	297	3,75	,971
AF13 - Não provoca o aumento do lixo no meu concelho	298	3,71	1,148
AF12 - Tem contribuído para a qualificação e a introdução de novas tecnologias	298	3,63	,802
AF20 - Tem contribuído para melhorar a qualidade do ambiente	297	3,48	,969
AF21 - Não tem agravado as desigualdades sociais	298	3,45	1,028
AF18 - O comércio melhorou no meu concelho por causa do turismo	294	3,44	,928
AF2 - Não tem contribuído para o aumento da poluição do ambiente	299	3,42	1,021
AF6 - Tem contribuído para melhorar a qualidade de vida da população	296	3,32	,989
AF26 - A propriedade e a gestão das empresas turísticas é de origem local	295	3,30	1,030
AF5 - Não provoca problemas de trânsito e de estacionamento no Verão	298	3,22	1,171
AF8 - A qualidade das infra-estruturas e dos serviços públicos tem melhorado	297	3,07	1,054
AF4 - Não tem sido responsável por alterações na paisagem e na biodiversidade	297	3,04	1,134
AF14 - Tenho acesso a melhores equipamentos desportivos, culturais e de lazer	291	3,04	1,023
AF9 - A construção de hotéis não está a afectar a qualidade estética do ambiente	297	3,04	1,242
AF25 - Não tem contribuído para o aumento das importações	294	2,64	,964
AF17 - Não provoca a subida dos preços dos bens e das propriedades	299	2,29	,983
AF22 - Participo na tomada de decisão quanto ao desenvolvimento do turismo	290	2,17	1,014
AF10 - Tenho mais dinheiro para gastar devido ao turismo	298	1,72	,803
Média global		3,36	

Utilizando como referência a média global da amostra, que é igual a 3,36, verifica-se que os residentes manifestaram uma opinião superior à média em relação às primeiras 15 afirmações e inferior à média em relação às últimas 11.

Para efeitos de interpretação, considera-se que a opinião é favorável quando a média global da amostra é superior a 3,5 e desfavorável quando é inferior a 2,5. Quando a média está compreendida entre estes dois valores, há indecisão, o que acontece perante 12 afirmações, que se encontram assinaladas a negrito no referido quadro.

A preservação da cultura e o estímulo do artesanato local (AF16) foi o impacto do turismo que obteve a maior concordância por parte dos residentes, seguindo-se a criação de emprego (AF1), ambos com médias superiores a 4 e desvio padrão mais reduzido. Pelo contrário, os residentes acham que o desenvolvimento do turismo não lhes tem trazido benefícios económicos directos, pois a média mais baixa foi para “Eu tenho mais dinheiro para gastar devido ao turismo” (AF10), tendo o desvio padrão sido baixo. A justificação para esta resposta pode encontrar-se no facto de haver um número muito

reduzido de inquiridos envolvidos profissionalmente no sector do turismo (apenas cerca de 20% tem ligação ao sector). De assinalar, ainda, que os residentes reconhecem que o turismo provoca a subida dos preços dos bens e das propriedades (AF17) e sentem que não participam no processo de tomada de decisão quanto ao desenvolvimento do turismo (AF22) – ambas as afirmações com médias inferiores a 2,5.

Houve menor consenso nas respostas no caso de certos impactes ambientais do turismo (AF9, AF5, AF13, AF4).

De acordo com estes resultados, pode-se responder à Questão 4 afirmando que os impactes mais positivo e mais negativo do turismo na Região mais reconhecidos pelos residentes são, respectivamente, a preservação da cultura e do artesanato local e a não alteração do seu rendimento pessoal.

7.5 Classificação dos residentes em grupos homogéneos com base na percepção de impactes do turismo na Região

Para detectar grupos homogéneos de residentes com base na percepção de impactes do turismo na Região, foi aplicada a análise de clusters hierárquica ao conjunto dos casos da amostra. Utilizaram-se como variáveis de agrupamento dos casos as 26 afirmações sobre o desenvolvimento do turismo. Por se tratarem de variáveis avaliadas na mesma escala de medida, não se procedeu a qualquer transformação prévia dos dados, nomeadamente a estandardização. Recorreu-se ao método de aglomeração de Ward, tendo a selecção dos indivíduos a serem agrupados sido feita com base no procedimento *Exclude cases listwise*.

Foram retidos três clusters, com 82, 73 e 106 indivíduos, respectivamente.

Para testar a existência de diferenças significativas nas médias da opinião dos três clusters de residentes, foi aplicada a análise de variância multivariada.

Os resultados da MANOVA permitiram identificar diferenças estatisticamente significativas, ao nível de 5%, em 22 afirmações, que se assinalaram a negrito no Quadro 7.11.

Quadro 7.11 – Médias da opinião relativamente a um conjunto de afirmações por clusters

Afirmações	Médias		
	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3
AF1 - Permite criar emprego para os residentes do meu concelho	3,96	4,05	4,08
AF2 - Não tem contribuído para o aumento da poluição do ambiente	3,09	3,63	3,57
AF3 - Há mais oportunidades de negócio no meu concelho devido ao turismo	3,90	4,08	3,73
AF4 - Não tem sido responsável por alterações na paisagem e na biodiversidade	2,70	3,84	2,90
AF5 - Não provoca problemas de trânsito e de estacionamento no Verão	2,79	4,00	3,01
AF6 - Tem contribuído para melhorar a qualidade de vida da população	3,54	3,85	2,73
AF7 - Não tem provocado a deterioração de locais de interesse cultural	3,56	4,21	3,84
AF8 - A qualidade das infra-estruturas e dos serviços públicos tem melhorado	3,60	3,38	2,42
AF9 - A construção de hotéis não está a afectar a qualidade estética do ambiente	2,89	4,07	2,48
AF10 - Tenho mais dinheiro para gastar devido ao turismo	1,84	1,96	1,50
AF11 - Não perturba o comportamento dos residentes	3,57	4,15	4,10
AF12 - Tem contribuído para a qualificação e a introdução de novas tecnologias	3,71	3,93	3,42
AF13 - Não provoca o aumento do lixo no meu concelho	3,23	3,40	4,25
AF14 - Tenho acesso a melhores equipamentos desportivos, culturais e de lazer	3,16	3,55	2,56
AF15 - Não tem agravado os problemas sociais de droga, alcoolismo e prostituição	3,30	4,19	4,17
AF16 - Ajuda a preservar a cultura e estimula o artesanato local	3,99	4,07	4,23
AF17 - Não provoca a subida dos preços dos bens e das propriedades	2,13	2,67	2,11
AF18 - O comércio melhorou no meu concelho por causa do turismo	3,56	3,56	3,28
AF19 - Não prejudica o acesso dos residentes às atracções no Verão	3,70	4,21	3,95
AF20 - Tem contribuído para melhorar a qualidade do ambiente	3,57	3,60	3,37
AF21 - Não tem agravado as desigualdades sociais	2,99	3,73	3,64
AF22 - Participo na tomada de decisão quanto ao desenvolvimento do turismo	2,83	1,81	1,85
AF23 - O turismo não aumenta a insegurança e a criminalidade	3,32	3,95	4,06
AF24 - O planeamento do turismo a longo prazo pode ser importante	3,70	3,77	4,02
AF25 - Não tem contribuído para o aumento das importações	2,49	3,04	2,38
AF26 - A propriedade e a gestão das empresas turísticas é de origem local	3,40	3,07	3,41

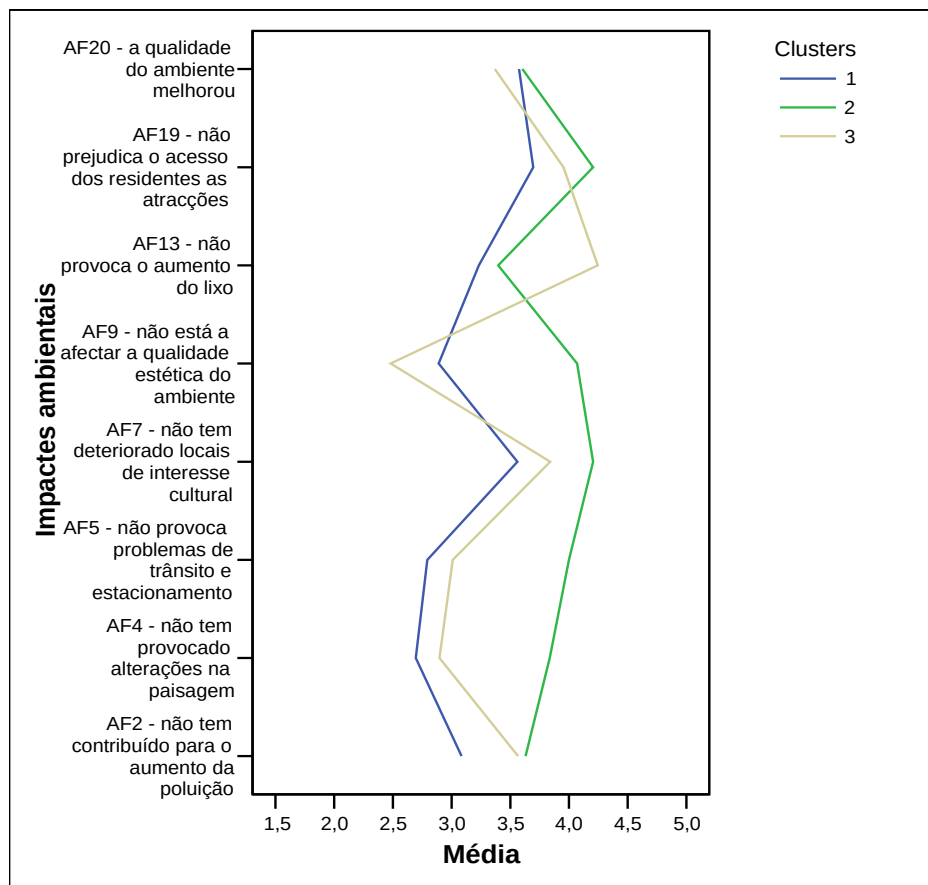
Estes resultados permitem responder afirmativamente à Questão 5, pois é possível identificar grupos homogéneos de residentes com base nas suas percepções dos impactes ambientais, económicos e socioculturais do turismo na Região.

De seguida, agrupam-se as afirmações por tipos de impactes da actividade turística – ambientais, económicos e socioculturais – e faz-se a representação gráfica das médias, para explorar as diferenças de médias das opiniões dos três clusters. Este procedimento, ao permitir fazer uma discussão separada dos resultados obtidos, destina-se a melhor ilustrar as percepções de cada grupo de residentes, em nada alterando a interpretação conjunta dos dados.

Começando pelos impactes ambientais, cujas médias estão representadas no Gráfico 7.12, a análise de variância multivariada permitiu detectar diferenças significativas entre grupos para todas as afirmações, à excepção da melhoria da qualidade do ambiente e do ordenamento do território (AF20). De um modo geral, nota-se que os residentes do Grupo 2 manifestam uma opinião média mais favorável do que os outros dois grupos, ou seja, que reconhecem menos impactes ambientais negativos decorrentes do turismo.

Os Grupos 1 e 3, pelo contrário, demonstram maior indecisão, principalmente o primeiro, embora evidenciem preocupações diferentes.

Gráfico 7.12 – Médias para os impactes ambientais nos três clusters



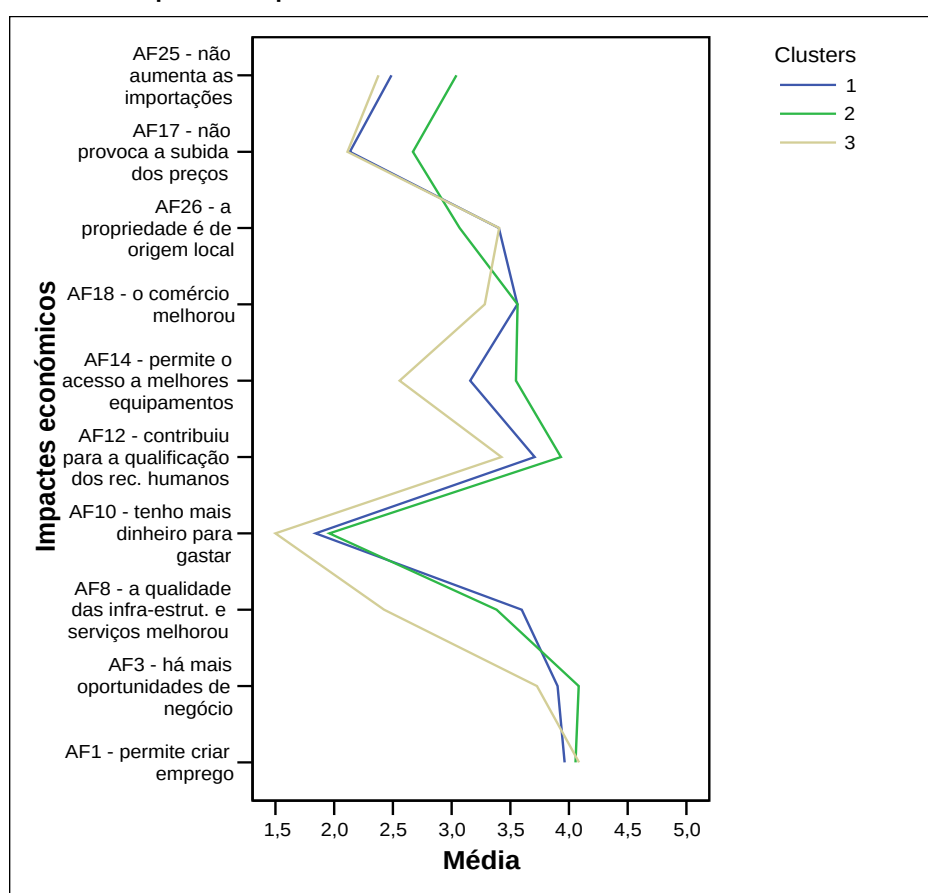
Os resultados dos testes de comparações múltiplas adequados a cada caso permitiram identificar as seguintes diferenças significativas entre grupos:

- o O Grupo 2 tem uma opinião significativamente mais favorável do que os outros dois grupos em relação às afirmações 4, 5, 7 e 19;
- o O Grupo 2 apresenta igualmente uma opinião média significativamente mais favorável do que os outros dois grupos em relação à construção de hotéis não estar a afectar a qualidade estética do ambiente (AF9); neste caso, o Grupo 1 mostra-se indeciso, sendo a respectiva média significativamente superior à do Grupo 3, que discorda desta afirmação;
- o O Grupo 1 revela-se indeciso em relação ao aumento da poluição do ambiente (AF2), apresentando uma opinião média significativamente mais desfavorável do que a dos outros dois grupos;

- o Os residentes do Grupo 3 são de opinião que o turismo não provoca o aumento do lixo no seu concelho (AF13), sendo a média significativamente superior à dos outros dois grupos, que revelam indecisão perante esta afirmação.

Relativamente aos impactes económicos, cujas médias se apresentam no Gráfico 7.13, verifica-se que o Grupo 3 é o que apresenta, de um modo geral, os valores mais baixos, embora todos os grupos evidenciem uma tendência semelhante nas opiniões manifestadas perante cada afirmação.

Gráfico 7.13 – Médias para os impactes económicos nos três clusters



De acordo com os resultados da análise de variância multivariada, há diferenças significativas entre clusters em 7 das 10 afirmações. Os resultados da aplicação dos testes de comparações múltiplas adequados a cada caso permitiram identificar as seguintes diferenças significativas entre grupos:

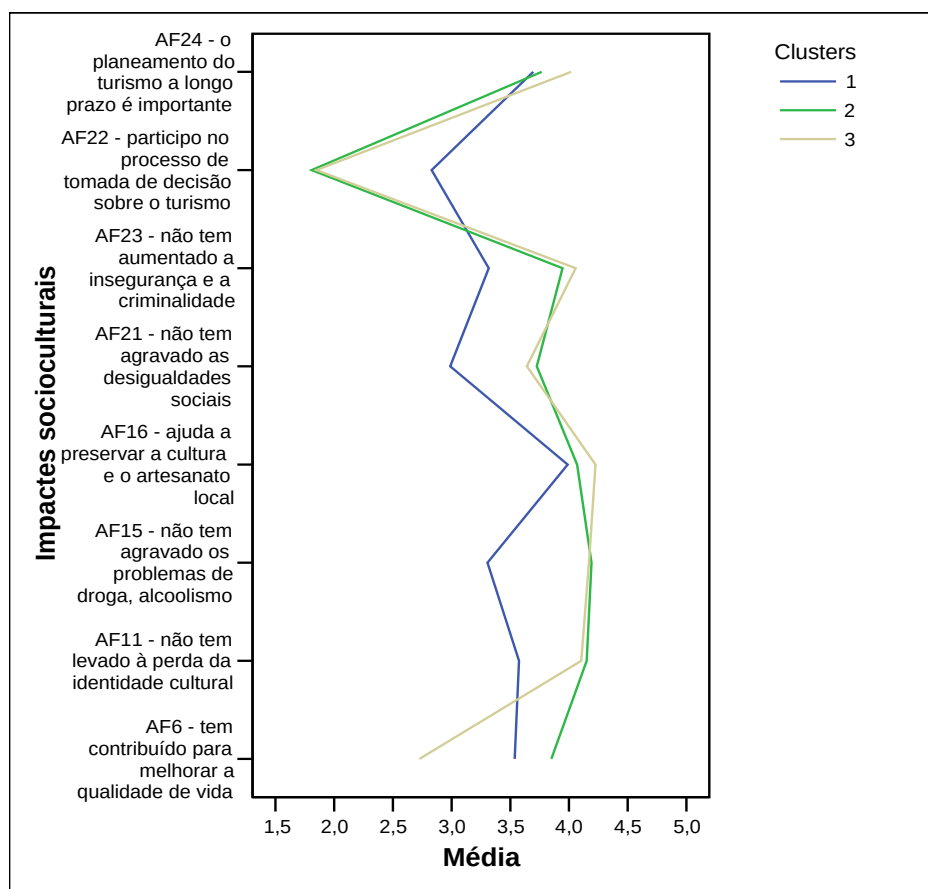
- o O Grupo 3 tem uma opinião significativamente menos favorável do que a dos outros dois grupos em relação à melhoria da qualidade das infra-estruturas e dos serviços públicos (AF8), ao aumento do rendimento pessoal devido ao turismo (AF10) e em relação ao aumento da qualificação dos recursos humanos e à

introdução de novas tecnologias (AF12). O mesmo acontece em relação ao acesso a melhores equipamentos desportivos, culturais e de lazer (AF14), embora, neste caso, a média do Grupo 1 seja ainda significativamente inferior à do Grupo 2;

- o No caso do aumento das oportunidades de negócio no concelho por causa do turismo (AF3), a opinião média do Grupo 3 é significativamente inferior à do Grupo 2;
- o Quanto à subida dos preços (AF17) e ao aumento das importações (AF25), o Grupo 2 apresenta uma média significativamente superior à dos outros, revelando indecisão perante estas duas afirmações, enquanto os outros grupos reconhecem que o turismo provoca a inflação e a especulação imobiliária, como atestam as médias inferiores a 2,5.

Observe-se, agora, o Gráfico 7.14 correspondente às médias para os impactes socioculturais.

Gráfico 7.14 –Médias para os impactes socioculturais nos três clusters



Refira-se que se incluíram neste conjunto as afirmações 22, “Eu sinto que participo no processo de tomada de decisão quanto ao desenvolvimento do turismo no meu concelho” e 24, “O planeamento do turismo a longo prazo pelas autoridades regionais e locais pode contribuir para maximizar os benefícios e para minimizar os impactes negativos do turismo”, porque, embora não sendo impactes socioculturais da actividade turística, são dois aspectos para os quais se pretende avaliar a opinião dos residentes, por respeitarem à participação pública e à importância atribuída ao processo de planeamento turístico a longo prazo.

Comparativamente aos outros tipos de impactes, pode-se afirmar que os residentes reconhecem mais impactes positivos e menos impactes negativos ao nível sociocultural, embora o Grupo 1 se revele mais indeciso. A análise de variância multivariada permitiu identificar diferenças significativas entre grupos para todas as afirmações. Os testes de comparações múltiplas adequados a cada caso permitiram detectar o seguinte:

- o O Grupo 1 tem uma opinião significativamente mais desfavorável do que os outros dois grupos em relação à perturbação do comportamento dos residentes (AF11), ao agravamento de problemas sociais de droga, alcoolismo e prostituição (AF15), ao agravamento das desigualdades sociais (AF21) e ao aumento da insegurança e da criminalidade (AF23);
- o Em relação à melhoria da qualidade de vida da população (AF6), o Grupo 3 tem uma opinião média significativamente mais desfavorável do que a dos outros dois grupos, assim como o Grupo 1 em relação ao Grupo 2;
- o O Grupo 3 apresenta uma opinião significativamente mais favorável do que o Grupo 1 quanto à preservação da cultura e do artesanato local (AF16) e quanto à importância do planeamento turístico a longo prazo por parte das autoridades regionais e locais (AF24);
- o Embora todos os grupos apresentem uma média muito baixa em relação à participação no processo de tomada de decisão quanto ao desenvolvimento do turismo (AF22), o Grupo 1 apresenta uma opinião média significativamente superior à dos outros dois grupos.

Efectuou-se, ainda, o cruzamento destes três grupos com as variáveis sociodemográficas para completar a caracterização dos clusters de residentes. Os resultados constam do Quadro D.1, do Apêndice D. Com base na análise dos resíduos ajustados

estandardizados, que, em módulo, apresentaram um valor superior a 2 (ao nível de 5%), foram encontradas determinadas associações, que ajudam a distinguir os clusters (assinaladas com um asterisco (*) nos referidos quadros).

Os resultados da MANOVA, conjugados com estes cruzamentos, permitiram caracterizar os grupos como seguidamente se expõe.

- **Cluster 1 – “Cépticos”**

Este grupo de residentes, com 31,4% dos casos, foi denominado de “Cépticos”, porque, embora reconheçam impactes positivos do turismo na Região, principalmente ao nível económico, revelam cepticismo em relação a vários impactes ambientais e socioculturais. Efectivamente, trata-se do grupo que apresenta maior número de dúvidas perante as 26 afirmações (11 num total de 26 afirmações têm médias compreendidas entre 2,5 e 3,5).

Em relação aos impactes ambientais da actividade turística, as incertezas manifestam-se perante o aumento do lixo (AF13) e da poluição do ambiente (AF2), as alterações na paisagem e na biodiversidade (AF4), a ocorrência de problemas de trânsito e de estacionamento no Verão (AF5) e a construção de hotéis não estar a afectar a qualidade estética do ambiente (AF9). No entanto, a opinião média dos “Cépticos” é significativamente menos favorável do que a dos outros dois grupos em relação à poluição do ambiente (AF2) e mais favorável do que a do Grupo 3 em relação à construção de hotéis não estar a afectar a qualidade estética do ambiente (AF9), que discorda desta afirmação.

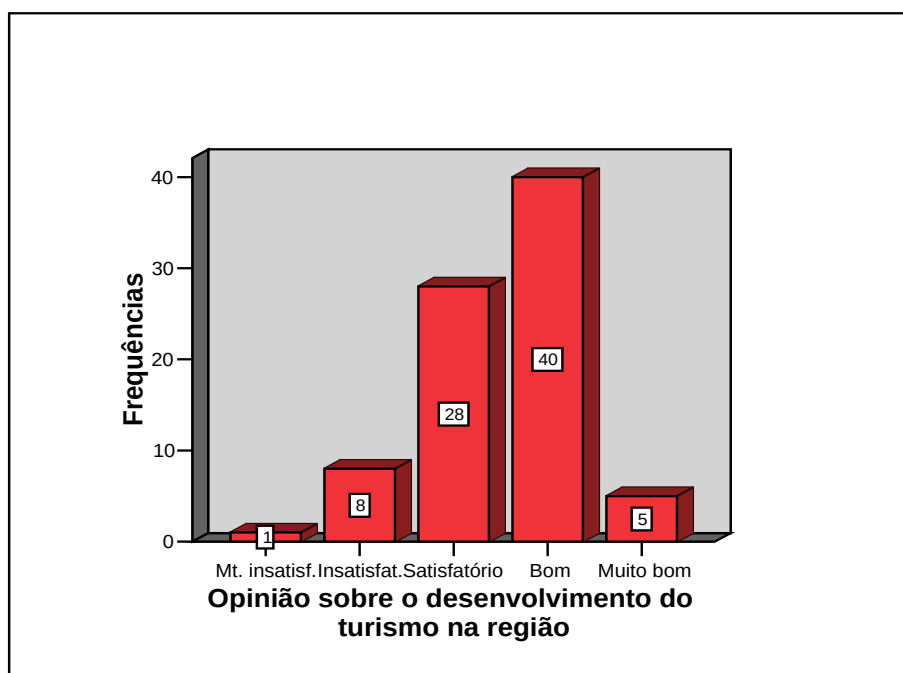
A indecisão estende-se a alguns impactes socioculturais do turismo, sendo a opinião média deste grupo significativamente inferior à dos outros dois grupos quanto a perturbações no comportamento dos residentes (AF11), agravamento de problemas sociais (droga, alcoolismo, prostituição) (AF15), aumento das desigualdades sociais (AF21) e aumento da insegurança e criminalidade (AF23), o que significa que os residentes deste grupo desconfiam que o turismo esteja provocar impactes negativos ao nível sociocultural. Embora os “Cépticos” concordem que o aumento do rendimento

gerado pelo turismo tem contribuído para melhorar a qualidade de vida da população do seu concelho (AF6), a média para este grupo é significativamente inferior à do Grupo 2. Os “Cépticos” revelam ainda incerteza quanto a alguns impactes económicos do turismo, tais como o melhor acesso a equipamentos desportivos, culturais e de lazer (AF14), embora a média deste grupo seja significativamente inferior à do Grupo 2 e à propriedade e gestão da maioria das empresas turísticas ser de origem local (AF26).

À semelhança dos outros dois grupos, os “Cépticos” discordam que o seu rendimento pessoal tenha aumentado por causa do turismo (AF10), ou seja, não têm a percepção de obter benefícios económicos directos da actividade turística. Reconhecem que o desenvolvimento da actividade turística provoca a inflação e a especulação imobiliária (AF17) e que contribui para o aumento das importações (AF25). No entanto, embora partilhem do sentimento comum aos outros dois grupos de que têm uma fraca participação no processo de tomada de decisão quanto ao desenvolvimento do turismo nos respectivos concelhos (AF22), a média da opinião é estatisticamente superior à dos outros dois grupos, o que demonstra que são os que mais participam neste processo.

Observe-se agora o Gráfico 7.15.

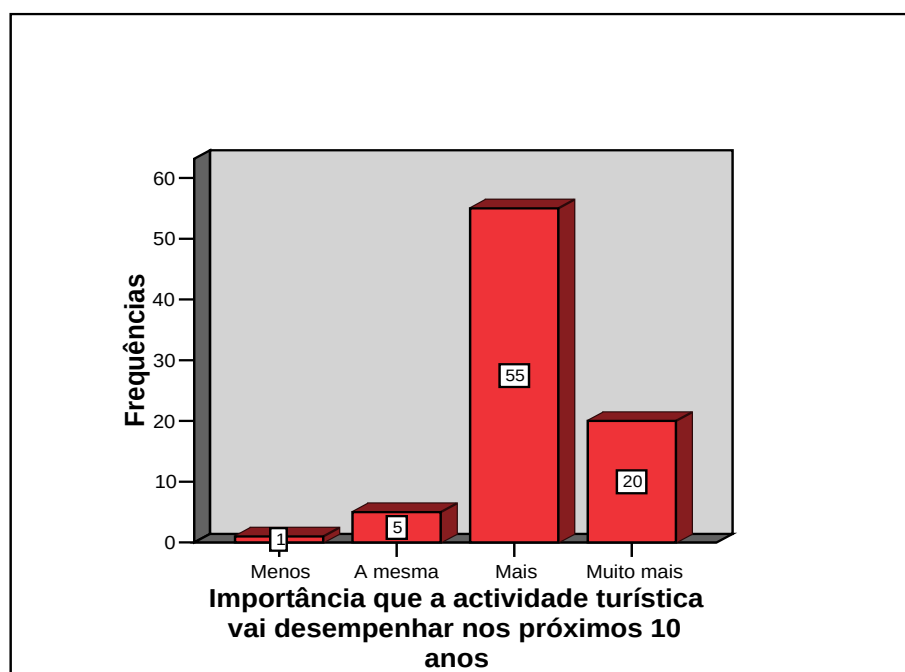
Gráfico 7.15 – Número de residentes “Cépticos” por opinião sobre o desenvolvimento do turismo na Região



Relativamente à opinião sobre o desenvolvimento do turismo, na Região, na actualidade, apesar da maioria ter respondido “Bom” ou “Muito bom”, foi neste grupo que se encontrou a maior percentagem de respostas para “Insatisfatório” e “Muito insatisfatório”.

Quanto à importância que a actividade turística vai desempenhar nos próximos 10 anos, foi neste cluster que se verificou a maior percentagem de respostas para “Mais”, como se pode observar no Gráfico 7.16.

Gráfico 7.16 – Número de residentes “Cépticos” por importância que a actividade turística vai desempenhar nos Açores nos próximos 10 anos



No que toca à caracterização sociodemográfica, é neste grupo que se regista a maior proporção de mulheres (53,7%); do grupo etário dos 35 aos 54 anos (39%); casados/vivem com companheiro (59,8%) e pertencentes a agregados familiares mais numerosos (com 3 a 4 pessoas, temos 49,4% e com mais de 4 pessoas, 19,7%). No que respeita ao nível de escolaridade, apresentam-se numa situação intermédia em relação aos outros dois grupos, em todos os escalões, embora os dois primeiros (até ao 3º Ciclo) representem 61,7% e os últimos dois (Ensino Secundário, Médio ou Superior) 38,3%. Em relação à situação profissional, é o grupo que tem mais indivíduos a exercer uma actividade profissional (58,5%), assumindo maior peso as profissões enquadradas no Pessoal Administrativo e no Pessoal dos Serviços e Vendedores (47,6%).

Relativamente ao concelho de residência, a maioria reside em Ponta Delgada (56,1%), seguindo-se Angra do Heroísmo (40,2%), pelo que os da Horta assumem uma expressão diminuta neste grupo (3,7%). Comparativamente aos restantes clusters, é neste que se encontra a maior percentagem de pessoas a residir há menos de 20 anos no concelho (34,2%) e em casa arrendada (23,4%).

Quanto à experiência pessoal de viajar, os “Cépticos” são os que mais viajaram nos últimos dois anos, o que pode ser explicado por ser este o grupo que tem mais indivíduos a exercer uma actividade profissional: 42,7% fizeram uma viagem e 30,5% fizeram duas ou mais viagens para fora da ilha de residência habitual.

No que respeita ao grau de envolvimento profissional no sector do turismo, estão numa situação intermédia em relação aos outros dois grupos, pois 80,2% não têm qualquer envolvimento, enquanto 19,8% estão envolvidos ou têm outro membro do agregado familiar envolvido profissionalmente no sector.

- **Cluster 2 – “Optimistas”**

Este corresponde ao grupo menos expressivo, incluindo 28% dos casos. Assumiu o nome de “Optimistas”, pois apresenta genericamente uma opinião mais favorável do que os outros dois grupos em relação aos impactes do turismo na Região, principalmente em termos ambientais e socioculturais.

A sua opinião quanto à melhoria da qualidade de vida da população provocada pelo turismo (AF6) é significativamente mais favorável do que a dos outros dois grupos, o que é um bom indicador desta visão optimista. No entanto, é o que apresenta a média mais baixa para a participação no processo de tomada de decisão em relação ao desenvolvimento do turismo no seu concelho (AF22), logo é o que tem a percepção de estar menos envolvido neste processo. Por outro lado, apesar deste grupo discordar que o seu rendimento pessoal tenha aumentado por causa do turismo (AF10), apresenta a média mais elevada para esta afirmação – embora a diferença de médias não seja estatisticamente significativa –, indicando que estes residentes são os que obtêm maiores benefícios económicos do sector. Efectivamente, os “Optimistas” são os que estão mais envolvidos em termos profissionais no sector do turismo: 15,1% estão

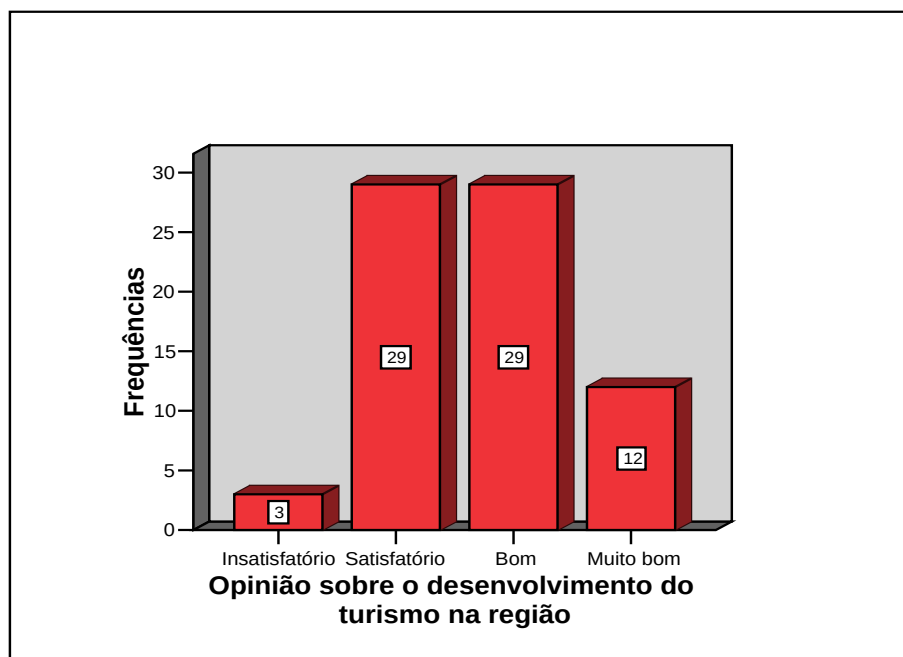
envolvidos pessoalmente e 12,3% têm outro membro do agregado familiar envolvido no sector.

Os residentes deste grupo mostram indecisão perante alguns impactes económicos do turismo, nomeadamente a melhoria da qualidade da infra-estruturas e dos serviços públicos (AF8), a propriedade e a gestão das empresas ser de origem local (AF26), a maior parte dos bens e serviços utilizados no turismo serem importados (AF25) e o turismo provocar a subida de preços dos bens e das propriedades (AF17). Contudo, a opinião média dos “Optimistas” é significativamente superior à dos outros dois grupos em relação ao acesso a melhores equipamentos desportivos, culturais e de lazer (AF14) e ao facto do turismo não provocar a subida dos preços (AF17), nem aumentar as importações (AF25).

Em relação ao aumento do lixo (AF13), incluído nos impactes ambientais, estes residentes, à semelhança dos “Cépticos”, apresentam uma opinião significativamente mais desfavorável do que o Grupo 3.

Observe-se agora o Gráfico 7.17.

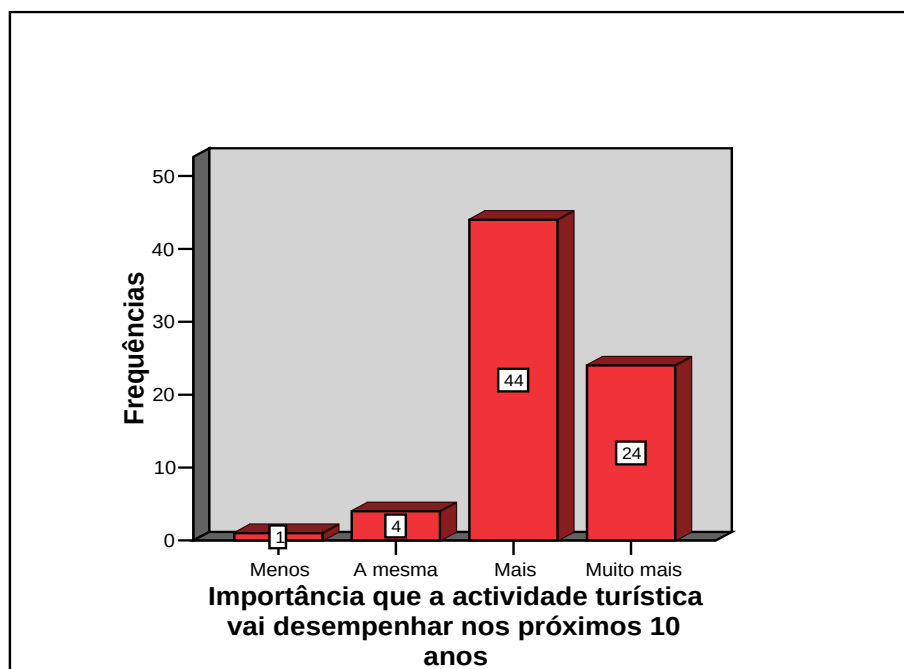
Gráfico 7.17 – Número de residentes “Optimistas” por opinião sobre o desenvolvimento do turismo na Região



Quanto à opinião sobre o desenvolvimento do turismo, na Região, na actualidade, constata-se que foi neste grupo que houve maior percentagem de respostas para “Muito bom”.

Relativamente à importância que a actividade turística vai ter nos Açores nos próximos 10 anos, apesar da maioria ter respondido “Mais”, foi neste grupo que se registou a maior percentagem de respostas para “Muito mais”. Estas posições podem justificar-se com o maior envolvimento profissional deste grupo no sector.

Gráfico 7.18 – Número de residentes “Optimistas” por importância que a actividade turística vai desempenhar nos Açores nos próximos 10 anos



Os “Optimistas” são maioritariamente mulheres (53,4%); mais jovens, dos 18 aos 34 anos (37%), embora o grupo etário com mais de 54 anos tenha maior peso do que nos outros dois clusters (30,1%); casados/vivem com companheiro (66,7%); pertencentes a agregados familiares menos numerosos (com 1 ou 2 pessoas, 34,3% e com 3 a 4 pessoas, 47,9%) e menos instruídos (72,6% possuem um grau de ensino igual ou inferior ao 3º Ciclo). Em relação à situação profissional, 53,4% exercem uma actividade profissional, sendo o grupo em que as domésticas assumem maior peso (16,4%). Apesar do Pessoal Administrativo e dos Serviços ser muito expressivo (41,9%), à semelhança dos “Cépticos”, é aqui que se encontra a maior percentagem de indivíduos com outras profissões (36,3%).

Relativamente ao concelho de residência, a maioria dos “Optimistas” reside em Angra do Heroísmo (56,2%) e, quanto ao tempo de residência, há mais de 34 anos (56,2%).

Quanto à experiência pessoal de viajar, este grupo encontra-se numa situação intermédia em relação aos outros dois: 35,6% não efectuaram qualquer viagem nos últimos dois anos, 34,2% efectuaram uma viagem e 30,2%, duas ou mais viagens.

- **Cluster 3 – “Críticos”**

Este grupo, com 40,6% dos casos, é o que assume maior expressão e corresponde aos “Críticos”, pois é o que apresenta maior número de médias com valores inferiores a 2,5 (um total de 6 em 26 afirmações) e um conjunto considerável de indecisões (um total de 8 afirmações têm médias com valores compreendidos entre 2,5 e 3,5). As discordâncias e indecisões revelam-se principalmente em relação aos impactes económicos do turismo, embora também manifestem dúvidas em relação a vários aspectos ambientais; em termos positivos, dão maior relevo aos aspectos socioculturais.

Em relação ao turismo contribuir para melhoria da qualidade de vida da população (AF6), este grupo é o único a mostrar-se indeciso, apresentando uma média significativamente inferior à dos outros dois grupos. Os residentes deste cluster sentem que não participam no processo de tomada de decisão (AF22), manifestando uma opinião semelhante à dos “Optimistas”. No que respeita a impactes económicos, e à semelhança dos outros dois grupos, os “Críticos” discordam ter havido qualquer aumento do seu rendimento pessoal devido ao turismo (AF10). Contudo, a média deste grupo é significativamente inferior à dos outros dois, levando-nos a deduzir que estes residentes retiram menores benefícios económicos da actividade turística. De facto, este é o grupo que está menos envolvido profissionalmente no sector (86,7% não têm qualquer envolvimento).

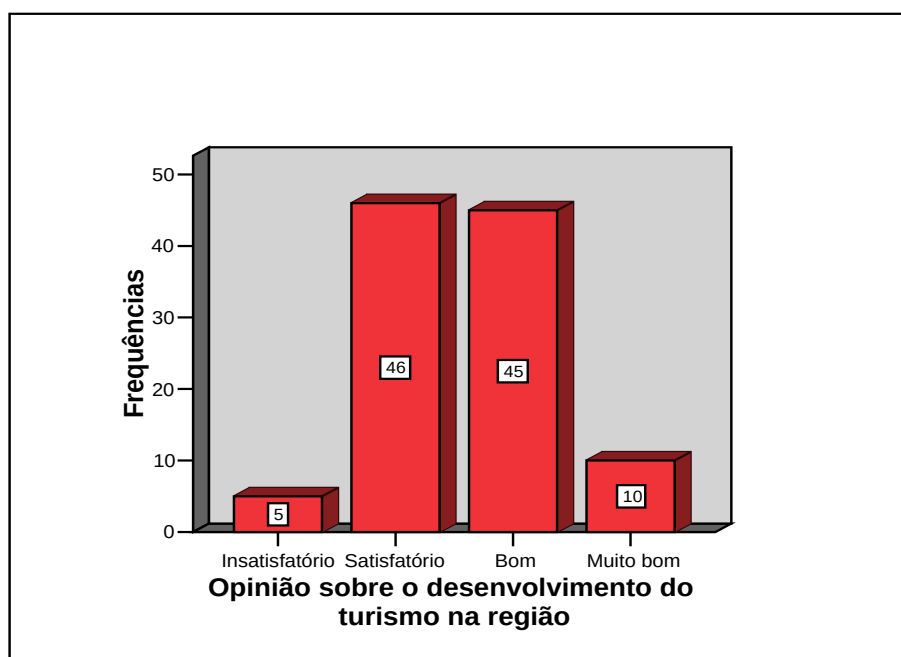
Os “Críticos” apresentam ainda uma opinião média significativamente mais desfavorável do que os outros dois grupos em relação à melhoria da qualidade das infra-estruturas e dos serviços públicos no seu concelho (AF8), à qualificação dos recursos humanos e introdução de novas tecnologias na Região (AF12) e ao acesso a melhores equipamentos desportivos, culturais e de lazer (AF14). No caso do aumento das

oportunidades de negócio (AF3), a opinião média é significativamente inferior à do Grupo 2. À semelhança dos “Cépticos”, os “Críticos” reconhecem que o desenvolvimento da actividade turística provoca a inflação e a especulação imobiliária (AF17) e que a maior parte dos bens e serviços utilizados no turismo são importados (AF25).

Quanto aos impactes ambientais, discordam de que a construção de hotéis não esteja a afectar a qualidade estética do ambiente (AF9), apresentando aqui uma média significativamente mais baixa do que a dos outros dois grupos. Este grupo revela-se, assim, como o mais descontente com os impactes paisagísticos provocados pelo crescimento desordenado. Os “Críticos”, tal como os “Cépticos”, têm dúvidas em relação a melhorias na qualidade do ambiente (AF20), problemas de trânsito e de estacionamento no Verão (AF5) e alterações na paisagem e na biodiversidade (AF4), embora os primeiros estejam mais preocupados com aspectos relacionados com o ordenamento do território e os outros, com o lixo e a poluição do ambiente.

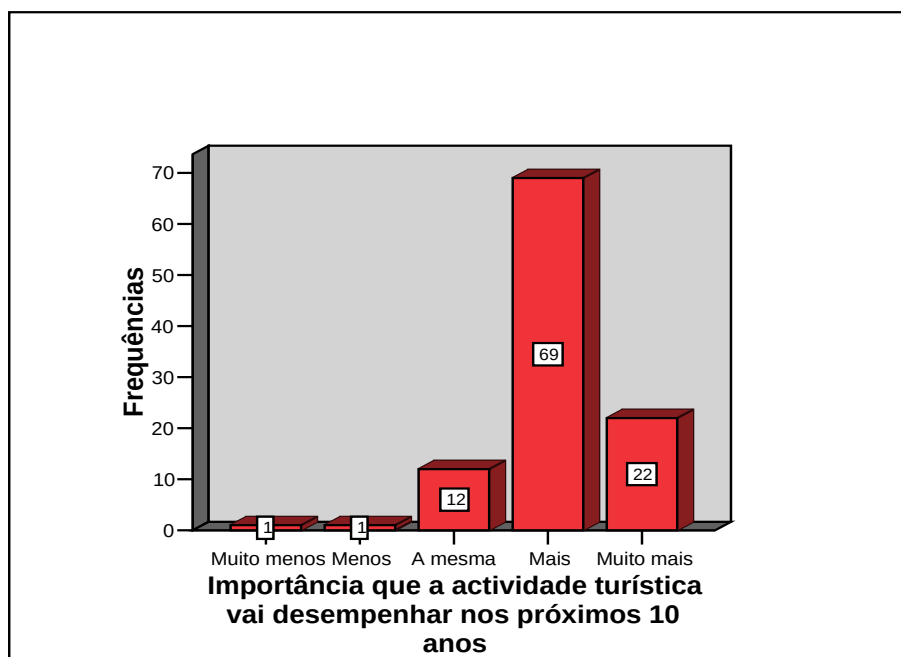
No que toca à opinião sobre o desenvolvimento do turismo, na Região, na actualidade, a maior percentagem de respostas foi para “Satisfatório”.

Gráfico 7.19 – Número de residentes “Críticos” por opinião sobre o desenvolvimento do turismo na Região



Quanto à importância que a actividade turística vai desempenhar nos próximos 10 anos, apesar da maioria ter respondido “Mais”, foi neste grupo que se registou a maior percentagem de respostas para “A mesma” e “Muito menos”. Neste caso, as opiniões e expectativas dos residentes podem ter sido influenciadas pelo facto de se encontrarem menos envolvidos profissionalmente no sector.

Gráfico 7.20 – Número de residentes “Críticos” por importância que a actividade turística vai desempenhar nos Açores nos próximos 10 anos



Quanto à caracterização sócio-demográfica, os “Críticos” representam o grupo com maior proporção de homens (51,9%); dos 35 aos 54 anos (39%); casados/vivem com companheiro (60,6%) e com maior nível de instrução (31,7% possuem Ensino Secundário e 21,2%, Ensino Médio ou Superior). Em relação à situação profissional, é o grupo que tem proporcionalmente menos desempregados (3,8%) e menos domésticas (8,5%), mas mais estudantes (11,3%) e reformados (21,2%). Em termos de profissão, os Quadros Superiores e Médios assumem grande peso (38%).

Relativamente ao concelho de residência, a maioria reside em Ponta Delgada (71,7%), seguindo-se Horta (20,8%).

Quanto à experiência pessoal de viajar, este grupo agrega os que menos viajaram nos últimos dois anos (41,5% não viajaram), o que poderá ser explicado pela elevada proporção de estudantes e reformados.

7.6 Nível de conhecimentos dos residentes sobre o fenómeno turístico

Foram introduzidas três perguntas abertas no questionário a fim de permitir a enumeração de vantagens e inconvenientes da actividade turística por parte dos residentes, bem como a indicação de sugestões para estimular o turismo no respectivo concelho. Esta informação serviu de base à avaliação do nível de conhecimentos dos residentes sobre o fenómeno turístico.

Recorreu-se, posteriormente, à aplicação do teste do Qui-quadrado para averiguar a existência de associação entre os grupos de residentes determinados na etapa anterior e o nível de conhecimentos revelado sobre o fenómeno turístico, tendo-se verificado antecipadamente os respectivos pressupostos de aplicação: dimensão da amostra superior a 20, nenhuma célula da tabela com frequência esperada inferior a 1 e não mais do que 20% das células com frequência esperada inferior a 5 unidades (Maroco, 2003).

- **Principal vantagem do turismo para a Região**

Quanto à principal vantagem do turismo para a Região, obtiveram-se respostas de 295 indivíduos, que foram classificadas como se pode observar no quadro seguinte.

Quadro 7.12 – Principal vantagem do turismo para a Região

Principal vantagem do turismo para a Região	Frequências	Percentagem
Maior desenvolvimento/Desenvolvimento económico	112	38,0%
Aumento rendimento/Entrada de divisas/Mais dinheiro	81	27,5%
Mais emprego/Postos de trabalho	36	12,2%
Aumento das vendas/Oport. negócio/Mais comércio	28	9,5%
Divulgação da Região/Promoção no exterior	16	5,4%
Intercâmbio cultural/Divulgação da cultura local	4	1,4%
Mais qualidade vida/Desenvolvimento social	13	4,4%
Aumento da limpeza do ambiente	1	,3%
Nenhuma	4	1,4%
Total	295	100,0%

Na opinião dos inquiridos, considerados no seu conjunto, a principal vantagem do turismo é provocar maior desenvolvimento/desenvolvimento económico (38%), seguindo-se o aumento do rendimento/riqueza/entrada de divisas/mais dinheiro

(27,5%), a criação de emprego/postos de trabalho (12,2%) e o aumento das vendas/oportunidades de negócio/mais comércio (9,5%).

Também foi referida a divulgação/promoção da Região no exterior (5,4%), o aumento da qualidade de vida/maior desenvolvimento social (4,4%) e o intercâmbio cultural/divulgação da cultura local (1,4%).

Note-se que os residentes inquiridos não reconhecem benefícios ao nível ambiental, pois só houve uma resposta nesse sentido, a referir o aumento da limpeza do ambiente (0,3%).

Apenas 1,4% afirmaram que o turismo não trazia qualquer vantagem para a Região. Contudo, isto pode revelar que há uma minoria descontente com a actividade, que se apercebe da existência de maiores impactes negativos do que positivos, ou então que não sente benefícios directos do desenvolvimento do turismo, quer a nível pessoal, quer do respectivo concelho. Este grupo deve ser acompanhado mais de perto, a fim de se apurarem as razões deste cepticismo, ou, até, descontentamento, que pode levar a uma tomada de posição antagónica em relação ao desenvolvimento do turismo. Este espírito, a confirmar-se, pode vir a reflectir-se no acolhimento ao turista, no modo de receber e tratar o visitante.

Para testar a existência de associação entre os clusters e as vantagens do turismo, estas foram agregadas em três grandes grupos: vantagens ao nível económico (correspondentes às quatro primeiras categorias do Quadro 7.12), vantagens ao nível promocional e de imagem (correspondentes à quinta categoria) e vantagens ao nível sociocultural, ambiental e nenhuma (correspondentes às restantes categorias).

No Quadro 7.13 podemos observar as vantagens do turismo (agregadas) enumeradas pelos três clusters de residentes.

Quadro 7.13 – Tabela de contingência das vantagens do turismo (agregadas) por clusters

Principal vantagem	Clusters			Total
	Cépticos	Optimistas	Críticos	
Económicas	58	72	97	227
Promocionais	6	1	7	14
Outras	16	0	1	17
Total	80	73	105	258

Para calcular o teste do Qui-Quadrado foi necessário juntar as duas últimas categorias (Promocionais e Outras), a fim de cumprir os respectivos pressupostos de aplicação. Os resultados apontaram para a existência de uma associação significativa entre os clusters e as vantagens apontadas (valor da estatística do Qui-quadrado = 27,889; $p < 0,001$, embora essa relação seja moderada (coeficiente V de Cramer = 0,329; $p < 0,001$).

Passa-se a comentar estes resultados.

Os “Cépticos” são os que apresentam um leque mais diversificado de respostas. De notar que 94,1% das respostas relativas a outras categorias, para além das vantagens económicas e promocionais, foram apresentadas por este grupo, provavelmente por se tratar daqueles que têm maior experiência pessoal de viajar, logo maior conhecimento de outras realidades e mais consciência dos impactes que a actividade turística pode causar.

Os “Optimistas” apontam vantagens exclusivamente ao nível económico (há apenas uma resposta a indicar vantagens promocionais), o que pode ser explicado por serem os que mais estão envolvidos em termos profissionais no sector do turismo e logo evidenciarem maior dependência económica desta actividade.

Os “Críticos” indicam essencialmente vantagens ao nível económico (92,4%), embora as vantagens ao nível promocional e de imagem assumam alguma expressão (6,7%).

- **Principal inconveniente do turismo para a Região**

Relativamente ao principal inconveniente do turismo para a Região (igualmente uma pergunta aberta do questionário), responderam 273 dos 300 inquiridos, tendo as respostas sido classificadas conforme consta do Quadro 7.14. Neste caso, houve uma

maior diversidade nas respostas, em termos globais, verificando-se, por conseguinte, um menor consenso nas opiniões transmitidas.

O aspecto que merece maior destaque é o facto de uma percentagem significativa dos inquiridos (37%) ser de opinião que o turismo não traz inconvenientes para a Região.

Quadro 7.14 – Principal inconveniente do turismo para a Região

Principal inconveniente do turismo para a Região	Frequências	Percentagem
Aumento custo vida/Inflação/Subida de preços	59	21,6%
Turistas gastam pouco/Turismo de massas, sem qualidade	14	5,1%
População não beneficia/Não fica cá a riqueza	5	1,8%
Outros impactes económicos negativos	3	1,1%
Degradação do ambiente/Descaracterização da paisagem	10	3,7%
Congestionamento/Trânsito/Excesso de população/Stress	18	6,6%
Aumento poluição	15	5,5%
Falta planeamento e ordenamento/Excesso de construções	15	5,5%
Crime/Insegurança/Violência	8	2,9%
Droga/Álcool/Prostituição	10	3,7%
Diminuição da qualidade vida/Alteração de usos e costumes	10	3,7%
Perda da identidade cultural	5	1,8%
Nenhum	101	37,0%
Total	273	100,0%

A desvantagem mais apontada foi o aumento do custo de vida/inflação/subida de preços (21,6%).

Os outros aspectos referidos, embora com menor expressão, foram o congestionamento/aumento do trânsito/excesso de população no Verão/aumento do stress (6,6%), os impactes negativos na paisagem e estética urbana, devidos à falta de planeamento e ordenamento do território/crescimento desordenado/excesso de construções (5,5%), o aumento da poluição (5,5%) e o facto dos turistas gastarem pouco, por se tratar de um “turismo de massas, sem qualidade”, “com pouco poder económico” (5,1%). Em relação a este último aspecto, verifica-se que a massificação aparece associada na mente dos inquiridos à pouca qualidade e ao reduzido poder de compra dos turistas.

Também foi mencionada a degradação do ambiente/descaracterização da paisagem (3,7%) e os impactes socioculturais negativos, nomeadamente ao nível da qualidade de vida/usos e costumes (3,7%), do aumento do consumo de droga/álcool/prostituição

(3,7%), do aumento da criminalidade/insegurança/violência (2,9%) e da perda da identidade cultural (1,8%).

Alguns inquiridos referiram que os benefícios do turismo não são sentidos pela população, pois vão apenas para os empresários do sector, ou, ainda, que a riqueza não fica na comunidade, pois vai para os operadores turísticos ou para os investidores externos (1,8%). Ainda foram apontados, como inconvenientes, o aumento das importações e a especulação imobiliária (1,1%), que se incluíram na rubrica “Outros impactes económicos negativos”.

Para testar a existência de associação entre os clusters de residentes e os inconvenientes, estes foram agregados em quatro grandes grupos, à semelhança do procedimento adoptado para as principais vantagens: impactes económicos negativos (correspondentes às primeiras quatro categorias do Quadro 7.14), impactes ambientais negativos (correspondentes às seguintes quatro categorias), impactes socioculturais negativos (correspondentes às quatro categorias seguintes) e nenhum inconveniente (última categoria).

A distribuição das respostas por clusters consta do quadro seguinte.

Quadro 7.15 – Tabela de contingência dos inconvenientes do turismo (agregados) por clusters

Principal inconveniente	Clusters			Total
	Cépticos	Optimistas	Críticos	
Impactes económicos	11	20	47	78
Impactes ambientais	23	15	19	57
Impactes socioculturais	14	1	11	26
Nenhum	26	34	23	83
Total	74	70	100	244

Os resultados do teste do Qui-Quadrado apontam para a existência de uma associação significativa entre os clusters e os inconvenientes mencionados (valor da estatística do Qui-quadrado = 35,207; $p < 0,001$), embora a relação não seja forte (coeficiente V de Cramer = 0,269; $p < 0,001$).

Fazendo uma apreciação geral das respostas, ressalta que a maior percentagem de respostas dos “Cépticos” (35%) e dos “Optimistas” (49%) é no sentido do turismo não trazer inconvenientes para a Região, enquanto o mesmo já não acontece no grupo dos

“Críticos” (apenas 23%): neste caso, são os impactes económicos negativos que aparecem no topo das preocupações (com 47% das respostas).

Para os “Cépticos” assumem maior peso os impactes ambientais negativos (31%) – principalmente o congestionamento/aumento do trânsito/excesso de população no Verão/aumento do stress –, seguindo-se os impactes socioculturais (19%), o que está de acordo com a caracterização deste cluster, pois, tal como se viu acima, é o que mais dúvidas apresentou no questionário em relação a estes aspectos.

Quanto aos “Optimistas”, o facto de uma elevada percentagem não reconhecer inconvenientes (49%) está em concordância com a opinião global demonstrada por este grupo, confirmando o seu optimismo em relação à actividade turística. São apontados impactes negativos ao nível económico (29%) e ao nível ambiental (21%), sendo inexpressivas as referências a impactes socioculturais negativos (1%).

No grupo dos “Críticos” surgem, em primeiro lugar, os inconvenientes ao nível económico (47%) – principalmente ao nível do aumento do custo de vida/inflação/subida de preços. Seguem-se as referências a impactes ambientais adversos (19%). Estas respostas estão em consonância com as discordâncias e indecisões que este grupo revela em relação aos impactes económicos do turismo e também a vários aspectos ambientais, tal como acima se constatou na caracterização dos clusters.

Em suma, da análise das principais vantagens e inconvenientes do turismo, referidos espontaneamente pelos residentes, ressalta que, por um lado, são reconhecidas mais vantagens ao nível económico (uma vez que há um maior número de referências a vantagens desse tipo), mas, por outro, no que toca aos aspectos negativos, são mais citados os impactes ambientais e socioculturais.

- **Sugestões para estimular o turismo no concelho**

Quanto às sugestões para estimular o turismo no concelho de residência, e tratando-se de uma pergunta aberta, as respostas foram muito variadas, mencionando os vários elementos que compõem o produto turístico global oferecido pelo destino.

As respostas foram classificadas em seis categorias, como se pode observar no Quadro 7.16, atendendo à definição das componentes do produto turístico global sugerida por Middleton e Hawkins (1998: 71-73): atracções do destino, instalações do destino, acessibilidade ao destino, imagem do destino e preço.

Quadro 7.16 – Sugestões para estimular o turismo no concelho

Sugestão para estimular o turismo	Frequências	Percentagem
Atracções	46	15,3%
Instalações	97	32,3%
Acessibilidade	35	11,7%
Imagem	34	11,3%
Preço	7	2,3%
Não tem sugestões	81	27,0%
Total	300	100,0%

Passando a comentar os resultados, destacam-se as sugestões no âmbito das “instalações” (32,3%), que, de acordo com a definição proposta por estes autores, se referem a elementos do destino que permitem a estadia, o usufruto e a participação nas atracções que ele oferece. Aqui se incluem as referências à necessidade de aumentar a oferta de alojamento (tanto na hotelaria, como em espaço rural), de restaurantes, cafés e bares, de estabelecimentos comerciais e de artesanato, de transportes locais (incluindo aluguer de viaturas e táxis) e outros serviços, tais como aluguer de equipamentos para a prática de actividades desportivas e de lazer, bem como à necessidade de melhorar a informação turística. Também se englobam nesta categoria as referências à melhoria das estradas, parques de estacionamento, miradouros e balneários. Middleton e Hawkins (1998) referem que é fundamental atender a padrões de qualidade na prestação de serviços, pelo que aqui foram igualmente consideradas as respostas relativas à necessidade de melhorar a qualidade dos serviços prestados, nomeadamente melhorar o atendimento nos serviços, melhorar o acolhimento ao turista, alargar o horário de funcionamento do comércio e serviços e aumentar a qualificação profissional no sector.

As sugestões relacionadas com as “atracções turísticas” mereceram o segundo lugar na hierarquia das preocupações dos inquiridos. Nesta categoria incluem-se os elementos do ambiente do destino que, tanto individualmente, como combinados, servem de principal motivação da visita. Compreendem atracções naturais, atracções construídas, atracções e manifestações culturais e atracções sociais. Estas últimas entendem-se como sendo oportunidades de encontro com os residentes e de contacto com o seu modo de vida

(Middleton e Hawkins, 1998: 72). Aqui se agruparam as respostas no sentido de dinamizar a oferta de produtos turísticos temáticos, nomeadamente ligados ao turismo de natureza (passeios a pé) e ao turismo de saúde (termalismo) e de actividades de animação turística, em geral, assim como as relativas ao incremento de actividades de animação desportiva, cultural e de lazer e de actividades de animação nocturna. Atendendo à classificação sugerida por estes autores, há uma crescente procura por atracções consideradas atractivas do ponto de vista ambiental e com uma qualidade - em termos naturais, culturais e sociais - relativamente elevada, sendo, por conseguinte, cada vez mais importante avaliar a qualidade das atracções de um destino. Então, consideraram-se igualmente pertencentes a esta classe as sugestões efectuadas para a protecção e melhoria da qualidade do ambiente natural (lagoas) e a adopção de medidas de preservação e recuperação do património histórico, arquitectónico e cultural, uma vez que estão directamente relacionadas com o aumento da qualidade das atracções do destino Açores.

Uma vez que a acessibilidade às ilhas está praticamente limitada ao transporte aéreo, as referências à necessidade de baixar as tarifas aéreas e de aumentar a frequência das ligações aéreas ocuparam o terceiro lugar, sendo incluídas na categoria de “acessibilidade” (11,7%). Trata-se de melhorar a acessibilidade ao destino, que, de acordo com (Middleton e Hawkins, 1998: 72), se define em termos de tempo, conforto e custo.

Seguem-se as sugestões relacionadas com a promoção turística, que foram agregadas na categoria “imagem” (11,3%). O marketing turístico é fundamental para identificar, manter, alterar ou desenvolver a imagem de um destino. Esta não resulta necessariamente da experiência ou de factos, mas exerce uma influência muito forte na decisão de compra, ou seja, na selecção do destino por parte do potencial visitante (Middleton e Hawkins, 1998: 73). Apesar da maior parte das respostas apontar para a necessidade de se intensificarem as campanhas de promoção turística, divulgando mais a Região, para atrair um maior número de turistas, também há apelos para se recorrer a um marketing mais selectivo, de modo a captar turistas que gastem mais (por contraposição ao “turismo de massas”, “com pouco poder económico”, à semelhança das respostas obtidas na questão sobre o principal inconveniente do turismo para a Região) e turistas mais jovens. Na opinião de um inquirido, apenas, deveria haver um

desencorajamento da procura turística. Esta situação é referida na literatura como “de-marketing” e consiste em manipular as variáveis do marketing-mix (produto, preço, comunicação e distribuição) para reduzir o número de visitantes em casos onde há excesso de procura (Swarbrooke, 1999: 29-31).

Por último, foi mencionada a necessidade de reduzir preços, quer ao nível do alojamento, quer ao nível da restauração, quer dos bens de consumo em geral (2,3%). Estas sugestões encontram-se agrupadas na categoria “preço”.

De notar que 27% dos inquiridos não apresentou sugestões.

A distribuição das sugestões por clusters consta do Quadro 7.17.

Quadro 7.17 – Tabela de contingência das sugestões para estimular o turismo no concelho por clusters

Sugestão para estimular o turismo	Clusters			Total
	Cépticos	Optimistas	Críticos	
Atracções	11	8	20	39
Instalações	24	19	46	89
Acessibilidade	10	15	6	31
Imagem	11	10	11	32
Preço	1	2	3	6
Não tem sugestões	25	19	20	64
Total	82	73	106	261

Para testar a existência de associação entre os clusters de residentes e as sugestões, foi aplicado o teste do Qui-Quadrado. Os resultados apontaram para a existência de associação entre os grupos e as sugestões apresentadas (valor da estatística do Qui-quadrado = 18,482; $p=0,047$), embora a relação seja fraca (coeficiente V de Cramer = 0,188; $p=0,047$).

Comentam-se, de seguida, os resultados.

Os “Críticos” dão maior importância às questões relativas às instalações (43,4%) e atracções (18,9%) e, ainda, ao preço, comparativamente aos outros grupos (pois 50% dos que deram sugestões nesta categoria pertencem ao grupos dos Críticos), sendo os que menos se preocupam com a acessibilidade ao destino.

Os “Optimistas”, pelo contrário, são os que mais atenção prestam à acessibilidade ao destino (20,5% do total do grupo, representando 48,4% das respostas nesta categoria) e à imagem (13,7%), embora uma parte considerável não tenha sugestões a fazer (26%).

A maior percentagem dos “Cépticos” não fez sugestões (30,5%). Uma parte significativa destes residentes sugeriu medidas no âmbito das instalações (29,3%).

Os resultados da aplicação do teste do Qui-quadrado nestes três casos – principais vantagens do turismo para a Região, principais inconvenientes do turismo para a Região e sugestões para estimular o turismo no concelho – permitem responder afirmativamente à Questão 6, uma vez que existe uma associação entre os grupos homogéneos de residentes e os conhecimentos revelados sobre o fenómeno turístico na Região.

7.7 Síntese dos resultados obtidos

A opinião dos residentes em relação ao desenvolvimento do turismo na Região difere em função do nível de escolaridade, da profissão e da experiência pessoal de viajar.

As expectativas dos residentes em relação à importância que a actividade turística vai ter, nos Açores, nos próximos 10 anos diferem em função do concelho de residência e do grau de envolvimento profissional no sector do turismo.

Há um forte consenso na opinião dos residentes relativamente às actividades com maior potencial de crescimento nos Açores: as actividades ligadas ao turismo, a agricultura e produção animal, a pesca e o comércio.

Os impactes mais positivo e mais negativo do turismo na Região mais reconhecidos pelos residentes são, respectivamente, a preservação da cultura e do artesanato local e a não alteração do seu rendimento pessoal.

É possível identificar grupos homogéneos de residentes com base nas suas percepções dos impactes ambientais, económicos e socioculturais do turismo na Região.

Existe uma associação entre os grupos homogéneos de residentes identificados e os conhecimentos revelados sobre o fenómeno turístico na Região.

Os resultados da investigação apontam para a existência de três representações sociais do turismo no grupo dos residentes: cépticos (31,4%), optimistas (28%) e críticos (40,6%).

7.8 Conclusão

Neste capítulo foram apresentados os resultados do estudo das percepções dos residentes em relação à sustentabilidade do turismo na Região. Tendo em conta os objectivos e as questões da investigação previamente delineados, nele foram analisadas as opiniões, expectativas e percepções deste grupo de *stakeholders* do sector, transmitidas através de um questionário que foi implementado junto da população dos três principais centros urbanos da Região: Ponta Delgada, Angra do Heroísmo e Horta. Concluída a análise das percepções dos três grupos de *stakeholders* da Região, a discussão conjunta dos resultados da investigação empírica será desenvolvida no capítulo seguinte.

Capítulo 8. SÍNTESE, CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

8.1 Síntese

O segundo e terceiro capítulos da presente tese expuseram o quadro teórico conceptual e metodológico relativo à sustentabilidade do turismo, apresentando as origens do conceito de turismo sustentável, as propostas para a sua definição, a evolução ocorrida na interpretação do conceito e os grandes tipos de abordagens à operacionalização do turismo sustentável, numa perspectiva de planeamento e de gestão estratégica de um destino turístico.

Tendo em conta as preocupações identificadas na literatura tratada nesta tese, foi sugerido e aplicado um modelo de operacionalização da sustentabilidade do turismo ao caso do destino turístico Açores – uma das sete regiões de turismo de Portugal. Este modelo assenta na análise dos *stakeholders*, introduzida na secção 2.4 e abordada com maior detalhe no terceiro capítulo deste trabalho, que se fundamenta na teoria dos *stakeholders*, amplamente divulgada e debatida na literatura da Gestão. A análise dos *stakeholders* advoga o envolvimento de todos os grupos interessados no sector no processo de planeamento e de gestão de um destino turístico, de modo a integrar, de forma holística, as suas necessidades, preocupações e aspirações.

De acordo com a classificação proposta pela Organização Mundial do Turismo (WTO, 2004), podem identificar-se cinco grandes categorias de *stakeholders* de um destino turístico: a comunidade local, o sector público, o sector privado, as organizações não governamentais e os turistas. Estas, por sua vez, podem subdividir-se em várias dezenas de grupos potenciais. Contudo, o presente trabalho não teve a pretensão de abranger todos os *stakeholders* do turismo da Região, pois as restrições de tempo e de recursos técnicos e financeiros, impostas a um projecto de investigação desta natureza obrigaram, desde cedo, a delimitar as suas fronteiras com precisão. Assim, a abordagem empírica recaiu sobre três grupos de *stakeholders* do turismo dos Açores – empresários do subsector do alojamento turístico, turistas e residentes –, seguindo os procedimentos metodológicos descritos na secção 4.4 e atendendo aos objectivos e questões da investigação oportunamente expostos nas restantes secções do quarto capítulo desta tese.

Relativamente ao estudo desencadeado junto dos empresários do subsector do alojamento turístico, que pretendeu abranger todos os casos do universo da investigação, é de sublinhar que a participação foi muito elevada, uma vez que colaboraram 91,3% das unidades de alojamento turístico em funcionamento na Região, à data da realização do estudo, representando 96% da capacidade total de alojamento. A recolha de dados foi suportada metodologicamente por um questionário realizado através de entrevista directa, que decorreu entre os meses de Maio e Outubro de 2003.

O estudo sobre os turistas que visitam os Açores, por sua vez, envolveu uma amostra de 400 passageiros embarcados nos voos com destino para fora da Região (territoriais e internacionais, regulares e não regulares) e foi implementado através de questionário por entrevista directa nos terminais dos três únicos aeroportos de saída da Região: o Aeroporto João Paulo II, na ilha de São Miguel, a Aerogare Civil das Lajes, na ilha Terceira e o Aeroporto da Horta, na ilha do Faial. A recolha de dados decorreu durante o mês de Agosto de 2003, por ser este o mês em que a procura atinge o seu pico anual na Região. Para garantir a representatividade, a amostra foi estratificada com base nos locais de partida dos voos e nos países de residência dos turistas.

Quanto ao estudo desenvolvido junto da população residente, este incidiu sobre uma amostra de 300 residentes dos três principais centros urbanos dos Açores: Ponta Delgada, na ilha de São Miguel, Angra do Heroísmo, na ilha Terceira e Horta, na ilha do Faial. À data da realização do estudo, estes centros urbanos concentravam uma percentagem significativa da população residente (cerca de 50%) e representavam os núcleos de atracção turística mais importantes da Região: por um lado, porque eram servidos pelos três aeroportos com ligações para o exterior da Região, já acima mencionados e, por outro, porque ofereciam a maior parte da capacidade de alojamento turístico dos Açores (36% da oferta de camas encontrava-se em Ponta Delgada, 13% em Angra do Heroísmo e 12% na Horta).

Os resultados dos estudos empíricos foram apresentados, analisados e interpretados, de forma autónoma, nos capítulos quinto, sexto e sétimo desta tese, respectivamente, onde se referem as técnicas estatísticas utilizadas para tratar os dados, utilizando o SPSS 12.0 for Windows.

Terminada a apresentação, análise e interpretação dos resultados dos estudos desenvolvidos junto de três grupos de *stakeholders* do turismo, na Região Autónoma dos Açores, atendendo aos objectivos e questões propostas e de acordo com os métodos de investigação e de análise de dados seleccionados, importa tecer um conjunto de considerações finais sobre os resultados obtidos na investigação empírica, realçando as principais conclusões de cada estudo, comparando as percepções dos vários grupos quanto às questões comuns e acrescentando alguns comentários críticos e de natureza prospectiva sobre as limitações e potencialidades da metodologia utilizada.

Esta reflexão crítica permite-nos apresentar as conclusões da tese quanto às percepções dos grupos de *stakeholders* estudados e tirar ilações a partir dos resultados da investigação empírica, colocando em evidência algumas recomendações para a actuação no destino, quer por parte das autoridades responsáveis pelo planeamento e gestão, quer por parte das associações de empresários e do empresariado, em geral, tendo em vista o desenvolvimento sustentável do turismo.

8.2 Conclusões da investigação empírica e recomendações para o planeamento e a gestão do destino

O conceito de sustentabilidade do turismo é complexo e abrangente e pode assumir significados distintos consoante o grupo de *stakeholders* em causa.

Procurando sintetizar as ideias subjacentes à noção de sustentabilidade do turismo, pode-se afirmar que uma actividade turística sustentável é aquela que proporciona uma experiência de qualidade aos visitantes, enquanto contribui para a melhoria da qualidade de vida da população local e para a protecção da qualidade do ambiente; é aquela que oferece uma experiência satisfatória aos visitantes, assegurando, paralelamente, a continuidade dos recursos naturais em que se baseia e a continuidade da identidade cultural da comunidade receptora; é aquela que permite encontrar um equilíbrio entre as necessidades dos agentes que operam no sector, as necessidades de protecção ambiental e as necessidades da população local; é aquela que enfatiza a defesa dos interesses comuns e a cooperação entre os visitantes, a comunidade receptora e o destino.

Atendendo a esta natureza subjectiva e multifacetada do conceito de turismo sustentável, os instrumentos metodológicos utilizados na investigação empírica atenderam necessariamente a objectivos diferenciados, embora contendo algumas questões comuns, de modo a permitir a comparação das percepções de grupos diferentes. Por conseguinte, esta parte é dedicada à apreciação crítica dos resultados da investigação empírica, faz-se uma análise das principais conclusões de cada estudo, comparam-se as percepções dos vários grupos e apresenta-se o interesse destes resultados para o processo de planeamento e de gestão do destino turístico Açores.

8.2.1 Os resultados do estudo efectuado junto dos empresários do subsector do alojamento turístico

Os resultados do estudo das percepções dos empresários do subsector do alojamento turístico em relação à sustentabilidade do turismo na Região merecem alguns comentários adicionais.

Em primeiro lugar, importa realçar algumas particularidades da oferta de alojamento turístico no arquipélago que se evidenciaram na caracterização das unidades inquiridas.

Uma vez que o propósito da investigação foi abarcar todas as unidades em funcionamento na Região, sendo 62 unidades da hotelaria tradicional (das quais colaboraram 57) e 41 unidades de turismo no espaço rural (das quais colaboraram 37), verifica-se que predominam as micro-empresas (62,8%) e as unidades enquadradas na categoria de empresários em nome individual e sociedades familiares (51,1%), sendo estes indicadores categóricos da fragmentação do sector.

A existência de uma elevada proporção de unidades de reduzida dimensão torna compreensível, por sua vez, que cerca de 30% do total das unidades inquiridas, correspondentes a unidades com mais de 30 quartos, representem 75% da capacidade de alojamento e do emprego no sector na Região.

Para além da questão da dimensão, acresce que o investimento externo neste sector tem sido pouco expressivo, o que explica, em boa parte, que 96% das unidades estudadas

sejam organizações independentes e que 91,5% tenham capitais exclusivamente regionais.

A afectação geográfica das unidades de alojamento turístico é outra característica marcante do sector na Região, pois atendendo à existência de nove ilhas, é natural que haja dispersão, apesar de cerca de 50% das unidades (hotelaria tradicional e turismo no espaço rural) se concentrarem nos concelhos de Ponta Delgada, em São Miguel e Angra do Heroísmo, na Terceira. Estes dados dão conta de uma dicotomia entre a concentração e a pulverização de unidades no arquipélago.

Após esta breve caracterização da oferta de alojamento turístico na Região, passa-se a comentar os resultados globais do estudo, começando por fazer uma apreciação crítica aos seguintes aspectos:

- Avaliação efectuada aos transportes e acessibilidades na Região;
- Avaliação efectuada à oferta turística do concelho;
- Importância atribuída a um conjunto de medidas para estimular a atractividade e aumentar a competitividade do destino turístico Açores.

É de ressaltar que, atendendo ao elevado número de aspectos em análise em cada uma destas questões, a opinião dos empresários foi muito consensual, havendo diferenças significativas por ilha dignas de registo apenas no caso da avaliação dos transportes e acessibilidades.

A avaliação global atribuída pelos empresários aos aspectos de acessibilidade à Região através de transporte aéreo, ligações aéreas e marítimas inter-ilhas e respectivas infra-estruturas de apoio foi, em todos os casos, insatisfatória.

Estes resultados, por sua vez, estão de acordo com a elevada importância atribuída por este grupo de *stakeholders* a um conjunto de medidas para estimular a atractividade e aumentar a competitividade do destino turístico Açores, onde se destaca a necessidade de melhorar os transportes e as acessibilidades à Região.

No que toca ao estado actual da oferta turística de cada concelho, os resultados da avaliação efectuada foram animadores para os aspectos relativos à qualidade do

ambiente e aos serviços bancários, mas preocupantes em matéria de qualificação dos recursos humanos no turismo, informação turística e oferta recreativa geral e de animação nocturna. Igualmente indicaram insuficiente protecção, conservação e aproveitamento turístico dos recursos naturais e dos recursos históricos, arquitectónicos e culturais, que constituem as principais atracções turísticas do concelho e, em última instância, da Região. A incerteza revelada perante a qualidade da oferta de determinadas infra-estruturas e serviços públicos básicos, assim como de alguns equipamentos e serviços turísticos denuncia o prevalecimento de importantes carências nestas áreas.

Avançando com a discussão dos resultados obtidos quanto ao nível de conhecimento e de adesão a práticas de sustentabilidade do turismo na Região, convém referir que esta foi uma dimensão inovadora da investigação e que pretende ser precursora do desenvolvimento e aprofundamento de modelos e indicadores de desenvolvimento sustentável para este destino turístico.

Constatou-se que os empresários, em geral, estão pouco sensibilizados e mal informados sobre estas questões, pois 80% dos inquiridos nunca tinham ouvido falar da *Agenda 21 para o Sector das Viagens e do Turismo* (WTTC/WTO/EC, 1995) – um documento que contém recomendações importantes para a implementação de práticas de sustentabilidade no sector do turismo – e apenas 7,5% já tinham consultado este documento, sendo estes empresários mais experientes e melhor qualificados em termos profissionais, responsáveis pela gestão de unidades da hotelaria tradicional, de maior dimensão, localizadas em São Miguel, Terceira, Faial e Pico.

Foi feita referência a este documento porque, contrariamente a outros trabalhos de investigação, neste caso não foi possível utilizar documentos contendo directrizes ou princípios para a sustentabilidade do turismo que tivessem sido elaborados nomeadamente por organismos governamentais ou associações empresariais, de âmbito nacional ou regional e que estivessem de algum modo divulgados junto dos empresários do subsector do alojamento turístico na Região. De acordo com Stabler e Goodall (1997), a existência de iniciativas desta natureza pode encorajar e motivar os empresários para a adopção de práticas de sustentabilidade ao exaltarem a obtenção de benefícios directos (tais como o aumento da competitividade e da rentabilidade do negócio, a melhoria dos processos de gestão, a criação de novos produtos e mercados, o

aumento da quota de mercado e a redução de custos) e indirectos (como a melhoria da imagem da empresa, o aumento da sua notoriedade ética e ambiental, a satisfação das necessidades dos clientes, o cumprimento da legislação).

Apesar desta limitação exercer alguma influência nos resultados obtidos, notou-se que os empresários, na generalidade, não dispõem de publicações que abordem estes temas e muitas vezes nem sequer as procuram por desconhecerem a sua existência. A reduzida consciencialização para estas questões parece traçar um quadro deprimente de ausência de uma atitude proactiva na gestão e da prevalência de uma mentalidade de auto-suficiência ou de individualismo nos negócios. De qualquer forma, mesmo que houvesse uma maior divulgação de princípios e de instrumentos para a adopção dessas práticas, quer por parte das autoridades, quer por parte das associações empresariais, não estaria garantida a sua implementação, principalmente se não fossem obrigatórios, ficando esta sempre dependente da vontade e capacidade de actuação dos agentes do sector.

A percentagem de respostas positivas obtidas para a avaliação dos impactes da actividade da empresa no ambiente e no desenvolvimento local (38,7%) e para a formalização de uma política de ambiente e de um programa ambiental com objectivos definidos (32,3%), apesar de não ser muito elevada, não deixou de ser surpreendente, atendendo às atitudes expressas perante outras questões do estudo, sobretudo porque 50% dos casos afirmativos respeitavam a unidades de turismo no espaço rural. De facto, as informações a que foi possível aceder parecem apontar para que não tenha havido um grande formalismo nos métodos utilizados, em ambos os casos, tendo-se tratado de um processo sobremaneira intuitivo, *ad hoc*, em especial nos casos das unidades de menor dimensão.

Quanto à implementação de práticas de sustentabilidade nas unidades estudadas, e exceptuando alguns casos em que há regulamentação específica para o efeito, constatou-se que, de uma forma geral, os empresários optam por aquelas que não implicam grandes investimentos em instalações e equipamentos ou um elevado envolvimento de recursos humanos, financeiros e tecnológicos e que permitem obter uma repercussão imediata nos custos.

Alguns empresários afirmaram, na entrevista, que não se sentem motivados para adoptar novos comportamentos por não os considerarem aplicáveis à reduzida dimensão dos seus negócios. Esta atitude parece contrariar os resultados de alguns projectos que visam a implementação de práticas desta natureza que têm sido desenvolvidos no Reino Unido: “These practices are seen as practicable in accommodation sector irrespective of size of business and are a feature of the South Devon Project and the Scottish Tourist Board checklist in the UK” (Stabler e Goodall, 1997: 24). Apesar disso, os autores acrescentam que se deve admitir que as empresas mais pequenas não obtêm ganhos tão expressivos quanto as grandes cadeias hoteleiras, que podem efectuar investimentos em tecnologias que permitem substanciais reduções de custos.

A reduzida dimensão parece explicar a fraca adesão a algumas práticas, por vezes até consideradas não aplicáveis às unidades em causa. A propósito deste assunto, Stabler e Goodall afirmam: “Size is also a significant factor in the nature and extent of management systems and the procedures which should form an integral part of good practice” (Stabler e Goodall, 1997: 25). Os autores acautelam que o estabelecimento e a manutenção de práticas ambientais numa organização de grande dimensão requerem naturalmente a existência de uma estrutura formal, com determinados requisitos; em contextos mais pequenos, tal estrutura não é necessariamente requerida, mas muitas vezes a percepção do aumento de custos induzido pela mudança actua como um desincentivo à acção. Talvez seja esta a explicação para o caso em estudo.

Relativamente às chamadas iniciativas voluntárias para a sustentabilidade do turismo (códigos de conduta, guias de boas práticas, selos ou prémios de qualidade ambiental, sistemas de gestão ambiental), e na ausência de orientações do sector público neste sentido, verificou-se que a participação das unidades tem sido muito reduzida, havendo, contudo, algumas tentativas de criação de códigos de conduta e de guias de boas práticas, mas essencialmente a um nível informal interno e, por conseguinte, pouco comunicado com visibilidade. No entanto, a elevada importância atribuída de forma consensual entre os empresários à introdução destas práticas pode ser um indicador da propensão para a mudança e da predisposição para agir, embora se depreenda que é necessário haver um estímulo para isso, atendendo aos principais obstáculos reconhecidos. Estes, por sua vez, prendem-se preponderantemente com os elevados

custos de investimento associados à sua implementação e à insuficiência de incentivos governamentais e/ou benefícios fiscais para os atenuar.

A posição dos empresários quanto às principais motivações para adoptar estas práticas não deixou de suscitar alguma curiosidade, porque valorizaram mais o aumento da satisfação dos empregados (orgulho na empresa, compromisso com a qualidade, redução dos riscos de saúde e segurança), seguindo-se a melhoria das relações públicas da empresa (credibilidade, imagem, notoriedade), atribuindo, pelo contrário, menor relevo ao aumento da rentabilidade do negócio, através da redução de custos, enquanto nas respostas dadas às questões anteriores a impressão deixada foi de que a maior parte das práticas eram introduzidas para reduzir custos.

8.2.2 Os resultados do estudo efectuado junto dos turistas

A avaliação da qualidade da experiência turística foi o propósito central do estudo desenvolvido junto dos turistas que visitam os Açores.

Efectivamente, este pode ser um indicador basilar da sustentabilidade a longo prazo de qualquer destino turístico, na medida em que a satisfação dos turistas contribui para a repetição da visita e para a recomendação do destino (WTO, 2004). A concorrência global entre destinos turísticos exige que as entidades responsáveis pelo planeamento e gestão do destino e que os agentes privados do sector compreendam e monitorizem as expectativas e as percepções dos turistas quanto à qualidade da experiência turística, de modo a promover a sustentabilidade nas suas estratégias de desenvolvimento.

Os turistas, à semelhança de quaisquer outros consumidores, antes de se deslocarem a um destino e de consumirem o produto turístico, apresentam um conjunto de expectativas relativamente ao tipo e à qualidade dos serviços que aí vão encontrar. Estas expectativas podem ser influenciadas pela informação que lhes é facultada através de campanhas de promoção turística, materiais promocionais ou de órgãos de comunicação social, bem como através de recomendações de amigos e familiares. Por sua vez, o nível de cumprimento dessas expectativas obtido com a realização da visita determina o nível de satisfação dos turistas.

Os resultados do estudo deste grupo de *stakeholders* apontaram para uma taxa de cumprimento das expectativas gerais dos turistas em relação à oferta turística da Região de 83%. Embora não deixe de ser um valor elevado, foi ligeiramente inferior ao verificado no estudo da satisfação dos turistas do Algarve, desenvolvido no âmbito do trabalho de Silva *et al.* (2001a), que foi de 89%.

Por outro lado, na análise dos desfasamentos entre as percepções decorrentes da visita e as expectativas iniciais em relação ao destino, foi interessante verificar que a satisfação média atribuída a um conjunto de 25 atributos do destino no âmbito da visita se revelou superior à importância média atribuída a todos esses mesmos atributos no processo de selecção do destino. No caso do estudo acima citado (Silva *et al.*, 2001a), em que foram avaliados 32 atributos, o desfasamento foi positivo apenas para 20% dos atributos.

Foram encontradas diferenças estatisticamente significativas para os seguintes atributos do destino: isolamento/afastamento das ilhas, acessibilidade à Região, *packages* disponíveis/circuito pelas ilhas, convívio com amigos ou familiares, prática de desportos e actividades de lazer, actividades de animação/entretenimento/vida nocturna, património histórico e arquitectónico/monumentos/museus, manifestações e eventos religiosos, oportunidades para fazer compras, hospitalidade dos residentes e actividades para toda a família. Isto significa que as percepções dos turistas quanto à qualidade da experiência turística excederam, em média, as suas expectativas relativamente a estes atributos, indicando que o destino oferece um produto de qualidade superior à esperada, no que toca a estes aspectos.

Com base no grau de importância atribuído pelos turistas a estes atributos, foram identificados seis factores subjacentes à escolha do destino turístico: “Património cultural, convívio e lazer”, “Património natural e paisagem”, “Pacotes disponíveis e acessibilidade à Região”, “Segurança e hospitalidade”, “Qualidade e preço” e “Clima e ultraperiferia”. Foram encontradas diferenças significativas em função da idade, país de residência, ascendência e experiência de visita.

O grau de satisfação atribuído a este conjunto de atributos no âmbito da visita permitiu a determinação de cinco factores subjacentes à satisfação – “Qualidade e preço, clima e ultraperiferia”, “Património cultural, convívio e lazer”, “Segurança e hospitalidade”,

“Pacotes disponíveis e acessibilidade à Região” e “Património natural e paisagem”. Estes factores, por sua vez, possibilitaram a identificação de três grupos homogêneos de turistas com base na satisfação obtida na visita – os “Encantados” (37,5%), os “Descobridores” (47,7%) e os “Sociáveis” (14,8%) –, tendo sido detectadas diferenças significativas entre grupos em função do perfil sociodemográfico, da experiência de visita e das características da viagem.

Foi interessante verificar que 98,7% dos turistas que foram integrados nestes grupos responderam que tencionam recomendar o destino, tendo-se verificado que há uma associação significativa entre estes grupos e a intenção de regresso: os “Encantados” e os “Sociáveis” referiram que tencionam repetir a visita, enquanto 27,4% dos “Descobridores” afirmaram não tencionar regressar aos Açores.

As conclusões referidas podem ser exploradas em termos do marketing estratégico deste destino turístico:

- Definindo para cada grupo específico (ou seja, para cada segmento da procura turística) produtos concretos que permitam obter uma importante e sólida vantagem competitiva;
- Elegendo o grupo ou grupos que se pretende satisfazer, atendendo aos recursos económicos e humanos disponíveis;
- Seleccionando um posicionamento no mercado *versus* destinos concorrentes (preços baixos, alta qualidade dos produtos, etc.).

Por sua vez, estes instrumentos podem ser articulados na preparação do plano de marketing estratégico do destino, através da análise das oportunidades do mercado turístico, da selecção dos mercados-alvo, da concepção das estratégias e programas de marketing e, por último, da organização, implementação e controlo do plano através do marketing operacional (produto, preço, comunicação e distribuição).

8.2.3 Comparação entre os resultados do estudo dos empresários e os resultados do estudo dos residentes

A comparação das percepções dos empresários do subsector do alojamento turístico com as dos residentes pode ser efectuada a dois níveis de análise:

- De acordo com uma interpretação genérica dos resultados, ou seja, sintetizando, comparando e comentando os resultados de cada estudo, atendendo às médias globais das respostas obtidas para cada grupo;
- De acordo com a abordagem das representações sociais, ou seja, considerando as visões partilhadas pelos subgrupos que foram identificados em cada estudo com base nas percepções de impactes do turismo na Região.

Começando pela opinião sobre o desenvolvimento do turismo na Região na actualidade e analisando em termos globais as respostas dos empresários e dos residentes, constatou-se que os empresários estão menos satisfeitos com a situação actual, pois a média global das respostas situou-se entre o insatisfatório e o satisfatório, enquanto os residentes apresentam maior satisfação, com uma média global entre o satisfatório e o bom. Há um grande consenso na opinião transmitida por cada grupo, pois a dispersão das respostas é reduzida.

Contudo, no caso dos residentes, existem diferenças significativas de opinião atendendo à escolaridade, à profissão e experiência pessoal de viajar: os indivíduos com menos habilitações, que exercem uma profissão que não se enquadra no grupo dos “Dirigentes, Quadros Superiores, Profissões Intelectuais e Técnicos”, nem no grupo do “Pessoal Administrativo e dos Serviços” e com menor experiência de viajar demonstram maior contentamento perante o desenvolvimento actual do turismo na Região.

No que toca às expectativas para os próximos 10 anos, tanto os empresários como os residentes, globalmente considerados, são de opinião que o turismo irá assumir uma importância maior ou muito maior nos Açores, havendo pouca variabilidade das respostas dadas no seio de cada grupo. No entanto, a média é mais elevada para o caso dos empresários, indicando que estes depositam maiores esperanças no turismo do que a população residente, o que provavelmente se deve ao seu maior envolvimento no sector.

Os empresários (proprietários/gestores) dos empreendimentos mais recentes apresentam expectativas significativamente mais elevadas do que os das unidades mais antigas, assim como os das sociedades anónimas em relação aos empresários em nome individual e às sociedades familiares.

No que se refere aos residentes, existe uma relação directa entre a importância atribuída ao sector nos próximos 10 anos e o nível de desenvolvimento do turismo verificado no respectivo centro urbano, pois a média é mais elevada para Ponta Delgada, onde há maior concentração de unidades hoteleiras e de fluxos turísticos, seguindo-se Angra do Heroísmo e, depois, Horta, embora as diferenças de médias só sejam estatisticamente significativas entre Ponta Delgada e Horta. Do mesmo modo, as expectativas dos residentes são significativamente mais elevadas quando há envolvimento profissional directo na actividade turística relativamente ao caso em que é apenas outro membro do agregado familiar que está envolvido no sector.

Quanto às actividades económicas que apresentam maior potencial de crescimento na Região, ambos os grupos – empresários e residentes – partilham de uma visão comum e convergente, pois mencionam, pela mesma ordem de importância, as actividades ligadas ao turismo, a agricultura e produção animal e a pesca. A compreensão destas percepções dos *stakeholders* é vantajosa para a definição de objectivos para o desenvolvimento regional e consequente estabelecimento de políticas e afectação de recursos, pois constituem um indicador das prioridades da comunidade e da sua predisposição para aceitar mudanças e para se envolver activamente no processo de desenvolvimento.

A criação de emprego foi o impacto positivo do turismo mais reconhecido pelos empresários, enquanto para os residentes foi a preservação da cultura e do artesanato local. Por outro lado, a subida dos preços dos bens e das propriedades foi o impacto negativo do turismo mais evidente para os empresários, enquanto para os residentes foi não reconhecerem alterações no seu rendimento pessoal, o que indica que não têm a percepção de beneficiar em termos económicos da actividade turística.

Igualmente se constatou que os empresários têm uma visão mais optimista sobre o turismo do que a população residente, pois a média global das respostas deste grupo foi mais elevada, indicando que reconhecem mais impactos positivos do que negativos do turismo na Região.

Passa-se a explorar mais detalhadamente as percepções comuns a ambos os grupos e as divergências.

Quanto aos aspectos que mereceram a concordância de ambos os grupos (média superior a 3,50), temos:

- Impactes ambientais: o turismo não tem provocado a deterioração de locais de interesse histórico, arquitectónico e cultural; não tem sido responsável pelo aumento do lixo no concelho; não tem prejudicado o acesso dos residentes às principais atracções turísticas, no Verão.
- Impactes económicos: o turismo permite criar emprego para os residentes do meu concelho; tem aumentado as oportunidades de negócio; tem contribuído para a qualificação dos recursos humanos e a introdução de novas tecnologias na Região.
- Impactes socioculturais: o turismo ajuda a preservar a cultura e estimula o artesanato local; não tem perturbado o comportamento dos residentes, implicando a perda da identidade cultural da população; não tem agravado os problemas sociais de droga, alcoolismo e prostituição na Região; não tem aumentado a insegurança e a criminalidade.
- O planeamento do turismo a longo prazo (estratégico) pelas autoridades regionais e locais pode contribuir para maximizar os benefícios e para minimizar os impactes negativos do turismo.

A indecisão foi partilhada em relação aos seguintes aspectos (média compreendida entre 2,50 e 3,50):

- Impactes ambientais: no Verão, não há problemas de trânsito e de estacionamento e excesso de ruído nas atracções turísticas; a construção de hotéis não está a afectar a qualidade estética do ambiente; tem havido uma preocupação em melhorar a qualidade do ambiente e o ordenamento do território por causa do turismo.
- Impactes económicos: a qualidade das infra-estruturas e dos serviços públicos tem melhorado devido ao aumento do turismo; eu tenho acesso a melhores equipamentos desportivos, culturais e de lazer por causa do desenvolvimento do turismo; o comércio melhorou no meu concelho por causa do turismo; o desenvolvimento do turismo não tem contribuído para o aumento das importações.

Por fim, ambos os grupos discordaram (média inferior a 2,50) da afirmação de que o turismo não provoca a subida dos preços dos bens e das propriedades, que é o mesmo que dizer que reconhecem nitidamente que o turismo aumenta a inflação e a especulação imobiliária.

Após esta análise, pode-se afirmar, *grosso modo*, que as percepções dos empresários coincidiram com as percepções dos residentes em relação a 19 aspectos num total de 26 (73%), sendo estes os impactes do turismo na Região percebidos de uma forma mais consensual.

Atente-se, agora, nos aspectos em que há divergência nas percepções destes dois grupos de *stakeholders* do turismo.

Os empresários manifestam-se globalmente de acordo em relação aos seguintes aspectos, enquanto os residentes se mostram indecisos:

- Impactes ambientais: o turismo não tem contribuído para a poluição do ambiente; não tem sido responsável por alterações na paisagem e na biodiversidade.
- Impactes económicos: a maior parte das empresas turísticas do meu concelho pertence e é gerida por habitantes locais.
- Impactes socioculturais: não tem agravado as desigualdades sociais; tem contribuído para melhorar a qualidade de vida da população.

Exceptuando o reconhecimento, por parte dos empresários, de que a propriedade e a gestão da maioria das empresas turísticas é de origem local – que se pode justificar pelo conhecimento mais aprofundado que têm do sector –, nota-se que os residentes são mais cautelosos ou desconfiados do que os empresários em relação a certos impactes ambientais e socioculturais do turismo. As dúvidas manifestadas pelos residentes em relação ao aumento da poluição do ambiente e às alterações na paisagem e na biodiversidade (fauna e flora) da Região podem indiciar a existência de ameaças à sustentabilidade ambiental, pelo menos em certas ilhas ou concelhos da Região. Por outro lado, as reticências que manifestam em relação ao agravamento das desigualdades sociais e à melhoria da qualidade de vida da população podem denotar debilidade ao nível da sustentabilidade económica e social.

Por outro lado, os residentes, no seu conjunto, discordam dos seguintes aspectos, perante os quais os empresários revelam incerteza:

- Impactes económicos: eu tenho mais dinheiro para gastar devido ao turismo.
- Impactes socioculturais: eu sinto que participo no processo de tomada de decisão quanto ao desenvolvimento do turismo no meu concelho.

Em relação ao primeiro aspecto, seria de esperar que os empresários manifestassem concordância, uma vez que o seu rendimento pessoal está intimamente ligado à actividade turística; no entanto, esta situação pode justificar-se pelo facto de alguns gestores não serem proprietários das unidades e assumirem um cargo que está sujeito a uma remuneração mensal tabelada, ou ainda porque alguns proprietários de unidades de turismo no espaço rural não dependem exclusivamente do rendimento proveniente desta actividade, encarando-a como um mero complemento eventual. Quanto aos residentes, a sua posição de discordância pode ser explicada pelo facto dos residentes da amostra estarem pouco envolvidos profissionalmente no sector.

No que toca ao segundo aspecto, e embora os empresários estejam numa posição ligeiramente melhor do que os residentes, estes resultados levam-nos a concluir que, de um modo global, estes dois grupos de interesse estão muito pouco envolvidos no processo de tomada de decisão ao nível local.

Passa-se, agora, a fazer uma apreciação crítica dos resultados adoptando a abordagem das representações sociais do turismo.

Em ambos os estudos foram detectadas três representações sociais do turismo, que a seguir se sintetizam.

No estudo dos empresários foram encontrados três grupos: os “Optimistas” (43,2% dos casos), os “Cépticos” (45,5% dos casos) e os “Críticos” (11,4%). É de notar que os grupos dos “Optimistas” e dos “Cépticos” têm um tamanho muito aproximado, enquanto o grupo dos “Críticos” é nitidamente menos expressivo.

Passa-se a sintetizar as três representações sociais do turismo identificadas, que são nitidamente distintas:

- O grupo que tem a percepção de beneficiar mais em termos económicos do turismo – os “Optimistas” –, é igualmente o que tem a percepção de participar mais no processo de tomada de decisão ao nível local, sendo o que mais reconhece que o turismo contribui para a melhoria da qualidade de vida da população. Este grupo assume uma posição moderada em relação à situação actual e à importância futura da actividade turística na Região.
- O grupo que manifesta maior indecisão relativamente aos impactes económicos do turismo – os “Cépticos” – é o que tem a percepção de beneficiar menos em termos económicos da actividade turística e é também o que tem a percepção de participar menos na tomada de decisão, sendo ainda o que atribui comparativamente menor importância ao planeamento turístico. Quanto à situação do turismo, no presente, têm dúvidas e quanto à sua importância nos próximos 10 anos têm expectativas muito elevadas.
- O grupo que mais critica os impactes ambientais do turismo e que se mostra mais preocupado com os impactes socioculturais negativos do turismo – os “Críticos” – é o que atribui maior importância ao planeamento turístico, sendo o único grupo a revelar indecisão perante o contributo do turismo para a melhoria da qualidade de vida da população. Este grupo é o que se apresenta mais insatisfeito quanto à situação do turismo na Região na actualidade, depositando, no entanto, elevadas expectativas no desenvolvimento da actividade nos próximos 10 anos.

O estudo dos residentes também permitiu a identificação de três grupos: os “Cépticos” (31,4% dos casos), os “Optimistas” (28% dos casos) e os “Críticos” (40,6%). Contudo, neste caso, os grupos têm quase todos o mesmo tamanho, sendo o grupo dos “Críticos” o maior, ao contrário do estudo dos empresários, em que era o menor.

Sobressaíram as seguintes representações sociais do turismo, que se consideram claramente distintas:

- O grupo que mais reconhece os efeitos económicos do turismo, tanto em termos positivos, como em termos negativos, é também o que revela maior incerteza perante os impactes ambientais e socioeconómicos desta actividade na Região – os “Cépticos”. Apesar de não se sentir muito envolvido no processo de tomada

de decisão ao nível local, é o que mais participa comparativamente neste processo, sendo ainda o que menor importância atribui ao planeamento turístico. Apesar da maioria considerar que o desenvolvimento actual do turismo na Região é bom ou muito bom, foi aqui que surgiu a maior percentagem de respostas para insatisfatório e muito insatisfatório; a actividade turística vai ter mais importância nos Açores nos próximos 10 anos. Este grupo apresenta um leque de vantagens do turismo para a Região mais variado do que os outros, reconhece mais inconvenientes ao nível ambiental e sociocultural e é o que faz menos sugestões para estimular o desenvolvimento do turismo na Região.

- O grupo que tem a percepção de beneficiar mais em termos económicos do turismo – os “Optimistas” –, é igualmente o que está mais envolvido em termos profissionais no sector e o que mais reconhece que o turismo contribui para a melhoria da qualidade de vida da população. Pelo contrário, é o que tem a percepção de participar menos no processo de tomada de decisão ao nível local, talvez por ser o mais interessado nesta participação. Assume uma visão muito optimista em relação à situação actual e à importância futura da actividade turística na Região. Reconhece vantagens do turismo para a Região ao nível económico e tem dificuldade em apontar inconvenientes, considerando importante melhorar a acessibilidade ao destino e intensificar a promoção turística no sentido de estimular o desenvolvimento da actividade.
- O grupo que tem a percepção de beneficiar menos em termos económicos do turismo – os “Críticos” –, é igualmente o que está menos envolvido em termos profissionais no sector e o que menos reconhece que o turismo contribui para a melhoria da qualidade de vida da população. Apesar deste grupo assumir uma visão optimista acerca dos impactes socioculturais do turismo, apresenta dúvidas e discordâncias em relação aos impactes económicos do turismo, sendo o mais crítico em relação aos aspectos ligados ao ordenamento do território. Talvez por reconhecer estes impactes, é o que atribui maior importância ao planeamento turístico. É o menos entusiasta em relação à situação actual e à importância futura da actividade turística na Região. Este grupo reconhece vantagens e inconvenientes do turismo principalmente ao nível económico, atribuindo maior importância à melhoria das instalações e das atracções turísticas e à redução de preços como forma de estimular o desenvolvimento do turismo na Região.

De acordo com Pearce *et al.* (1996), o estudo das percepções de impactes do turismo numa comunidade ao nível ambiental, económico e sociocultural e das prioridades que são atribuídas ao papel do turismo nessa mesma comunidade afigura-se fundamental para o desenvolvimento sustentável da actividade turística. Estes autores salientam que as previsões de evolução da procura turística ao nível internacional apontam para um crescimento contínuo, em especial em certas zonas do globo, mas que, no entanto, as comunidades locais podem impedir este crescimento e influenciar a prosperidade económica do turismo. Atendendo a estes factores, sugerem que é imperativo envolver todos os grupos da comunidade interessados no processo de desenvolvimento do sector e na mudança, advogando, para tal, a aplicação da abordagem das representações sociais ao estudo do turismo. Concluem a sua obra afirmando:

“The social representations framework presented in this monograph challenges would-be tourism developers and existing managers to think of community issues as representing a system of knowledge, effectively a system which links how tourism is perceived and understood with other community attitudes held by local residents. These empirical studies show that this knowledge consists of a very specific local content driven by a larger view of what tourism is and means. Often significant other locations are used as anchor points to define how residents think about tourism. The identity of individuals and groups counts when tourism attitudes are being formed and maintained. In situations where conflict emerges the different social representations and knowledge systems are focused and highlighted. The power residing in community groups will affect how likely it is that their social representation prevails. The tourism developments which ultimately take place depend both on these power relationships and on the content and structure of the social representations of tourism” (Pearce *et al.*, 1996: 212-213).

Embora esta tese não tenha sido desenvolvida com o desígnio central de incorporar exhaustivamente as recomendações efectuadas por estes autores na aplicação da abordagem das representações sociais ao estudo do turismo, a análise subjacente suportou-se na admissibilidade, por parte dos referidos autores, de um “pluralismo metodológico” na abordagem das representações sociais (Pearce *et al.*, 1996: 109) e procurou tirar partido dos seus exemplos e sugestões, para propor uma interpretação das percepções dos *stakeholders* da comunidade açoriana – empresários e residentes – com base na identificação de representações sociais do turismo.

8.2.4 Comparação entre os resultados do estudo dos empresários e os resultados do estudo dos turistas

A análise comparativa dos resultados obtidos nos estudos dos empresários e dos turistas recaiu sobre os atributos considerados mais importantes na escolha do destino turístico Açores e sobre as práticas de sustentabilidade do turismo que devem ser introduzidas nas instalações turísticas com o objectivo de melhorar a qualidade da experiência turística na Região.

Fazendo uma interpretação genérica dos resultados destes dois estudos, ou seja analisando as médias globais das respostas obtidas para cada grupo, verificou-se que as percepções dos turistas coincidem com as percepções dos empresários relativamente aos atributos que são mais importantes na escolha do destino turístico Açores. Ambos os grupos atribuíram uma importância elevada à paisagem, tranquilidade, natureza, segurança, singularidade do destino e hospitalidade dos residentes (médias globais superiores a 4, em ambos os estudos).

A coincidência destes resultados não deixa de ser interessante, uma vez que os estudos foram conduzidos de forma autónoma, junto de grupos diferentes, não havendo qualquer possibilidade de influência mútua dos seus resultados.

A paisagem, a tranquilidade, a natureza, a segurança, a singularidade do destino e a hospitalidade dos residentes são, por conseguinte, os atributos que permitem avaliar a imagem do destino turístico Açores e que mais contribuem para a sua atractividade, encarada num contexto de concorrência global.

Tal como se constatou na secção 6.3, a maioria dos turistas abrangidos pelo estudo veio à Região por motivos de férias ou de lazer (73,5%), pelo que estes atributos devem ser considerados importantes quando a motivação da visita for esta, e não outra, uma vez que a atractividade do destino está associada à capacidade percebida de proporcionar satisfação em relação a determinadas necessidades específicas de férias.

A identificação dos atributos mais importantes na escolha de um destino turístico pode ser considerada uma etapa importante no processo de elaboração de um plano de

marketing turístico. É necessário conhecer as necessidades, motivações e comportamentos dos turistas, através de estudos de mercado, para conceber e promover produtos turísticos (bens e serviços) com as características que se revelam mais atractivas para os consumidores, ou seja, que satisfaçam as suas expectativas, uma vez que sejam consumidos e que gerem benefícios para as organizações que os produzem, assegurando a viabilidade económica do sector.

Os seis atributos considerados mais importantes na escolha dos Açores como destino turístico suscitam algumas recomendações específicas para as autoridades responsáveis pelo planeamento e gestão, de modo a garantir a competitividade e a sustentabilidade do turismo:

- Protecção e melhoria da qualidade do ambiente e dos recursos naturais, através da implementação de sistemas de planeamento e de licenciamento eficazes e sensíveis em matéria de ambiente e de ordenamento do território, assim como de sistemas de conservação da natureza, que permitam ter em conta a diversidade ecológica, delimitando áreas sensíveis e definindo zonas de potencial desenvolvimento turístico, tendo em vista a operacionalização da componente ambiental da sustentabilidade;
- Aplicação de técnicas de controlo e de gestão do número de visitantes nas atracções turísticas principais e criação de infra-estruturas adequadas ao seu acolhimento, atendendo às percepções de congestionamento já manifestadas por alguns grupos de empresários e de residentes. A manutenção da “tranquilidade” deve ser uma prioridade, pois este é um atributo muito valorizado pelos visitantes deste destino turístico insular de pequena dimensão e que tende a ser perturbado com o crescimento, principalmente se este for descontrolado e desordenado;
- Manutenção de serviços de limpeza viária (e seu embelezamento, quando aplicável) e de gestão, limpeza e manutenção de atracções turísticas;
- Implementação de campanhas de sensibilização ambiental e difusão de códigos de conduta e de guias de boas práticas para os turistas e para a comunidade local;
- Implementação de sistemas que permitam continuar a garantir a segurança das pessoas, com o envolvimento das instituições e serviços de protecção civil,

policiamento e segurança pública, que podem influenciar de forma determinante as percepções quanto à segurança do destino (considerada como elemento de atractividade do destino, de acordo com os resultados do estudo);

- Envolvimento da comunidade (empresários e residentes) no processo de tomada de decisão sobre o desenvolvimento do turismo, de modo a fomentar uma atitude positiva em relação ao turismo e aos turistas – uma mentalidade ou uma cultura de turismo –, que se reflecte, em última instância, no acolhimento ao turista e na qualidade da prestação dos serviços turísticos, ou seja, na atmosfera de hospitalidade do destino.

As recomendações mencionadas não pretendem de forma alguma ser exaustivas, pois a sustentabilidade a longo prazo do destino turístico não pode assentar unicamente nestes elementos, até porque alguns deles, como é o caso da segurança (estabilidade política, desastres naturais, criminalidade, etc.), são mais difíceis de controlar e muitas vezes dependem da actuação concertada de várias entidades.

Por outro lado, a importância atribuída aos factores subjacentes à escolha do destino turístico por parte dos turistas pode ser explorada em termos da concepção das políticas de marketing operacional ao nível institucional, nomeadamente na preparação de campanhas publicitárias, materiais promocionais e páginas da Internet: o “Património cultural, convívio e lazer” deve ser enaltecido na comunicação dirigida ao turismo interno e aos mercados dos EUA e Canadá, pois são os turistas portugueses e os que têm ascendência açoriana que atribuem uma importância significativamente maior a estes aspectos; a “Segurança e hospitalidade” deve ser exaltada junto dos mercados europeus (excepto Países Nórdicos), assim como o “Clima e ultraperiferia”, sendo este também um factor de atracção importante para os mercados dos EUA e Canadá.

Por sua vez, os resultados obtidos no estudo dos empresários para a importância atribuída aos factores subjacentes à escolha do destino turístico – que, tal como se viu, difere consoante as características dos empreendimentos turísticos (tipo de empreendimento, classificação, personalidade jurídica, localização por ilha e dimensão) – podem igualmente ser aproveitados na definição de políticas de marketing-mix ao nível das empresas: por exemplo, as unidades de turismo no espaço rural devem enfatizar a “Tranquilidade e segurança” e a “Paisagem e natureza” nos seus argumentos

promocionais, pois estes são os factores mais apreciados pelos segmentos da procura turística que estas unidades costumam atrair.

Quanto à introdução de práticas de sustentabilidade do turismo nas unidades de alojamento turístico, e fazendo uma interpretação genérica dos resultados obtidos, verificou-se que a divulgação das atracções locais aos turistas (informação turística) foi a prática considerada de maior importância de acordo com as percepções dos turistas, enquanto, de acordo com as respostas dos empresários, esta já está a ser a prática mais adoptada no subsector do alojamento turístico.

Mais uma vez se registou uma coincidência interessante nas percepções de ambos os grupos, embora se possa argumentar que este é um dos requisitos de funcionamento das casas de turismo no espaço rural previstos na regulamentação em vigor.

As informações proporcionadas por este tipo de estudos podem constituir um estímulo para a adopção de práticas de sustentabilidade do turismo nas unidades de alojamento e noutros equipamentos turísticos. A importância atribuída pelos turistas aos factores de sustentabilidade identificados no estudo pode ajudar a interpretar as principais tendências da procura turística e a avaliar a existência de uma suposta “consciência ambiental”, que permita determinar se há, ou não, na realidade, um segmento de “novos turistas” ou de “turistas verdes” a procurar a Região. Isto significa que estes turistas podem atribuiu importância não só à qualidade do ambiente ou da paisagem, como também ao grau de preservação dos ecossistemas e dos recursos naturais, aos níveis de poluição, ao tratamento de resíduos, etc. A confirmar-se esta tendência, as empresas do sector não terão outra opção senão a de adoptarem práticas mais sustentáveis, se quiserem garantir a sua sobrevivência no mercado (OMT, 1998b).

O enfoque na satisfação destas novas necessidades e desejos dos consumidores justifica a introdução de novas tecnologias nas empresas, de novas formas de produção e de gestão mais flexíveis, que, por sua vez, vão permitir uma maior produtividade e eficácia, contribuindo, em simultâneo, para a sustentabilidade ambiental do destino turístico. Esta criação de valor para os clientes faz com que o destino se diferencie em termos competitivos dos seus concorrentes, tornando-se mais atractivo. Se houver uma percepção do aumento da qualidade do serviço recebido, poderá haver um acréscimo da

competitividade do destino e das receitas do turismo, garantindo a sustentabilidade económica do sector (OMT, 1998b).

As conclusões retiradas dos estudos das percepções dos empresários e dos turistas sugerem que se encoraje a seguinte actuação, ao nível do destino, nomeadamente através de associações regionais e locais de turismo, de associações de empresários ou de ainda de parcerias público-privadas que envolvam igualmente instituições académicas e de investigação:

- Divulgação de experiências de sucesso na gestão e desenvolvimento de uma actividade turística sustentável;
- Desenvolvimento de programas de sensibilização para elevar o nível de compreensão das interacções da actividade da empresa com o ambiente e a comunidade local e encorajar a adopção de comportamentos proactivos e não meramente reactivos;
- Apoio à formalização de políticas ambientais nas empresas, que proporcionem um enquadramento para a actuação e que definam objectivos e metas ambientais;
- Fomento da criação de códigos de conduta e guias de boas práticas, que auxiliem as empresas a fazer face a problemas decorrentes da sua actividade e que permitam melhorar o seu desempenho ambiental (por exemplo, acções para a poupança de energia e de água, gestão de resíduos, etc.);
- Criação de serviços de apoio e de aconselhamento, incluindo a realização de sessões de esclarecimento e de cursos e acções de formação;
- Encorajamento da realização de avaliações regulares do desempenho destas práticas e da divulgação pública dos seus resultados, nomeadamente através de publicações dessas associações e entidades, que podem ser também do interesse dos operadores turísticos e dos próprios visitantes;
- Criação de rótulos ecológicos, selos ou prémios de qualidade ambiental, que reconheçam e aprovelem as práticas adoptadas e premeiem as empresas que tenham melhorado o seu desempenho em relação ao ano anterior. Estes distintivos são importantes para a criação de um posicionamento do destino, se forem devidamente comunicados junto dos circuitos de distribuição;

- Apoio técnico à implementação de sistemas de gestão ambiental e de sistemas de gestão da qualidade, que possam conduzir à certificação das empresas, sempre que se justifique.

Para além destas medidas de auto-regulamentação do sector, recomenda-se às autoridades regionais e locais que exerçam uma liderança forte, demonstrando um compromisso contínuo perante as questões da competitividade e sustentabilidade do turismo nas suas diversas acções e níveis de intervenção (planos, políticas, programas), fomentando o envolvimento dos agentes do sector e dos representantes da sociedade civil no processo de planeamento e de tomada de decisão sobre o desenvolvimento do turismo. Sem prejuízo das políticas e da acção entretanto já desenvolvidas neste domínio, esse compromisso pode ser demonstrado através da seguinte actuação:

- Introdução de valores, requisitos e critérios de sustentabilidade no sistema de planeamento e ordenamento do território, no sistema de licenciamento e no sistema de planeamento e gestão do turismo, que contribuam para a operacionalização da sustentabilidade ao nível ambiental, económica e social;
- Utilização mais alargada de instrumentos preventivos, como a avaliação de impacte ambiental, na apreciação de novos projectos de desenvolvimento turístico ou introdução de regulamentos de construção mais apertados;
- Realização de auditorias ambientais, como instrumento de gestão ambiental, ao nível dos estabelecimentos turísticos e/ou de auditorias de qualidade aos estabelecimentos ou outras instalações turísticas, no âmbito de sistemas mais vastos de avaliação da qualidade do destino turístico, com a finalidade de controlar os progressos em matéria de desenvolvimento turístico sustentável;
- Dinamização de instrumentos de política económica, tais como incentivos ao investimento privado (ou majorações dos existentes), linhas de crédito bonificado e isenções e/ou benefícios fiscais, para fomentar a adopção de práticas de sustentabilidade do turismo (incluindo a implementação de sistemas de gestão ambiental e de sistemas de gestão da qualidade) e a introdução nas empresas de sistemas inovadores ao nível da protecção e melhoria da qualidade ambiental;

- Apoio ao desenvolvimento de acções de sensibilização e de informação, em parceria com o sector privado, de modo a elevar a consciencialização de empresários, turistas e residentes para estas questões da sustentabilidade;
- Apoio à qualificação profissional no turismo, em geral e à formação de activos, em particular, integrando nos currículos as temáticas da qualidade e da sustentabilidade do turismo;
- Apoio à investigação no sector e ao estudo, análise, acompanhamento e divulgação da evolução da actividade turística, de modo a permitir um melhor conhecimento do turismo e a disponibilizar informação estatística e instrumentos de avaliação específicos que possam auxiliar as empresas e os responsáveis institucionais no processo de tomada de decisão.

Por último, para além destas sugestões e recomendações genéricas, as respostas obtidas no estudo dos turistas que visitaram os Açores relativamente aos aspectos do destino que não corresponderam às suas expectativas parecem sugerir indicações mais detalhadas sobre as componentes do produto turístico global que ainda requerem intervenção por parte dos órgãos de poder regional e local e que devem ser alvo de maior atenção por parte dos agentes privados do sector (ver secção 6.4).

8.3 Contribuições do estudo, limitações e pistas para investigação futura

Em jeito de conclusão desta tese, parece-nos que importa responder à seguinte questão: Afinal, porque é que é tão importante ter em conta as percepções dos *stakeholders* no planeamento e na gestão de um destino turístico?

Fazendo alusão às recomendações da Organização Mundial do Turismo (WTO, 2004), pode-se argumentar que o desenvolvimento turístico sustentável exige a participação informada de todos os *stakeholders* relevantes, assim como uma liderança política forte para assegurar uma ampla participação e a criação de consensos. A prossecução da sustentabilidade do turismo é um processo contínuo, que requer a constante monitorização de impactes e a atempada introdução das medidas necessárias em termos preventivos e/ou correctivos. O destino deve oferecer uma experiência turística de qualidade (não necessariamente a mesma) a cada um dos segmentos da procura turística, de modo a satisfazê-los, estimulando paralelamente a adopção de práticas mais

sustentáveis e influenciando o comportamento dos turistas tendo em vista a protecção do ambiente e a preservação da identidade cultural da comunidade de destino.

As recomendações para investigação posterior ou complementar, suscitadas pelos resultados obtidos nesta tese, prendem-se com vários aspectos, que estão relacionados com o corpo teórico da tese e com a concepção metodológica.

Os primeiros estão relacionados com o aprofundamento da aplicação e dos resultados práticos de metodologias relacionadas com a operacionalização da sustentabilidade do turismo, nomeadamente em casos de ilhas de pequena dimensão. Para além do debate que se desenvolve continuamente em torno da conceptualização teórica e prática da sustentabilidade do turismo e que pode trazer à luz novas questões, subsiste a importante questão do acesso à informação sobre estudos de casos. Tem havido um grande esforço por parte de organismos como a Organização Mundial do Turismo de divulgação de experiências realizadas um pouco por todo o mundo, mas, tirando esses casos, a informação existente é de difícil acesso, por não ser do domínio público, encontrando-se, apenas algumas referências sucintas a esses projectos na literatura. A multiplicidade disciplinar das abordagens e a interdisciplinaridade dos estudos relatados na literatura é outra barreira que se coloca a um projecto de investigação que é essencialmente unipessoal e unidisciplinar, que muitas vezes não pode tirar partido dessas experiências.

Quanto aos aspectos relativos à concepção metodológica da tese, as limitações decorrem essencialmente das opções tomadas no processo de definição dos objectivos e da metodologia de investigação, que decorrem, em parte, das restrições de tempo e de recursos técnicos e financeiros impostas a qualquer projecto desta natureza.

O modelo de análise proposto respeita a um processo participativo, que deve envolver a colaboração de todos os grupos interessados na prossecução do desenvolvimento sustentável de um destino turístico. Em termos de aplicação prática, no que toca a esta preocupação, o trabalho desenvolvido tem duas limitações importantes.

Em primeiro lugar, porque a análise se cingiu a três grupos – empresários do subsector do alojamento turístico, turistas e residentes –, não tendo, por conseguinte, abrangido

outros grupos de *stakeholders* do destino, que se consideram igualmente relevantes para a prossecução da sustentabilidade do turismo – tais como o governo regional, as autarquias locais, as instituições de investigação, as associações de empresários, os operadores turísticos e as agências de viagens, o pessoal ao serviço no turismo, as organizações de ambientalistas, só para citar os mais evidentes. Por essa razão, o estudo empírico não se considera exaustivo, mas meramente ilustrativo da aplicação desta abordagem aos *stakeholders* do destino turístico Açores.

Em segundo lugar, porque a aplicação da análise dos *stakeholders* deve admitir a identificação das questões mais relevantes para a sustentabilidade do turismo num determinado destino turístico – ou seja, os indicadores de sustentabilidade – através de um processo participativo, envolvendo os representantes dos *stakeholders* mais proeminentes do destino. A utilização de uma abordagem participativa poderia ter proporcionado uma sustentação maior do modelo proposto, se não mesmo enriquecido o seu conteúdo. Os indicadores empregues no estudo empírico – que se consubstanciam nos objectivos e questões subjacentes às três vertentes da investigação empírica –, foram seleccionados fundamentalmente com base na revisão da literatura e na troca de impressões com os orientadores da investigação. Uma vez que o processo se baseou preponderantemente em juízos de valor da autora, esta é uma limitação importante da investigação a ter em conta.

Reconhecida a necessidade de uma implementação mais abrangente e participativa, o valor metodológico do modelo apresentado assenta, sobretudo, nas suas potencialidades enquanto instrumento de referência para melhorar o processo de tomada de decisão no planeamento e gestão de um destino turístico.

Por outro lado, este modelo possibilita a monitorização das percepções dos *stakeholders* ao longo do tempo, desde que se garanta a aplicação da metodologia de recolha e de tratamento de dados numa base regular e periódica, permitindo o cálculo, de forma consistente, dos indicadores em que se suporta. Estes indicadores não são exclusivamente quantitativos; o modelo envolve vários tipos de indicadores: qualitativos (por exemplo, a percentagem de turistas que pensa repetir a visita ou recomendar o destino, cuja alteração pode ser avaliada em termos quantitativos), normativos (por exemplo, número de unidades de alojamento turístico com certificação

ambiental) e descritivos (por exemplo, existência de política ambiental formalizada nas unidades de alojamento turístico).

Porém, no que toca à possibilidade de comprovar a sua utilidade em termos de instrumento de monitorização, o estudo empírico desencadeou-se num momento único do tempo, não permitindo, por isso, desenvolver uma análise comparativa, através da detecção de desfasamentos, o que poderá eventualmente ser colmatado através da sua repetição em projectos futuros.

Além disso, a utilização de indicadores requer a definição prévia de metas para o respectivo desempenho, de preferência estabelecidas no âmbito do processo de planeamento, sem a qual não se reveste de interesse prático. Os indicadores devem, igualmente, ser alvo de revisão periódica, devendo fazer parte integrante do processo de revisão de planos e de estratégias, de modo que se melhore continuamente o processo de planeamento e de gestão do destino, numa perspectiva de sustentabilidade. O processo de desenvolvimento e aplicação de indicadores de sustentabilidade aos destinos turísticos encontra-se extensamente documentado nos manuais publicados pela Organização Mundial do Turismo (WTO, 2004; WTO, 1998), que constituem uma referência basilar neste domínio.

O conhecimento dos efeitos do turismo sobre o ambiente natural e cultural da Região possibilita a identificação de problemas emergentes e de impactes e a actuação de forma preventiva e/ou correctiva, ao nível do destino turístico. Desde que se identifiquem *a priori* as questões mais pertinentes para este destino turístico insular e arquipelágico, a monitorização das percepções dos *stakeholders* permite acompanhar a evolução dos indicadores seleccionados e avaliar o sucesso das medidas implementadas em termos de desenvolvimento sustentável do turismo. Esta abordagem contribui para reduzir os riscos devidos a erros ou insuficiências de planeamento, ao identificar ameaças e oportunidades, proporcionando informação útil para a tomada de decisão e potenciando a melhoria contínua, ao induzir a procura de soluções para a gestão.

O crescente interesse revelado, um pouco por todo o mundo, pelo desenvolvimento do turismo em ilhas de pequena dimensão tem dirigido o debate para a vulnerabilidade das ilhas a forças externas, surgindo apelos no sentido de se reduzir a dependência

económica da actividade turística e de se adoptar uma abordagem enformada pelos princípios do desenvolvimento sustentável. Por isso, é preciso ter em conta que a eficácia de qualquer plano ou programa de gestão depende não só da sua coerência e lógica interna, como também da sua aceitação e compromisso por parte de todos os que estão envolvidos, pelo que é fundamental aumentar a consciencialização ao nível local, regional, nacional e internacional sobre as especificidades das ilhas de pequena dimensão.

Por fim, constatando-se que a literatura sobre o desenvolvimento sustentável do turismo confere preponderância ao estudo dos efeitos do turismo sobre o ambiente e a economia, em detrimento dos seus efeitos sobre as comunidades locais, o modelo que esta tese propõe atribui maior ênfase à participação pública e ao envolvimento dos *stakeholders* do sector no processo de planeamento e de gestão de um destino turístico.

Crê-se que a busca da sustentabilidade do turismo não é certamente um problema só do domínio público: todos os grupos interessados no desenvolvimento do turismo devem partilhar desta responsabilidade comum, atendendo necessariamente a aspirações, metas e prioridades diferentes. Por isso, é fundamental desenvolver formas flexíveis de cooperação entre o sector público e o sector privado, que permitam dar resposta àquele que parece ser o maior desafio das sociedades contemporâneas: passar da teoria à acção, ou seja, operacionalizar o conceito de sustentabilidade do turismo.